

El economista Gay de Liébana intervendrá en el Congreso de Hoteleros Españoles

Doctor en Economía y Derecho, Gay de Liébana ejerce como profesor titular de Economía Financiera y Contabilidad en la Universidad de Barcelo-

na y es habitual contertulio en diversos programas de radio y televisión. Su particular visión sobre la economía y su advertencia, ya desde 2007, sobre

el excesivo endeudamiento y déficit español lo han llevado a que en los círculos mediáticos se le conozca como 'el economista indignado'.

Las sesiones técnicas de esta cita comenzarán el jueves, 23 de octubre, con una mesa redonda sobre el futuro de la industria hotelera en España, en la que intervendrán algunos directores generales y consejeros delegados de las principales empresas turísticas del país. Así, participarán Federico González Tejera (consejero delegado de NH Hotel Group), Juan José Hidalgo (presidente de Globalia), Gabriel Escarrer (consejero delegado de Meliá Hotels) y Amancio López (presidente de Hotusa).

Otra de las intervenciones confirmadas es la del experto en marcas Andy Stalman, que ha titulado su ponencia 'El personal del

hotel, primer estandarte para una marca'. Stalman ya estuvo en el sur de Tenerife el pasado mes de mayo en el foro Futurismo Canaria, donde cautivó la atención de los asistentes. A través de las diferentes sesiones de trabajo, el Congreso pondrá a disposición de los asistentes las herramientas necesarias para avanzar hacia un Sector Hotelero más competitivo y de calidad, dentro de la industria dinámica y emprendedora de la que forma parte.

Ya está activa la web del Congreso en el 'portal' de CEHAT (www.cehat.com) y abierto el plazo de inscripción a través del 'sitio'.

Actualidad / Págs. 5, 16 y 17



El Congreso de Hoteleros Españoles tendrá lugar del 22 al 24 de octubre.

NOTICIAS EN BREVE



Deuda: refinanciación y reestructuración

La asociada de Garrigues, Marina Lorente, comentaba hace unos meses el denominado Acuerdo Extrajudicial de Pagos. Ahora explica otras alternativas de acuerdos de refinanciación de deuda aprobadas desde entonces.

Garrigues / Pág. 4

Axpo refuerza su posición en el Sector colaborando con CEHAT

Axpo ha firmado un acuerdo de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) mediante el cual pretende reforzar su posicionamiento en el Sector Hotelero español con ofertas personalizadas que pueden suponer importantes ahorros en la factura eléctrica de cadenas y establecimientos con un gran consumo energético.

El acuerdo ha sido firmado por Ignacio Soneira, director



Axpo trabaja ya para el Sector.

general de Axpo Iberia S.L.; Ramón Estalella, secretario general de CEHAT; y Valentín Ugalde, gerente de CEHAT. Axpo trabajará de forma estrecha con CEHAT para ofrecer a las empresas asociadas productos exclusivos y herramientas adaptadas a las necesidades específicas del Sector Hotelero.

Una de las actividades más importantes que abordará Axpo dentro de esta colaboración será su participación en el Congreso de Hoteleros Españoles que tendrá lugar en Santa Cruz de Tenerife. El Sector Hotelero es uno de los sectores prioritarios para Axpo, que actualmente suministra electricidad renovable a un importante número de cadenas y establecimientos.

Asociaciones / Pág. 28

ITH celebra sus 10 años en innovación, tecnología y sostenibilidad en el turismo

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha celebrado su décimo aniversario en un evento que ha contado con la presencia de destacadas personalidades de la industria turística española, como Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT; José Luis Ascarza, presidente del CETEX; Jesús Gatell, vicepresidente de ITH y destacado empresario hotelero; Valentín Ugalde, gerente de CEHAT y tesorero del ITH; el profesional turístico Domènec Biòsca; Fernando Panizo, presidente de Thinktur; José Luque García; socio-director del Grupo Fuerte



Juan Molas durante el evento del ITH.

Hoteles; Emilio Gallego, secretario general de la Federación Española de Hostelería (FEHR); Javier García-Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts y Hosbec; Fernando Fraile, presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT); Luis Martí, presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia (UHPV); Martí Sabrià, gerente de la Asociación Hotelera Costa Brava Centre Societat Cooperativa; Aurelio Vázquez, presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) y director general para España y Mediterráneo del Grupo Iberostar; Miguel Ángel Fernández Torán, presidente del Grupo Balnearios de Montaña; entre otros destacados empresarios y representantes del sector.

ITH / Pág. 23

La sentencia Coca-Cola

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, desgrana las causas de nulidad del despido colectivo iniciado por la licenciataria en España de la marca Coca-Cola centrandose su atención en la capacidad del grupo para entablar la negociación prevista en el Art.51 del Estatuto de los Trabajadores.

Laboral / Pág. 6

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Actualidad.....	5
Laboral.....	6
Informe.....	10
ITH.....	22
Asociaciones.....	28



Más de 14.000 establecimientos y 1.500.000 plazas, agrupadas en 64 asociaciones en todo el territorio nacional. Formación, seguridad, calidad, promoción, innovación...

CEHAT



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



Utilice este espacio publicitario para promocionar su negocio. Contacte con nosotros y le informaremos.



CaixaRenting



"la Caixa"

[Tú] eres la Estrella

Vehículos y equipos para hacer crecer su negocio.

En CaixaRenting tiene a su disposición renting de vehículos, de equipos tecnológicos y de equipos específicos para el sector del Turismo y la Hostelería. Un alquiler a largo plazo que le permitirá disfrutar del bien que desee con todos los servicios incluidos en una única cuota mensual, para que no tenga que preocuparse por nada



Presidente: Juan Molas
Secretario General: Ramón Estalella

EDITOR: Valentín Ugalde

DIRECTORA
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 Ila (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 Beriaín (Vocales).

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

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 JURÍDICO: Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila / DIRECTORA DE PERSONAL: Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a 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 Hotelaría 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

Un destino perfecto, una cita ineludible

VUELVE LA CUMBRE DE LA HOTELERÍA. Santa Cruz de Tenerife será sede, del 22 al 24 de octubre, del Congreso de los Hoteleros Españoles. Una cita ineludible para empresarios y directivos de la Hotelaría, que brinda una privilegiada atalaya para visualizar la situación actual del Sector, y descubrir las claves y tendencias de la actividad hotelera en España.

El Congreso es, ante todo, el gran punto de encuentro de los empresarios y profesionales hoteleros, y la principal cita anual del Sector con sus grandes proveedores. Una posibilidad única de coincidir, en un mismo tiempo y lugar, con colegas de toda España, y compartir ideas y experiencias, confrontándolas con expertos y autoridades, al tiempo de conocer las novedades de los proveedores.

La Confederación brinda así un eficaz nexo de unión sectorial, al servicio exclusivo de los hoteleros y de sus intereses, en una acción de *networking* de gran utilidad.

Inscribirse al Congreso, gracias a una reducida cuota de inscripción y las excelentes condiciones negociadas para hoteleros de Organizaciones miembros de CEHAT, permite acceder y participar activamente en un evento único, haciendo una valiosa *inmersión* en aspectos del máximo interés para los hoteleros de nuestro país.

En las sesiones de trabajo, el hotelero podrá conocer de primera mano a líderes de opinión, como es el caso de Gay de Liébana, profesor de Economía de la Universidad de Barcelona y habitual tertuliano televisivo, conocido como 'el economista indignado', e interactuar con expertos y analistas que tienen visiones tan certeras como peculiares de la coyuntura económica y nuestro entorno.

Entre los ponentes y participantes en el Congreso, se cuenta con propietarios y directores generales de grandes cadenas hoteleras, como Federico González Tejera, consejero-delegado de NH Hotels; Juan José Hidalgo, presidente de Globalia Corporación; Gabriel Escarrer, consejero-delegado de Meliá Hotels; Miguel Fluxá, presidente del Grupo Iberostar; o Amancio López, presidente de Hotusa-Eurostars. Un plantel excepcional de participantes que brinda a todos los empresarios y directivos del Sector una posibilidad única de conocer, en vivo y en directo, las opiniones de hoteleros españoles que son hoy referentes de la Hotelaría en todo el mundo.

Un año más, pero con tanta o mayor ilusión y esfuerzo que en anteriores ediciones, el Equipo de CEHAT y ASHOTEL, encabezados por sus Juntas Directivas, invitan a todos los hoteleros a participar en la gran Cumbre del Sector.

TRIBUNA HOTELERA

¿Cuándo es necesario contratar gestores externos para mi hotel?

Ramón Garayar / Consejero Delegado de GAT

DICEN LOS QUE saben de tendencias que no estamos viviendo una era de cambios, estamos viviendo un cambio de era. Economía de colaboración, experiencias de usuarios, opiniones en redes sociales que pueden hacer caer grandes emporios... ¿Cómo hace frente nuestro sector a esta vorágine en la que estamos inmersos?

El sector del turismo y el subsector de los alojamientos turísticos abarca un amplio espectro de posibilidades, desde camping de temporada a un hotel de 5* GL en medio de una ciudad. Cada uno cumple una misión concreta dentro de la cadena de alojamiento turístico, pero su modelo de negocio y, por lo tanto, sus necesidades son completamente diferentes. No hay soluciones estándar a problemas concretos dentro de nuestro negocio, siempre deben ser tenidas en cuenta gran cantidad de variables, siendo imprescindible como primer paso el análisis buscando los puntos débiles y para después acertar con el tratamiento adecuado a las necesidades del paciente.

Para hoteles urbanos, hoteles vacacionales, apartamentos turísticos y resorts con golf vemos tres fórmulas en las que es de gran valor la intervención de gestores profesionales: El *interim management*, la gestión bajo franquicia de marca internacional y, por último, explotación de un 'activo singular' manteniendo su nombre pero reinventando la gestión.

Interim Management. Cuando un establecimiento enfrenta un cambio de propiedad u operador corre serios riesgos de perder negocio y reputación por una mala gestión del traspaso.

Estos hoteles pueden encontrarse en cualquier fase de madurez, desde obra nueva sin finalizar hasta establecimientos ya con solera. Muy frecuentemente en esos casos tanto los propietarios particulares como *family offices*, *real estates*, fondos de inversión y entidades financieras, recurren a la gestión interina profesionalizada como el camino más eficiente para que el establecimiento siga funcionando sin que el mercado ni las cuentas de resultado queden penalizadas, añadiendo soluciones para devolver y aportar valor al negocio, reposicionando y logrando ser de nuevo un producto en alza.

Marca blanca sobre franquicia internacional. Uno de los modelos actuales con más recorrido es la franquicia de marca internacional. El establecimiento elegido debe tener una ubicación, instalaciones y condiciones determinadas para ser atractivo, pero además debe estar preparado en su gestión para poder poner en valor todo lo que puede aportar la marca. Para llevar al hotel a los estándares internacionales y así garantizar una calidad homogénea, las marcas exigen la presencia de gestores profesionales. Estos profesionales son 'el jamón del sándwich' entre la propiedad del activo y la marca inter-

nacional franquiciadora. Explotar bajo la insignia internacional garantizando estándares y obteniendo lo mejor de la marca y lo mejor de la explotación profesional.

En estos casos los gestores funcionan como el apoyo perfecto para la expansión de las marcas y el compañero ideal para la explotación de negocio generalmente bajo régimen de arrendamiento de la propiedad. El dueño del activo consigue un valor añadido por estar bajo un paraguas internacional y por tener una explotación muy eficiente bajo un modelo de poco riesgo para él.

Explotación de activos singulares. No todas las marcas sirven para todos los establecimientos ni todos los establecimientos necesitan rodar bajo una marca, todo depende de las circunstancias concretas del producto empezando por su ubicación, tamaño y características físicas. La adaptación de algunos establecimientos a marca pueden suponer llevarlos a la inviabilidad económica debido a la inversión a realizar, en otros casos el producto no necesita marca para ser viable y rentable. Pero estos establecimientos tienen su mercado y su fórmula de gestión, por lo que ser diferente en vez de ser un lastre debe pasar a ser un valor añadido.

¿Cómo elegir a los gestores adecuados?

Experiencia contrastada y un equipo de excelentes profesionales son las dos patas imprescindibles para que la intervención sea positiva. Ser especialista significa tener una experiencia y aportar un saber hacer de un equipo que se ha estado enfrentando a situaciones similares de fuego real. El único modo de ayudar a elegir el camino adecuado es haberlo hecho antes, muchas veces y con resultados comprobables.

La consultoría, que es muy útil, aporta análisis y soluciones, no puede hacerse responsable de la puesta en marcha y de la obtención de resultados. Es necesario no solamente ayudar a elegir el camino más adecuado, sino también remangarse para que las proyecciones no se limiten a un papel maravilloso a entregar al banco o a enmarcar. Las proyecciones y el plan de negocio están para cumplirse, sin magia ni encajes económico-financieros que nos hagan olvidar lo escrito a la mitad de la primera temporada y a la vez, cercanos a la realidad para poder adaptarla en función de los resultados.

El futuro de nuestro mundo turístico es tan cambiante y evoluciona tan rápido que si no nos adaptamos pronto, seremos como una máquina de escribir en un estante o como una mano corriente (los mayores de 40 años seguro que me entienden). Las oportunidades están a nuestra disposición y lo que tenemos que hacer es abrir los ojos, contar con ayuda profesional y aprovecharlas.

'No hay soluciones estándar. Es imprescindible como primer paso el análisis buscando los puntos débiles para después acertar con el tratamiento adecuado a las necesidades del paciente'

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

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 todas 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.

Un cordial saludo.



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Refinanciación y reestructuración de deuda empresarial

Más incentivos para el saneamiento financiero en el Sector Hotelero

Hace unos meses, la asociada de Garrigues Madrid, Marina Lorente, comentaba en esta misma tribuna la introducción de un mecanismo de

negociación extrajudicial de deudas para los pequeños empresarios: el denominado Acuerdo Extrajudicial de Pagos. Ahora nos explica qué

nuevas y más accesibles alternativas de acuerdos de refinanciación de deuda fuera del concurso se han aprobado desde entonces.



MARINA LORENTE

ASOCIADA SENIOR DE
GARRIGUES MADRID

Los Acuerdos Extrajudiciales de Pagos que comentábamos hace unos meses no han tenido —todo hay que decirlo— mucha trascendencia práctica hasta la fecha. Quizá por eso y porque los concursos de acreedores en España siguen siendo una lacra para los deudores —que se ven abocados en la mayoría de los casos a la liquidación de su patrimonio—, se aprobó, en marzo de este año, una enésima reforma de la Ley Concursal, a través del Real Decreto-Ley 4/2014 por el que se adoptan medidas urgentes en materia de refinanciación y reestructuración de deuda empresarial, que ha dado una vuelta de tuerca más a la regulación de los acuerdos de composición de deuda extraconcursales.

El objetivo del Real Decreto-Ley 4/2014 es seguir potenciando las soluciones de saneamiento fuera del concurso, ampliando y optimizando la regulación de los acuerdos de refinanciación para favorecer el alivio de la carga financiera de empresas potencialmente viables desde un punto de vista operativo pero que se encuentran fuertemente apalancadas.

De este modo, esta norma ofrece a grandes y pequeños empresarios una amplia tipología de acuerdos de refinanciación —algunos ya existentes, pero mejorados— entre los que poder elegir, diferenciando entre acuerdos colectivos, acuerdos individuales con un acreedor concreto o, incluso, acuerdos cerrados con acreedores titulares de pasivos financieros que podrán ser homologados por el juez y llegar a extender sus efectos a los acreedores financieros que no se hayan adherido a los mismos o se muestren disidentes. Estos nuevos acuerdos, además, gozan de una serie de facilidades e incentivos para su adopción, como lo es la protección de los mismos en un eventual concurso posterior a efectos de las acciones de reintegración o la transitoria consideración como crédito contra

la masa de todo el dinero nuevo que se ponga.

Así, el empresario puede optar por un acuerdo de refinanciación colectivo —como los existentes hasta este momento—, esto es, un acuerdo adoptado por 3/5 del pasivo del deudor que responda a un plan de viabilidad que permita la continuidad de la actividad en el corto y medio plazo. Para que el mismo sea irrevocable en un eventual concurso posterior deberá emitirse certificación del auditor de haberse conseguido la mayoría indicada y documentarse en instrumento público, eliminándose el carácter preceptivo del informe del experto independiente, que ahora pasa a ser potestativo, aunque recomendable para poder contar con una prueba privilegiada anticipada del cumplimiento del requisito de irrevocabilidad consistente en la apoyatura del acuerdo en un plan de viabilidad de continuación de la actividad.

De otro lado, existe la posibilidad de cerrar un acuerdo de refinanciación con uno o varios acreedores pero sin necesidad de alcanzar ninguna mayoría de apoyo al mismo o que responda a un plan de viabilidad. Si este acuerdo cumple con todas las condiciones que se recogen en el artículo 71 bis.2 de la Ley Concursal —que implican una clara mejora de la posición patrimonial del deudor— también será irrevocable en un eventual concurso posterior.

En fin, el empresario puede optar por cerrar un acuerdo de refinanciación, que se apoye también en un plan de viabilidad, con sus acreedores titulares de pasivos financieros —que ya no solamente serán las entidades financieras— y que podrá ser homologado por el juez mercantil de acuerdo con la novedosa regulación que se contiene en la Disposición Adicional 4ª de la Ley Concursal. Dicha homologación, que podrá conseguirse si el acuerdo ha sido suscrito por el 51% de los pasivos financieros, supondrá igualmente que el mismo no pueda ser objeto de acciones de rescisión en un eventual concurso posterior. Además, los efectos de los acuerdos de refinanciación homologados podrán extenderse a aquellos acreedores financieros que habitualmente se negaban a firmar y frustraban los acuerdos, si se alcanzan las mayorías exigidas en la citada Disposición Adicional 4ª, que serán más cualificadas cuanto más gravoso sea para los acreedores el contenido del acuerdo de refinanciación. Los contenidos que pueden imponerse a los acreedores no participantes o disidentes ya no se limitan, pues, a los pactos de espera

que van desde esperas de menos de 5 años a esperas de hasta 10 años, quitas sin limitación de cuantía, cesión de bienes en pago de la deuda o pactos de conversión de deuda en capital u otros instrumentos financieros. La capitalización de créditos es fomentada en la reforma como medida idónea para el saneamiento financiero de las empresas operativamente viables, pudiendo llegar a tener consecuencias en sede de calificación para los administradores, e incluso para los socios, la negativa irrazonable a tales pactos de capitalización de créditos. Cabe añadir, por último, en relación con estos acuerdos de refinanciación homologados, que sus efectos son extensibles también a los acreedores con garantía real si se adoptan por unas determinadas mayorías de este tipo de acreedores, que en este caso se computan en función del valor que tengan las garantías reales.

Junto a esta nueva clasificación y requisitos de los acuerdos de refinanciación, el Real Decreto-Ley 4/2014 renueva también la regulación del llamado "preconcurso", que es la posibilidad que tiene el deudor de comunicar al juzgado de lo mercantil que ha iniciado negociaciones con sus acreedores para alcanzar un acuerdo de refinanciación o una propuesta anticipada de convenio. La comunicación de las negociaciones al juez supondrá no ya solo la inhibición de cualquier concurso necesario que pudiera querer plantear un acreedor sino también la suspensión de las ejecuciones judiciales sobre los bienes necesarios para la continuidad de la actividad empresarial del deudor durante el plazo que duran las ne-

gociaciones. Es más, si el 51% de los acreedores titulares de pasivos financieros se hubiera comprometido a no iniciar o continuar ejecuciones individuales en tanto se negocia, dicho compromiso vinculará a todos los acreedores de pasivos financieros, incluso aunque la ejecución individual no afecte a un bien necesario para la continuación de la actividad empresarial del deudor. Se trata de una muy importante reforma que venían demandando los operadores económicos, pues hasta el momento la paralización de acciones no estaba prevista sino cuando se produjera la declaración del concurso. Se dota así de una plataforma estable para que las negociaciones de acuerdos de refinanciación entre deudor y acreedores no se vean perturbadas por la precipitada ejecución judicial del patrimonio del deudor, lo que puede suponer una aceleración de la situación de insolvencia e impedir el anhelado acuerdo extramuros del procedimiento concursal.

En definitiva, es buen momento para las refinanciaciones. Los empresarios hoteleros que cuenten con un activo rentable desde el punto de vista operativo pero que atraviesen situaciones de excesivo apalancamiento de deuda sin duda pueden aprovechar las nuevas herramientas para el saneamiento financiero que ofrece el Real Decreto-Ley 4/2014. Además, en particular, este Real Decreto-Ley, según se recoge en su propia exposición de motivos, ha venido a facilitar una de las fórmulas más habituales en el sector para la financiación de los hoteles: la creación de estructuras de sociedades vehículos (SPV) pro-

pietarias del hotel y tenedoras del pasivo necesario para su financiación que permitan la eventual realización del mismo con conservación por parte del deudor de título suficiente, aunque sea meramente obligacional, para continuar su explotación. Así se ha establecido en la nueva redacción del artículo 56 de la Ley Concursal, por el que no se considerarán bienes necesarios para la continuación de la actividad empresarial del deudor, a efectos de la paralización de las ejecuciones de garantías reales, las acciones o participaciones de sociedades destinadas en exclusiva a la tenencia de un activo y del pasivo necesario para su financiación, siempre que la ejecución de la garantía constituida sobre las mismas no suponga causa de resolución o modificación de las relaciones contractuales a las que, estando sujeta la referida sociedad, permitan al deudor mantener la explotación del activo.

En cualquier caso, las novedades y reformas en el ámbito concursal y paraconcursal no han terminado. En la actualidad, el Real Decreto-Ley 4/2014 se está tramitando en el Parlamento como Proyecto de Ley y es de esperar que se introduzcan ajustes y mejoras en el sistema y que se trasladen también algunas de las beneficiosas previsiones aplicables a los acuerdos de refinanciación al convenio celebrado en sede del concurso. Ahora bien, pese a este nuevo e inminente cambio regulatorio, el empresario no debe desaprovechar las actuales medidas que el legislador ha puesto ya a su disposición para lograr acuerdos de refinanciación que impidan el concurso de acreedores.



Es buena época para que los empresarios hoteleros aprovechen las herramientas legales de refinanciación.

El economista Gay de Liébana intervendrá en el Congreso de Hoteleros Españoles

Se debatirá sobre el futuro de la industria hotelera

Directores generales y consejeros delegados de los grupos turísticos NH, Globalia, Meliá, Iberostar y Hotusa debatirán sobre

el futuro de la industria hotelera en España. CEHAT y Ashotel continúan la ronda de presentaciones de esta cita congresual

con un almuerzo celebrado en el sur de Tenerife al que asistió un centenar de empresarios turísticos.

El economista José María Gay de Liébana será uno de los platos fuertes del Congreso de Hoteleros Españoles que congregará a más de 400 empresarios del sector en Santa Cruz de Tenerife los próximos 22 a 24 de octubre.

Doctor en Economía y Derecho, Gay de Liébana ejerce como profesor titular de Economía Financiera y Contabilidad en la Universidad de Barcelona y es habitual contertulio en diversos programas de radio y televisión. Su particular visión sobre la economía y su advertencia, ya desde 2007, sobre el excesivo endeudamiento y déficit español lo han llevado a que en los círculos mediáticos se le conozca como 'el economista indignado'.

Su participación en el Congreso de Hoteleros Españoles fue una de las confirmaciones del programa que intercambiaron en las oficinas de Ashotel el presidente y el secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), Juan Molas y Ramón Estalella, respectivamente, así como el presidente y el gerente de Ashotel, Jorge Marichal y Juan Pablo González, respectivamente, junto al resto del equipo técnico de la patronal tinerfeña.

El Congreso de Hoteleros Españoles es una apuesta firme de Ashotel y de la CEHAT para impulsar la estrategia de la capital tinerfeña como ciudad de congresos y su marca Meeting in Santa Cruz, al tiempo que trata de mantener el foro bienal de intercambio de conocimientos y últimas tendencias del sector.

Otra de las intervenciones confirmadas es la del experto en marcas Andy Stalman, que ha titulado su ponencia 'El personal del hotel, primer estandarte para una marca'. Stalman ya estuvo en el sur de Tenerife el pasado mes de mayo en el foro Futurismo Canaria, donde cautivó la atención de los asistentes.

Más contenidos

Las sesiones técnicas de esta cita comenzarán el jueves, 23 de octubre, con una mesa redonda sobre el futuro de la industria hotelera en España, en la que intervendrán algunos directores generales y consejeros delegados de las principales empresas turísticas del país. Así, participarán Federico González Tejera (consejero delegado de NH Hotel Group), Juan José Hidalgo (presidente de Globalia), Gabriel

Escarrer (consejero delegado de Meliá Hotels) y Amancio López (presidente de Hotusa).

Otra de las mesas redondas programadas versará sobre la colaboración público-privada en la promoción de un destino, con los casos de éxito de Barcelona o París. Para ello, participarán Pere Durán, ex director general de Turismo de Barcelona; Paul Roll, ex director general de la Oficina de Turismo de París; Pilar Parejo, presidenta de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife; y Miguel Mirones, presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

El Congreso de Hoteleros Españoles cuenta con el respaldo institucional del Gobierno de Canarias, el Cabildo de Tenerife y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

Almuerzo empresarial

Por otra parte, aprovechando su presencia en Tenerife, Juan Molas, Ramón Estalella y Jorge Marichal compartieron ayer en el sur de Tenerife un almuerzo con más de un centenar de empresarios de diversas organizaciones para continuar con la difusión del

Congreso Hotelero y compartir otros asuntos de actualidad.

Entre los colectivos asistentes estuvieron el Foro de Amigos del Sur de Tenerife, presidido por José Fernando Cabrera; el Círculo de Empresarios del Sur

(CES), miembros del Club de Directores de Hoteles del Sur de Tenerife o del Rottary Club, entre otros. También acudió el viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, Ricardo Fernández de la Puente.



Juan Molas y Jorge Marichal tras la reunión celebrada en Santa Cruz de Tenerife.

Entregan las banderas Q de Calidad Turística a 196 playas y 17 instalaciones náutico-deportivas

Andalucía y Valencia son las comunidades que tienen más certificaciones

El ministro José Manuel Soria y el presidente del ICTE, Miguel Mirones, entregaron las banderas Q de Calidad Turística a 196 pla-

yas y 17 instalaciones náutico-deportivas. Como ya ocurriera en 2013, Andalucía se consolida como la Comunidad Autónoma con más playas

certificadas, sumando 65 arenales reconocidos con la 'Q', le sigue la Comunidad Valenciana, que cuenta con 45 certificaciones.

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) celebra desde hace siete años la entrega de banderas Q a Playas e Instalaciones Náutico-deportivas que están certificadas para reconocerles públicamente el esfuerzo en la obtención de la marca. En esta ocasión, y como ha sucedido en años anteriores, es el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, quien ha entregado personalmente las banderas con la Q de Calidad Turística.

"Esta entrega de banderas Q pone de manifiesto la apuesta clara por la calidad en el sector turístico", ha comenzado Soria, "muy especialmente en playas e instalaciones náutico-deportivas, que contribuyen notablemente en el liderazgo de España en el turismo mundial", ha continuado el ministro.

El acto ha estado también presidido por el presidente del Instituto para la Calidad Turística Española, Miguel Mirones, y la

secretaría de Estado de Turismo, Isabel Borrego.

"En el mundo digital, una marca es lo que hace y no lo que dice", ha comenzado Mirones para explicar a continuación las diversas acciones que ha puesto en marcha el ICTE para promocionar la Q y aumentar su valor como marca de referencia internacional. "La evolución espectacular en el aumento del número de playas e instalaciones náutico deportivas certificadas acredita el esfuerzo y compromiso de muchos ayuntamientos con la calidad", ha indicado Mirones.

En esta edición han sido 196 las playas certificadas con la "Q" de Calidad Turística, que se corresponden con 96 Ayuntamientos y Administraciones públicas localizadas en 11 Comunidades y Ciudades Autónomas, lo que supone un incremento del 12,64% con respecto al año 2013.

"Desde el ICTE queremos que la

gente que llegue a las playas y vea la Q sepan ese esfuerzo que hay detrás y reconozcan la marca y la valoren", ha continuado el presidente del Instituto, Miguel Mirones, tras invitar a los representantes de los ayuntamientos presentes en el acto a participar en la nueva campaña de promoción de la Q 'Experiencias que dejan marQa'.

En cuanto a Instalaciones Náutico-Deportivas certificadas, siguen aumentando visiblemente y este año ya han sido 17 las entidades reconocidas.

Miguel Mirones ha anunciado también el lanzamiento de dos nuevas normas, que estarán listas en los próximos meses: la de turismo de Salud y la de Destino de Calidad Integral, orientada a municipios con un gran compromiso con la marca Q. Asimismo, el también presidente de Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha querido incidir en el importante

papel del ICTE en este organismo, que preside desde 2013. "Más allá del reconocimiento personal, esta elección es un reconocimiento a todos los que apoyan la Q en defensa de la calidad", ha defendido. "La Q es ya uno de los principales activos del turismo español y modelo a seguir en todo el mundo" ha terminado Mirones.

Cifras regionales

Como ya ocurriera en 2013, Andalucía se consolida como la Comunidad Autónoma con más playas certificadas, sumando 65 arenales reconocidos con la "Q" y le sigue la Comunidad Valenciana, que cuenta con 45 certificaciones.

Sin embargo, la novedad este año ha sido el llamativo aumento en el número de certificaciones de las playas de Baleares, que ha pasado de 5 a 15 en un año, y en Cantabria, que ha sumado seis a la lista de 2013, llegando a lucir la Q en 11 de sus playas. En el

apartado de Instalaciones Náutico-Deportivas, cabe resaltar el liderazgo indiscutible de la Galicia, que atesora más de la mitad de las certificaciones -10 de un total de 17-.

La importancia de la Q

Las playas con Q de Calidad son playas con servicios al usuario organizados bajo un paraguas de gestión, que el ayuntamiento responsable adquiere para mejorar cada día. Esto significa que hay muchísima gente trabajando para que la playa esté limpia por la mañana, las papeleras de reciclaje estén vacías, las banderas con sus diferentes colores regulados estén ondeando en sus mástiles, que en lo alto de las torres de vigilancia haya personal formado profesionalmente para cualquier tipo de incidencia, que en el agua haya boyas de señalización que limita la zona de baño y un largo etcétera.

La Sentencia Coca-Cola o la aplicación de la teoría del fraude de los grupos de empresas laborales

La Audiencia Nacional aprecia tres causas de nulidad en el despido colectivo de Coca-Cola

La Sala de lo Social de la Audiencia Nacional, en sentencia de 12 de junio de 2014, determina que el embotellador único Coca-Cola Iberian Partners, S.A., sociedad resul-

tante del proceso de fusión de las distintas embotelladoras del producto en España, no era el legitimado activamente para llevar a cabo la negociación del despido colectivo,

pese a admitir que se trataba de un grupo de empresas desde el punto de vista laboral. El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza en profundidad este asunto.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

De las tres causas de nulidad apreciadas por la Audiencia Nacional en el despido colectivo iniciado por la licenciataria en España de la marca Coca-Cola, centraremos nuestra atención en la capacidad del grupo de empresas laboral para entablar la negociación prevista en el artículo 51 del Estatuto de los Trabajadores, en materia de despido colectivo, en detrimento de las empresas realmente empleadoras de los trabajadores afectados.

A los efectos de una mejor comprensión, deben señalarse los antecedentes que propician la constitución de la empresa que insta el despido colectivo, Coca-Cola Iberian Partners, S.A. (en adelante, CCIP).

En marzo de 2012 los distintos embotelladores del país decidieron integrarse en una sociedad de nueva creación, CCIP, para llevar de manera única y exclusiva la fabricación, embotellado, distribución y comercialización de los productos de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company en España, Portugal y Andorra (el llamado "embotellador ibérico"), coincidiendo tal proceso con idéntica reestructuración de las distribuidoras en Alemania, Francia, Bélgica, Italia, Grecia y Portugal. CCIP, constituida en octubre de 2012, fue la beneficiaria de la licencia otorgada por Coca-Cola Atlanta hasta 2023, prorrogable por diez años más. Comunicada la operación a la Comisión Nacional de la Competencia, ésta aprobó la operación mediante resolución de 15 de febrero de 2013.

Durante el año 2013 se puso en marcha el proceso de integración de estructuras corporativas, reorganizando diversas áreas funcionales de dirección, gestión y administración para coordinar las previamente existentes en las diferentes embotelladoras, a fin de integrarlas en una única (sistema informático, departamento financiero, contable y fiscal, compras, recursos humanos, comercial, servicio al cliente, cadena de suministro, legal, etc.). Se estableció un sistema de "cash

pooling" o gestión centralizada de tesorería entre empresas del grupo, se aprobaron criterios unificados en materias de recursos humanos y contratación de servicios externos, y se unificó la imagen corporativa y el sitio web de la empresa. No obstante, los empleados de estos departamentos, aunque prestaran servicios para el grupo, siguieron contratados por las distintas empresas integrantes de CCIP, no por esta última (que mantenía de alta únicamente a tres empleados).

El conflicto surge al ponerse en marcha el proceso de integración de la estructura industrial, repartido por toda la geografía nacional, pretendiendo CCIP suprimir centros de trabajo o adelgazar algunos de los existentes. En tal sentido, el grupo CCIP inició un procedimiento de despido colectivo, movilidad geográfica y de modificación sustancial de las condiciones de trabajo, por causas organizativas y productivas, teniendo como interlocutores a los representantes legales de los trabajadores y delegados sindicales de las distintas empresas integrantes del grupo. El mismo culminó sin acuerdo, adoptando la empresa la decisión de despedir a 1.190 trabajadores.

Impugnado el despido colectivo por los sindicatos UGT, CCOO y CSIF, el punto central de la controversia, y el que ahora nos ocupa, es si CCIP constituía o no un verdadero grupo de empresas, y si además lo era a efectos laborales. Así, frente a la postura empresarial de defensa del derecho a negociar el despido colectivo como tal grupo de empresas, los sindicatos mantuvieron la postura contraria, considerando que la negociación debía llevarse a cabo separadamente por cada una de las empresas empleadoras de los trabajadores.

Pues bien, la sentencia de la Audiencia Nacional, menciona la existencia de dos teorías contrapuestas que analizan el grupo de empresas a efectos laborales, las que podrían denominarse como "teoría de la cotitularidad" y la "teoría del fraude". La primera se sustentaría en la adscripción del trabajador a la unidad productiva, antes que a una concreta persona, física o jurídica, y que explicaría el mantenimiento de las relaciones laborales en supuestos de transmisión de unidades productivas (artículo 44 del Estatuto de los Trabajadores), unidades que puede ser propiedad de uno o de varios sujetos. Según esta teoría se trataría de una figura lícita, una posibilidad organizativa más a disposición de los actores del

mercado como forma de organización de la producción.

Por el contrario, la teoría del fraude se sustenta en que el prestamismo de plantilla entre empresas del grupo es ilícito, y que es precisamente esta nota la que determina la existencia de grupo laboral, siendo esta consideración la sanción de una ilicitud y no una forma normalizada de cooperación interempresarial. La consecuencia de la "teoría del fraude" es que el grupo de empresas laboral es una figura ilícita, un modo de ocultación de la realidad producido irre-

tes se ajusten al valor razonable; c) gestión centralizada por CCIP de las compras y las ventas, siendo que dicha entidad no tiene medios de producción propios, sino que estos serían titularidad de las anteriores embotelladoras; d) ausencia de dirección propia de las empresas integrantes del grupo, en beneficio de la dirección unitaria de CCIP.

La Audiencia Nacional concluye que, aunque se esté ante un grupo de empresas laboral, por la teoría del fraude esta no estaría legitimada activamente

nadie sea atendido cuando alegue en su beneficio su propio incumplimiento).

Admite la sala que el Tribunal Supremo ha admitido en ocasiones la legitimación activa del grupo de empresas laboral para negociar despidos colectivos, cuando existieran sentencias firmes que declararan previamente la existencia de grupo de empresas laboral, o que los representantes de los trabajadores así lo hubieran aceptado, lo que no se da en el presente supuesto, en que los tres sindicatos accionantes se opusieron durante todo el periodo consultivo a que la negociación la encabezara el grupo CCIP.

Resalta la Sentencia que en caso analizado la existencia de grupo se reveló como tal a los trabajadores precisamente para iniciar el despido colectivo, y no con anterioridad, y que en realidad estaríamos ante un supuesto de concentración empresarial en la que no se habrían seguido los trámites del artículo 44 del Estatuto de los Trabajadores, ni cumplido con las obligaciones en materia de información a los representantes legales de los trabajadores que dichos supuestos de transmisión empresarial prevén, incumplimiento que se habría proyectado sobre el periodo de consultas del despido colectivo, concurriendo por tal motivo causa de nulidad del despido colectivo.

«Impugnado el despido colectivo por los sindicatos, el punto central de la controversia es si CCIP constituía o no un verdadero grupo de empresas, y si además lo era a efectos laborales»

gularmente por las empresas.

Señala la sentencia comentada que, en efecto, el grupo CCIP es un grupo de empresas laboral, al concurrir las siguientes circunstancias: a) prestamismo laboral de un grupo relevante de trabajadores que trabaja para todo el grupo y sin embargo está de adscrito a una empresa concreta de las integrantes del grupo; b) sistema de "cash pooling", sin justificar que la retribución y cos-

para participar en la negociación del despido colectivo, porque es una figura ilícita y su existencia deriva precisamente de una serie de incumplimientos de la legalidad laboral y contable por parte de la empresa, por lo que no puede resultar beneficiada de su propio incumplimiento, acudiendo en tal sentido al viejo Principio del Derecho según el cual "nemo audiatur propriam turpitudinem allegans" (o que



La Audiencia aprecia tres causas de nulidad en el despido colectivo de Coca-Cola, obligando a readmitir a los afectados.

¡HOLA, HOTELES!

¿VAIS A RECIBIR MUCHOS VISITANTES ESTE VERANO?

-¡OFRÉCELES UN SERVICIO DE INTERNET MÓVIL ESENCIAL PARA LOS TURISTAS!

-ACCESO A INTERNET 24 HORAS PARA TUS CLIENTES QUE PUEDEN USAR EN CUALQUIER LUGAR DE SUS VACACIONES

-¡UN GRAN VALOR AÑADIDO PARA TÍ!



POCKET WI-FI

ALQUILA UN ACCESO A INTERNET MÓVIL
PENSADO PARA TURISTAS EN ESPAÑA

ALQUILAR UN ACCESO LOCAL A INTERNET MÓVIL ES UN SERVICIO ADICIONAL PARA HOTELES. ES FÁCIL, RÁPIDO, ASEQUIBLE Y MUY POPULAR ENTRE LOS CLIENTES; SE AHORRARÁN HASTA UN 95% DE LO QUE LES COSTARÍA EL SERVICIO DE ROAMING.

¡ADEMÁS ES UNA FUENTE ADICIONAL DE INGRESOS PARA TÍ!



Visítanos en www.rentaninternetaccess.com para más información
o envíanos un e-mail a info@rentaninternetaccess.com
o llámanos al 693 770 752 / Rodrigo Martínez

SERVICIO PRESTADO POR **MÁSMÓV!L**

Hasta que el euro nos separe

Menos de la mitad de los ciudadanos europeos ejerció su derecho de voto en las últimas elecciones europeas

El director de Asuntos europeos de CEHAT, Didac García, analiza los motivos de la baja participación en las últimas elecciones europeas y el dibujo final de una Eurocámara cuyas decisiones en los próximos años

afectarán directamente a la normativa que deberá aplicar la hostelería española (clasificación, distribución hotelera, legislación alimentaria, viajes combinados, protección al consumidor...). Asimismo, se

hace eco del gran triunfo que supone para el sector que el ICANN haya concedido el Top dominio específico para la hostelería ".hotel" a la compañía Dothotel, con sede en Luxemburgo.



DIDAC GARCÍA CARRETÉ

DIRECTOR ASUNTOS EUROPEOS CEHAT

Me permitirán que ante el fracaso de participación en las últimas elecciones europeas (menos del 50% es un fracaso en toda regla y exactamente fue del 43,09% en el conjunto de la Unión Europea y el 45,9% en España) empiece el artículo haciéndome una pregunta a la que no hallo ninguna respuesta convincente ¿Por qué ciudadanos, prensa y opinión pública desestiman la actividad europea a favor de la nacional cuando la mayoría de las decisiones se toman en Europa?

Muchos esgriman que Europa todavía se percibe lejana y que toda-

la decisión del Gobierno de limitar las comisiones bancarias por compras con tarjetas de crédito al 0,3% o al 0,2% para las de débito, se debió a que en breve entrará en vigor el Reglamento Europeo que les obligaría a ello? Y para que tengan una información más completa sobre este asunto, aunque no lo vean publicado por ningún lado, sepan que el trabajo de años de HOTREC, la patronal europea de los hoteles, restaurantes y cafeterías, en colaboración con EUROCOMMERCE, la patronal europea de los comercios, ha sido fundamental para que esta buena noticia sea en breve una realidad.

Pero no todos los males los tiene la prensa. Los actuales dirigentes europeos tampoco ayudan. Seré muy claro. Es fundamental que el luxemburgués Jean-Claude Juncker, candidato del Partido Popular Europeo para presidir la Comisión Europea, sea finalmente el nuevo Presidente del Ejecutivo comunitario. No se entendería de ninguna manera que los líderes de los países miembros vetaran al líder de la lista ganadora a las elecciones del Parlamento Europeo, por mucha animadversión que el señor Cameron sienta por el ex primer ministro



43 de los 54 eurodiputados que España envía a la Eurocámara se integrarán en grupos favorables al proyecto europeo.

des partidos (populares PPE y socialistas S&D) hayan resistido la investida a nivel europeo y una gran coalición de los partidos europeístas, a los que cabría sumar las colaboraciones de los liberales (ALDE) y el grupo Verdes/ALE, permitirá seguir avanzando hacia una mayor integración europea.

El reglamento del Parlamento Europeo contempla que los grupos políticos deben estar compuestos por un mínimo de 25 eurodiputados de al menos siete Estados diferentes. De ahí que la extrema derecha europea mas xenófoba representada por Marie Le Pen en Francia y Geert Wilders en Holanda, no haya sido capaz de constituirse en grupo. Los grupos políticos desempeñan una función importante para establecer los órdenes del día del Parlamento Europeo, para elegir al Presidente y a los Vicepresidentes, la dirección de las comisiones parlamentarias y las ponencias, y el reparto de los turnos para intervenir en los debates.

Es importante saber que, a día de hoy, sólo siete grupos políticos cumplen los criterios para empezar a trabajar como tales a partir del pleno que el Parlamento Europeo celebrará la semana que viene en Estrasburgo, sesión en la que los eurodiputados elegirán los principales cargos de la Eurocámara. Ya se sabe que Martin Shultz, socialista alemán, seguirá siendo presidente del Parlamento Europeo por 2 años más y le relevará un eurodiputado popular (cuyo nombre todavía no ha trascendido) para la segunda mitad de la legislatura. La fotografía (que nunca es fija) a día de hoy del Parlamento es la formado por el Grupo del Partido Popular Europeo, Demócrata-Cristianos (PPE) con 221 eurodiputados, el Grupo de la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo (S&D) con 191 eurodiputados, los Conservadores y Reformistas Europeos (ERC) con 70 eurodiputados, la Alianza de los De-

mócratas y Liberales por Europa (ADLE) con 67 eurodiputados, la Izquierda Unitaria Europea/Izquierda Verde Nórdica (GUE/NGL) con 52 eurodiputados, los Verdes / Alianza Libre Europea (Verdes/ALE) con 50 eurodiputados y finalmente la Europa de la Libertad y de la Democracia Directa (EFDD) con 48 eurodiputados, quedando 41 eurodiputados no inscritos a

siva en leyes que nos afectarán de forma directa durante los próximos 5 años. Si llegase el día que las fuerzas euroescépticas o abiertamente anti unión europea fuesen mayoría en la Eurocámara y se instase a volver a levantar fronteras y acabar con la moneda única, la Unión Europea juntamente con la paz y la prosperidad económica que nos ha proporcionado, esta-

«Quizás ese mensaje vacío que Europa es importante pero sin saber bien el porqué se debe en buena parte a un silencio informativo que yo ya sospecho que no es ninguna casualidad»

vía falta mucha información sobre la importancia de las decisiones que allí se toman. Lo siento, pero este argumento ya no lo compro en su totalidad. Si bien es cierto que la prensa nacional no le da la importancia ni la cobertura que se merecerían las actividades y decisiones de las instituciones comunitarias... Estamos en el 2014 y los mensajes de la im-

luxemburgués. Si el próximo presidente de la Comisión Europea no es Juncker, la mayor burla a la democracia europea la habrán consumido los primeros ministros de los estados miembros. Las dudas de la canciller Merkel al respecto ofendieron a más de uno que debió pensar que mejor se estaba en la playa que yendo a votar algo estéril.

«Si el próximo presidente de la Comisión Europea no es Juncker, la mayor burla a la democracia europea la habrán consumido los primeros ministros de los estados miembros»

portancia de Europa, aunque no sepan argumentarla, están de moda y se escuchan en las tertulias de los programas más diversos. Quizás ese mensaje vacío que Europa es importante pero sin saber bien el porqué se debe en buena parte a un silencio informativo que yo ya sospecho que no es ninguna casualidad. ¿En cuantos periódicos leyeron Ustedes que

Si bien la baja participación la encuentro más que preocupante, no puedo disimular mi alivio con los resultados de la Eurocámara, donde a pesar de confirmarse el crecimiento de partidos euroescépticos y populistas de extrema derecha y extrema izquierda, el avance de los citados partidos no ha imposibilitado que los dos gran-

«El avance de los partidos euroescépticos y populistas de extrema derecha y extrema izquierda no ha imposibilitado una mayoría de partidos europeístas que garantizan la estabilidad de la institución»

ningún grupo político.

Y asumiendo el riesgo de marearles con tanto dato, les apunto que los 54 eurodiputados españoles se distribuyen de la siguiente forma: 17 eurodiputados al PPE (16 PP y 1 UDC), 14 eurodiputados al S&D (14 PSOE), 8 eurodiputados al ALDE (4UPyD, 2C's, 1CDC, 1PNV) 4 eurodiputados a Verdes/ALE (2ERC,

rían sentenciadas de muerte...

Con toda la prudencia del mundo hasta que no sea una decisión firme (ahora se abre el periodo de apelación), no quiero dejar de darles la excelente noticia que el ICANN, el organismo encargado de asignar los dominios genéricos de internet a nivel mundial, ha concedido el Top dominio específico para la hostele-

«La hostelería de todo el mundo celebra la decisión del ICANN de conceder a la compañía Dothotel el Top dominio específico ".hotel", de gran importancia para la distribución hotelera digital del futuro»

1LPD y 1 Primavera Europea) todos ellos grupos europeístas y 11 eurodiputados a la Izquierda Unitaria Europea GUE/NGL (6 Izquierda Plural y 5 Podemos). Es importante que España, a excepción de los 11 diputados que suman Izquierda Plural y Podemos, cuente con 43 diputados en grupos políticos que participarán de forma deci-

ría ".hotel" a la compañía Dothotel, con sede en Luxemburgo, que contaba con el apoyo unánime de toda la hostelería mundial. HOTREC, CEHAT y el Gremi d'Hotels de Barcelona enviaron cartas de apoyo a la candidatura de Dothotel, contribuyendo a esta gran victoria de la hostelería en la distribución hotelera digital del futuro.

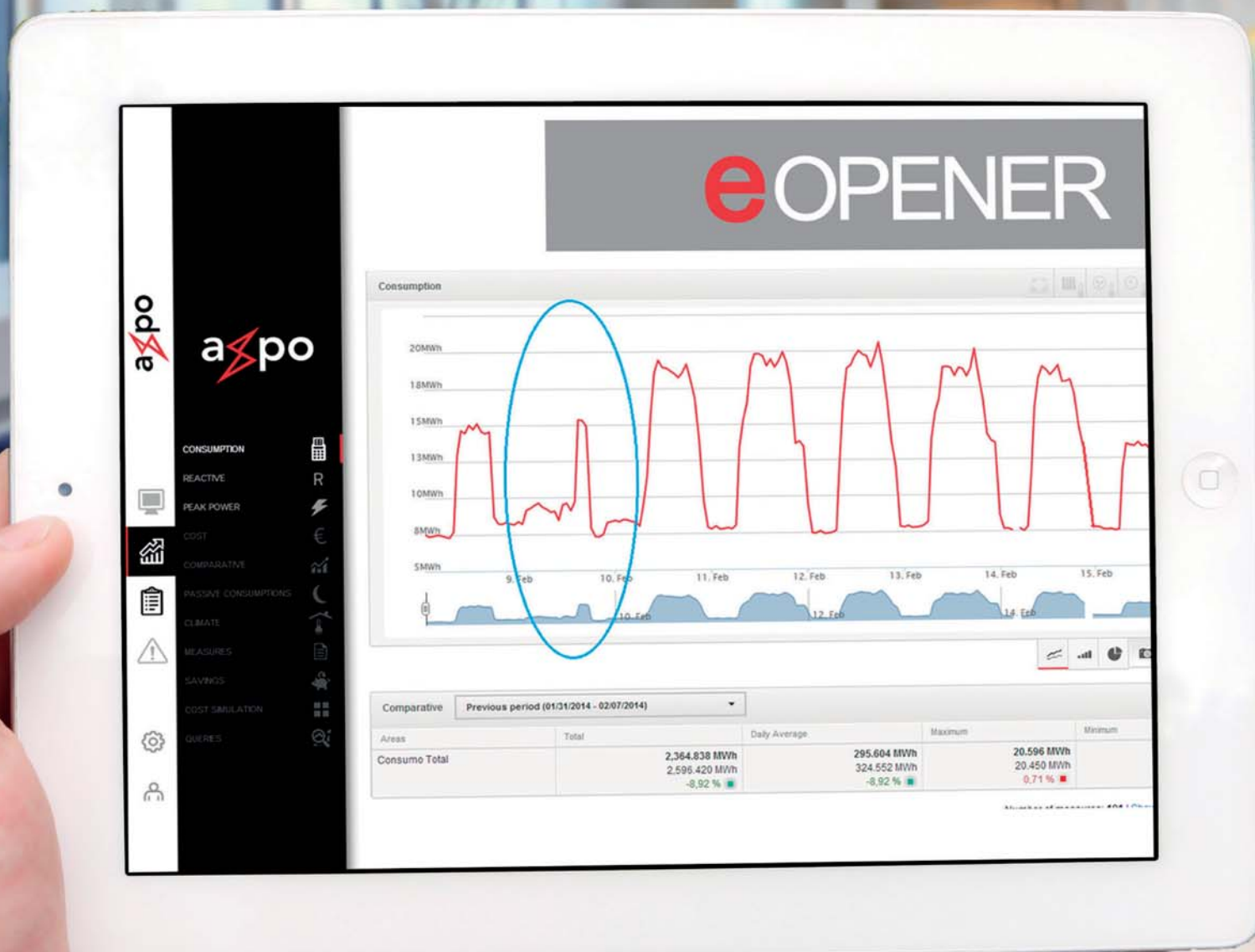


eOPENER

Controla tu energía

La herramienta de monitorización de consumos eOPENER ha sido desarrollada por Axpo para ofrecer a sus clientes una solución de eficiencia energética que les permita controlar su energía y optimizar su factura eléctrica. Controlar todos los consumos de energía (electricidad, agua, fuel, gas, climatización...) en un único punto y desde cualquier lugar es posible.

Muchas empresas confían ya en Axpo como empresa comercializadora comprometida con el medio ambiente y la eficiencia energética. Comercializamos energía verde y ofrecemos productos innovadores que permiten grandes ahorros en la factura eléctrica. Llámanos.



Consideraciones sobre la amortización de los hoteles en el Impuesto sobre Sociedades

El plazo finalizará el próximo 25 de julio

El plazo para la presentación del Impuesto sobre Sociedades finaliza el próximo 25 de julio y desde este foro especializado en la

industria hotelera, el responsable del área fiscal de Turismo & Law, David Pérez Sotoca, muestra una serie de elementos que de-

bemos tener en cuenta a la hora de autoliquidar el citado impuesto que va a permitir una reducción de la base imponible.



DAVID PÉREZ SOTOCA

RESPONSABLE DEL ÁREA FISCAL
DE TOURISM & LAW

Como es sabido, la base imponible del Impuesto sobre Sociedades se calcula corrigiendo, mediante la aplicación de los preceptos establecidos en la Ley del impuesto, el resultado contable de acuerdo con las normas previstas en el Código de Comercio, las normas contables y demás disposiciones contables, según el Art. 10 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

Una de las principales correcciones al resultado contable, que tendrá la consideración de gastos fiscalmente deducibles, son las amortizaciones del inmovilizado material que se encuentra recogido dentro de los elementos del activo en el balance de las sociedades. Dichas amortizaciones están condicionadas a que resulten efectivas y se hallen contabilizadas para que resulten deducibles.

En general, según la normativa tributaria, la amortización para que resulte fiscalmente deducible ha de responder a la depreciación efectiva sufrida por los elementos del inmovilizado, tanto material como inmaterial, la cual se puede deber a su funcionamiento, uso, disfrute u obsolescencia.

El requisito de inscripción contable deriva de la propia naturaleza de la amortización, es decir, es la expresión contable del proceso de depreciación del bien, la cual deberá imputarse en la cuenta de pérdidas y ganancias en el ejercicio en el que se produzca la depreciación efectiva.

A grandes rasgos, según el artículo 1 del reglamento del impuesto, la amortización se deberá realizar elemento por elemento durante su vida útil, que es el tiempo durante el cual será utilizado el elemento sometido a depreciación. Además, el inicio de la misma deberá tener lugar, para los elementos patrimoniales del inmovilizado material e inversiones inmobiliarias, desde su puesta en condiciones de funcionamiento y la base para el cálculo de la amortización, con carácter general, será el precio de adquisición o

coste de producción del inmovilizado excluido su valor residual, que es el importe que se espera recuperar por la venta del elemento del inmovilizado material una vez fuera de servicio.

La Ley recoge en el artículo 11 diferentes métodos para calcular la depreciación de los elementos del inmovilizado, siendo el principal método utilizado el que se realiza según tablas oficialmente aprobadas por la Administración, las cuales recogen los coeficientes máximos y los periodos máximos de amortización de las diversas categorías, hasta 10, de elementos del inmovilizado correspondientes a las distintas actividades empresariales.

Dichas tablas recogen tanto la amortización mínima como la máxima que se debe aplicar para calcular la depreciación efectiva del inmovilizado en cuestión. Sin embargo, también establece varios supuestos en los que esos porcentajes pueden verse modificados, entre los que nos interesan están:

-Los elementos utilizados en más de un turno de trabajo.

-Los elementos adquiridos usados.

Las tablas oficialmente aprobadas están calculadas sobre la base de un uso normal, esto es, durante un turno de trabajo, por tanto, en el primer caso, el artículo 2.3 del reglamento permite aplicar una fór-

mula para aumentar el coeficiente máximo de amortización.

Si hablamos de la amortización de un bien adquirido usado, tendrán esta consideración los inmuebles con una antigüedad superior a 10 años, la amortización máxima fiscalmente deducible se cifra en el duplo de la cantidad resultante de aplicar el coeficiente máximo de tablas correspondiente al valor de adquisición del elemento usado.

Pues bien, habiendo ya fijado las pautas del principal método de amortización utilizado para calcular la depreciación o deterioro de los elementos del inmovilizado material, pasamos a ver qué consideraciones especiales, indicadas por la Dirección General de Tributos, se deben tener en cuenta cuando nos enfrentamos a calcular la amortización anual de un hotel.

La depreciación efectiva de los activos fijos de los hoteles se viene calculando a través de la aplicación de coeficientes de amortización de las tablas que recoge el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades. En concreto, y a efectos de aplicar el coeficiente de amortización correspondiente al edificio del hotel, la dirección General de Tributos entiende que éste tiene el carácter de edificio industrial y debe ser considerado como tal, en virtud del artículo 11 de la Ley

del impuesto, las reglas primera y segunda del reglamento de desarrollo y el artículo 3 i) de la Ley 21/1992 de Industria.

Así, se considera que el hotel es el elemento indispensable para desarrollar y poner en funcionamiento la cadena productiva propia de la actividad de la industria hotelera, configurándose como un activo en funcionamiento, formado por múltiples elementos que actúan e interactúan en diversos tiempos y modos y que envuelve y controla el resto de la maquinaria e instalaciones necesarias para el conjunto de procesos que en ellos se desarrollan. Es decir, el edificio del hotel forma parte del propio proceso de "fabricación" y está integrado en toda la actuación de la explotación que conforma la industria hotelera.

En consecuencia, resulta posible considerar aplicable a la amortización del edificio hotelero los coeficientes establecidos en las tablas de amortización oficialmente aprobadas a efectos del Impuesto sobre Sociedades para los edificios industriales, con un coeficiente lineal máximo del 3% y un periodo máximo de 68 años, en vez de un coeficiente del 2% y un periodo máximo de 100 años para los inmuebles e inversiones inmobiliarias.

Por otra parte los otros elementos de decoración que contienen los hoteles, como el mobiliario de

las habitaciones, salones, salas, comedores, despachos y otras dependencias, al ser partes separables por naturaleza, presentan una vida útil diferente y, por lo tanto, deberán contabilizarse por separado y amortizar cada una de ellas de forma individualizada, atendiendo a su vida útil, según lo dispuesto en la agrupación 62 de las tablas de amortización oficialmente aprobadas.

Asimismo, dentro de los elementos comunes se diferencian las instalaciones eléctricas, el tratamiento de fluidos, de telecomunicaciones, de seguridad, detección y extinción de incendios, entre otros, también se deberán amortizar de forma separada con coeficientes y periodos máximos de amortización diferentes para cada uno de los citados elementos contenidos en las tablas de amortización.

Por tanto, la Dirección General de Tributos permite una amortización máxima de los hoteles un tercio superior a la establecida para el resto de inmuebles, y aplicar las normas de amortización para elementos utilizados en más de un turno de trabajo adquiridos usados, lo que permitirá, a la hora de liquidar el Impuesto sobre sociedades, imputar un mayor gasto fiscalmente deducible que reducirá la base imponible y por ende, la cuota resultante a pagar del impuesto.



La Ley recoge en el artículo 11 diferentes métodos para calcular la depreciación de los elementos del inmovilizado.

Nuevo pasaporte europeo de competencias

Facilitará la contratación en el sector de la hostelería

El nuevo pasaporte europeo de competencias está ya en marcha. Su principal objetivo es facilitar la comunicación entre el solicitante de empleo y la empresa en el

sector de la hostelería. Permitirá a ambos facilitar la barrera del idioma, y facilitar la contratación de los trabajadores en el sector de la hostelería.

La Comisión Europea ha puesto en marcha el Pasaporte Europeo de Competencias en la Hostelería, una herramienta destinada a facilitar el contacto entre los solicitantes de empleo y los empleadores en los sectores de la hostelería y el turismo en Europa. El Pasaporte de Competencias permite a los trabajadores y a los empleadores superar las barreras lingüísticas y comparar las competencias de los trabajadores de la hostelería, con el fin de facilitar la contratación en el sector. Integrado en el Portal Europeo de Movilidad Profesional EURES, el Pasaporte de Competencias está disponible en todas las lenguas oficiales de la UE y está previsto que se extienda a otros sectores en el futuro.

László Andor, Comisario de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la UE, ha declarado: "El Pasaporte Europeo de Competencias en la Hostelería constituye una importante herramienta práctica para fomentar la movilidad de los trabajadores europeos, en particular los jóvenes, en un sector que presenta un elevado potencial de crecimiento. Esta iniciativa es también un buen ejemplo del resultado del diálogo social entre las organizaciones patronales y sindicales a escala europea, y esperamos que esta cooperación se extienda a otros sectores del mercado laboral".

El Pasaporte de Competencias es una iniciativa de la Co-

misión en asociación con las organizaciones de empresarios y trabajadores en el sector de la hostelería, a saber, HOTREC, organización que agrupa a hoteles, restaurantes, cafeterías y establecimientos similares en Europa, y EFFAT, Federación Europea de Sindicatos en los Sectores de la Alimentación.

La Agricultura y el Turismo.

En el Pasaporte de Competencias, los trabajadores pueden registrar todas las aptitudes y competencias adquiridas durante su educación, formación y experiencia laboral práctica en un formato fácilmente accesible. El Pasaporte es el complemento de un currículum vitae tradicional y permite a los empleadores superar rápidamente las barreras lingüísticas a fin de encontrar la mano de obra cualificada que necesitan para cubrir sus ofertas de empleo. Por lo tanto, facilita una mejor correspondencia entre la oferta y la demanda en el mercado laboral del sector de la hostelería.

El Pasaporte Europeo de Capacidades en la Hostelería es el primero de una serie de pasaportes destinados a los sectores de alta movilidad de la economía europea. La Comisión está comprometida con el apoyo a la movilidad en el mercado laboral europeo como una manera de mejorar el empleo, y seguirá trabajando con sus socios para extender el Pasaporte Europeo de Capacidades a

otros sectores de alta movilidad en Europa.

Contexto

En abril de 2014, más de cinco millones de jóvenes menores de 25 años estaban en paro en la UE, lo que supone una tasa de desempleo juvenil del 22,5 %. Esto hace que sea aún más importante apoyar a los sectores que han facilitado constantemente oportunidades a los jóvenes, como es el caso de los sectores de la hostelería y el turismo.

Un estudio europeo publicado a finales de 2013 puso de manifiesto que el sector de la hostelería desempeña un papel fundamental para combatir el desempleo juvenil y es esencial para el empleo y el crecimiento, así como para la salud de otros sectores. Estas conclusiones están respaldadas por las estadísticas del mercado de trabajo, que muestran que el empleo en el sector de la hostelería creció un 2,9 % por año en el período 2000-2010, creándose 2,5 millones de puestos de trabajo, en comparación con una tasa media del 0,7 %.

Por ello, es tan importante fomentar el turismo, porque es uno de los principales motores de la economía de nuestro país y de la propia Unión Europea. Es una fuente de ingresos y de erradicación del desempleo, especialmente del desempleo juvenil, que es uno de los que más preocupa en la sociedad actual, debido al alto número de jóvenes sin empleo.



La catedral de Burgos, el principal reclamo turístico de la ciudad.

Burgos aprovechará la nueva protección de la Unesco para potenciar el turismo

El alcalde de Burgos, Javier Lacalle, ha anunciado que la ciudad aprovechará la nueva protección del centro histórico, concedida por el Comité de Patrimonio Mundial de la Unesco, para potenciar el turismo a nivel internacional.

"Burgos es líder del turismo en Castilla y León con datos muy halagüeños y esta declaración va a seguir potenciando la imagen de la ciudad a nivel nacional e internacional", ha aseverado Lacalle en declaraciones recogidas por Europa Press, antes de añadir que, con este nuevo reconocimiento, se ha conseguido la misma protección que ostentan Salamanca, Ávila y Córdoba, entre otras ciudades españolas.

Para potenciar la imagen de Burgos como destino turístico, ha avanzado el diseño de una campaña de publicidad a

nivel nacional que, en el último trimestre del año, se pondrá en marcha en comunidades autónomas como Madrid, Cataluña, el País Vasco y Galicia.

Asimismo, ha adelantado la instalación de una nueva señalización permanente en el centro histórico de la ciudad que, con el sello de Unesco, informará acerca de la protección que goza todo el casco viejo.

Junto a estas actuaciones, también ha adelantado la puesta en marcha del Comité de Patrimonio Mundial que, integrado por el Ayuntamiento de Burgos, la Junta de Castilla y León, la Universidad de Burgos, el Cabildo de la Catedral de Santa María, el Colegio Oficial de Arquitectos de Burgos y una representación vecinal del centro histórico, se reunirá de forma periódica para tratar todos los asuntos vinculados con la nueva protección.

mailrelay
by CPC

10 AÑOS DE EXPERIENCIA

ENVÍA BOLETINES
Y NEWSLETTERS A
TODOS TUS CONTACTOS



PLATAFORMA DE E-MAIL MARKETING

25.000 ENVÍOS
GRATIS AL MES

INTEGRACIÓN CON
TU SISTEMA DE ENVÍO

FÁCIL DE MANEJAR
Y EN CASTELLANO

SOPORTE
PERSONALIZADO
EN CASTELLANO

EMAIL MARKETING
SIN COMPLICACIONES

ESTADÍSTICAS
DE TUS ENVÍOS

LLEGA A TODOS
TUS CLIENTES
EN SEGUNDOS

LOS CLIENTES SATISFECHOS SON TU MEJOR GARANTÍA

CADENA
SEI2

vinzeo

Save the Children

smartbox

TATA

FUNDACIÓN
INOCENTE

**ALDEAS
INFANTILES SOS**

Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Los Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) son actores clave de diversos sectores productivos de la

economía española y partícipes fundamentales en el desarrollo de proyectos en torno al sector hotelero. El apoyo de los Socios Colaboradores a CEHAT, permite es-

tablecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre ellos y las Asociaciones que forman CEHAT y que redunda en la mejora del sector turístico español.

AXPO IBERIA



Axpo Iberia es una filial del grupo suizo Axpo, uno de los grupos energéticos más prestigiosos. Con una experiencia de más de 100 años, suministra energía a tres millones de clientes en Suiza y tiene presencia en 20 países europeos. Desde su implantación en el mercado ibérico en 2002, Axpo Iberia ha ido ampliando poco a poco sus líneas de negocio en España y Portugal, cubriendo en la actualidad un amplio abanico de servicios: comercialización de electricidad y gas; gestión de energía para productores de régimen especial; Centro de Control de Generación y Despacho Delegado; productos estructurados y trading de electricidad, biomasa y derechos de emisión.

Axpo suministra electricidad en alta tensión (actualmente más de 5 TWh anuales) a una amplia cartera de clientes en sectores industriales y grandes-medianas empresas en España y Portugal. Axpo certifica que la energía eléctrica suministrada a sus clientes procede de fuentes renovables contribuyendo, de este modo, a la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

Axpo, especializada en el desarrollo de productos a medida y la optimización de la factura eléctrica.

BASSOLS



Hijo de J. Bassols, fundada en el año 1790, es la empresa textil europea con más experiencia demostrada en el diseño, la fabricación y la distribución textil. En Bassols pensamos constantemente en las necesidades de los clientes y en la evolución de los hábitos de consumo. Pensar el futuro para crear el presente, éste es el reto que hemos asumido con éxito durante más de 200 años. Desde la base del diseño hasta el tejido y la prenda acabada, todos los procesos que realizamos están sometidos a rigurosos controles, para garantizar el alto nivel de calidad al que hemos acostumbrado a nuestros clientes. Contacto: Tel. 93 207 04 50 Fax: 93 207 64 65 Mail: bassols@bassols.es Web: www.bassols.es

ControlWRAP

ControlWRAP asegura las maletas de sus clientes, cajas, mochilas, ca-



rrros para bebés y cualquier objeto antes, durante y después del vuelo. El sistema aplica una resistente capa de film estirable impreso con el logotipo del hotel, que protegerá el equipaje de sus clientes de cualquier peligro durante el viaje, al mismo tiempo su hotel se promocionará en todos los aeropuertos del mundo. También proporciona impermeabilidad, protección contra la manipulación malintencionada y sella la maleta en caso de que esta tenga alguna cuerda suelta, esté rota o abierta, minimizando el riesgo de dañar el equipaje durante el viaje y en las bandas transportadoras de los aeropuertos. Web: www.controlwrap.com Contacto: Carlos Gatón Móvil: +34 657 978281 international@controlwrap.com

DIRECTO

DIRECTO CONSULTORES
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 www.directo.es

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ



La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez constituye un centro emblemático en la formación de los profesionales del sector hostelero. Dotada de unas inmejorables instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza. Contacto: 956 03 50 50 www.escuelahosteleriajerez.org

GAT



GAT Gestión de Activos Turísticos diseña e implanta soluciones de gestión en hoteles, resorts,

apartamentos turísticos y campos de golf. Interviene de modo temporal o permanente (Interim Management o gestión a largo plazo). Se distingue porque además de definir la estrategia y el plan de acción concreto y personalizado, los ejecuta con su equipo de más de 20 profesionales dedicados a todas las áreas relevantes en la gestión de los hoteles.

GAT es reconocida en el sector por su capacidad y agilidad en la búsqueda de la solución concreta para cada gestión hotelera, con experiencia contrastada de hacerse cargo del negocio de forma inmediata, tanto por cambio de operador como por la transformación del establecimiento a uno con franquicia de marca internacional, cumpliendo los estándares y reposicionando el hotel. Actualmente gestiona el Hotel Rey Juan Carlos I de Barcelona, el Hotel Intercontinental Mar Menor de Murcia y The Residences Mar Menor, entre otros.

GRUPO COSENTINO



imagine & anticipate

Grupo Cosentino, compañía global española y de propiedad familiar, produce y distribuye superficies innovadoras para su aplicación en bufets, encimeras, mostradores, zonas comunes, suelos, escaleras, etc. Los materiales de Cosentino se adaptan perfectamente a las necesidades de los hoteles, con las más altas características técnicas y el diseño más idóneo tanto en la creación de nuevos hoteles como en la reforma de los ya existentes. Contacto: Francisco Javier Arzac de la Peña, responsable de Hoteles. fjarzac@cosentino.com

INTERMUNDIAL



Intermundial es el broker de seguros especialista en turismo que crea y comercializa productos únicos tanto para las empresas del sector turístico como para los viajeros: soluciones a medida para hoteles y alojamientos turísticos; seguros para turoperadores, agencias de viaje, y otras empresas turísticas, así como para sus empleados; seguros para todo tipo de via-

jes (vacaciones, aventura, cruces, ejecutivos, etc.). Intermundial realiza estudios de riesgos y diseña planes de pólizas que respondan exactamente a las necesidades de los hoteleros. Telf.: 91 290 30 82 www.intermundial.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

LUMELCO



LUMELCO, más de 50 años de experiencia. Para poder ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y cubrir sus necesidades, LUMELCO está constantemente estudiando las tendencias del mercado. Por eso, en los años 80 decidimos incorporar equipos de aire acondicionado firmando un contrato de exclusividad con una de las mayores multinacionales japonesas: Mitsubishi Heavy Industries. Desde entonces Lumelco ha ido creciendo y profesionalizándose, incorporando un equipo de trabajo especializado que abarca todo el territorio nacional, ofreciendo una atención individualizada y personalizada, soporte técnico y unos cortos plazos de entrega, siempre orientado a ayudarle a crecer en su negocio. En 2005 se incorpora la energía solar térmica: Kingspan Solar, en una apuesta por las energías renovables, y respeto del medio ambiente. En 2011 se comienza a comercializar los equipos de absorción de Broad, microgeneración y bomba de calor alimentada por gas natural y microgeneración de Aisin, grupo Toyota.

MYPROVIDER



MyProvider es la primera comunidad online exclusiva para hoteles y sus proveedores; 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: 902 027 057 www.myprovider.es

NESTLE



NESTLÉ, 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: 934805008 / 902112113 (Helados) swww.nestleprofessional.es / www.helados.nestle.es

PIKOLIN



despierta tu salud

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 www.pikolin.es

SODEXO



Sodexo es la única empresa del sector que integra una oferta completa de servicios innovadores basada en más de 100 profesiones. En España da servicio a 425.000 personas, sus servicios On Site se basan en un modelo de Facility Management orientado a lograr una combinación óptima de reducción de costes y garantía de servicio.

A través de más de 100 servicios, Sodexo responde a las necesidades del sector hotelero gracias a sus más de 48 años de experiencia ofreciendo servicios que van desde la recepción, limpieza y mantenimiento, hasta servicios de restauración y gestión de plagas o climatización. Contacto: 91 602 40 00 www.solucionesdeserviciosodexo.es

Hoteles que ganan más con Gas Natural

El gas natural aúna economía de uso, menor inversión y fiabilidad

Nuestros establecimientos hoteleros deben ser cada vez más competitivos y eficientes en el uso de la energía, para lo

cual deben disponer de los sistemas energéticos y energías eficaces. En este aspecto los equipos que utilizan el gas

natural como fuente de energía aportan a los empresarios un ahorro basado en el concepto de "más por menos".

En los establecimientos hoteleros, la energía, en especial la que cubre sus servicios de climatización, calefacción y agua caliente, representa cerca del 10% de sus costes de explotación, por lo que la decisión sobre cuál debe ser el equipamiento que cubre esos servicios es un factor esencial para su competitividad.

En especial la demanda de agua caliente cobra cada vez más importancia ya que los servicios basados en la misma, climatización de piscinas, wellness, spas, etc., representan un elemento de crecimiento en su oferta al público, por lo que su coste también es creciente y la decisión de cómo y con qué energía se produce toma día a día mayor importancia. Es en la mejora de esa competitividad económica donde el gas natural es el mejor socio de los hoteles por su economía de uso.

Y por supuesto también nos resuelve de modo óptimo los servicios de cocina, lavandería y planchado de los que se disponga en los establecimientos.

No solo se debe considerar el aspecto económico. En los últimos tiempos existe un porcentaje ya apreciable de potenciales clientes que prestan atención a la calidad ambiental de los hoteles a la hora de contratar sus servicios. Aquí también es el gas natural un factor esencial ya que tiene la menor emisión de CO₂ de los combustibles convencionales y no emite prácticamente contaminantes de ámbito local como son las partículas sólidas y óxidos de azufre y de nitrógeno.

Instalar aparatos que utilizan gas natural como energía princi-

pal es la solución más rentable. Une las tres características que más aprecia cualquier negocio, economía del combustible, coste inicial del equipamiento, similar o menor a otras opciones energéticas y fiabilidad de uso. Todo ello unido a su carácter de energía distribuida que hace innecesario cualquier tipo de depósito en el local donde se usa.

En cuanto al coste de uso, el suministro de gas natural es mucho más económico que las otras alternativas existentes en el mercado, la electricidad, el gasóleo y el propano, tanto envasado como canalizado. Este ahorro es debido a dos factores, el primero su reducido término fijo, mucho menor que el correspondiente a equipos eléctricos en los kilovatios (kW) de potencia eléctrica adicional que es preciso contratar, y en cuanto a su consumo, el coste de cada kWh de energía consumida con gas natural es aproximadamente un 30% más barato que usar gasóleo o propano y un 50% menor que con electricidad. Esto hace que se obtengan ahorros desde el primer día.

Por otra parte, los aparatos a gas natural, por las características de su combustión, hacen que el desgaste de sus elementos térmicos sea mucho menor que con otras fuentes de energía, lo que redundará en un índice de averías mucho menor que con otras soluciones.

Finalmente, las tecnologías basadas en el gas natural tienen rendimientos elevados que para una misma demanda gastan menos energía. Las calderas de condensación consumen entre



Con gas natural se consigue más por menos.

un 15 y un 25% menos de energía que las calderas convencionales y son el socio ideal de las energías renovables, como es la solar térmica. También dispone de soluciones para el servicio de refrigeración que cumplen igualmente con los requerimientos de calefacción y aprovechan el calor residual para poder abastecer, en todo o en parte, el agua caliente sanitaria de un modo gratuito.

Hay que tener presente que no hay una única solución energética que sea siempre la más eficiente.

Cada hotel tiene unas características constructivas y de demanda energética dependiente de muchos factores y que hacen que la solución óptima sea distinta de un establecimiento a otro. Asimismo hay ciertos condicionantes que favorecerán que se adopte una solución u otra, por ejemplo la instalación de bombas de calor a gas natural resulta una solución muy eficaz cuando hay limitación de potencia eléctrica disponible.

Todo ello sin olvidar que el gas natural es una energía de suministro continuo que no precisa espacio de almacenamiento ni tiempo para la gestión del llenado de depósitos, de mantenimiento sencillo e instalaciones limpias, que se paga una vez consumido y cuyo control de consumo está continuamente a disposición del usuario mediante la lectura del contador.

Gas Natural Distribución, a través de las distintas empresas distribuidoras del grupo, expande su red de distribución de gas alcanzando las principales ciudades de nuestro país y la mayor parte de los destinos turísticos como Ayamonte, Marbella, Aguadulce, Benidorm, Gandía, Peñíscola, Empuriabrava, Sanxenxo y otros muchos que sería prolijo enumerar. Está disponible en la mayor parte de hoteles de ciudad y de turismo apoyando su rentabilidad.

Con el ánimo de mejorar la proximidad de Gas Natural Distribución con el sector hotelero, se ha firmado un acuerdo de colaboración con CEHAT y se rea-

lizará una divulgación de informaciones relevantes sobre eficiencia energética en el sector, se tendrá presencia en distintos eventos y jornadas técnicas sectoriales, se colaborará en el estudio de proyectos energéticos concretos en la búsqueda de soluciones óptimas en lo económico y para aquellos establecimientos interesados en el suministro, se analizarán las actuaciones de extensión de las redes de gas natural que permitan reducir, y en muchos casos evitar, los costes de conexión implícitos a las ampliaciones de red en vía pública, de modo que se reduzcan las posibles barreras al uso de esta energía.

Y como apoyo adicional a los hoteleros, Gas Natural Distribución ha puesto a disposición del sector la dirección de correo electrónico cuentasnacionales@gasnatural.com desde donde gratuitamente atenderán las consultas sobre posibilidad de suministro, darán asesoramiento técnico sobre integración del gas natural en los proyectos energéticos y se pondrán en contacto con quien lo solicite para resolver cualquier duda respecto a la conexión de nuevos puntos de suministro a las redes de gas natural.

Es una apuesta decidida por la promoción y apoyo a la expansión y a las soluciones que favorecen la eficiencia y la competitividad del sector y permiten que los propietarios cubran sus servicios energéticos consumiendo solo la energía que realmente necesitan al menor coste posible.



A través de las distintas empresas distribuidoras del grupo, expande su red de distribución de gas alcanzando las principales ciudades de nuestro país.

El Grupo Magic Costa Blanca regala vacaciones a 25 familias

Todas estas familias se encuentran en riesgo de exclusión social

Un total de 25 familias que se encuentren en riesgo de exclusión social serán las beneficiarias de esta acción solidaria de Magic Costa Blanca. Esta acción se une a las

desarrolladas durante años por la empresa bajo la máxima 'Ningún español sin vacaciones'. Siguiendo la línea de la política de responsabilidad social corporativa

El grupo Magic Costa Blanca, cadena hotelera con sede central en Benidorm, ha decidido regalar las vacaciones a 25 familias españolas que se encuentren en riesgo de exclusión social. Esta acción se une a las desarrolladas durante años por la empresa bajo la máxima 'Ningún español sin vacaciones'. La compañía ha facilitado durante años la contratación de sus servicios con importantes promociones y descuentos, y en 2013 reservó habitaciones a coste cero para familias con pocos recursos económicos. Este año la cadena continúa su ejercicio de responsabilidad social.

Un total de 25 familias que se encuentren en riesgo de exclusión social serán las beneficiarias de esta acción solidaria de Magic Costa Blanca. Los interesados deberán cumplimentar el formulario dispuesto en su página web (<http://www.hoteles-costablanca.com/>) y entre todas las peticiones la empresa seleccionará a aquellas familias que durante unos días disfrutarán de su merecido des-

canso en uno de los hoteles de la cadena repartidos por la Comunidad Valenciana.

Esta iniciativa sigue la línea de la política de responsabilidad social corporativa que desde inicios de la crisis se ha impuesto la empresa. Magic Costa Blanca ha apostado por que "ningún español se quede sin vacaciones" ya que las considera "un derecho" del que todos debemos disfrutar. "El descanso vacacional debe ser un derecho de todos y no un privilegio, por eso desde Magic Costa Blanca intentamos que aquellas personas que tienen más

difícil acceder a unas merecidas vacaciones puedan disfrutarlas", comenta Francisco García, presidente de Magic Costa Blanca.

"El año pasado regalamos estancias a familias y la experiencia fue más que satisfactoria. Nos sentimos orgullosos de haber podido contribuir a que familias compartieran juntos momentos de ocio y relajación olvidándose por unos días de los problemas que tienen en casa. Por eso este año hemos decidido retomar la idea y ayudar a 25 familias a sentirse uno más entre los clientes de nuestros hoteles".



Los interesados deben cumplir el formulario en la página web.

Huesca colabora en dos iniciativas sociales con los más desfavorecidos

La Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Huesca ha colaborado recientemente, en dos iniciativas relacionadas con colectivos desfavorecidos, en una nueva demostración del compromiso de esta entidad y del propio sector hostelero y turístico de la provincia con la sociedad altoaragonesa.

Programa prácticas personas con discapacidad intelectual

El primero de los programas en los que ha colaborado la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Huesca, tenía el objetivo de ofrecer una oportunidad de formación laboral a personas con discapacidad intelectual en el propio puesto de trabajo, con el apoyo necesario para garantizar el desarrollo óptimo de sus competencias profesionales, tanto en habilidades, como en actitudes.

En estas prácticas, han participado cinco alumnos del Programa de Cualificación Profesional Inicial de auxiliar de limpieza y empleo doméstico del IES Pirámide que se imparte en el marco de la unidad sustitutoria de educación especial para alumnos con necesidades educati-

vas especiales que desarrolla este Centro. En este sentido, reseñar que este programa ha tenido como competencia general la realización de operaciones básicas de limpieza de domicilios, elaboración de alimentos, y operaciones básicas sobre camas, prendas de vestir y ropa de hogar y ha sido promovido por el propio Instituto de Enseñanza Secundaria Pirámide de Huesca, en estrecha colaboración con el colectivo empresarial hostelero, así como con la Unidad de Programas del Servicio Provincial de Educación, Cultura y Deporte de Huesca, CEOS-CEPYME HUESCA, la Asociación Down de Huesca y la Coordinadora de Asociaciones de personas con discapacidad (CADIS).

Todos los asistentes han coincidido en destacar el éxito de esta iniciativa que ha permitido a los alumnos participantes conocer el trabajo que se desarrolla en las diferentes áreas de un establecimiento hotelero y ya han anunciado que tras el resultado obtenido, se va a continuar desarrollando futuras iniciativas de estas características.

Recetas frías NESCAFÉ

Deliciosas recetas frías de café para disfrutar este verano

NESCAFÉ, con la colaboración de Monin, ha desarrollado deliciosas recetas frías, modernas y fáciles de preparar, para sor-

prender a unos consumidores cada vez más exigentes, con ganas de probar nuevos sabores y experimentar nuevas sen-

saciones. Si quieres descubrir más recetas, entra en nuestra página de Internet www.nestleprofessional.es.

ICED GINGER COFFEE

Ingredientes:

- 15 cl Leche
- 3 cl Sirope de pan de canela Monin
- 2 Sobrecitos de Nescafé
- Hielo
- Coctelera

Modo de preparación:

- Verter en la coctelera la leche, el sirope de pan de canela y los sobrecitos Nescafé.
- Añadir hielo y agitar.
- Servir la bebida en un vaso de 35cl lleno de hielo.



NESFRAPPÉ BANANA COOKIE

Ingredientes:

- 10 cl Leche
- 2 cl Puré de Plátano Monin
- 2 cl Sirope de cookies Monin
- 2 Sobrecitos de Nescafé
- Hielo
- Galletas con pepitas de chocolate
- Batidora
- Vaso

Modo de preparación:

- Verter la leche, los productos Monin y los sobrecitos Nescafé en la batidora.
- Añadir hielo y batir durante 45 segundos aprox.
- Servir la mezcla en un vaso de unos 35cl con dos pajitas.
- Decorar con unos trocitos de galleta con pepitas de chocolate.



NESCHOCOLATE

Ingredientes:

- 10 cl Leche
- 20 cl Sirope Triple Sec de Monin
- 1 Sobre de Nesquik
- Hielo picado
- Naranja
- Coctelera
- Vaso o Copa

Modo de preparación:

- Verter en la coctelera la leche, el sirope y el sobre de Nesquik.
- Añadir hielo y agitar con fuerza.
- Servir la bebida en la copa.
- Decorar con unas virutas de piel de naranja.





Congreso de **Hoteleros** Españoles

Santa
Cruz de
Tenerife

22 al 24 de octubre 2014



patrocinadores



colaboradores



PROGRAMA

22-24 de Octubre, Auditorio de Tenerife "Adán Martín"

DÍA 1

22

OCTUBRE

Llegada congresistas y entrega de documentación

21,00 horas, **Cóctel cena de bienvenida**, Ofrecido por el Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife
Alojamiento en los hoteles

DÍA 2

23

OCTUBRE

09,30 horas **Auditorio Adán Martín****Mesa redonda “El futuro de la Industria Hotelera en España: visión de los Ceos”**

Ponentes:

- D. Federico González Tejera. Consejero Delegado NH Hotel Group
- D. Juan José Hidalgo, Presidente GLOBALIA
- D. Gabriel Escarrer Consejero Delegado MELIA Hotels
- D. Miguel Fluxá. Presidente de IBEROSTAR Hotels *
- D. Amancio López. Presidente de HOTUSA

Moderador: D. Juan Molas, Presidente de CEHAT

11,00 horas **Pausa –Café**11,30 horas **Ponencia. “ Estrategias digitales para hacer crecer el negocio”**

- Ponente: D.Genís Roca. Socio Presidente de Rocasalvatella

12,30 horas **Sesión Inaugural del Congreso**

- D. Paulino Rivero, Presidente del Gobierno de Canarias, D. Carlos Enrique Alonso Rodríguez, Presidente del Cabildo de Tenerife, y D. José Manuel Bermúdez, Alcalde de Santa Cruz de Tenerife

14,00 horas **Almuerzo de trabajo**

16,00 horas **Mesa redonda: “La colaboración público/privada en la promoción de un destino: casos de éxito”**

Ponentes:

- D. Pere Durán. Ex Director General Turismo de Barcelona
- D. Paul Roll. Ex Director General de la oficina de Turismo de Paris
- D^a. Pilar Parejo. Presidenta de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Tenerife
- D. Fernando Fraile. Director General del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)

Moderada por: D. Miguel Mirones. Presidente de Miembros Afiliados de la OMT

17,30 horas **Pausa café**18,00 horas **Charla: El personal del hotel, primer estandarte para una marca”.**

- Ponente: D. Andy Stalman. Experto en branding

19,00 horas **Fin de la jornada**

21,00 horas **Cena en el Museo de la Naturaleza y el Hombre**
Fin de fiesta: Calle de la Noria

* **Ponente sin confirmar**



DÍA 3
24
OCTUBRE

10,00 horas “¿Busca un crédito? Olvídese, no lo conseguirá”

- Ponente: D. Ismael Clemente. Director de Magic Real Estate

11,00 horas Pausa café

11,30 horas Mesa Redonda: “Casos de éxito en la gestión del Food & Beverage”

- Ponentes: MICROS FIDELIO

13,00 horas Charla: “¿Es rentable la externalización de servicios?”

- Ponente: D. Luis de Torres. Consejero Delegado de SODEXO

13,45 horas Charla: “Hotel verde ¿hotel rentable?”

- Ponente: D^a Paloma Duque. Directora Servicios AXPO

14,15 horas Almuerzo de trabajo

16,00 horas Charla: “

- Ponente: D. José María Gay de Liébana. Doctor en Economía y Derecho. Profesor Titular de Economía Financiera y Contabilidad en la Universidad de Barcelona

17,00 horas Conferencia Magistral a cargo de D. Carlos Herrera. (Herrera en la Onda)*

18,00 horas Acto de Clausura. D. José Manuel Soria. Ministro de Industria, Energía y Turismo *

20,30 horas Salida a la cena de Clausura

21,00 horas Cena de Clausura

DÍA 4
25
OCTUBRE

Salida de congresistas

Inscríbete en:
www.cehat.com

Conclusiones al Primer Congreso de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en el Sector

Las infraestructuras energéticas y la eficiencia energética en hoteles y ayuntamientos turísticos son ya elementos críticos

Con más de 400 asistentes, 50 empresas y la participación del ITH y de Balantia como coorganizador y partner técnico respectivamente,

el pasado 17 y 18 de junio se celebró en Palma de Mallorca el Primer Congreso eeST. Inversión, eficiencia, renovación, com-

petitividad o nuevas tecnologías fueron los conceptos más repetidos, según el director general de Balantia, Eduardo Olano.



EDUARDO OLANO

DIRECTOR GENERAL DE BALANTIA

La celebración de este congreso demostró que quedaron atrás los certámenes en los que la eficiencia energética y la sostenibilidad se consideraban asuntos menores más relacionados con la imagen que con la realidad de la actividad turística. Las infraestructuras energéticas, de agua y residuos, la eficiencia energética en hoteles y ayuntamientos turísticos son ya elementos críticos para la competitividad presente y futura de los destinos turísticos. A lo largo del congreso se trató, tanto de manera estratégica como técnica, los ejes centrales relacionados con la transición de los destinos turísticos a destinos inteligentes o, al igual que ocurre en las Smart Cities, a las llamadas Smart Destinations.

El rol del sector público en la eficiencia energética y la sostenibilidad de los destinos

Desde las propias directivas europeas del horizonte 2020 hasta las particulares de cada autonomía en el país, están jugando un rol clave en el desarrollo de este sector y así fueron tratadas en el congreso. En

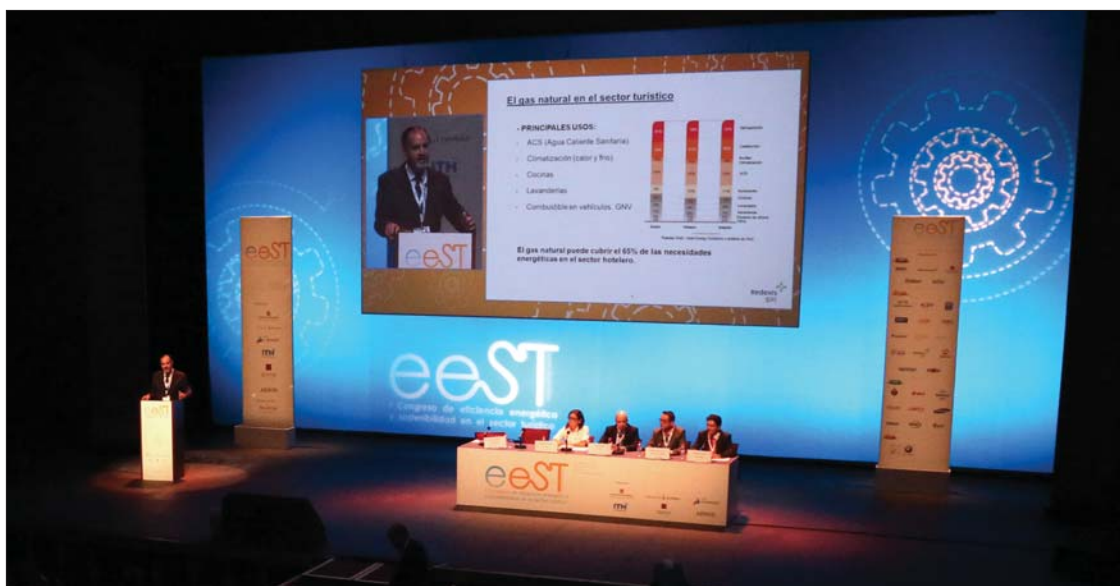
concreto, tal y como presentó el Gobierno Balear a través de su Director General de Industria, Baleares contará con su propio régimen insular para las renovables, convirtiéndose en un claro ejemplo de política activa en el marco del fomento de las energías limpias. Dentro de esta área temática, AENOR junto al SEGITTUR presentaron el comité normalizador CTN 178 en el que se ha creado un subcomité para establecer los criterios que definen a un destino turístico inteligente.

Reconversión destinos turísticos: los modelos público-privados y el caso de Magalluf

Dentro de la mesa dirigida a la reconversión de destinos tuvo especial relevancia el caso real de Magalluf en el municipio de Calvià de la isla de Mallorca. En ella, la cadena Meliá Hotels International destacó la importancia de la catalogación de su proyecto como de "Interés autonómico" de manera que consiguió reducir a la mitad los plazos de tramitación de licencias y permitió que se ejecutase una inversión de más de 80 millones de euros para la renovación de un complejo hotelero con el incremento en categoría y eficiencia de todas sus instalaciones. En esta misma mesa, alineado con el proyecto de Meliá, el grupo de ocio Cursach anunciaba su inminente inversión en la renovación de activos hoteleros en la zona con la prioridad de optimizar la eficiencia energética para reducir al máximo los costes operativos en su proyecto.

Vehículo eléctrico como complemento al producto turístico

Una de las mesas que más interés generó fue la relacionada con la movilidad sostenible en destinos



Como presentó el Gobierno Balear a través del Director General de Industria, Baleares contará con su propio régimen insular para las renovables, convirtiéndose en un claro ejemplo de política activa en el marco del fomento de las energías limpias.

turísticos. En ella se presentó el proyecto pionero que el IDAE y el Gobierno Balear prevén desarrollar en las Islas Baleares con la implantación de 2.000 puntos de recarga eléctrica para vehículos. Muestra del encaje que tiene este medio en el sector, BMW presentó su nuevo vehículo 100% eléctrico i3 con clara vocación de introducirse en el segmento medio-alto de turistas que visitan España.

Alternativas de financiación y el modelo de Empresa de Servicios Energéticos (ESE)

Como otro de los pilares críticos en el desarrollo de la eficiencia energética y la sostenibilidad turística, también la financiación fue analizada en detalle. Las distintas alternativas disponibles como las relacionadas con fondos públicos especializados en eficiencia

energética (PIMA SOL, PAREER, EMPRENDETUR), banca comercial con productos como el renting o incluso los fondos de inversión y capital riesgo fueron presentadas por el Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente, el Banco Sabadell o SI Capital.

Por su parte, y como demuestra que España fue el país europeo en 2013 en el que más proyectos ESE públicos se realizaron en alumbrado público exterior, empresas de facility management, comercializadoras e ingenierías presentaron casos prácticos en hoteles y ayuntamientos turísticos en los que empresas terceras financian la inversión en renovación a través de los ahorros energéticos generados.

Premios eeST 2014

Por último, el hotel Robinson Club Cala Serena del Grupo TUI en la

categoría Smart Hotel y el Ayuntamiento de Ávila en la de Smart Destination, fueron seleccionados por sus proyectos presentados que prevén ejecutar en los próximos 24 meses. El primero de ellos, después de haber desarrollado medidas como la instalación de calderas de biomasa y climatización de alta eficiencia, prevé desarrollar un sistema de monitorización y telecontrol que permita demostrar los resultados de todas las medidas en materia de eficiencia emprendidas. En cuanto al Ayuntamiento de Ávila, después de haber renovado todo su alumbrado público por tecnología LED, tiene planificado aprovechar las nuevas tecnologías en iluminación para desarrollar un proyecto de alumbrado del patrimonio histórico energéticamente eficiente a la par que enriquece la calidad del producto turístico.



El pasado 17 y 18 de junio se celebró en Palma de Mallorca el Primer Congreso eeST. Inversión, eficiencia, renovación, competitividad o nuevas tecnologías fueron los conceptos más repetidos.

Del turismo sostenible al destino inteligente

¿Sabes qué significa y en qué te beneficia el término 'smart'?

Los avances tecnológicos que afectan a nuestra vida diaria tienden a crear la idea de que la tecnología es un fin en sí mismo,

cuando en realidad es un medio. Desde hace algunos meses todo es "smart", los coches, los hogares, los viajes, las ciuda-

des... pero, ¿entendemos realmente el alcance de este concepto? ¿En qué nos afecta y cómo nos beneficia?



PATRICIA MIRALLES

JEFA DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN DEL ITH

Como nuevo término, su definición está "en construcción", lo que genera que cada explicación responda a las necesidades e intereses de quién elabora esta definición. Para comprender qué es un destino inteligente, primero hay que comprender qué es una ciudad inteligente, y recordar que la concepción de Smart City parte de un elemento fundamental que hace funcionar los núcleos poblacionales de nuestro tiempo: la energía. El desarrollo de redes inteligentes para la distribución y gestión de la energía en las ciudades, sometidas a presiones demográficas, evoluciones tecnológicas, cambios en las políticas urbanísticas, nuevas técnicas constructivas y materiales, y reformas legislativas, ha sido el germen de los edificios y las ciudades inteligentes, en cuyo desarrollo teórico había un objetivo claro: mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de los espacios, y garantizar su viabilidad integral.

Planificación global, el ADN smart

Basándonos en la idea anterior, podemos hacernos la siguiente pregunta: ¿qué es una Smart City? Se trata de un conjunto urbano basado en la sostenibilidad y el uso productivo de la tecnología, con el objetivo de responder adecuadamente a las necesidades básicas (económicas, operativas, sociales y ambientales) de instituciones, empresas, y de los propios habitantes. Una ciudad inteligente planifica las inversiones para mejorar su capital humano, mejorar en aspectos sociales, en infraestructuras de energía (electricidad, gas), tecnologías de comunicación (electrónica, Internet) e infraestructuras de transporte, partiendo de criterios que promuevan una calidad de vida elevada, y que contribuyan al desarrollo continuado, durable y sostenible de la economía y el entorno, gracias a una gestión administrativa participativa y abierta, equilibrada y reflexiva, basada en el uso ponderado de los recursos

naturales, humanos y tecnológicos disponibles.

La primera conclusión que podemos inferir es que, tras el concepto de Smart City está la planificación integral de la ciudad, que es el verdadero ADN de las ciudades o destinos smart, y que se traduce en la coordinación entre recursos, entorno y personas; en este sentido, la tecnología es un factor catalizador, que permite alcanzar este objetivo de forma más efectiva. Pero un destino inteligente no es simplemente una ciudad inteligente. Una Smart Destination suma, además, otro elemento: su potencial, presente o futuro, para atraer a visitantes que se desplazan exclusivamente para disfrutar de sus atractivos. Aunque ser una ciudad inteligente es condición necesaria para convertirse en destino inteligente, no es ni mucho menos condición suficiente.

La ciudad conectada: smart a medias

Un destino debe disponer de una serie de elementos, entre los que cabe destacar transportes, una red de suministros eficiente (energía, agua, residuos y telecomunicaciones) productos y servicios turísticos, una red de alojamiento de diversas tipologías y categorías, y una serie de atracciones y experiencias turísticas que pueden formar parte de varias zonas geográficas, que administrativamente involucren a una o más demarcaciones geográficas.

Además, el público objetivo de una Smart Destination es el turista, no el ciudadano; aunque los residentes también disfrutarán de los beneficios asociados a ella. Por otra parte, la interacción con el viajero trasciende a la estancia en la ciudad, y es que en los destinos turísticos inteligentes se establece un vínculo antes de que el visitante llegue al destino, continúa durante su estancia en el mismo y se prolonga hasta después de su marcha.

Pero, sobre todo, un destino inteligente no sólo debe desarrollarse en torno a los servicios que proporciona a los turistas, sino que deben ser escalables y lo suficientemente flexibles para atender correctamente las necesidades de residentes y viajeros en cualquier momento del año con la misma calidad, independientemente si se visita en temporada alta o baja; por lo tanto los destinos inteligentes deben ser competitivos, y por ende, deben estar basados en criterios de gobernabilidad y calidad de vida.

Es fundamental superar la idea de que una ciudad o destino que dispone de tecnologías avanzadas de conectividad para ser inteligente



Una Smart Destination debe contemplar un plan de acción global que tenga efectos positivos en todos los sectores.

te, para entender que se trata de un proyecto institucional, social y ambiental global, en el que intervienen factores económicos, demográficos, de gestión y gobernanza, de movilidad, medioambientales y sociales, en el que la tecnología tiene un peso relativo, que no es, ni mucho menos, el más relevante. Conseguir el equilibrio perfecto de todos estos factores, aplicarlos en su justa medida es fundamental para que la gestión de un destino inteligente consiga sus objetivos.

Smart, con S de Sostenible

¿Cómo debería ser una Smart Destination? Sobre todo, debería ser viable, ser sostenible en el sentido más global del término. Un destino inteligente requiere planificación global, con visión de largo plazo, que considere el destino no sólo como un foco de atracción turística, sino como un entorno en el que habitan personas durante todo el año.

Requiere diseñar un plan de gestión urbanística integral, que contemple aspectos claves como la movilidad, el tráfico, la accesibilidad, el uso de espacios públicos, las actividades productivas y la economía local, la construcción de viviendas (habituales y vacacionales), hoteles y otras instalaciones de uso común para habitantes y visitantes, la protección de espacios de interés medioambiental, los servicios públicos y suministros, etc. y, transversalmente, la tecnología debe contribuir a la correcta ejecución de este plan, debe facilitar la integración de servicios para el turista y ayu-

darle a disfrutar del destino de una forma más personalizada, intuitiva y sostenible.

Precisamente, con el objetivo de establecer un criterio unificado sobre la definición de las Smart Destinations, que facilite su desarrollo y gestión efectivos, el Comité Técnico de Normalización de las Ciudades Inteligentes (AEN/CNT 178), creado por AENOR, ha incluido el subgrupo de trabajo de Destinos Turísticos Inteligentes, destinado a elaborar una norma específica que integre todas las dimensiones de las ciudades inteligentes con las particularidades propias de un destino turístico.

En este subcomité, impulsado por SEGITTUR, ITH trabaja de la mano de otras entidades públicas y privadas, como Indra, Philips, Telefónica, Vicomtech, Cictourgune, el Clúster TIC Canarias, Predif, Fundosa, Ayuntamiento de Burgos, Ayuntamiento de Salamanca, y el Consorcio Playa de Palma, entre otros, definiendo los indicadores y requisitos mínimos que ha de satisfacer un destino turístico para ser calificado como Destino Turístico Inteligente, creando una norma que permita la medición y que cree un sistema de referencia universalmente aceptado, que aúne conectividad, movilidad, sostenibilidad y equilibrio socio-económico.

Los pilares sobre los que está trabajando el AEN/CTN178 para desarrollar el concepto de Destino Turístico Inteligente pasan por la integración de la tecnología y la innovación en la gestión y la relación personas-atraccio-

nes-destino, que no sólo garanticen una comunicación más fluida y directa, sino que contribuyan al desarrollo sostenible del territorio turístico (en sus tres vertientes: económica, medioambiental y socio-cultural), que facilite la creación de espacios y oferta accesible para todos, lo que redundará en una experiencia más personalizada y satisfactoria para los viajeros.

En definitiva, todos los destinos tienden a ser inteligentes en tanto que deben ser viables para garantizar su crecimiento sostenido y su futuro; por eso, la evolución hacia destinos turísticos inteligentes requiere tiempo, estrategia, planificación y recursos que permitirán la adquisición de capacidades públicas y privadas para conseguir los objetivos estratégicos, que afectan a varios ámbitos de actuación (urbanístico, energético, movilidad, TIC). Las medidas que se deben tomar deben ser priorizadas, deben estar dotadas de recursos públicos y privados necesarios para ejecutarlas, y deben responder a las necesidades del residente y del turista. Pero, sobre todo, ser un destino inteligente no supone hacer lo mismo con nuevas aplicaciones tecnológicas, se trata más bien de revolucionar la gestión turística de acuerdo con las posibilidades tecnológicas y la capacidad de actuación de los agentes turísticos, apoyados en el sistema de I+D+i y dentro de un enfoque de innovación abierta y participativa, que involucre a todos los actores públicos y privados de la cadena de valor turística.

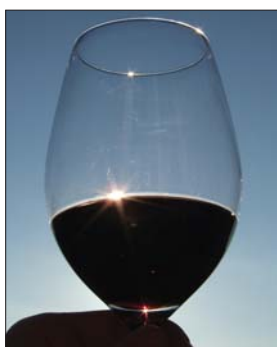
El rey midas de la economía (I)

Convirtamos España en un 'Hotel California' de 500.000 kilómetros cuadrados, del que como dice la canción se pueda entrar pero nunca salir

Sabemos que España es tan amplia como diversa. Partiendo de tal certeza, las opciones para el disfrute deberían ser únicas y excepcionales. España no se contenta con

ser Mediterránea sino que también se proyecta en el Atlántico y el Cantábrico. Estamos obligados a disfrutar y difundir semejante tesoro. La variedad climática de la que

gozamos hace posible el milagro. El primer filón Turístico de España comenzó en el conjunto de costas del mar Mediterráneo. La abundancia de excelentes playas tuvo la culpa.



TANINO FINO

Pensemos en los millones de turistas ávidos de sol, bonitos paisajes, buena comida y mejor bebida y una oferta cultural impresionante ¡¡Jugada de repóker!!

Los últimos datos hablan de más de sesenta millones de turistas el pasado año. Se puede mejorar. Nuestra creatividad y nuestra chispa pueden lograrlo.

¿Por qué no existe una cartera ministerial específica para el sector turístico? Recientemente, he tenido la oportunidad de leer la entrevista que le hicieron al Ministro de Industria, Energía y Turismo en ABC Empresa. Con sinceridad, le encontré un poco perdido. Necesitamos una persona fuera de serie, para encargarse a tiempo completo de la cartera de Turismo. ¡¡Es Urgente!! No puedo estar más de acuerdo con María Luisa Funes en los "Diez Mandamientos" que deben activarse en el sector. Algunos son de cajón.

1) Política de promoción; Crear una audaz política de promoción de España en el mundo. La industria del turismo va a seguir creciendo en todo el mundo con incrementos del 5% según datos de la Organización Mundial del Turismo.

2) Patrimonio histórico; Poner en valor y cuidar nuestra inigualable oferta de turismo cultural y patrimonio histórico. El territorio español alberga el segundo conjunto histórico artístico del mundo, solo superado por Italia. La herencia romana, árabe y judía han proporcionado a España innumerables maravillas, únicas en el mundo, apreciadas anualmente por millones de personas.

3) Destino gastronómico; Aprovechar la buena reputación culinaria. Aprovechar la excelente reputación como destino gastronómico. Tres de los diez mejores restaurantes del mundo son españoles. Este es, junto con las compras, un polo de interés de una masa crítica de 800 millones de turistas que aún no nos visitan. Nuestras singulares materias primas, como el aceite, el vino o el jamón, deben convertirse en argumentos para la atracción del visitante más sofisticado.

4) Paraíso de compras. El objetivo: la moda. Crear un verdadero paraíso de las compras y la moda. Los visitantes de las potencias generadoras de turismo de calidad gastan en una transacción lo que un europeo en una semana.

5) España: Abierta 24 horas todo el año. El secreto del éxito como destino de compras de Londres, París o Milán es abrir los establecimientos en zonas de más interés incluso domingos y festivos, con gran amplitud de horarios. Han fomentado visitas de fin de semana largo de turistas con posibles. Lo mismo aplica a museos y monumentos, a menudo cerrados en España los lunes o con horarios ridículos los domingos (el ejemplo de Córdoba es flagrante). Los sitios de interés turístico tienen que abrir todos los días.

6) Menos trabas burocráticas. Más vuelos directos. Evitar las trabas burocráticas al turismo. Facilitando la generación de visados rápidos a turistas de corto plazo en países de interés es clave para fomentar visitas. México, Francia y el Reino Unido ya han puesto en funcionamiento visados exprés.

7) Los más rentables. Potenciar idiomas. Atraer a los visitantes más "rentables" de potencias emergentes. Conocer y cuidar las peticiones habituales de clientes chinos, rusos e hispanoamericanos tendrá réditos inmediatos. Las señalizaciones en distintas lenguas, hablar idiomas y desarrollar servicios ad hoc, crearán un entorno apetecible para el visitante.

8) Hoteles de superlujo. Sirven de efecto llamada.

9) Más turismo nacional. Me-



Hay que aprovechar la buena reputación culinaria. Tres de los diez mejores restaurantes del mundo son españoles.

jorar el servicio y el trato. Crear entre los españoles una cultura del turismo nacional. Fomentar los conocimientos de idiomas, la formación en hostelería y turismo en programas indicados a distintos tipos de profesionales, e incidir en la higiene, el buen gusto y sobre todo, en el trato exquisito.

10) Valorar los intangibles. Pluralidad de intereses. Aflorar el valor de intangibles atractivos en nuestro país. Aprovechar al máximo el interés que paisaje, flamenco, tauromaquia, deportes en general y por supuesto fútbol pueda generar en posibles visitantes extranjeros.

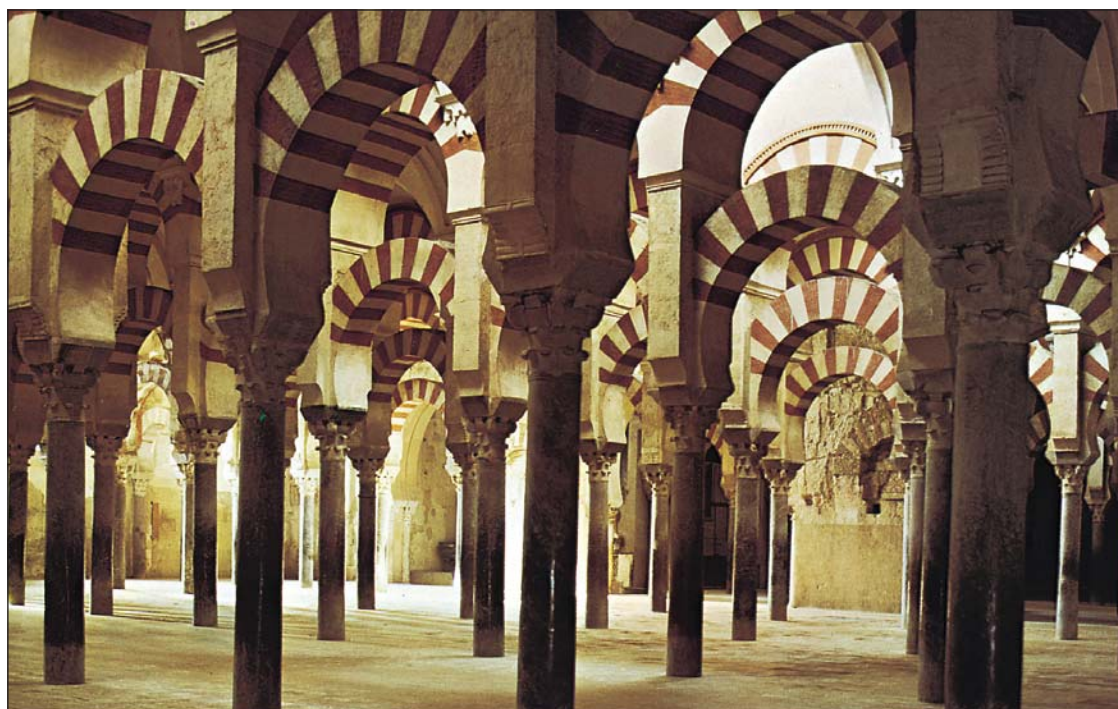
Como bien dice María Luisa Funes, convirtamos España en un "Hotel California" de 500.000 km cuadrados, del que -como dice la canción de los Eagles- se pueda entrar pero nunca salir.

No podemos volver al laberinto español (G.Brenan).

Según un estudio de Global Blue; España está perdiendo cierta pegada como destino de compra para el turista extracomunitario (el turista extracomunitario gasta cuatro veces más que el de la Unión Europea). Según el informe, referente a capitales europeas, Madrid pierde ritmo frente a Barcelona, Londres, París, Mú-

nich o Milán. Traducido a dinero, hablamos de cientos de millones de euros. Supongo que a los responsables de la gestión de Madrid debe parecerles calderilla, de lo contrario deberían salir a la palestra con un discurso creíble.

Desde el organismo público, dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (Turismo); se insiste en que se está apostando por el mercado asiático, sin embargo no estaremos en la Asia Luxury Travel Market, feria que se celebra en Shanghái y que está dedicada al sector del lujo. Deberíamos potenciar el atractivo de las grandes ciudades como enormes centros de consumo y servicios, donde todas las necesidades del visitante puedan satisfacerse, así como las diversiones y los lujos. Las grandes ciudades Españolas, tienen armas suficientes para no quedarse atrás en la carrera turística. Al igual que en los grandes vinos, el equilibrio, la armonía y la personalidad son fundamentales. Lo mismo ocurre con los países, no nos interesa tener un cuerpo gigante con una cabeza esquelética ¿no nos creemos nuestras posibilidades? Nos ocurre lo mismo con los vinos andaluces, constituyen la aportación más genuina de España a la historia mundial de los vinos, sin embargo los conocemos superficialmente. La gran paradoja de los españoles. En otra ocasión hablaremos del vino y sus rutas. En nuestro país los fenicios plantaron las primeras cepas hace 3.000 años. Con semejantes antecedentes, los vinos españoles tienen bien ganados los galones.



Hay que poner en valor y cuidar nuestra inigualable oferta de turismo cultural y patrimonio histórico.

El Gobierno destina 20,8 millones para mejorar la red WiFi del sector hotelero

Ayudas para hoteles con un mínimo de 40 plazas y un volumen de negocio inferior a 50 millones de euros anuales

El objetivo del programa es fomentar el despliegue o la mejora de redes inalámbricas de establecimientos hoteleros para poten-

ciar su competitividad y mejorar el servicio que prestan a sus clientes. Los hoteles que deseen beneficiarse de este plan deben

estar situados en las comunidades incluidas en el Programa FEDER, y tienen un plazo de cinco semanas, a partir del 24 de junio.

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la entidad pública empresarial Red.es, ha lanzado el programa de mejora de la conectividad inalámbrica del sector hotelero, "Hoteles con Red". Se trata de una convocatoria pública de ayudas económicas para el despliegue o la mejora de las redes inalámbricas en establecimientos hoteleros.

El objetivo es ofrecer un servicio de acceso a Internet gratuito y de calidad a los clientes, desde cualquier parte del establecimiento, y que permita absorber el aumento de dispositivos móviles disponibles por persona. Este programa cuenta con una dotación total de más de 20,8 millones de euros, y tiene como objetivo beneficiar de 800 a mil hoteles.

Las ayudas financieras, especialmente pensadas para las pymes hoteleras, cubrirán hasta el 80% del proyecto de despliegue o mejora de la red inalámbrica de los hoteles, con un máximo de 25.000 euros y un mínimo de 5.000 euros. El programa contempla también ayudas para la contratación de una nueva línea de acceso a Internet o una mejora en la capacidad de la actual, ya

sea fija o móvil, necesaria para el despliegue o mejora de la conectividad inalámbrica.

Beneficiarios y cómo se puede acceder a las ayudas

Estas ayudas están disponibles a establecimientos del sector hotelero de las comunidades FEDER con un mínimo de 40 plazas hoteleras, menos de 250 empleados y un volumen de negocio menor de 50 millones de euros anuales. Las comunidades autónomas FEDER son Andalucía, Galicia, Castilla-La Mancha, Extremadura, Comunidad Valenciana, Islas Canarias, Castilla y León, Asturias, Murcia, Ceuta y Melilla. Durante las próximas cinco semanas, las empresas del sector hotelero interesadas pueden ampliar la información y presentar su solicitud a través de la sede electrónica de Red.es (www.red.es).

Las redes inalámbricas de los hoteles solicitantes deben ser gratuitas para sus clientes, ser seguras y contemplar la gestión de ancho de banda entre los diferentes usuarios para garantizar un acceso a Internet de calidad. Deben ofrecer cobertura en prácticamen-

te la totalidad del establecimiento, incluyendo habitaciones y zonas comunes. El acceso a Internet inalámbrico gratuito en los hoteles es uno de los servicios más demandados y apreciados por los clientes. Uno de los principales objetivos del programa Hoteles con Red es promover el desarrollo y

la competitividad del sector hotelero y del Turismo nacional, ofreciendo servicios de acceso inalámbrico a Internet gratuito desde cualquier dispositivo y lugar.

El programa de ayudas está cofinanciado por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Dentro del marco de la Agenda Digital para España, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo promueve el desarrollo de la economía digital para lograr el crecimiento, la competitividad y la internacionalización de las empresas españolas. Para ello se impulsan iniciativas como Hoteles con red.



El acceso a Internet inalámbrico gratuito en los hoteles es una de los servicios más demandados.

Ashotel y CCOO exigen la firme defensa de la oferta legal de la hotelería en Canarias

La Asociación Hotelera y Extra-hotelería de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, y CCOO Canarias coincidieron en un mensaje único para exigir la defensa de la oferta legal de la hotelería en Canarias, así como el importante volumen de puestos de trabajo que genera este sector.

En rueda de prensa celebrada en el Hotel Escuela Santa Cruz, el presidente de Ashotel, Jorge Marichal, y el secretario general de la Federación de Comercio, Hostelería y Turismo de CCOO Canarias (Fecoht-CCOO Canarias), Manuel Fitas, comparecieron de forma conjunta y trasladaron la necesidad de proteger el empleo en el único sector que en estos momentos tira de la economía en el Archipiélago.

Concretamente, la hotelería cerró el pasado mes de mayo con una caída del 4,5% del desempleo en las Islas respecto al mismo mes de 2013, 5.000 contratos registrados más y un incremento de 6.900 afiliaciones a la Seguridad Social.

En esta línea, ambos representantes se opusieron a la legalización de la actividad de los

alquileres vacacionales en las Islas, que pueden perjudicar la imagen de marca Canarias como destino turístico y que tanto esfuerzo ha costado construir.

Entre los motivos argumentados, Jorge Marichal comentó que esta actividad "no solo no genera empleo, pues en muchos casos se realiza en el marco de la economía sumergida, sino que amenaza los puestos de trabajo legalmente existentes".

Manuel Fitas, por su parte, la calificó de "amenaza directa" al empleo legal, y añadió que "las miles de camas que se alquilan con este formato no generan puestos de trabajo y pueden provocar una caída de los precios establecidos en el sector".

Que la gran mayoría de estas viviendas no reúne los estándares mínimos de calidad, seguridad y accesibilidad como para ofrecerse como alojamiento turístico es otro de los argumentos esgrimidos por Marichal, al que se añade que estos alojamientos no tienen permiso de las comunidades de propietarios de inmuebles residenciales ni cuentan con registros de hojas policiales.

España se convierte en el tercer país del mundo preferido por los jóvenes

Solo por detrás de Nueva York y Francia

Los jóvenes turistas de todo el mundo eligen a España como su tercer destino preferido para viajar (6%) tras Estados Unidos (15%) y Francia (7%), según el último estudio "New Horizons" elaborado por World Youth Student & Educational Travel Confederation con el apoyo de MasterCard entre más de 34.000 jóvenes de 137 países. El informe, que realiza una amplia radiografía de cómo son y cómo se comportan a la hora de viajar, también destaca la edad media de los jóvenes que visitan España es menor que la de otros países, ya que en nuestro país, más de la mitad de los turistas son menores de 22 años.

Es precisamente durante estos días cuando mayor actividad se produce en cuanto al turismo de jóvenes tras finalizar los estudios en los colegios, institutos o universidades para disfrutar de las vacaciones, realizar Interrail, campamentos de verano, estudio de idiomas o prácticas laborales en el extranjero. De hecho, según el estudio, un 47% viaja por placer, un 22% para estudiar idiomas, un 15% para adquirir experiencia laboral y otro 15% para estudiar. De los más de mil millones de per-

sonas que viajan por el mundo a día de hoy, se estima que cerca de un 20% son jóvenes y, según la Organización Mundial del Turismo, el turismo joven se ha incrementado en torno a un 28% respecto a 2007. Además, según el estudio, los jóvenes viajan durante periodos más largos y gastan más que el resto de los turistas, con una duración media de los viajes de 58 días y un gasto medio de 50 euros al día. El prototipo de joven viajero suele haber realizado seis viajes internacionales cortos y cinco viajes largos (más de siete noches) en los últimos cinco años, y tiende a visitar lugares más lejanos a medida que envejece.

A la hora de pagar, el 65,9% elige los medios de pago electrónicos, siendo las tarjetas de débito la opción preferida por el 33,02%. El 52,19% asegura tener una tarjeta de débito a su nombre y un 17,32% una de crédito. Aumenta además, el uso de las tarjetas prepago, utilizadas por el 7,85%.

Otro dato destacable es que el uso del transporte aéreo por parte de los jóvenes ha crecido significativamente, de un 16% de los viajes en 2007 al 26% en 2013. Este crecimiento se debe en gran parte al desarrollo de

aerolíneas de bajo coste. Para el alojamiento, los hostales siguen siendo el modelo más utilizado por el 32% de los encuestados, seguido de cerca por los hoteles (31%).

Viajeros, no turistas

El estudio realiza una radiografía de cómo son y cómo se comportan los jóvenes a la hora de viajar. Por ejemplo, la mayoría tienden a definirse a sí mismo como "viajero" en lugar de como "turista". Si bien la proporción de los que se definen como "mochileros" y "viajeros" ha disminuido, la proporción de "turistas" ha aumentado significativamente. Esto refleja el crecimiento de nuevos mercados como Asia, donde la etiqueta de "turista" no tiene connotaciones negativas que puede tener en otros lugares del mundo. Sorprendentemente, los mayores de 25 años son más propensos a identificarse con la imagen del "viajero" o el "mochilero", mientras que los de menor edad tienden a autodefinirse más como "turistas". Es reseñable también el nacimiento de una nueva etiqueta: los flash-packers, "mochileros" más sibaritas, que duermen en hoteles y no escatiman a la hora de comer o de comprar.

Tecnologías seguras y eficientes para climatización y el agua caliente sanitaria

Los hoteles se enfrentan a diversos factores que pueden alterar no sólo el confort, sino la salud de sus huéspedes

Uno de los caballos de batalla de todos los hoteles es el riesgo de proliferación de legionelosis en las instalaciones de ACS y de climatización. Esta patología, que se desarrolla a partir

de una bacteria muy resistente y adaptable, es una amenaza silenciosa para la calidad del servicio hotelero, porque afecta a la comodidad y seguridad de los huéspedes. En este artículo,

Noelia González García, ingeniera industrial superior y responsable de Soluciones Hoteleras de ACV España, explica las principales soluciones a este problema para el sector hotelero.

La Legionelosis es una enfermedad bacteriana que se transmite a las personas a través de aerosoles de agua contaminada con la bacteria *Legionella pneumophila*. Se trata de una bacteria que se desarrolla en las aguas superficiales (ríos, lagos, etc.) y desde estos espacios puede pasar a la red de distribución de agua de las ciudades; y que, además, se adapta con facilidad a un amplio espectro de condiciones y temperaturas, multiplicándose entre 20°C y 45°C (su temperatura óptima de crecimiento se encuentra entre los 35°C y los 37°C), y destruyéndose a los 70°C.

Los sistemas o instalaciones donde pueden aparecer con más frecuencia brotes de *Legionella* son aquellos que utilizan agua de la red de distribución, la mantienen a una temperatura de multiplicación de la bacteria y además van asociados a sistemas que vaporizan el agua, tales como torres de refrigeración y sistemas de Agua Caliente Sanitaria (ACS). Por esta razón, los edificios donde más riesgo existe son aquellos donde estas instalaciones son de uso comunitario; como por ejemplo los hospitales o los hoteles.

Precisamente, para evitar este riesgo, la normativa prevé medidas para que los edificios eliminen los factores que favorecen la proliferación de la bacteria. Así, en España, el RD 865/2003 recoge los criterios para la prevención y control de la Legionelosis, y su aplicación es obligatoria para las instalaciones de ACS de uso colectivo como es el caso de los hoteles. La legislación describe las medidas preventivas y de desinfección que se deben llevar a cabo, como calentar de forma homogénea los depósitos de acumulación de ACS finales a 60°C, mantener la temperatura del ACS en toda la red de distribución a 50°C, y realizar tratamientos de pasteurización y desinfección programados elevando la temperatura del acumulador y de la red de distribución de ACS hasta los 70°C (tratamientos de choque térmico).

Diseño preventivo para la producción de ACS

Según el más reciente estudio publicado por el Ministerio de Economía y Competitividad, que analiza los brotes de Legionelosis durante los años 1999 a 2011, los hoteles se encuentran en el segundo lugar, en la tabla que los clasifica, según el tipo de edificio donde se detectaron. Este hecho, acompañado de la vulnerabilidad del sector hotelero ante cualquier noticia relacionada con la salubridad de sus instalaciones, obliga a los responsables de las instalaciones hoteleras a dedicar una

especial atención al tipo de sistemas a utilizar.

Con el objetivo de prevenir contingencias de este tipo, el equipamiento para la producción de ACS debe estar diseñado para evitar el riesgo de proliferación de la *Legionella*, para ofrecer sistemas lo más seguros posible y que sean una alternativa sólida para el sector hotelero.

¿Qué elementos o prestaciones deben incluir los equipos de producción de ACS para que, además de ser eficientes, protejan al hotel de la Legionelosis? Las instalaciones hoteleras se caracterizan por presentar grandes consumos de ACS, con puntas muy elevadas en periodos de tiempo muy cortos. Para cubrir estas necesidades, tradicionalmente se ha recurrido a grandes volúmenes de acumulación. Sin embargo, mantener esta gran cantidad de agua preparada para los momentos punta, supone un elevado riesgo sanitario en cuanto al posible desarrollo de la bacteria de la *Legionella*.

La solución para reducir el volumen de acumulación y los tiempos de permanencia en los acumuladores es recurrir a sistemas de producción de ACS que se adapten a la curva de consumo de for-

ma casi instantánea, trabajando con una elevada potencia de generación e intercambio, esto es, sistemas semi-instantáneos. De esta forma se consigue una gran cantidad de ACS generada a temperaturas superiores a los 70°C, permitiendo la eliminación de la *Legionella* y pudiendo pasteurizar en continuo.

Si dadas las características de consumos del hotel fuera necesario acumular un volumen de agua adicional al del generador para garantizar el servicio, la solución pasaría por utilizar el mínimo volumen de agua acumulada, mediante interacumuladores de gran potencia de intercambio, o lo que es lo mismo, sistemas de semi-acumulación.

Temperaturas y acumulación: ACS segura

Nuestra experiencia demuestra que las instalaciones hoteleras están protegidas siempre que los equipos de producción de ACS garanticen altas temperaturas de generación, mínimo volumen de agua acumulada y tiempos reducidos de permanencia en los acumuladores. En este sentido, el diseño de este equipamiento debe incorporar otras características

pensadas para evitar la proliferación de la *Legionella*, como interiores de acero inoxidable de alta calidad, pulidas y de baja adherencia, capaces de soportar temperaturas superiores a los 70°C para realizar el choque térmico de eliminación de la bacteria; las paredes exteriores del tanque interno se usan como intercambiadores (sistema Tank in Tank), que permite calentar grandes cantidades de ACS en un tiempo muy corto, y conseguir así un calentamiento homogéneo del agua de consumo, evitando zonas frías en la parte inferior del acumulador; el diseño ondulado de las paredes interiores del tanque de ACS provoca un movimiento de dilatación/contracción al calentarse y enfriarse que evita la formación de incrustaciones; y además, debido a la posición de las tomas en el interior del acumulador de ACS, se genera una turbulencia en la base del depósito que mantiene las partículas en suspensión, previniendo la formación de sedimentos y posible biocapa, que podría favorecer la generación de la bacteria. Todas estas prestaciones están incluidas en dos sistemas (Heat Master TC de producción de ACS y de acumulación Smart) en los

que trabajamos en ACV, de probada eficacia.

Además de las soluciones para los sistemas de producción y acumulación, los equipos de producción de ACS deben garantizar una temperatura de 50°C y realizar tratamientos de choque por encima de 70°C en todo el circuito de distribución. Para ello es necesario disponer, por ejemplo, de un equipo programable capaz de controlar la temperatura de distribución y los tratamientos térmicos de choque. En ACV hemos desarrollado una válvula mezcladora termostática motorizada (Electrónica Mix), con centralita programable, que controla la temperatura de distribución, la de recirculación, y realiza el choque térmico a 70°C, según la programación fijada.

En resumen, los hoteles deben demandar, por parte de sus proveedores y fabricantes de equipos de producción de ACS, sistemas pensados y diseñados para ofrecer una seguridad real ante la proliferación de Legionelosis en las instalaciones de producción, acumulación y distribución de ACS; que además aprovechen de la forma más eficiente la energía que consumen y garanticen la seguridad y el confort de sus huéspedes.



Dos diagramas en los que se explican los principios de diseño para equipos de producción semi-instantánea de ACS (Heat Master TC, a la izquierda), y de semi-acumulación (Smart, a la derecha).

ITH celebra 10 años de innovación, tecnología y sostenibilidad en el turismo

Destacados profesionales del turismo acompañaron al equipo de ITH en el evento celebrado en los Jardines de Sabatini

Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); Sebastián Fernández, director general de Turismo de

la Comunidad Valenciana; y Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR, abrieron la ceremonia, que contó con ponentes

como el especialista en branding estratégico, Andy Stalman, y el célebre economista, Leopoldo Abadía.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), centro de innovación para la industria hotelera y turística española, celebró, en el hotel madrileño Apartosuites Jardines de Sabatini, su décimo aniversario, en compañía de sus socios, colaboradores y amigos, que han conmemorado, junto a la Junta Directiva de ITH y CEHAT, los hitos y logros de esta entidad, que en marzo de este año, fue reconocida con la Medalla al Mérito Turístico en Innovación, en la persona de su presidente fundador, José Guillermo Díaz Montañés.

El evento contó con la presencia de destacadas personalidades de la industria turística española, como Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT; José Luis Ascarza, presidente del CETEX; Jesús Gatell, vicepresidente de ITH y destacado empresario hotelero; Valentín Ugalde, tesorero de CEHAT e ITH; el profesional turístico de larga trayectoria, Domènec Biòsca; Fernando Panizo, presidente de Thinktur; José Luque García; socio-director del Grupo Fuerte Hoteles; Emilio Gallego, secretario general de la Federación Española de Hostelería (FEHR); Javier García-Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts y Hosbec (Asociación Hotelera de la Costa Blanca); Fernando Fraile, presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT); el presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia (UHPV), Luis Martí; Martí Sabrià, gerente de la Asociación Hotelera Costa Brava Centre Societat Cooperativa; Aurelio Vázquez, presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) y director general para España y Mediterráneo del Grupo

Iberostar; Miguel Ángel Fernández Torán, presidente del Grupo Balnearios de Montaña; entre otros destacados empresarios y representantes del sector.

La celebración del décimo aniversario de ITH, ha tenido, además, el apoyo de varias instituciones que han sido clave no sólo en su origen y desarrollo, sino también en la puesta en marcha de proyectos e iniciativas de gran calado que, a través de la tecnología y la innovación, han mejorado la competitividad de la hostelería y el turismo español; como director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín del Castillo; Sebastián Fernández, director general de Turismo de la Comunidad Valenciana; y Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR.

Además, este encuentro festivo ha servido para reflexionar, en compañía de profesionales del sector, sobre los retos y desafíos que el turismo tiene por delante a corto, medio y largo, plazo, en materia de tecnología e innovación. Con esta idea, el especialista en branding estratégico, Andy Stalman, y el célebre economista, Leopoldo Abadía, ofrecieron dos conferencias, en las que analizaron los cambios que se han vivido en estos diez años en nuestra sociedad, y cómo sacarles partido para crecer, mejorar y proyectar las empresas del sector hacia el futuro.

Compromiso con la innovación en el turismo

Durante la ceremonia de inauguración, se destacó la importancia de los acuerdos entre entidades públicas y privadas para impulsar la competitividad en el turismo a través de la tecnología y el turismo; y en este sentido, López



Leopoldo Abadía abordó la actualidad económica con su particular visión del mundo.

de Ávila, de SEGITTUR, adelantó que ITH y la entidad que representa están trabajando en un acuerdo marco de colaboración, que contemple tanto acciones de divulgación como proyectos tecnológicos en diferentes espacios y zonas de España.

López de Ávila también subrayó "el importante papel que ITH ha jugado en el impulso de la innovación en el sector turístico", a través de la implantación de nuevas tecnologías en el sector, liderando la iniciativa privada, con el apoyo de entidades como Turespaña y SEGITTUR. Sebastián Fernández, director general de Turismo valenciano, ahondó en la rele-

vancia de la colaboración entre las empresas y las administraciones, que ha dado lugar, como en el caso de ITH y la Comunidad Valenciana, "a éxitos y contribuciones a un sector tan importantes como el turismo y la hostelería", entre los que destacó Travel Open Apps, y el estándar europeo de distribución online turística, TOURISMlink.

El mismo espíritu de colaboración y actividades comunes fue subrayado por el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín del Castillo quien, durante la clausura del evento, recordó el vínculo que une ITH y la Comunidad de Madrid, impulsor

del nacimiento de ITH hace ya diez años. Del Castillo recalcó también que la "tecnología y la innovación son una gran oportunidad económica y social, que repercutirá en una mejor sociedad".

Finalmente, el presidente de ITH y CEHAT, tuvo una mención especial para la Medalla al Mérito Turístico a la Innovación, recibida por ITH en la persona de su presidente fundador, José Guillermo Díaz Montañés, de quien destacó su decisivo papel en el origen de ITH; y agradeció efusivamente el apoyo de los socios, colaboradores y medios de comunicación, sin cuyo apoyo "sería imposible la existencia de ITH y CEHAT".



Profesionales del sector llenaron el Museo de Coches de Apartosuites Jardines de Sabatini.



El director general de ITH explicó los logros y retos del Instituto.

La cuarta edición de Transfiere fomentará la participación internacional y el emprendimiento

ITH participa en el Comité Organizador de este evento que, en 2015, llega a su tercera edición

El comité organizador del foro, del que forman parte el presidente de ITH y CEHAT, Juan Molas; el director general de ITH,

Álvaro Carrillo de Albornoz, y el presidente de Thinktur, Fernando Panizo, se reunió en Madrid para abordar las líneas estratégicas

de cara a la próxima convocatoria del evento, contando con la presencia del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre.

Transfiere, el Foro para la Ciencia, Tecnología e Innovación, que celebra su cuarta edición en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) los días 11 y 12 de febrero de 2015 fomentará la internacionalización de las empresas y el aumento de la participación de pymes y empresas innovadoras.

Para ello, el comité organizador del Foro, en el que participa ITH, se ha reunido en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) en Madrid, contando con la participación del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, el subdirector general de Fomento de la Innovación Empresarial del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO), Luis Cueto, y la subdirectora general de Colaboración Público-Privada de MINECO, María Angeles Ferre, entre otros.

A la reunión, en la que se han abordado los datos más relevantes y las líneas estratégicas de la próxima convocatoria del evento, han acudido también un gran número de representantes de empresas e instituciones que apoyan la innovación. De esta forma, el presidente de ITH y CEHAT, Juan Molas; el director general de ITH,

Álvaro Carrillo de Albornoz, y el presidente de Thinktur, Fernando Panizo; también asistieron a este encuentro.

Transfiere 2015: nuevos retos y asuntos recurrentes

Las acciones de internacionalización tendrán un papel destacado en Transfiere 2015 para atraer a entidades de otros países y fomentar así el contacto y trabajo con empresas nacionales con el fin de explorar las oportunidades que brinda el mercado internacional. De esta forma, contarán con el apoyo de la Red Enterprise Europe Network y su nodo en Andalucía, la Red CSEAND, que tiene como objetivo atraer a empresas procedentes de Europa y de otros continentes en los que tiene presencia.

El emprendimiento innovador será otra de las claves que se impulse en esta cuarta edición. Así, se pretende aumentar la participación de pymes innovadoras tanto españolas como europeas. Para alcanzar el mercado internacional de las pequeñas y medianas empresas se trabajará a través de la plataforma European Business & Innovation Centres Network (EBN).

En esta línea cabe destacar la reunión mantenida el pasado mes de mayo en Budapest, entre el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y el director del Instituto Europeo de Innovación y Tecnología (EIT), José Manuel Leceta, quienes debatieron sobre las acciones que se llevarán a cabo para atraer a este foro a empresas innovadoras y grupos de investigación del ámbito europeo, así como para la promoción de la cultura emprendedora española y su convergencia con el ámbito internacional.

Asimismo, las principales líneas de trabajo del evento se centrarán también en la dinamización de la demanda tecnológica con la incorporación de las Plataformas Tecnológicas como elementos activos por su capacidad para atraer la participación de empresas a Transfiere.

Espacios 'Transfiere 2015'

En esta nueva convocatoria estarán representados, como cada año, los sectores Agroalimentario, Energía, Industria, Infraestructura y Transportes, Medio Ambiente, Sanidad, TICs, Administraciones Públicas, y como novedad, el sector Aeronáutico y Aeroespacial. Cabe destacar que cada uno de

ellos contará con mesas de trabajo en el Área de Networking para llevar a cabo encuentros B2B.

Asimismo, Transfiere volverá a albergar -por segundo año consecutivo- la 'Zona 3.14', un espacio práctico dedicado a pymes, Empresas de Base Tecnológicas (EBTs), start-ups, y grupos de investigación para fomentar el emprendimiento en este ámbito y acercar nuevas ideas de negocio, proyectos novedosos y líneas de investigación innovadoras al mercado.

Las Plataformas Tecnológicas Españolas también tendrán su espacio en el que se instalarán mesas de trabajo para encuentros B2B y ha-

brá una zona denominada 'Foro Internacional de la Innovación', un espacio de debate en torno al Horizonte2020. Junto a ello, como cada año tendrá cabida una zona expositiva.

Transfiere tiene como objetivo fomentar la cooperación entre el ámbito científico y el sector empresarial apostando por la transferencia del conocimiento con la participación de científicos de las universidades y los centros públicos y privados de investigación que presentan en cada edición las últimas novedades tecnológicas para crear así oportunidades de negocio con empresas e instituciones productoras de I+D+i.



Reunión en la Confederación Española de Organizaciones Empresariales.

TwentyTú Hi-Tech Hostel es reconocido por su compromiso con la sostenibilidad

La quinta edición de los premios anuales de la Asociación 22@Network BCN ha reconocido a este alojamiento, socio de ITH, por representar valores propios del distrito, como son la sostenibilidad y la innovación, que según la Junta Directiva de esta entidad "forman parte del planteamiento y funcionamiento de dicho establecimiento".

TwentyTú Hi-Tech Hostel, socio hotelero del Instituto Tecnológico Hotelero, ha recibido, de manos de la Junta Directiva de 22@Network BCN, el premio Can Canela a la implicación corporativa en esta entidad, que agrupa a las empresas que impulsan y contribuyen al crecimiento del distrito 22@ de Barcelona.

22@network BCN es una asociación, fundada hace diez años, formada por las empresas más destacadas que operaban en el distrito 22@ Barcelona. La Asociación de Empresas e Instituciones del distrito 22@ tiene como finalidad fomentar la participación activa en el proceso de consolidación y desarrollo del distrito de la innovación como un espacio

dinámico, transformador y pionero en tecnología. Actualmente, más de 100 empresas y entidades ubicadas con sede y oficinas en el distrito 22@ integran esta asociación, que entiende la innovación y el conocimiento como parte muy importante de su actividad.

Los premios, creados en el quinto aniversario de la entidad, se dividen en cuatro categorías, que reconocen a aquellas empresas, instituciones y personas que, o bien desde dentro, o desde fuera de la Asociación, han contribuido al éxito del proyecto 22@ y han fomentado los valores propios de la Asociación. TwentyTú Hi-Tech Hostel recibe este año el galardón Can Canela a la implicación corporativa en el proyecto 22@Network BCN.

La Junta Directiva de 22@network BCN tomó la decisión, por unanimidad, "considerando la importancia que valores propios del distrito, como sostenibilidad e innovación tienen en el planteamiento y el funcionamiento de este establecimiento", según se refleja en las comisiones y las iniciativas de la Asamblea", reza el comunicado.

Las bombas de calor por aerotermia con CO2 son cuatro veces más eficientes

ITH y Lumelco crean un proyecto destinado a probar esta tecnología

Este proyecto, dirigido a todo tipo de hotel en cualquier localización, permite a los establecimientos participantes incorporar una bomba de calor para generar ACS a alta temperatura, que permite ahorros de un 35% en relación a sistemas habituales. Los socios de ITH contarán con descuentos especiales, y condiciones de financiación y garantía preferentes, además de tres años de monitorización gratuita.

Lumelco, referentes en importación y distribución de aire acondicionado y climatización, calefacción y energía solar térmica en España, Portugal y Marruecos, y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), ponen en marcha un proyecto piloto que permitirá para estudiar las ventajas que para el sector hotelero tienen las bombas de calor de aerotermia de CO2 para producir ACS, capaces de generar ahorros de hasta el 35% en los costes energéticos asociados al agua caliente sanitaria.

Los hoteles podrán acceder a este equipamiento avanzado a través de un piloto que les permitirá implantar la tecnología Q-TON, una bomba de calor para

ACS hasta 90°C con un compresor con refrigerante de CO2, más eficiente que las calderas que realizan la misma tarea. Es sistema novedoso y único en el mercado, cuya utilización supone un importante ahorro energético: comparándolo con el funcionamiento de una caldera de gas natural con un 90% de rendimiento, el ahorro de energía primaria puede ser del 78% y el económico del 35%.

Los hoteles asociados a ITH que deseen participar en este piloto contarán con varias ventajas exclusivas. Lumelco se compromete a ofrecer el equipo con un 60% de descuento, una financiación a 150 días y a ofrecer un período de prueba de la máquina de un año, durante el cual, esta firma admitirá la devolución del equipo a primer requerimiento y abonará el 100% del importe al cliente si éste no está satisfecho con su rendimiento, aparte de la garantía de tres años en piezas y mano de obra, y tres años de monitorización gratuita.

Aerotermia con CO2

Tradicionalmente las calderas de gas o calderas de gasóleo han

sido los principales sistemas para el calentamiento del agua caliente sanitaria, sobre todo para procesos donde la temperatura del agua oscila entre 60 y 90 °C. Con esta nueva generación de bombas de calor eléctricas aire/agua, que utilizan como refrigerante el CO2, es posible alcanzar estas temperaturas de agua con un rendimiento excelente.

Esta tecnología permite que la bomba de calor extraiga el calor contenido en el aire, y gracias al ciclo termodinámico del refrigerante CO2, es capaz de calentar el agua caliente sanitaria incluso hasta 90 °C.

El equipo que estará disponible a través de este piloto, el Q-TON ESA30E de Mitsubishi Heavy Industries, tiene una potencia de calentamiento de 30 kW, y se pueden combinar hasta 16 unidades en un solo control, para adaptarlas según la demanda de agua caliente. Puede instalarse en el exterior o bien en una zona cubierta donde sea posible la salida y entrada del aire del exterior, y no requiere chimeneas de evacuación de humos ni tampoco almacenar combustibles inflamables.

Unax Ugalde, Ana Vide y Fernando Tejero inauguraron la temporada 2014 en Can Lluç

Caso de éxito en diferenciación: un hotel con encanto en el que la experiencia y el destino van de la mano

Un entorno irrepetible aprovechado al máximo, el respeto por la singularidad y un servicio esmerado, y el uso de las redes

sociales para hacer branding y mantener una relación fluida con sus huéspedes, amigos y futuros clientes, son algunos de

los secretos de Can Lluç, un hotel con encanto situado en el corazón de Ibiza, que muestra una cara alternativa de esta isla.

El hotel rural Can Lluç está situado en un valle de la isla de Ibiza, entorno que ha permitido crear un alojamiento en el que la sostenibilidad es una expresión del espíritu mediterráneo y una filosofía de gestión que aprovecha las nuevas tecnologías para conectar este rincón ibicenco con el mundo.

Can Lluç se levanta sobre la falda de la montaña denominada Atalaya de San Rafael, un valle de gran valor ecológico, rodeado de bosque de pinos y algarrobos, higueras y olivos milenarios, y de una plantación de dos mil parras, que completan un paisaje plagado de árboles, frutales y viñedos.

Este alojamiento, propiedad de Lucas Prats y Tina Soriano, abordó en el año 2000 una reforma integral de tres años de duración, de la mano del arquitecto José Torres Torres, que transformó la antigua casa y finca familiar en un hotel boutique en plena naturaleza con un toque de lujo distendido, en el que piezas y herramientas de labranza antiguas y elementos del hogar familiar se mezclan con mobiliario más actual. Tras la primera rehabilitación, se llevaron a cabo dos am-

pliaciones, de habitaciones en 2009, y de instalaciones en 2013, que supuso la apertura de un espacio para eventos y reuniones. Como explica Tina Soriano, "hemos llevado adelante el sueño de crear un espacio de confort, de paz y relax en el centro de la isla, a tiro de piedra del bullicio de la ciudad y del romanticismo de los pueblos de interior y del mar, donde el cliente se siente muy bien tratado, con un servicio de calidad, pero sin rigideces ni horarios excesivos".

En la actualidad, disponen de 20 habitaciones que ofrecen servicios de primer nivel, entre los que destaca la conectividad WiFi gratuita en todo el hotel, instalaciones para la práctica de fitness, porches o zonas de restauración y para contemplar las míticas puestas de sol de la isla, y otras instalaciones ecológicas, como la piscina infinita accesible.

"El cliente que viene a Can Lluç, -subraya la propietaria de este hotel, busca el descanso en un entorno diferente: la realización de actividades no es su objetivo principal, salvo salir en barco, ir a comer a un buen restaurante o dejarse mimar con un buen masaje y relajarse en la piscina". Por eso,

ofrecer instalaciones de gran calidad, integradas en el entorno, es clave en el éxito de este hotel.

Medidas sostenibles para hacer brillar el entorno

En este alojamiento se aprovechan las instalaciones no sólo para crear una experiencia agradable para sus huéspedes, sino también para mostrar elementos vinculados a la tradición local, que favorecen al equilibrio con el entorno. Por ejemplo, la piscina infinita tiene una entrada de agua permanente similar a la de los antiguos estanques del campo ibicenco, con el tradicional color de aumanga (rojo intenso), y que se trata mediante electrólisis, que además de ofrecer una sensación agradable durante el baño, evita los tratamientos químicos de choque.

Pero Can Lluç no es sólo un alojamiento preocupado por formar parte del entorno que lo hace único, son además entusiastas del uso de las nuevas tecnologías como herramientas de marketing y branding. Como explica Soriano, "las nuevas tecnologías son una herramienta de trabajo fundamental, que nos permiten abrir las puertas de nuestra 'casa' a los

clientes antes de llegar", afirma. Por esa razón "fomentamos las opiniones en las redes sociales y de viajes, porque nuestra presencia en Facebook, Twitter e Instagram nos reportan presencia y actividad antes nuestros clientes y potenciales clientes, y así las utilizamos. Los esfuerzos de Can Lluç han merecido reconocimien-

tos como la Q Calidad y el Hotel con Carácter del Gobierno Balear, la ISO 14001, además de su inclusión en varios rankings internacionales de prestigiosas publicaciones de viajes y estilo de vida como Conde Nast Traveler, Marie Claire, GQ, entre otras; y ostenta el Certificado de Excelencia 2013 de TripAdvisor.



Los actores estuvieron en la fiesta de inauguración de temporada del hotel.

El servicio online de traducción-interpretación de idiomas 'theglobalpassword' se asocia a ITH

Basado en la última tecnología web de comunicación WebRTC

La principal ventaja de 'theglobalpassword' es que ofrece a los hoteles la posibilidad de resolver las barreras lingüísticas a las

que han de enfrentarse sus clientes extranjeros, tanto dentro como fuera del hotel, con la ayuda de intérpretes accesibles en todo

momento, desde cualquier dispositivo y lugar del mundo, ya que se trata de un sistema de comunicación online.

Theglobalpassword, servicio online de traducción-interpretación de idiomas para la eliminación de las barreras lingüísticas, se convierte en socio del Instituto Tecnológico Hotelero, con el objetivo de dar a conocer al sector hotelero y turístico su sistema de comunicación capaz de facilitar las conversaciones entre personas que hablan distinto idioma, a través de un proyecto piloto.

Se trata de un servicio online de interpretación de idiomas "low cost" que, a través de una plataforma Web o aplicación móvil, permite establecer la comunicación instantánea, directa y en tiempo real, desde cualquier dispositivo (ordenador, tablet o Smartphone) y desde cualquier lugar del mundo, con un intérprete de su red, para eliminar las barreras lingüísticas entre interlocutores que se expresen en diferentes idiomas, ya sea en conversaciones presenciales espon-

táneas (cara a cara) o en reuniones virtuales (a distancia).

No obstante, a pesar de ser un servicio online, el servicio es ofrecido por personas, ya que aportan el valor cultural, que es un factor indispensable para la interpretación de idiomas, además de calidad y la calidez necesaria en la comunicación humana, elementos irremplazables por soluciones tecnológicas.

El funcionamiento de theglobalpassword es sencillo: una vez que un hotel se registra en el sistema y se da de alta en el servicio, en el momento que lo necesite, sólo deberá iniciar la sesión y seleccionar, con un clic, el idioma en el que desea comunicarse. Mediante el software alojado en su servidor, el sistema pondrá en contacto a los interlocutores, directamente y en tiempo real, con el intérprete más idóneo para ayudarles a eliminar la barrera lingüística. Una vez finalizada la conexión, el

sistema registra el tiempo de servicio online prestado por el intérprete para la posterior gestión y elaboración de su factura, que el hotel recibirá cada mes, con la descripción de los servicios prestados.

Theglobalpassword no es un servicio de teletraducción telefónica al uso. El uso de internet como canal de comunicación (al ser multimedia) y la tecnología WebRTC (que permite establecer comunicaciones en tiempo real a través de internet, ofreciendo servicios de valor añadido como videoconferencia alojada en la nube), convierten a theglobalpassword en un servicio muy accesible y asequible, que permite resolver, desde cualquier dispositivo y lugar del mundo, tanto barreras lingüísticas presenciales como virtuales, de forma sencilla, directa, en tiempo real y sin costes añadidos.

La compañía ofrece dos modalidades del servicio: globalface

(para conversaciones espontáneas en las que los interlocutores están presentes físicamente) y globalvirtual (para conversaciones a distancia mediante videollamada). Ambos servicios, disponibles de lunes a domingo, de 9:00 horas a 24:00 horas ininterrumpidamente, ponen a disposición de los hoteles los idiomas más demandados a nivel mundial (inglés, alemán, francés, italiano, holandés, portugués, ruso, sueco, japonés y chino), a los que se añaden nuevos idiomas a petición del cliente.

Prueba gratuita para 15 hoteles

Herramientas como theglobalpassword son muy recomendables para hoteles con una afluencia alta de viajeros y turistas de diversos lugares del mundo, para los que el desconocimiento del idioma del destino puede resultar un obstáculo que les dificulta su experiencia turística en su visita a nuestro país, especialmente en caso de

tener una incidencia o pregunta que no puedan expresar con propiedad. Igualmente, para el hotel, es un servicio complementario para sus huéspedes, a los que podrán aportar un servicio de valor añadido y será muy bien percibido por sus clientes ya que facilita la correcta comunicación y la atención a sus comentarios y dudas, mejorando la satisfacción del cliente, ayudando con ello al establecimiento a mejorar e implementar el factor experiencial del cliente y su valoración y percepción de calidad sobre el servicio recibido.

Como explica Javier Sánchez de la Campa, CEO de theglobalpassword, esta solución "surge para resolver los conflictos idiomáticos, con la premisa fundamental de dar un servicio directo e instantáneo, una respuesta en tiempo real en el momento preciso y en el lugar donde se necesita".

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)

EL NOTICIERO OPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
ANUARIO (1 EDICION)

DOSSIER NEXOTUR
CONVENIO LABORAL DE
AGENCIAS DE VIAJES

Futuralia
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO
ANUARIO (1 EDICION)

ESPECIAL NEXOTUR
CONGRESO UNAV
ANUARIO (1 EDICION)

CONEXO
COYUNTURA REUNIONES
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

CONEXO
PALACIOS DE CONGRESOS
Y CONVENTIONS BUREAU



Premio Madrid Excelente
al Grupo Informativo
Nacional



Placa al Mérito
Turístico del
Estado Español



Premio Iberoamericano
de Periodismo
Especializado

De Profesional
a Profesional



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

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



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

GOLD&TIME
JOYERÍA, GEMOLOGÍA, ORFEBRERÍA
REVISTA SEMESTRAL (2 EDICIONES)

NEXOTIME & ALTA RELOJERIA
RELOJERÍA E INDUSTRIAS AFINES
PERIÓDICO BIMESTRAL (6 EDICIONES)

EL ECO
FILATELIA Y NUMISMÁTICA
MENSUAL (11 EDICIONES)



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

GOLDTIME.org
JOYERIA Y GEMOLOGÍA
PERIODICO DIARIO ONLINE

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

ART & VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

IGE & MINAS
INST. GEMOLÓGICO ESPAÑOL
MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN people
TRANSPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

MANmagazine
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN WORLD
TRANSPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2 EDICIONES)

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 LÍNEAS)

NEXO
editores s.a.

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

Axpo firma un acuerdo con CEHAT para reforzar su posicionamiento

Ofrece al sector hotelero diferentes ofertas de ahorro en la factura eléctrica

La compañía energética se integra como socio colaborador en la categoría de proveedores del sector energético y planifica su participación en diferentes eventos y actividades de

CEHAT. Axpo activa así un programa dirigido al sector hotelero español con ofertas de su ministro personalizadas que pueden suponer importantes ahorros en la factura eléctrica.

Axpo ha firmado un acuerdo de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) mediante el cual pretende reforzar su posicionamiento en el sector hotelero español con ofertas personalizadas que pueden suponer importantes ahorros en la factura eléctrica de cadenas y establecimientos con un gran consumo energético.

El acuerdo ha sido firmado por Ignacio Soneira, Director General de Axpo Iberia S.L.; Ramón Estalella, secretario general de CEHAT; y Valentín Ugalde, Director del Congreso de Empresarios Hoteleros y Gerente de CEHAT.

Una de las actividades más importantes que abordará Axpo dentro de esta colaboración será su participación en el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles que tendrá lugar entre el 21 y 23 de octubre en el Auditorio Adán Martín de Santa Cruz de Tenerife. Se trata de la reunión más importante del sector hotelero español y está prevista la asistencia de más de 450 congresistas entre los que se en-

cuentran propietarios de hoteles y cadenas, representantes de asociaciones y diferentes entidades vinculadas a la industria turística. "Este encuentro supone para nosotros una oportunidad única de entrar en contacto con el sector hotelero", comentó Ignacio Soneira. "La partida energética tiene un peso específico muy importante para los hoteles y contar con un contrato de suministro adecuado y herramientas de eficiencia energética puede reportarles ahorros en torno al 20%, por lo que estamos seguros de que estarán muy receptivos a nuestras propuestas", añadió.

Además, Axpo trabajará de forma estrecha con CEHAT para ofrecer a las empresas asociadas productos exclusivos y herramientas adaptadas a las necesidades específicas del sector hotelero. "Como socios colaboradores, queremos darnos a conocer entre las empresas de un sector tan estratégico, pero sobre todo pretendemos aportar nuevas soluciones que les puedan ayudar a mejorar sus cuentas de resultados me-

diantes productos específicamente diseñados para ellos", comentó Soneira.

El gasto energético viene generado por la combinación del consumo y el contrato de suministro eléctrico. Es posible reducir esta partida trabajando en ambos componentes: por un lado, controlando el consumo, evitando consumos innecesarios (climatización excesiva, iluminación innecesaria, etc.), algo que se puede optimizar con la ayuda de herramientas de monitorización como la desarrollada por Axpo (eOPENER) combinada con un centro de control; y por otro, con un contrato de suministro eléctrico que se adapte al perfil de consumo de cada cliente. "Desde nuestro centro de control realiza un seguimiento diario de los costes del mercado eléctrico y de las previsiones de consumos energéticos. Conjugando ambas variables se podrá llegar al punto óptimo de consumo energético lo que repercutirá de forma directa sobre la factura eléctrica", aseguró Soneira.

El Clúster Español de Turismo de Salud presenta su proyecto en el Ministerio

La Federación Nacional de Clínicas Privadas estuvo presente en la Jornada de Difusión sobre Asistencia Sanitaria Transfronteriza que se celebró en el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Carlos Rus, Gerente de la Federación y Secretario General del Clúster Español de Turismo de Salud, habló sobre el papel de los proveedores privados de salud en el marco de la Directiva de Asistencia Sanitaria Transfronteriza y presentó el proyecto Spaincares, cuyo principal objetivo es dar a conocer las bondades de España como destino médico y atraer pacientes extranjeros hacia nuestros centros privados. En su intervención destacó las nuevas oportunidades que se le abren a la sanidad privada con la trasposición de esta directiva, que permite a los pacientes comunitarios elegir el país de la UE en el que desean ser tratados.

La apertura del acto corrió a cargo de Pilar Farjas, secretaria general de Sanidad y Consumo, y Paola Testori, directora general de la Dirección General de Salud y Consumidores de la Comisión Europea. Durante la jornada se celebraron dos mesas redondas que repasaron aspectos generales de la asistencia sanitaria transfronteriza y su

aplicación en España. El acto contó con intervenciones de la talla de Maravillas Izquierdo, Subdirectora Adjunta de la SG de Cartera Básica de Servicios del SNS y Fondo de Cohesión, Karoline Fernández de la Hoz, Jefa de la Unidad de Coordinación Técnica Internacional de la Secretaría General de Sanidad y Consumo.

Agustín Rivero, Director general de Cartera Básica de Servicios del SNS y Farmacia fue el encargado de clausurar una jornada a la que asistieron numerosos representantes de los servicios de salud de las Comunidades Autónomas y de proveedores privados de salud.

Spaincares es la marca comercial del Clúster Español de Turismo de Salud, una agrupación de las entidades turísticas y sanitarias más representativas del país: Federación Nacional de Clínicas Privadas, Asociación Nacional de Balnearios, Federación Empresarial de la Dependencia, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Confederación Española de Agencias de Viaje. Asimismo, también están presentes las iniciativas territoriales de turismo de salud españolas Health in Spain y Barcelona.

II edición de 'Bungalow feliz: ni un niño sin vacaciones'

Los campings españoles vuelven a ceder bungalows y parcelas durante los fines de semana de junio a septiembre a familias que se encuentren en situación de desempleo. En 2013, más de 1.000 familias y 3.000 niños pudieron disfrutar de unos días de descanso en contacto con la naturaleza gracias a esta acción solidaria.

Un año después, la cifra es inalterable: casi dos millones de familias tienen a todos sus miembros en paro. Hablar de vacaciones para ellos es una utopía, un lujo inalcanzable en donde los más perjudicados son los pequeños de la casa. Con la llegada del buen tiempo y el verano ni tan siquiera podrán disfrutar de unos días diferentes, divertidos, en la playa o la montaña...

Por ello, la Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC) lanza la II edición de su acción solidaria 'Bungalow feliz: ni un niño sin vacaciones', una iniciativa que pretende ayudar a que, al menos, durante los fines de semana, los niños puedan recuperar la sonrisa al mismo tiempo que descubren las bondades de los campings.

Si el año pasado participaron 80 campings de todo el país, en esta edición se prevé que sean más de 100 los establecimientos colaboradores que cedan sus bungalows a una iniciativa que se desarrollará durante diferentes fines de semana de junio, julio, agosto y septiembre. Durante su estancia, las familias podrán disfrutar de todas las instalaciones deportivas (piscinas, pistas de fútbol, baloncesto, tenis, pádel...) así como de las distintas actividades de ocio y entretenimiento programadas (mini clubs, castillos hinchables, teatro...)

El único requisito necesario es que el/los miembros de la familia lleven, como mínimo, un año en situación de desempleo y que tengan, al menos, un hijo menor de 14 años.

La principal novedad de esta edición es que, además de los bungalows, muchos campings ceden también parcelas para emplear con tiendas de campaña, carro-tiendas, caravanas...

En la página web <http://www.bungalowfeliz.com/> se puede consultar el listado de campings adscritos así como las condiciones para tramitar las solicitudes.

Ascarza continuará al frente de CETEX tras su reelección como presidente

Estará al cargo de la Confederación extremeña durante cuatro años

Los miembros de CETEX han proclamado nuevamente como presidente de esta organización a José Luis Ascarza, tras superarse el periodo establecido para la presentación de candidaturas, dentro del cual solo se ha presentado su propuesta.

El presidente ha agradecido el apoyo que nuevamente le han dado los empresarios y profesionales del sector y ha mostrado su satisfacción y confianza en que "la candidatura elegida constituirá una Junta Directiva fuerte, unida, eficiente y comprometida con los importantes retos que el sector turístico extremeño tiene por delante".

El balance que hace Ascarza de estos ocho años es muy positivo, "hemos conseguido una significativa representación del sector y hoy en día podemos decir que CETEX forma parte activa de los principales órganos, públicos y privados, de decisión y gestión de políticas y estrategias de desarrollo turístico". Así, ha recordado que la confederación forma parte integrante del órgano colegiado como el Consejo de Turismo de Extremadura, el Observatorio Turístico regional o la Comisión de Turismo de la Diputación Provincial de Badajoz; de otros órganos empresariales como las Cámaras de Comercio, la Confederación Regional Empresarial Extremeña o el Cluster de Turismo de Extremadura; y ha querido destacar prin-

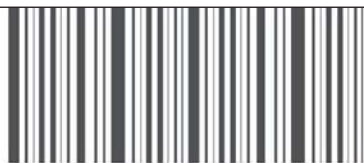
cialmente, la importante presencia de CETEX en las organizaciones nacionales de mayor representación turística, como son la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, (CEHAT), la Federación Española de Hostelería (FEHR) o la Federación de Asociaciones Provinciales de Empresarios de Salas de Fiesta, Baile y Discotecas de España (FASYDE). En su opinión, "que el turismo extremeño tenga voz en este tipo de organizaciones es fundamental para fortalecer el destino y defender sus particularidades e intereses".

En cuanto a los objetivos de esta nueva etapa, Ascarza ha resaltado la intención de continuar con la esencial labor de representación empresarial ante las instituciones; seguir participando activamente en el desarrollo y promoción de la oferta turística extremeña; promover la cooperación entre sus miembros y lograr la fidelización y captación de asociados, mediante la incorporación de nuevos servicios adaptados a las necesidades reales de las empresas. De igual forma, CETEX mantendrá su firme apuesta por la innovación y la calidad, la constante mejora del producto, el incremento de la formación y la sostenibilidad del crecimiento, como pilares básicos del aumento de la competitividad del sector turístico extremeño.

Junto a Ascarza, forman parte de la nueva Junta Directiva de la Confederación: como Vicepresidente por Badajoz, Álvaro Cortés, socio director del Balneario El Raposo y miembro de la Asociación Extremadura Termal; como vicepresidente por Cáceres, Alejandro Picardo, director del Hotel Extremadura. Estrena cargo como tesorero, Venancio Alonso, propietario del Restaurante El Manantial y continúa como Secretario General, Carlos Bernáldez, presidente de la Asociación de Servicios Turísticos de Extremadura.

Completan la lista como vocales José Luis Iniesta, (Hotel Río Badajoz y Catering Río), Eugenio Rodríguez (Red de Apartamentos Rurales Turnat), José Luis Hernández (Hotel Tryp Medea y Asociación de Hoteles de Mérida-ASHOMER), Manuel Gil (Restaurante Las Barandas y Asociación de Cocineros de Extremadura) e Ignacio Lozano (Apartamentos Rurales A Fala). Mª Eugenia Corrales sigue al frente como Gerente de la Asociación.

Por último, formarán parte como asesores: Matías Macías (asesor gastronómico), Jorge González (asesor de cadenas hoteleras y empresas de bingo, juego y ocio), Javier Piriz (asesor de catering y eventos) y Francisco Galán (asesor hostelería y actividades recreativas).



SEGURIDAD
ES ESTAR A 4.000 KM
DE TU HOGAR
Y SENTIR QUE
ESTAMOS CERCA
DE TI.

902400454

PAGO APLAZADO EN
10 MESES SIN INTERESES*

CON LA GARANTÍA Y CONFIANZA DE

MEJOR PRECIO
GARANTIZADO

www.viajeselcorteingles.es

VIAJES

El Corte Inglés

902 400 454

* Reservando un mes antes de la fecha de salida. Intereses subvencionados por Viajes El Corte Inglés S.A. Financiación sujeta a la aprobación de Financiera El Corte Inglés E.F.C. S.A. Por compras superiores a 300€. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiados, 9€. Ejemplos representativos de financiación de compras: Importe 300€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TIN 0%, TAE 6,69%, gastos de gestión 9€. Importe total aplazado: 309€. Importe 1.000€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TIN 0%, TAE 1,98%, gastos de gestión 9€, importe total aplazado: 1.009€. Consulta condiciones. C.I.C.WA 59, HERMOSILLA 112 - MADRID

Después de la banca, los hoteles son los más amenazados por los hackers

La industria hotelera es un gran atractivo para el sector asegurador

La industria hotelera vacacional es una actividad de mucho riesgo. Alojamos clientes, les damos de desayunar, comer y cena, diversión, piscina, deporte, cuidamos niños,

clases de baile, concursos... son estancias en las que los clientes pasan largos periodos de tiempo. Y a todo ello se suman además nuevos riesgos como el ciberriesgo.

Después de la banca, las industrias hoteleras son las más amenazadas por los hackers informáticos para hacerse con la gran cantidad de datos almacenados de clientes, que incluyen en muchos casos datos sobre tarjetas de crédito sobre las que realizar fraudes y estafas. Los hoteles pueden ser atacados también con el simple objetivo de paralizar los sistemas informáticos y dejar al hotel sin actividad o con sus sistemas de control muy debilitados.

También las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales han generado un nuevo riesgo para las empresas turísticas como es el riesgo reputacional. Podríamos definirlo como "toda acción, evento o situación que podría impactar negativa o positivamente en la reputación de una organización". En el mundo de la publicidad moderna donde las malas noticias, o incluso las noticias-mentira, se propagan con gran rapidez, una intoxicación alimenticia o el accidente de un huésped pueden arruinar la reputación de un ho-

tel, afectando directamente a su cuenta de resultados. El sector asegurador también ha dado respuesta a estas necesidades creando una cobertura específica cuyo objetivo es mitigar la pérdida financiera que pueda causar una publicidad negativa.

Las consecuencias de una adecuada o inadecuada gestión en la protección de datos de carácter personal también puede ser un riesgo para una empresa hotelera, que además puede ser asegurado incluso en las posibles sanciones y procedimientos.

Conscientes de los nuevos riesgos que se suman a los tradicionales como incendios, accidentes, responsabilidad civil, quiebras y suspensiones de pagos de turoperadores, etc.. HOSBEC ha desarrollado de la mano de uno de sus socios colaboradores WILLIS, bróker especializado en el aseguramiento de riesgos del sector hotelero, una sesión de trabajo para dar a conocer todo un sistema integral de asesoramiento en materia de riesgos.

"La industria hotelera es un gran atractivo para el sector asegurador", afirman desde Willis, "ya que es un modelo de negocio que ha sobrevivido bastante bien a la crisis económica, sobre todo en su vertiente vacacional. Y aunque la cultura latina esté mucho menos preocupada por los riesgos frente a los anglosajones, es cierto que cada vez se va sensibilizando más". El asesoramiento especializado y multidisciplinar que comprende desde ingenieros hasta técnicos informáticos hace que "el dinero que se invierte en una póliza de seguro puede estar invertido de una manera eficiente o ineficiente, según el estudio del riesgo que se haga, de su probabilidad, frecuencia, etc."

Para la industria hotelera vacacional es muy importante tener contemplada y asegurada la asistencia jurídica en el extranjero, ya que muchos procedimientos y reclamaciones se producen por clientes y turoperadores europeos, para los que se ha establecido el fuero del país de origen por contrato.

La Audiencia Provincial de Mallorca condena a Ashome en la demanda de CEHAT

El pasado 20 de mayo, la Audiencia Provincial de Palma de Mallorca condenó a la Asociación Hotelera de Menorca (Ashome) a pagar las cantidades pendientes de reintegrar a la Confederación Española de Hoteles relacionados con el Plan de Formación 2007-2008. El motivo de la discrepancia nace cuando en el año 2007 el FORCEM asignó a la Confederación Española de Hoteles y todas sus Asociaciones miembros un plan de formación continua, en el que las Asociaciones de CEHAT de forma voluntaria que quisieran realizar cursos para sus trabajadores asociados.

Se firmó un contrato entre CEHAT y Ashome (en aquel momento miembro de pleno derecho de CEHAT) y se le transfirieron fondos suficientes para ello, pero cuando terminó dicho plan y se procedió a la justificación del mismo, el Servicio de Empleo Estatal no dio por válidos unos cursos asignados a Ashome por lo que exigió la devolución de parte de los fondos otorgados. Tras varios intentos frustrados de recibir las cantidades de los cursos anulados, la Confederación Española de Hoteles por su condición de promotora del Plan de Formación, se vio

obligada a reintegrar al SEPE las cantidades exigidas a Ashome.

CEHAT reclamó a Ashome, de forma amistosa dichas cantidades, y durante este periodo, Ashome decidió darse de baja en la Confederación. Dado que en ningún momento se procedió a la devolución y reintegro, esto obligó a la Confederación Española de Hoteles a interponer una demanda contra Ashome para la reclamación de las cantidades que le fueron admitidas por el SEPE y que CEHAT tuvo que pagar en su lugar. De esa demanda conoció el Juzgado de Primera Instancia de Mahón, que dictó sentencia el 20 de Enero de 2014 estimando íntegramente la demanda interpuesta por CEHAT y condenando a Ashome a pagar 40.080 euros más los intereses devengados anteriormente y las costas del Juicio.

Tras esta primera condena, Ashome recurrió ante la Audiencia Provincial de Mallorca y recientemente ha sido nuevamente condenada con una estimación completa de la Demanda y desestimando el recurso interpuesto por Ashome imponiéndole las costas de esta alzada y con pérdida de depósito constituido para recurrir.

FAS Tenerife reúne a más de 120 personas

El Foro de Amigos del Sur de Tenerife organizó su VII coloquio al que acudieron numerosas personalidades de toda la isla, entre ellas el Consejero de Presidencia del Gobierno de Canarias, Hernández Espinola, el Vice Consejero de Turismo, Fernández de la Puente y Jesús Suárez, Consejero de aguas del Cabildo y los presidentes de Ashotel, Cest y Citsur entre otros.

En esta ocasión, el ponente fue Joan Molas, presidente de la CEHAT, a quien el presidente del FAS-Tenerife, José Fernando Cabrera, presentó como uno de los hombres que mejor conoce el sector turístico en todo el País.

Juan Molas comenzó su intervención agradeciendo al que en su opinión ha sido el mejor comercial que la marca España ha tenido nunca, el Rey Don Juan Carlos I, deseando a su Majestad, Felipe VI, un buen trabajo desde la Jefatura del Estado.

Juan Molas, comentó durante su intervención que Las Islas Canarias, y en especial Tenerife, son tierras afortunadas, no solo por su clima sino también porque pese a la situación internacional adversa, ha sabido recuperar un sector turístico que en los últimos dos años ha obteni-

do unos resultados bastante positivos, que han permitido la creación de miles de puestos de trabajo. El presidente de CEHAT reivindicó también la necesidad de medidas especiales de apoyo a la contratación como bonificaciones del 50% en la contratación de personal en bajas temporales o una fiscalidad especial para aquellos que contraten más.

Sobre la problemática del petróleo, Molas apeló una vez más a la unidad, la que considera como única vía para lograr una buena negociación en un tema, que en su opinión, no se tendría que utilizar como arma electoral. Canarias debe pedir compensaciones y exigir todas las garantías de seguridad necesarias.

A la pregunta de qué necesita el Puerto de la Cruz para recuperar su atractivo turístico de antaño, Juan Molas fue muy claro. "Debe acometer un cambio conceptual de forma rápida y adaptarse a las nuevas exigencias" sin dar la espalda al turismo del IMSERSO que cumple dos objetivos: primero dar vacaciones a un millón de personas, y segundo, ayudar a muchos establecimientos a equilibrar sus balances, sin los que se verían obligados a permanecer cerrados largas temporadas.

Hoteleros madrileños recriminan que 'no vale todo' en alojamientos

Hay que garantizar la seguridad y la convivencia vecinal

La Unión Empresarial para la Promoción Turística de Madrid, que agrupa a todos los subsectores turísticos región, ha reclamado a la Comunidad de Madrid que paralice el decreto regulador de las viviendas de uso turístico ya que, a su juicio, "no vale todo" y hay que garantizar la seguridad y la convivencia vecinal.

Así lo han subrayado en la sede de Confederación de Empresarios de Madrid (CEIM) durante una rueda de prensa en la que han intervenido el presidente de La Unión Empresarial por la Promoción Turística de Madrid y de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Madrid (AEHM), Antonio Gil; el vicepresidente y coordinador de Turismo de CEIM y presidente de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER), Rafael Andrés, y el presidente de la Asociación de Empresarios del Hospedaje de la Comunidad Autónoma de Madrid (AEHCAM), Jesús Martín, entre otros miembros.

Los representantes de las asociaciones han comenzado recordando la "conmoción" por el asesinato de una turista danesa en una vivienda turística de la calle Barcelona de Madrid algo que, a su entender, "no hacen sino reforzar la convicción empresarial de que es necesario abordar la regu-

lación de este tipo de alojamientos turísticos estableciendo unos requisitos básicos necesarios para proteger la seguridad de los turistas y la necesaria convivencia vecinal, evitando las malas prácticas y la competencia desleal y para proteger la imagen turística de calidad de Madrid".

Los empresarios turísticos madrileños también han manifestado las dificultades existentes en el proceso negociador con la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura en relación al proyecto de decreto por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad. Según han explicado, el texto actual del proyecto "limita la definición de estos requisitos a su mínima expresión dando carta de naturaleza a las miles de viviendas que han proliferado a consecuencia del vacío legal existente".

El objetivo del decreto del Gobierno regional es regular el funcionamiento de las viviendas de uso turístico en la región, unas 8.000, una modalidad de alojamiento en pisos de propiedad privada a través de Internet, en auge por la crisis, que no está amparada por ninguna normativa.

La patronal hotelera madrileña pide a la Comunidad una "exigencia explícita de contar con la licencia de actividad" a este tipo de vi-

viendas "que garantice el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad y la capacidad de control e inspección de la administración".

"Al igual que a un hotel, un bar o una discoteca se le exige la preceptiva licencia municipal es impensable que la Comunidad de Madrid libere a estas viviendas de la obligación de tramitar su correspondiente título administrativo y se limite a reclamar un teléfono de contacto y su inscripción en el registro de empresas turísticas", agregan.

También piden unas condiciones básicas de habitabilidad, equipamiento y servicios y requisitos técnicos específicos sobre condiciones de seguridad, especialmente en lo relativo a los planes de emergencia y autoprotección, sistemas de alarma y video vigilancia, revisiones de la instalación eléctrica y el cumplimiento del Código Técnico de Edificación.

En cuanto a la protección de la convivencia vecinal, la Unión exige la petición de aislamiento acústico de las viviendas turísticas, la separación de los timbres, la incorporación de video vigilancia y la separación de las zonas comunes para residentes y turistas, así como la protección de los derechos del consumidor de los fraudes y estafas que se dan en la comercialización online del alquiler de viviendas turísticas.



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en NexoHotelcom
Diario online de la Hotelería

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



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

☒ Orense, 32. 28020 Madrid / ☎ 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / ✉ E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO

Desayuno con encanto

Palacete

View to the Patio

Espectáculo de Nochevieja

Resort en la nieve

Día de la

Piscina junto al Mar

Más de
14.000 establecimientos y
1.500.000 plazas, agrupadas en
64 asociaciones en todo el
territorio nacional.
Formación, seguridad, calidad,
promoción, innovación...
CEHAT

momento rural

 **CEHAT**
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:
  
www.cehat.com