

## Carlos Díaz asume la presidencia de la Asociación Hotelera de Madrid

Carlos Díaz ha sido nombrado hace varias semanas presidente de la Asociación de los hoteles madrileños, suce-

diendo a Jesús Gatell tras 14 años al frente de la organización. El nuevo presidente señaló en su investidura su

compromiso por lograr el máximo reconocimiento del hospedaje madrileño como pieza clave de la economía.

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid cuenta desde hace unas semanas con un nuevo presidente, Carlos Díaz, que sucederá a Jesús Gatell tras 14 años al frente de la organización. Como el mismo Gatell señala en una sincera carta de despedida

publicada en este número del periódico de CEHAT, es consciente de que "los cambios aportan riqueza al debate y nueva savia para encarar los retos del segundo decenio de este agitado y complejo Siglo XXI". Carlos Díaz será de esta mane-

ra la persona encargada de capitanear una de las asociaciones hoteleras más importantes de España, una labor que asume con "el compromiso por trabajar con toda intensidad por el reconocimiento del hospedaje madrileño como una pieza clave de la economía de la Comunidad de Madrid". Durante su intervención tras ser nombrado presidente, Carlos Díaz destacó también la necesidad de organizar e incrementar la promoción y comercialización turística con el objetivo de que la ciudad de Madrid se sitúe y consolide en los puestos de cabeza de los destinos europeos.

En el acto de renovación de la Junta Directiva y de los cargos de los Órganos de Gobierno de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, fueron también elegidos como vicepresidentes José Tarín, del Hotel Wellington; Diego García de Vinuesa, de NH Hoteles; Emilio



Carlos Díaz, nuevo presidente de la AEHM.

Villar, del Hotel Ateneo; y Ángel Sal, del Hostal Porsal; además de Fernando de León, del Hotel Arosa, como tesorero.

Actualidad / Pág. 14

## Willis Iberia ayudará a miembros de CEHAT a la gestión de seguros

CEHAT y Willis Iberia, uno de los tres grandes *brokers* del mundo, acaban de firmar un acuerdo para asesorar y gestionar en materia de seguros a todos los miembros asociados a la Confederación. Gracias a este acuerdo, los 14.000 establecimientos hoteleros podrán beneficiarse de mejoras en el aseguramiento y de primas a precios muy competitivos para minimizar los riesgos a los que se enfrentan las empresas de la in-

dustria turística. Willis Iberia ofrecerá una amplia experiencia en gestión de seguros a nivel nacional, así como tecnología y programas exclusivos para evaluar los riesgos de las compañías hoteleras, que, como ha valorado el secretario general de la CEHAT, Ramón Estalella, se trata hoy en día de una ventaja estratégica que es muy importante para el total de la industria hotelera.

Actualidad / Pág. 10



Ramón Estalella y Alberto Gallego, de Willis Iberia, tras la firma del acuerdo.

## HBD Consulting y CEHAT firman un acuerdo de asesoramiento

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y HBD Consulting España han firmado un acuerdo de colaboración por el que la consultora ofrecerá a sus todos sus miembros asociados asesoramiento en materia de estrategias y acciones de marketing y ventas para el Sector.

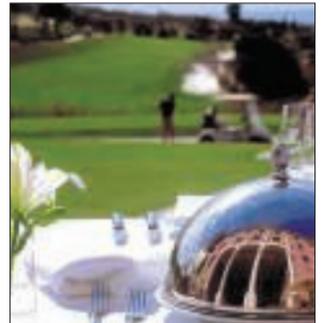
HBD Consulting es una empresa especializada en consultoría comercial hotelera, y gracias a este acuerdo se promoverá una mayor eficiencia en el proceso de venta de los hoteles, incrementando el valor de las mismas. El acuer-

do se concreta en una amplia oferta de servicios que incluyen proyectos de *up-selling*, seminarios de formación, representación comercial para hoteles independientes, proyectos de fidelización para hoteles y restaurantes.

En base al acuerdo HBD realizará, de manera gratuita, 50 informes de evaluación y análisis de potencialidades comerciales a aquellos hoteles asociados que lo soliciten, con el fin de tener mayor eficacia en la venta de instalaciones hoteleras y poder crear un buen plan de *marketing*.

Actualidad / Pág. 9

### NOTICIAS EN BREVE



### El Turismo de lujo impulsa al Sector

American Express Business Insights ha desvelado unas cifras que reflejan cómo el Turismo de lujo y los viajes de negocio están impulsando de manera muy importante al Sector Hotelero en Europa, que ya empieza a recuperar su actividad.

Actualidad / Pág. 13



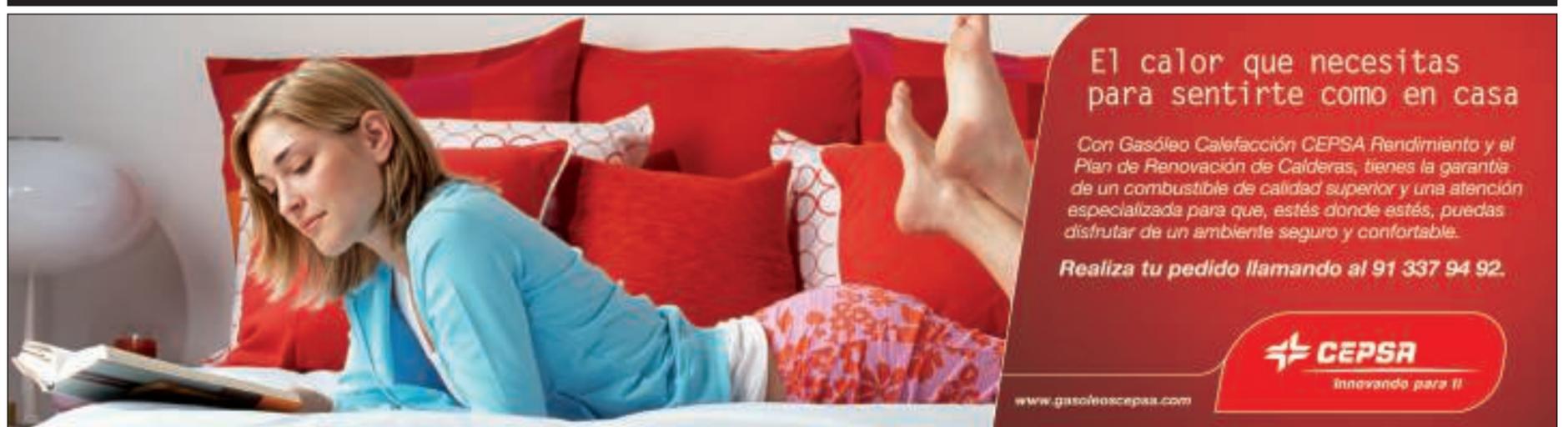
### La reestructuración financiera pendiente

Antonio Fernández y Marina Llorente, socios de Garrigues, analizan en una tribuna cómo afrontar la crisis hotelera. Consideran que además de llevar a cabo la reestructuración operativa, basada en políticas de reducción de costes, hay que hacer una reestructuración financiera dotada de una buena estructura.

Tribuna Jurídica / Pág. 4

### SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Garrigues.....	4
Laboral.....	6
Actualidad.....	9
Informe.....	12
Asociaciones.....	28-30



El calor que necesitas para sentirte como en casa

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

Realiza tu pedido llamando al 91 337 94 92.

**CEPSA**  
Innovando para ti

www.gasoleoscepsa.com

## Programa Incorpora de "la Caixa"

### Participe en un **gran proyecto**

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

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



Obra Social "la Caixa"



**incorpora**  
de "la Caixa"

Más información, en el 902 22 30 40 o en [www.incorpora.org](http://www.incorpora.org)



Presidente: Juan Molas  
Secretario General: Ramón Estalella Halffter

DIRECTOR  
Valentín Ugalde

DIRECCIÓN EDITORIAL: José Arquero  
COORDINACIÓN: Mónica González

COMITÉ EJECUTIVO: José María Carbó (Presidente de Honor), Juan Molas (Presidente), Carlos Díaz, Juan Gaspart, Fernando Fraile, Simón Pedro Barceló (Vicepresidente), Miguel Mirones (Tesorero), Manuel Otero, José Fernando Cabrera, Soledad Díaz, Santiago García-Nieto, Jesús Gatell, Luis García Alarcón, José Carlos Escribano, Javier García Cuenca, José Luis Ascarza y Felipe Sordo (Vocales).

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



REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

☒ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / ☎ Apartado de Correos 10119. Madrid / ☎ 91 369 41 00 (20 líneas) ☎ Fax: 91 369 18 39 / ✉ E-mail: monica@cehat.com

DIRECTOR DE PUBLICACIONES: José Arquero. DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual  
DIRECTOR JURÍDICO: Santiago Moratalla. DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Miguel Candela  
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M<sup>a</sup> Antonia Martín. JEFE DE PERSONAL: Pilar de la Hoz  
CONTABILIDAD: Lorena Hernández. MARCAS: Manuel Lanza. E-COMMERCE: José Manuel Dávila  
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD / Director General: Carlos Ortiz. Agentes: Yolanda Pola. FACTURACIÓN: Lourdes Sánchez. SUSCRIPCIONES: Mercedes León, Concha López, Verónica Pulido. SECRETARÍA: Vanesa Juanes. PROVEEDORES: Mar Fernández. BASE DE DATOS: Adriana Lucía Flórez.

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

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

## Jesús Gatell y el Asociacionismo

JESÚS GATELL, un histórico del Asociacionismo Hotelero en España, ha recibido la Medalla al Mérito Turístico, como merecido colofón a una fecunda trayectoria al servicio de la Hotelaría. Medio siglo de trabajo ininterrumpido —en buena parte en la dirección del emblemático Husa Princesa— que Gatell iniciara a los 14 años, como botones en la Costa Brava. Pero, sobre todo, un modélico ejemplo de generosidad por su aportación —tan dilatada como generosa— al bien común del Sector, desde la presidencia de la prestigiosa Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM).

Jesús Gatell ha impulsado su voluntario relevo al frente de la Hotelaría de Madrid, como "un gesto de responsabilidad y amor hacia la AEHM, consciente de que los cambios aportan riqueza al debate", y haciendo explícita la necesidad de dar paso a "savia nueva, para encarar los retos del segundo decenio de este agitado y complejo siglo XXI". Deja como legado, gracias a su esfuerzo y el de su Junta Directiva y Gerencia, una Asociación que ha sabido integrar a gran parte de los establecimientos hoteleros de la capital, convirtiéndose en una institución respetada por la Alcaldía y el Gobierno de Madrid.

Activo docente universitario, autor de libros sobre gestión hotelera e ideólogo del empresariado hotelero, Gatell glosa como nadie la esencia misma de la Hotelaría, al preguntarse: "¿Hay algo más bonito que servir a los demás, facilitarles descanso y alimento, haciéndoles felices, y convertir a un cliente no sólo en un prescriptor-apóstol, sino en un amigo?". Definiendo a los hoteles como "fábricas de sueños y de bienestar", a cargo de "personas que atienden a otras personas". En suma, un líder asociativo excepcional que ha sabido dotar de alma a su función y defender con fuerza los intereses sectoriales.

Toma el relevo en la presidencia de la AEHM otro histórico del Asociacionismo Hotelero (y vicepresidente de CEHAT), como es Carlos Díaz, quien fuera también director general de Turismo del Gobierno de España. Carlos Díaz es, en palabras del propio Gatell, "un hombre que reúne todos los requisitos para llevar a la AEHM a mayores cotas de eficiencia y satisfacción empresarial". Del flamante presidente, su antecesor destaca que "conoce muy bien el hospedaje y sus necesidades", y que, además de "un empresario curtido, es conocedor avezado del Asociacionismo y la Administración pública".

Un relevo presidencial modélico para una Asociación empresarial que es ya toda una referencia en el Sector.

TRIBUNA HOTELERA

# Objetivo 2011: 12 millones de turistas

Ricardo Fernández de la Puente Armas / Viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias

LAS ISLAS CANARIAS han registrado el mejor abril turístico de su historia, con la llegada de casi un millón de pasajeros extranjeros, lo que supone un incremento del 63,58% respecto al mismo mes de 2010, según AENA.

Este incremento registrado en la llegada de visitantes a las Islas en el primer semestre del año es la prueba del esfuerzo que se está desarrollando a través de la bonificación de las tasas aéreas, promovida por el presidente del Gobierno de Canarias, así como de la labor promocional en los distintos mercados.

Hay que reconocer que varios factores coyunturales han tenido que ver en la espectacularidad de las cifras, como la nube de cenizas del volcán islandés del pasado año y el cambio de calendario de Semana Santa pero el futuro se presenta esperanzador.

Las previsiones de slots para la temporada de verano, entre abril y octubre, continúan siendo muy favorables con más de un millón de plazas aéreas adicionales con respecto a la temporada de verano del pasado año. El fomento de la conectividad aérea para el Archipiélago se ha convertido en un punto decisivo para el destino Islas Canarias.

De hecho, el pasado mes de abril diversos mercados superaron con creces el 100 por cien de incremento con respecto al año pasado, como Noruega, con un 183,19% más de visitantes; Italia, con un incremento del 180,53%; Polonia, con más del 165,13%; Francia, que superó el 142,38%; Dinamarca con un significativo 138,77% más; y Suecia, con un aumento del 131,06%.

A estas espectaculares cifras se suman las de los mercados tradicionales de entrada de pasajeros al Archipiélago, como Reino Unido y Alemania, que experimentaron un crecimiento del 49,81% y del 48,72%, respectivamente.

No debemos olvidar que el turismo representa el 30% del PIB y del empleo en Canarias. Si se mantiene este ritmo creciente de llegada de pasajeros a las Islas, a finales de año estaremos frente a cifras record, como las alcanzadas antes de la crisis con 12 millones de turistas, lo que redundará con toda seguridad en la generación de actividad económica y en la creación de puestos de trabajo, uno de los principales objetivos del Gobierno de Canarias.

Frente a nosotros se nos presenta por tanto el reto de fidelizar a estos turistas y, aunque los datos siguen siendo positivos para Canarias, debemos estar alerta y continuar trabajando en los cambios que necesita la industria turística para mejorar su competitividad y mantenerse como destino líder en un con-

texto internacional en el que han aparecido nuevos y potentes destinos competidores.

Para ello, es preciso seguir apostando por la rehabilitación, la innovación y la creación de valor añadido para optimizar el producto turístico, a través del establecimiento de sinergias mediante instrumentos como el Acuerdo por la Competitividad y la Calidad del Turismo en Canarias firmado en enero de 2008, que ha impulsado iniciativas como el Plan de Renovación de Infraestructuras y Espacios Públicos Turísticos en Canarias, desarrollado en colaboración con los cabildos insulares, los municipios turísticos y las organizaciones empresariales turísticas más representativas. También a través del reciente acuerdo en el marco del CONESTUR del Plan Litoral siglo XXI, que deberá ser una auténtica reconversión "industrial" del sector turístico español.

Paralelamente, debemos incidir en la diferenciación del destino y avanzar en la especialización y en la segmentación para satisfacer una demanda cada vez más exigente, que no se conforma con un destino de sol y playa.

Por este motivo, y a pesar del actual contexto de crisis internacional, rentabilizar al máximo los recursos destinados a la promoción y situar a las Islas Canarias entre los mejores destinos turísticos del mundo debe ser una prioridad. Para ello, es fundamental establecer sinergias con otras administraciones públicas, como cabildos y ayuntamientos, con el sector empresarial, así como con los distintos operadores turísticos de cara a la planificación de las campañas de promoción.

En este sentido, con el propósito de afrontar la temporada de verano, firmaremos en las próximas semanas acuerdos con los principales turoperadores a nivel nacional con el fin de mejorar las cifras de entrada de turistas peninsulares de cara a la próxima temporada.

Nos encontramos ante un nuevo entorno turístico en el que el turista potencial prefiere reservar sus vacaciones a través de Internet y elegir destinos sensibilizados con el medio ambiente que le proporcionen experiencias turísticas. En esta línea estamos ya trabajando apostando por la renovación de nuestro portal turístico y fomentando las certificaciones medioambientales como el EMAS.

Podemos decir sin temor a equivocarnos que actualmente las Islas Canarias lideran la recuperación turística en España, a pesar de la actual crisis económica y financiera que afecta al país. Las excelentes cifras de los últimos meses nos demuestran que estamos en el buen camino gracias al trabajo conjunto y decidido de todos.

*'Podemos decir sin temor a equivocarnos que actualmente las Islas Canarias lideran la recuperación turística en España, a pesar de la actual crisis económica y financiera'*

## CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

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



# La reestructuración financiera hotelera es una de las asignaturas pendientes de los empresarios españoles

Una de las claves imprescindibles es dotarse de una buena estructura financiera diferenciando la tipología de deuda

Antonio Fernández y Marina Lorente, del departamento de Reestructuraciones e Insolvencias de Garrigues, analizan cómo afrontar la crisis hotelera. Consideran que además

de llevar a cabo la reestructuración operativa, basada en políticas de reducción de costes, de plantilla del hotel y la renegociación de contratos, entre otros, hay que hacer una

reestructuración financiera. De esta manera, la deuda ha de articularse en instrumentos financieros a largo plazo y el circulante en instrumentos financieros a corto plazo.



ANTONIO FERNÁNDEZ

MARINA LORENTE

DEPARTAMENTO DE REESTRUCTURACIONES E INSOLVENCIAS DE GARRIGUES

Resulta sumamente importante para todo empresario y en particular para el sector hotelero mantener una estructura de deuda sólida, y más, en épocas difíciles. En épocas difíciles es cuando surge la necesidad de acometer algunas reestructuraciones operativas -a las que el empresario hotelero está más acostumbrado (políticas de reducción de costes, de reducción selectiva de las plantillas de los hoteles, re-

nancieros a largo plazo y el circulante en instrumentos financieros a corto plazo. De otro modo, y como ocurre frecuentemente en la práctica últimamente, la necesidad de amortizar deuda estructural -que debería estar a largo plazo-, podría llegar a estrangular el circulante disponible de cualquier compañía.

Ese estrangulamiento de la liquidez, al final de los días, puede tornar en el peligroso concepto de la insolvencia actual definido en el artículo 2 de la Ley Concursal. Establece dicho precepto que "se encuentra en estado de insolvencia el deudor que no puede cumplir regularmente sus obligaciones exigibles" debiendo advertirse, además, que, en principio, el deudor que se encuentra en insolvencia actual tendrá la obligación legal de solicitar el concurso en un plazo de dos meses; y si no lo hace, incumpliendo la obligación de carácter legal, podrá ser responsabilizado a título personal por el agravamiento de la insolvencia que su omisión pudiera producir.

Lo anterior quiere decir que si un empresario hotelero se ve en dificultades para poder atender sus compromisos a corto plazo debe plantearse muy seriamente el acometer un proceso de reestructuración de su pasivo (al margen o coetáneamente con una reestructuración operativa) si no quiere llegar a abordar la solución concursal (solución que, a menudo, hace perder el valor de los activos y de la actividad). En esta tesitura, y para ambos casos, debe tenerse en cuenta que la anticipación y la proactividad son las claves del éxito.

Lo primero que debe hacer el empresario hotelero es analizar con previsión su situación financiera a corto y largo plazo, ver cuáles son sus necesidades, estudiar cómo puede adecuar los instrumentos financieros existentes a cada tipología de deuda así como valorar qué clase de garantías puede ofrecer a los bancos

**‘Siempre es preciso que el hotelero cuente con un plan de viabilidad con el que asegurar el cumplimiento del acuerdo de refinanciación previamente propuesto’**

para conseguir la modificación del crédito que desea.

Los procesos de refinanciación en las empresas hoteleras suelen consistir en la negociación con las entidades financieras para adecuar los vencimientos y condiciones de la deuda a la capacidad real de repago de la misma, en función de la predicción de ingresos y Ebitda. Como contrapartida, en su caso, el empresario hotelero ofrecerá normalmente a las entidades sus activos libres de cargas en garantía. Asimismo, suelen ser objeto de estos procesos los planes de desinversión selectiva de activos hoteleros, en ocasiones sugeridos por las propias entidades fi-

**‘Si un empresario hotelero se ve en dificultades para atender sus compromisos a corto plazo debe plantearse seriamente el acometer una reestructuración’**

nancieras y encaminados a posibilitar la cancelación parcial de la deuda. Si fuese necesario, además, dentro de un plan de refinanciación, podría incluirse la

solicitud a las entidades de nueva financiación extra, lo que sería el "fresh money".

En todo caso, siempre es preciso que el hotelero cuente con un plan de viabilidad con el que asegurar el cumplimiento del acuerdo de refinanciación propuesto, para lo cual habrá de recurrir normalmente a un asesor financiero que le ayude a plasmar la evolución del negocio y a idear un plan que dé confianza a las entidades financieras, con las

**‘Los procesos de refinanciación en las empresas hoteleras suelen consistir en la negociación con las entidades financieras para adecuar las condiciones’**

medidas de reestructuración operativa, ahora sí, que correspondan. En ocasiones, de hecho, cuando no haya activos disponibles libres de carga, este plan de viabilidad será la única "baza" que los hoteleros puedan ofrecer a las entidades financieras para que éstas consideren la reestructuración de la deuda propuesta. Cabe destacar, por último, la posibilidad de dotar a estas refinanciaciones de unas formalidades extra de modo que, en caso de que posteriormente el empresario deba acudir a un concurso de acreedores, tales refinanciaciones no puedan ser deshechas por las acciones de reintegración previstas en la Ley Concursal (para actos perjudiciales para la masa activa realizados dentro los dos años anteriores a

**‘Si fuera necesario, además, dentro de un plan de refinanciación podría incluirse la solicitud a las entidades de nueva financiación extra, “fresh money”’**

la declaración de concurso, aunque no hubiere existido intención fraudulenta). La Disposición Adicional Cuarta de la Ley Concursal da una definición de lo que deba entenderse por acuerdos de refinanciación y ofrece un blindaje frente a las acciones de reintegración de un eventual concurso posterior si: a) el acuerdo de refinanciación se suscribe por al menos tres quintos del pasivo del deudor, b) el acuerdo de refinanciación es informado en diversos aspectos por un experto independiente designado por el registrador mercantil y c) el acuerdo de refinanciación se formaliza en instrumento público.

Por lo tanto, es un factor clave

**‘Cuando no haya activos disponibles libres de carga, este plan de viabilidad, será la única “baza” que los hoteleros puedan ofrecer a las entidades financieras’**

en el sector hotelero español, tener en cuenta no solo las reestructuraciones operativas, más usuales en el mercado, sino la posibilidad de refinanciar.

**‘En épocas difíciles es cuando surge la necesidad de acometer las reestructuraciones operativas, pero también las reestructuraciones financieras’**

negociación de contratos con proveedores de servicios, etc.)-pero también la reestructuración financiera, que es la gran asignatura pendiente de los empresarios en general en este país.

En los tiempos de "vacas gordas", cuando el acceso al crédito era fácil y la financiación era barata, ningún empresario se pre-

**‘Hoy en día la financiación y el crédito son bienes escasos y resulta crucial dotarse de una buena estructura financiera diferenciando la tipología de deuda’**

ocupaba de tener su pasivo estructurado. Sin embargo, hoy, que la financiación y el crédito son bienes escasos, resulta crucial dotarse de una buena estructura financiera, diferenciando la tipología de deuda para instrumentarla correctamente. Así, la deuda estructural ha de articularse en instrumentos fi-



En la imagen, una representación irónica de la especulación inmobiliaria y su consiguiente crisis financiera.

# SOLCASA. Impulso a la Energía Solar Térmica en Edificación

Tal y como publicamos en el número anterior, el interés del Sector Hotelero en la implantación de medidas de ahorro energético y energías renovables se ha convertido en una obligación, dada la alta demanda energética de nuestros edificios y la situación energética, que augura para las fuentes convencionales futuros todavía más caros e inciertos a todos los niveles.

Para satisfacer la demanda de información del sector hotelero sobre las posibilidades del mercado, procedimientos de contratación y beneficios e implicaciones de la implantación de instalaciones de ACS, calefacción y refrigeración a partir de fuentes renovables, nació el Convenio CEHAT e ITH que se firmó el pasado 13 de Abril de 2011 con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía -IDAE- con el cual se establece un canal directo de comunicación que resolverá las dudas de nuestro sector.

En este número se profundiza sobre una de las energías renovables con más presente y futuro en edificación, la Solar Térmica, especialmente eficiente y rentable cuando viene financiada, diseñada, instalada y mantenida por una empresa de servicios energéticos (ESE) habilitada en el programa SOLCASA de IDAE.

## SOLCASA y GIT: Agua caliente, calefacción y frío solar con ahorros garantizados

Implantar este nuevo modelo de "servicio integral con venta de energía solar térmica" es el objetivo de los programas SOLCASA y GIT de IDAE.

Para que un Hotel acometa con un proyecto solar de estas características no tendrá más que contactar con cualquiera de las ESEs habilitadas -actualizadas en [www.idae.es](http://www.idae.es)-, que podrán financiárselo -sin ningún coste hasta su primera factura por consumo- pues este selecto grupo de empresas tienen acceso a la financiación que IDAE les ofrece -desde 20.000 hasta 250.000 euros en Solcasa y desde 250.000 hasta 3.000.000 euros en GIT-, siempre que su análisis técnico-económico del proyecto técnico y contrato firmado entre la ESE y el cliente sean favorables, a juicio de IDAE.

Las garantías de éxito que ofrecen estas empresas es total, dado que "ellas se encargan de todo" -diseño, instalación y mantenimien-



Folleto promocional de SOLCASA.

to- facturando en base a la energía térmica que genere y realmente sea consumida por el Hotel, -agua caliente, piscina, SPA, etc-, siempre garantizando un ahorro de coste con respecto de la factura energética a partir de combustible fósil, incluyéndose el pago financiado de la instalación.

La Instalación solar como el ejemplo mostrado a continuación - siempre en menos de 10 años-, pasa a ser propiedad del Hotel, por lo que partir de ese momento los



Fachada principal con los Paneles Solares Térmicos del Hotel Levante Club.

ahorros económicos generados se incrementan drásticamente.

## Un ejemplo de Instalación Solar Térmica en un hotel, con ahorros garantizados

El Hotel Levante Club, Benidorm. En base a las condiciones ambientales y de radiación solar de Benidorm, la empresa PROSOLIA instaló en el año 2009 una superficie total de 236 m<sup>2</sup> de paneles solares con los que se garantizaba, según las simulaciones, una cobertura del 70% de la demanda térmica para agua caliente sanitaria (ACS), lo que equivalía a un suministro a partir de energía solar de aproximadamente 236.000 kWh anuales. El 30% de la demanda restante de ACS quedó cubierta por las calderas instaladas.

La empresa acordó con la propiedad del Hotel aportarle garantías de ahorro económico elaborados en informes mensuales de aportes energéticos, realizados tomando datos reales de consumo de gas-oil, ACS y temperaturas, para lo cual instalaron equipos de medida.

La propiedad del Hotel aceptó el presupuesto de ejecución del proyecto por 105.000 euros (se contaba con una subvención de 85.500 euros del AVEN), una vez se corroboraron

Comparativa Costes Proyecto ACS		
Bases de Comparación: (año instalación: 2009)		
Aplicación	ACS para Hotel y SPA	
Demanda Energética total ACS	337.143 kWh / año	
Producción de energía solar (cobertura 70%)	236.000 kWh / año	
Instalación solar (instalada)	236 m <sup>2</sup>	
Rendimiento instalación gasóleo C	70%	
Precio gasóleo C (2009, sin IVA)	8,531 €/l	8,385 €/kWh
	GoC (100% ACS)	Solar (70% ACS) + GoC (30% ACS)
Inversión Hotel	-	105.000 €
Subvención AVEN	-	85.500 €
Coste Gasóleo/año	25.095 €	7.769 €
Costes O&M, Energía, Seguros, (estimado)	1.100 €	1.400 €
Total coste anual ACS (1er año, sin inversión Solar)	26.795 €	9.109 €
Proyección Económica Instalación Solar Térmica con venta de energía SOLCASA		
(año 2011)		
Precio gasóleo C (Ref.: Mar 2011, sin IVA)	8,805 €/l	8,885 €/kWh
Precio energía SOLCASA (10 años, con amortización)	8,09402 €/kWh	
Coste 30% ACS con GoC (año 1)	11.682 €	34.883 €
Coste 70% ACS con Energía Solar (año 1)	22.401 €	
Período de amortización	10 años	
Ahorro anual por 70% ACS Solar (primeros 10 años*)	4.152 €	
Coste Total ACS año 11 (70% Solar + 30% GoC)	15.003 €	
Ahorro anual por 70% ACS Solar desde 11 años*	18.011 €	
* asumiendo el mismo precio GoC, sin considerarse la actualización del coste vs. IPC e IPE		

Estimación de ahorro de la instalación solar frente a la energía convencional.

ahorros económicos con la reducción real del consumo de gas-oil esperable. Se ejecutó ágilmente y, tras 18 meses de funcionamiento, se hizo un primer balance, que arrojaba anualmente ahorros económicos en gasóleo de 17,687 euros y evitándose la emisión de 77 t de CO<sub>2</sub>, gracias a una cobertura solar ligeramente superior al 70% del total de ACS consumida en ese período.

En ese momento, la empresa PROSOLIA propuso al hotel Levante Club ejecutar modificaciones para derivar la energía solar excedente -en su mayoría durante los meses de máxima radiación- para el calentamiento a 28 y 38 °C de las dos piscinas del SPA del propio hotel, que hasta el momento se calentaban con equipos eléctricos.

Esta propuesta se realizó bajo la modalidad de servicios energéticos -con venta de energía-, es decir, la empresa se hacía cargo del coste de la nueva instalación, debiendo el hotel abonar exclusivamente la energía térmica solar consumida por el SPA durante los tres (3) primeros años, al precio de 11,0 euros el kWh, un 14% de ahorro contra el kWh eléctrico. En el contrato final se acor-

dó que, finalizado ese período, la ESE dejaría de facturar por esa energía al haberse amortizado de forma completa, pasando a partir de ese momento todos los ahorros generados en la factura eléctrica de calentamiento del SPA a manos del cliente.

## Modelo Económico con venta de energía a través de SOLCASA

Si la instalación original (no incluyendo la mejora posterior) se ejecutara hoy a través del programa SOLCASA por una ESE -empresa de servicios energéticos- habilitada, con las condiciones económicas del programa, se estima que con el actual precio del gasóleo C, se facturaría al usuario a un precio de 9,492 euros el kWh, incluyéndose la amortización de la instalación solar, en un periodo de 10 años. Transcurrido ese tiempo, la instalación quedaría amortizada pasando a ser propiedad del cliente. El ahorro económico acumulado durante los primeros 10 años sería superior a 48.500 euros y durante toda su vida útil (25 años) superior a 334.700 euros (sin actualizar IPC, IPE,...) no habiéndose requerido coste alguno del cliente, pues hubiera sido financiado por la ESE a través del programa SOLCASA.

La energía de tu casa

síguenos en:



GRANDES INSTALACIONES TÉRMICAS



# La difícil y preocupante salida al paro laboral en España

Conlleva consecuencias como la exclusión del trabajador del sistema o la disminución de recaudación de impuestos

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza las cifras arrojadas por el Servicio Público de Empleo Estatal o la Encuesta de Población Activa, que varían según quién las

publique. No obstante, la realidad es que hay casi cinco millones de parados en España, lo que conlleva una posible exclusión del trabajador del sistema productivo, una disminu-

ción de la recaudación de impuestos y una consecuente subida de los mismos, tanto a parados y activos. Además, afecta de forma final a la circulación del dinero y a la inflación.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

La cifra del paro registrado en España el pasado mes de abril se contabilizó en 4.269.360 personas según los datos publicados por el Servicio Público de Empleo Estatal (anterior INEM). Sin embargo, según la encuesta de población activa (EPA) del primer trimestre de 2011, el número de desempleados se situaba en 4.910.200 personas. Tanto una como otra cifra son realmente abrumadoras y escalofriantes, y el resultado discrepante se explica en que los datos se confeccionan con diferentes metodologías estadísticas distintas y que se refieren a momentos diferentes, y por tanto, con factores estacionales también diferentes.

En España existen únicamente dos estadísticas que permiten medir el paro, que son la EPA y el paro registrado en las oficinas públicas de empleo. Desde el punto de vista metodológico, la EPA, elaborada trimestralmente por el INE, es una encuesta a las personas en edad de trabajar residentes en hogares familiares, mientras que el paro registrado es una estadística administrativa que elabora el SPEE con base a los registros de las oficinas públicas de empleo. Desde la perspectiva conceptual y de los colectivos considerados, el paro de la EPA sigue estrictamente criterios internacionales definidos por la Organización Internacional del Trabajo así como la normativa de la Unión Europea. La población parada incluida en la EPA comprende a las personas que cumplen simultáneamente los requisitos de no tener empleo por cuenta propia o ajena en la semana anterior a la de la encuesta, buscar empleo en las cuatro semanas anteriores a la entrevista y estar disponible para trabajar en el plazo de las dos semanas siguientes.

Por su parte, el paro registrado por el SPEE no está sujeto a reglas tan estrictas y comprende al conjunto de personas desocupadas que permanecen inscritas en las oficinas públicas de empleo en demanda de trabajo el último día

del mes y que no pertenezcan a colectivos excluidos expresamente por disposición legal (demandantes que solicitan expresamente un empleo de determinadas características, los que no tienen disponibilidad inmediata para trabajar o beneficiarios de prestaciones por desempleo, entre otros).

Como consecuencia de los distintos conceptos y colectivos considerados se dan cuatro razones por las que las dos cifras son diferentes. Las dos primeras explicarían un nivel superior del paro de la Encuesta de Población Activa y las dos últimas un nivel superior del paro registrado.

Ahora bien, no es nuestra intención en este artículo realizar valoraciones o críticas a esa situación ni a los métodos de cálculo, sino comentar distintas consecuencias que el desempleo está ocasionando en la economía de nuestro país, así como su incidencia en la persona del trabajador abocado a esa situación. Finalmente, por su actualidad, dedicaremos un comentario al recientemente publicado Real Decreto-ley de medidas para la regularización y control del empleo sumergido.

Remitiéndonos ahora a las consecuencias económicas, la primera es la exclusión del sistema productivo del desempleado y su aportación a la fuerza del trabajo que no podrá recuperarse y que, obviamente, incidirá en aquellos bienes que pudiera haber producido y que ya no se aportarán al mercado. Es decir, una reducción directa e indirecta en la generación de riqueza.

Esa falta de generación de riqueza por mor del desempleo provoca la disminución en la recaudación de impuestos tanto directos como indirectos; los primeros por el menoscabo en los ingresos personales que tributarán por cantidades inferiores en el impuesto de la renta (IRPF), y los segundos, por la disminución en el consumo que repercutirá en la recaudación de IVA. Por otro lado, el Estado se ve compelido a incrementar los pagos por prestaciones al desempleo disponiendo por ello de menos recursos para dedicar a otras partidas presupuestarias lo que aminora la riqueza y el bienestar social de la población en general. Tal círculo de situaciones provoca a la postre el incremento de impuestos que alcanza tanto a la población activa como desempleada (recuérdese el incremento del IVA del pasado mes de julio) afectando, en definitiva, a la circulación del dinero y a la inflación.

Sus efectos en el estatus social son significativos. Familias de clase media con ingresos que les

permitían mantener un determinado nivel social y comprar bienes de consumo, desde un coche a un televisor último modelo, pasan a encontrarse en una situación de desamparo económico y por supuesto renunciar a lo que fue su ritmo de vida. Se cambia de estatus social a otro inferior llegando al caso de que sus ingresos pasan a ser mileuristas.

Gran importancia es el efecto del desempleo en los jóvenes y sobre todos en aquellos con formación universitaria o profesional que en muchas ocasiones se ven abocados a puestos de trabajo ajenos a sus estudios, o a una explotación semioculta mediante trabajos como estudiantes becarios o prácticas con unos salarios en ocasiones irrisorios y una precariedad en el puesto de trabajo que provoca un importante desánimo cara a la entrada en el mercado laboral. Oír por la radio que una bióloga da clases de conducir bien pudiera ser un ejemplo de lo que decimos.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) en un muy reciente informe dice que España se enfrenta al creciente riesgo de una "generación perdida" debido al sustancial incremento del desempleo entre los jóvenes registrado durante la crisis, que ha provocado prácticamente que la mitad de los menores de 25 años se encuentren en paro. Textualmente afirma que "el paro juvenil, en particular, se incrementó sustancialmente y en casos extremos como el de España, casi uno de cada dos jóvenes está sin empleo, incrementando el riesgo de una generación perdida". El concepto de "generación perdida" cara al futuro puede ser realmente grave ante la desidia que pudiera provocar en el joven desempleado su acceso a la formación profesional lo que le mantendrá prácticamente excluido del mundo laboral, salvo trabajos no cualificados presididos por la temporalidad y bajos salarios. Todo parece indicar que dentro de unos años no encontraremos con una nueva clase social de muy bajo nivel económico de mileuristas o inframileuristas.

De ahí, entre otros motivos, ese movimiento surgido estos días de las redes sociales de internet denominado "democracia real ya" que demuestra el cansancio de una significativa parte de la juventud ante una sociedad y unos políticos que les dejan en el desamparo. Ese movimiento acaba de empezar y no debemos minusvalorarlo de cara al futuro.

En cuanto a la influencia que causa el desempleo en la persona que lo sufre y su familia podemos hablar, en un primer momento, del



España afronta ya la mayor destrucción laboral desde la crisis de los 70.

aislamiento social y la pérdida de sus relaciones tanto personales como profesionales acompañado de sentimiento de desvalorización personal. Se produce un deterioro en la presentación social o apariencia externa. Su afectación a la salud mental puede conducirle a la depresión; falta de autoestima; sentimientos de vergüenza y fracaso; peor adaptabilidad a los nuevos empleos; ansiedad; adicciones; afección y tensión en las relaciones familiares ante la falta de poder adquisitivo... Estadísticas nos manifiestan que un 30% y 37% de las personas que están desempleadas usualmente necesitan más tiempo para hacer las mismas cosas; entre un 20% y 27% tienen dificultades en comenzar alguna tarea, mantenerse mentalmente activo, recordar cosas, tomar decisiones y comprender con rapidez lo que otras personas dicen, un 11% se equivoca en las operaciones matemáticas y un 8% le cuesta más entender los periódicos y libros.

Otra de las consecuencias que provoca el desempleo para la economía de todo país es la aparición de la economía sumergida. En lo que se refiere a España, se afirma que no puede ser creíble que todos los parados inscritos en las listas del paro estén sobreviviendo con lo que reciben en concepto de prestación o subsidio por desempleo. Las cifras que exponemos a continuación podrían explicar la ausencia de conflictividad social en un país en el que 1,39 millones de hogares cuentan oficialmente con todos sus integrantes desempleados.

Así, un informe publicado a inicios del pasado mes de marzo por la Fundación de Cajas de Ahorro Españolas (FUNCAS) calculaba el trabajo "en negro" en un 17% del PIB y en 4 millones de empleos. El Sindicato de Técnicos del Ministerio de Hacienda (GESTHA) estimó la economía subterránea en 23,3% del PIB, es decir unos 245.000 millones de euros, de los cuales dos tercios

(161.500 millones) de fraude fiscal. Un tercer estudio, publicado a finales de 2010 por Visa Europa, hacía un cálculo parecido, valorando la economía subterránea en 205.000 millones de euros, es decir 20% del PIB español.

Con tales datos se configura como lógico que el pasado 29 de abril el Consejo de Ministros aprobase el Real Decreto-ley de medidas para la regularización y control del empleo sumergido. Según la página del Ministerio de Trabajo e Inmigración su razón se encuentra en los efectos negativos del empleo sumergido o no declarado para el mercado de trabajo y por la competencia desleal que tales situaciones generan respecto a las empresas que actúan en el marco de la legalidad. El Plan articula medidas de distinta naturaleza dirigidas a propiciar el afloramiento del trabajo no declarado y parten de la apertura de un proceso de regularización voluntaria del empleo irregular de trabajadores, que va desde la fecha de entrada en vigor de la norma hasta el 31 de julio de 2011. Las empresas que decidan acogerse voluntariamente, deberán proceder a comunicar el alta de los trabajadores en la Seguridad Social, dentro del plazo señalado. Transcurrido el plazo del proceso de regularización voluntaria, se producirá endurecimiento de las sanciones contra empleo irregular o sumergido. Así la sanción por incumplir la obligación de alta en la Seguridad Social será de 3.126 a 10.000 euros y compatibilizar el trabajo con el cobro de las prestaciones por desempleo será de 10.000 a 187.515 euros.

Ya han surgido las críticas cuestionando que esa "amnistía" implica de por sí una discriminación frente aquellos empresarios que puntualmente cumplen con sus obligaciones con la Seguridad Social y esas críticas, a nuestro entender, tienen su razón de ser. La verdad, es que la norma chirría demasiado. Ya es hora que "se coja el toro por los cuernos".

# Separación de espacios: cuando la funcionalidad y la versatilidad se abrazan de forma transparente

En un gran número de trabajos de construcción se necesita separar espacios. En este sentido, a veces es complicado conseguir que se haga de un modo estéticamente agradable, pero al mismo tiempo funcional y que respete la coherencia de la totalidad del entorno que se pretende dividir. ¿Cómo hacerlo, entonces?

Una buena solución en este caso es utilizar el sistema manual de paredes correderas con elementos móviles de vidrio (MSW) de GEZE. De hecho, si se utiliza el vidrio la división del espacio no se convierte en aislamiento total, algo que refuerza la coherencia de su totalidad y además permite fácilmente el cambio de ubicación dentro del propio espacio, si es necesario en el futuro.

Este sistema resulta ideal, por ejemplo, como separación móvil en centros de formación y salas de reuniones; como división especial de salas de espera, muy especialmente en hoteles, aeropuertos y estaciones de tren; o como separación

en el área de ventanillas y vestíbulos de bancos, cajas de ahorro, tiendas y un largo etcétera. Y es que la versatilidad es otro aspecto fundamental a tener en cuenta.

Dado que GEZE MSW está pensado para que los perfiles de soporte y sujeción puedan fijarse a presión al acabar los trabajos de montaje, se evitan daños y rayas en la superficie durante la instalación. Al mismo tiempo, la guía tiene ranuras, y con los tacos de corredera correspondientes puede fijarse el ángulo de conexión sin dañarla, por ejemplo, para falsos techos.

Del mismo modo, no hay que preocuparse por el ruido que muy a menudo suelen provocar las puertas correderas, puesto que en este caso uno cojinetes de precisión de alta calidad permiten un deslizamiento excelente y fluido, con un peso máximo de la hoja de 150 kg.

Por otro lado, para la estructura constructiva básica de GEZE MSW no es necesario ningún agujero en el vidrio, lo



Aplicación exterior de los muros móviles GEZE MSW (abierto) en el Hotel Formentor, en Mallorca.

que permite una gran compensación de la tolerancia y una reducción de los costes de mecanizado del vidrio.

Como no puede ser de otra forma, el sistema también presta una especial atención a la coherencia de sus elementos con la arquitectura del edificio donde se utiliza, logrando un diálogo creativo convincente, ya que da la opción de escoger entre diferentes superficies y colores. En

este sentido, las chapas protectoras pueden cambiarse, lo que posibilita cambiar el color siempre que se desee.

## Sistema de puertas correderas auxiliares

Por último, se puede dar el caso de que en un comercio no tenga que abrirse el frontal de la tienda, sino que se prefiera que el cliente entre en las áreas comerciales de la

misma utilizando una o varias puertas auxiliares.

En este caso, el sistema GEZE MSW permite instalar un enclavamiento mecánico que así lo permite. Gracias a esta solución, muy cómoda para el usuario, una puerta corredera cerrada se puede convertir en una puerta vaivén totalmente funcional. Así pues, con dos puertas correderas auxiliares adyacentes pueden obtenerse grandes aperturas.



Detalle de aparcamiento de los muros móviles GEZE MSW.



Las guías por donde fluyen los muros móviles.



Aplicación interior de los muros móviles en el Hotel Mövenpick, en Stuttgart.



**GEZE SERVICE**  
MANTENIMIENTO DE CALIDAD

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

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

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

GEZE Iberia S.R.L. | [www.geze.es](http://www.geze.es)

C/Comerç, 2-22, nave 13 | E-08980 Sant Feliu de Urbregat (BCN) | Tel. +34 902 337430 | Fax. +34 902 194035 | [info@geze.es](mailto:info@geze.es)



BEWEGUNG MIT SYSTEM

# Crece las fórmulas de financiación de inversiones en eficiencia energética vinculadas a buenos resultados

Conlleva doble beneficio, la mejora de la imagen de cara al cliente y la posibilidad de acceso a subvenciones

En el contexto de crisis es difícil pensar en hacer ciertas inversiones de reestructuración hotelera, pero en la actualidad invertir en energía tiene numerosos beneficios y no

conlleva un gran esfuerzo inicial. Además, las fórmulas de financiación de inversiones en eficiencia energética han crecido y vinculan buenos resultados. Los hoteles que

invierten en energías sostenibles tienen como beneficio la buena imagen de cara al cliente y el posible acceso a diferentes subvenciones públicas cuantiosas.



EDUARDO OLANO

SOCIO DIRECTOR DE AUNA TURISMO

Hasta hace no muchos años, cualquier renovación del equipamiento de un hotel se asociaba a un desembolso por parte de sus propietarios para afrontar la inversión que esta exigía. Sin embargo, y de manera especialmente creciente en los últimos años, se están generalizando nuevos modelos o soluciones que permiten realizar muchas renovaciones sin un esfuerzo financiero inicial. Dada la actual sequía financiera, los hoteleros deben de repensarse doblemente cualquier proyecto que suponga una salida de caja en sus negocios, de manera que la renovación de las instalaciones se ralentiza y limita las posibilidades de adaptar la oferta alojativa a las exigencias del mercado.

Desde múltiples ámbitos, tanto públicos como privados, se vienen anunciando soluciones a este problemática, sobre todo cuando la renovación que se plantea generará una mejora en la eficiencia energética del hotel en cuestión. Dado que una parte muy importante de las instalaciones de cualquier hotel son de-

***‘Se está generalizando nuevos modelos o soluciones que permiten realizar muchas renovaciones hoteleras sin un gran esfuerzo financiero inicial’***

mandantes de energía, también son múltiples las posibilidades de encontrar diferentes opciones que permitan limitar el impacto de la inversión necesaria para alcanzar dichas mejoras.

Al margen del proyecto que podamos estar analizando, los objetivos perseguidos serán introducir algún tipo de mejora (que no tendrá por qué ser únicamente de eficiencia energética), ya sea por caducidad de las instalaciones o por obsolescencia de las

mismas. Este objetivo a su vez vendrá enmarcado dentro de dos variables limitantes: la capacidad financiera y el riesgo. Sin la primera, por grandes posibilidades que se detecten difícilmente podrán llevarse a cabo. Por su parte, cualquier inversión va a asociar la asunción de un riesgo futuro

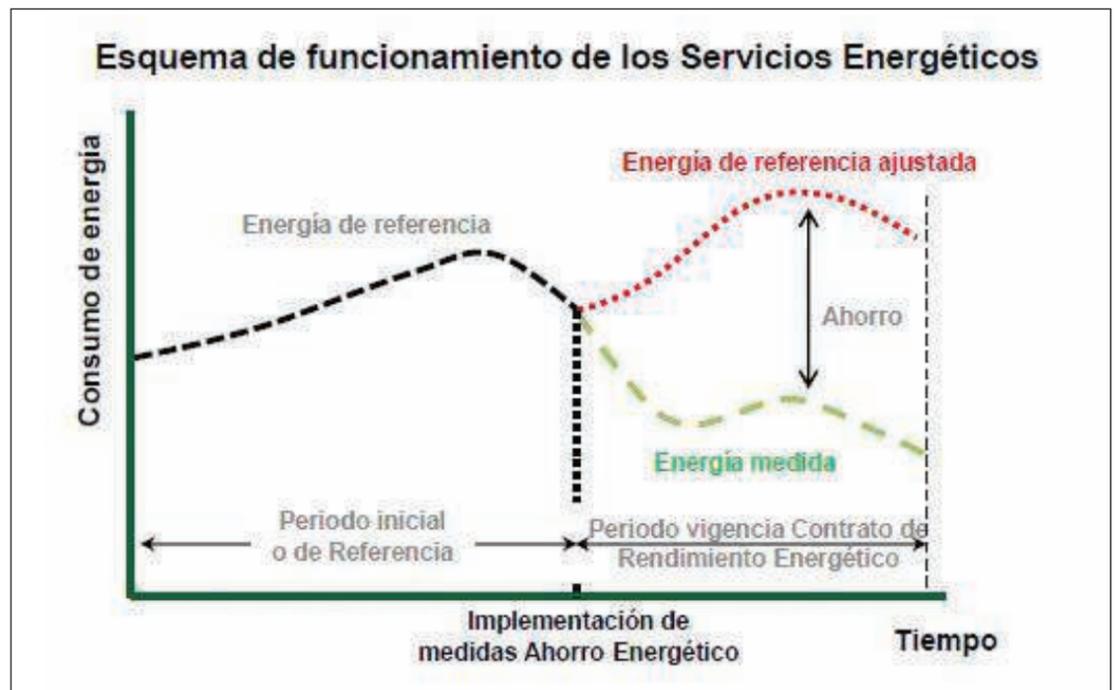
***‘Una gran parte de las instalaciones de cualquier hotel son demandantes de energía, por ello, hay que limitar el impacto de la inversión necesaria’***

en mayor o menor cuantía en función de las garantías de consecución de las mejoras que tengamos con nuestro proyecto.

Estas tres variables vienen recogidas de una u otra manera en los distintos modelos ofrecidos en la actualidad pudiendo ofrecer un mayor o menor grado de compromiso con la obtención de los ahorros, y en general buscan conseguir financiarse por los mismos. Las Empresas de Servicios Energéticos (o ESCOS por sus siglas en inglés), los Performance Contracts, los proyectos de ahorros garantizados, etc., todos ellos hacen referencia a la mejora de la eficiencia bajo ciertas premisas (mitigación del riesgo), que podrá ser además financiada ya sea por el propio fabricante/installador, por organismos públicos o por una entidad financiera, en el caso de tratarse de un proyecto con un tamaño relevante. Cualquiera de estas fórmulas arranca con el diagnóstico del rendimiento actual de las instalaciones a partir del cual se medirá las posibilidades de optimización existentes. Cuando estas queden cuantificadas y sean suficientes para generar interés a todos los implicados (mejoras por encima del 15-20%), se acordará un contrato que recoja de forma exhaustiva los plazos, ahorros garantizados, su reparto, su medición y control, etc. Dado que estos proyectos "atan" a todas las partes por periodos de más de cinco años en general, la interpretación y negociación de los diferentes contratos es clave para que contemos con garantías futuras de ahorro.

## Inversiones financieras

Dicho todo esto, la pregunta que surge es: ¿qué proyectos pueden ser incluidos dentro de estos modelos? Lejos de lo que pueda parecer, no es necesario un gran proyecto para que pueda entrar en el



En la imagen, un gráfico que muestra el esquema de funcionamiento para contratar servicios energéticos.

***‘Cada inversión va a asociar la asunción de un riesgo futuro en mayor o menor cuantía en función de las garantías de consecución de las mejoras que hagamos’***

paraguas de alguna de las fórmulas mencionadas. El mes pasado el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el Instituto para la Diversificación y el Ahorro de Energía (IDAE) firmaban un acuerdo por el que se promovían acciones orientadas a la mejora de la eficiencia de instalaciones de ACS y climatización con la garantía de generación de un mínimo de un 10% de ahorro energético por parte de las empresas instaladoras. Algo parecido ocurre con empresas energéticas que ofrecen la renovación de ciertas instalaciones de climatización y calor mediante geotermia o microgeneración sin necesidad de realizar ninguna inversión inicial. De manera obvia, a medida que se incrementan las posibilidades de mejora sin inversión, es necesario sofisticar la fórmula e implicar a un mayor número de actores que actúen y se impliquen en el proyecto.

Las Empresas de Servicios Energéticos, reguladas comunitariamente por la Directiva 2006/32/CE, son la fórmula más común para proyectos de cierta entidad y en los que cliente, instalador, mantenedor y financiador tienen suficiente ahorro que repartirse como para que justifique su implicación en el proyecto.

En lo referente ya no al tamaño sino al destino de las inversiones, al margen de las ya referidas a ACS y climatización, existen otras muchas que no tienen por qué ser tan conocidas por el sector. Por ejemplo la instalación de una nueva estación de desalación u osmosis, así como la optimización de una infraestructura hidráulica existente, van a exigir una inversión muy relevante, si bien el recorrido de mejora ya sea por el consumo energético de la instalación o por el propio de coste final del agua va a ser muy sustancial. También para casos de este tipo son de aplicación modelos de garantía de ahorros de los que el sector hotelero ya cuenta con amplias referencias.

De manera creciente, los equipos de iluminación, las herramientas de telemetría y telecontrol o las lavanderías, quedan incorporadas a este modelo y lo seguirán haciendo cada vez más en el futuro de la mano de

***‘Las empresa de servicios energéticos son la fórmula más común para proyectos de cierta entidad y en los que el cliente tiene suficiente ahorro que repartirse’***

proveedores del sector. Por último y no por ello menos relevante, el impacto en términos de sostenibilidad de cualquier proyecto que implique una mejora en la eficiencia energética va a tener un doble resultado: una mejora en la imagen de cara al cliente y a los trabajadores, así como la posibilidad de acceso a diferentes subvenciones públicas cuantiosas. Estas últimas son ofertadas de forma recurrente a lo largo del año desde tanto administraciones locales como estatales y pueden alcanzar hasta el 50% de la inversión.



La energía renovable tiene numerosos beneficios a largo plazo.

# CEHAT y HBD Consulting firman un acuerdo de colaboración con el fin de asesorar en materia de estrategias y marketing

CEHAT y HBD Consulting han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de que las empresas asociadas a la fundación puedan ser

asesoradas en materia de estrategias y de marketing para que puedan mejorar sus ventas. Por lo tanto, HBD Consulting realizará, de forma gra-

tuita, 50 informes de evaluación y análisis de potencialidades comerciales a aquellos hoteles asociados que lo deseen solicitar.

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y HBD Consulting España han firmado un acuerdo de colaboración según el cual HBD Consulting ofrecerá, a las 64 Asociaciones y a sus 14.000 integrantes, asesoramiento en materia de estrategias y acciones de marketing y ventas para el sector.

En concreto HBD Consulting tiene una amplia experiencia en los hoteles, en el desarrollo de campañas comerciales a través de su call center especializado y, en la implementación de proyectos de upselling para *front desk*. A través de este acuerdo se busca promover una mayor eficiencia en el proceso de venta de los hoteles, incrementando el valor de las mismas. Para ello HBD Consulting ofrece formación comercial y asesoramiento a todos los asociados.

La oferta de HBD Consulting incluye lo siguiente:

- Proyectos de Up-selling.
- Seminarios de formación.
- Lanzamiento de las diferentes campañas comerciales.

-Representación comercial para hoteles independientes.

-Proyectos de fidelización para hoteles y restaurantes.

En base al acuerdo HBD Consulting realizará, de forma gratuita, 50 Informes de evaluación y análisis de potencialidades comerciales a aquellos hoteles asociados que lo soliciten. Para solicitarlo deberán ponerse directamente en contacto con HBD Consulting. De esta manera, los hoteles obtendrán una orientación a cerca sus estrategias.

## HBD Consulting

HBD Consulting es una empresa especializada en consultoría comercial hotelera. Entre sus principales servicios destacan el diseño de estrategias y acciones de marketing y ventas para el sector. Concretamente los servicios que HBD Consulting desarrolla son el lanzamiento de campañas comerciales a través de su call center especializado, la implementación de proyectos de upselling para *front desk*, en los que garantiza el retorno de inversión.

HBD Consulting es una empresa especializada en consultoría comercial hotelera..

# El turismo náutico es impulsado por TurEspaña y siete Comunidades autónomas con el fin de promocionarlo

Contará con una dotación de 489.000 euros y el plan contempla acciones de comercialización, mercadotecnia y 'online'

**TurEspaña y siete Comunidades autónomas colaboran con la Asociación Española de Estaciones Náuticas con el fin de promocionar el**

**Turismo Náutico en España, ya que el año pasado atrajo a más de dos millones de turistas. El plan contará con una inversión de 489.000 euros**

**y entre las acciones a realizar se encuentran la de comercialización, mercadotecnia y 'online', tanto con carácter nacional como internacional.**

El plan contempla acciones de comercialización, mercadotecnia directa y online. El turismo náutico en España atrajo el año pasado a más de 2 millones de turistas TurEspaña ha firmado un convenio con siete comunidades autónomas -Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y Murcia- y la Ciudad de Ceuta para un plan de promoción del turismo náutico que contará con una dotación total de 489.000 euros.

Se trata del plan de actuaciones del convenio marco firmado en 2009, con vigencia hasta 2013, para la promoción del producto "Estaciones Náuticas", informó el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Del total de la inversión, a TurEspaña le corresponden 193.000 euros; mientras que las siete comunidades autónomas más la ciudad de Ceuta aportan conjuntamente 250.000 euros y el resto, 46.000 euros, la Asociación Española de Estaciones Náuticas.

El plan contempla acciones de comercialización, mercadotecnia directa y on line, tanto con carácter internacional—principalmente dirigido a los mercados alemán, británico, francés y ruso—, como al nacional.

El turismo náutico en España atrajo el año pasado a más de 2 millones de turistas, un 9,2 % más que en 2009, que gastaron 2.000 millones de euros, cifra que supone un incremento interanual del 8,4 %, según las cifras facilitadas por el Ministerio

## TurEspaña

El Instituto de Turismo de España (TurEspaña) es el organismo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España como destino turístico, para lo que desarrollamos nuestra actividad en las siguientes áreas:

-La elaboración de las bases y la planificación general de la política turística en cooperación con las restantes Administraciones Públicas y el sector privado.

-El desarrollo de numerosos planes y programas que promuevan la innovación, la calidad, la sostenibilidad y la competitividad de los productos y destinos turísticos españoles.

-Relaciones turísticas internacionales de la Administración General del Estado, la cooperación turística Internacional y el apoyo a las diferentes empresas turísticas españolas que se encuentran en el exterior.

-La planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción de España como destino turístico en los mercados internacionales.

-El apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior. Para ello, colaboramos con las Comunidades Autónomas, los entes locales y el sector privado.

-La fijación de la estrategia y planificación de los objetivos de

Paradores de Turismo de España Sociedad Anónima y la inversión a realizar.

-La creación, coordinación y difusión del conocimiento e inteligencia turística.

## Estaciones náuticas

La Asociación Española de Estaciones Náuticas ofrece en su página web actividades como el amarre, excursiones marítimas, avistamiento de cetáceos, esquibus,

banana, patín y similares, catamarán, charter y alquiler de embarcaciones, pesca, motonáutica y kayak.

Los destinos que propone en su página web para efectuar estas actividades son Andalucía, Baleares, Comunidad Valenciana, Canarias, Cataluña, Ceuta, Galicia y Murcia. La Asociación Española de Estaciones Náuticas propone en su web escapadas para grupos de empresas e incentivos.



Firma del convenio entre TurEspaña y la Asociación Española de Estaciones Náuticas.

# CEHAT elige al grupo Willis Iberia para el asesoramiento y la gestión de sus seguros

Este acuerdo refuerza la apuesta de la Confederación por acercar servicios de valor añadido a todos los hoteleros

**CEHAT ha elegido al grupo Willis Iberia, parte de Willis Group Holding, para asesorar y gestionar en materia de seguros a los más de 14.000 establecimientos, con la**

**ventaja añadida de beneficiarse de mejoras en el aseguramiento y de primas a precios muy competitivos con el objetivo de minimizar los riesgos a los que se enfrentan**

**las empresas del Sector Turístico. Willis les ofrecerá su experiencia y sus programas específicos para evaluar los riesgos de las compañías hoteleras.**

Willis Iberia, parte de Willis Group Holdings, uno de los tres grandes brokers de seguros del mundo, ha llegado a un acuerdo con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) para asesorar y gestionar en materia de seguros a los miembros de la Asociación.

El acuerdo entre CEHAT y Willis Iberia supone importantes ventajas para los más de 14.000 establecimientos hosteleros integrados en la Confederación, que se beneficiarán de mejoras en el aseguramiento y de primas a precios muy competitivos con el objetivo de minimizar los riesgos a los que se enfrentan las empresas de la industria turística.

Willis Iberia, bróker líder en el sector turístico español, ofrece a los miembros de CEHAT una amplia experiencia en gestión de seguros a nivel nacional, así como tecnología y programas exclusivos para analizar y evaluar los riesgos de las compañías hoteleras y ofrecer el mejor asesoramiento.

Ramón Estalella, Secretario General de CEHAT, ha señalado que

"este acuerdo refuerza la apuesta de la confederación por acercar servicios de valor añadido a todos los hoteleros españoles, especialmente a las pequeñas y medianas empresas. Willis Iberia tiene una probada experiencia en el sector del turismo y ha demostrado un profundo conocimiento de la planta hotelera española, por lo que el acceso gratuito que los hoteleros dispondrán a su sistema de análisis de riesgo se traducirá en una ventaja estratégica importante para el total de nuestra industria".

Alberto Gallego, Chief Operating Officer de Willis Iberia, ha destacado que "el equipo de profesionales de Willis tiene la experiencia y el conocimiento del sector turístico para diseñar y gestionar un plan de seguros altamente competitivo que cubra las necesidades de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos".

## Willis Group Holdings

Es una de las principales corredurías de seguros y reaseguros



El secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, posa junto al Chief Operating Officer de Willis Iberia, Alberto Gallego.

del mundo, que desarrolla y proporciona seguros profesionales, reaseguros, gestión de riesgos, consultoría financiera y de recursos humanos y servicios actuariales a empresas, organis-

mos públicos y entidades de todo el mundo. Con más de 400 oficinas en más 120 países de todo el mundo, su equipo internacional de 17.000 empleados y asociados presta servicio a clientes de más

de 190 países. Willis cotiza en la Bolsa de Nueva York (NYSE: WSH) desde junio de 2011.

Willis Iberia, es la filial de Willis Group Holdings Limited para España y para Portugal.

## AEHOS celebra una Asamblea para definir sus líneas de trabajo

El invitado de honor fue el profesor y periodista Doménec Biosca

La Asociación de Escuelas de Hostelería (AEHOS) celebró el pasado 11 de mayo su Asamblea General, en la que se han presentado las nuevas Escuelas asociadas y las líneas de actuación para el próximo ejercicio, en el que será prioritaria la colaboración con empresas del sector hostelero, agroalimentario y de instalaciones y equipamiento.

Como invitado de honor, abrió el acto el profesor y periodista Doménec Biosca, Presidente de la Asociación de Expertos en Empresas Turísticas y Presidente de Educatur, que destacó la importancia de la formación en hostelería y turismo como forma positiva de evolucionar en la actual situación del sector, y que felicitó a las escuelas por sus esfuerzos para crear "talento y talante" en los futuros profesionales del turismo.

La jornada, celebrada en el Hotel Catalonia Atocha, se inició con la bienvenida a los nuevos asociados (Esc. de Hostelería Gambirinus, CIO Mijas y Esc. Superior de Gastronomía, Hostelería y Turismo de Toledo) a las que la asociación, a través de su presidente, D. Ignacio Gorostiaga, invitó a participar activamente en

las acciones que se vienen desarrollando desde el año 2001, fecha en la que AEHOS inició su andadura con el objetivo prioritario de prestigiar y revalorizar la formación que se imparte en las escuelas de hostelería.

Desde su nacimiento hace ya diez años, escuelas de reconocida trayectoria repartidas por toda la geografía española se han ido incorporando a la asociación (Asturias, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Málaga, Toledo, Jaén, Castelldefels, ...), y sus acciones para la mejora de la competitividad y las oportunidades laborales de los alumnos que se forman en sus aulas han tenido repercusión en el sector empresarial y en el ámbito formativo, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Con una imagen reforzada y de prestigio ante los poderes públicos y el sector profesional, las escuelas AEHOS garantizan hoy por hoy un estándar de calidad en sus modelos formativos, la seguridad de la actualización continua para adaptar el perfil de los futuros profesionales a los requisitos del sector, y una preparación humanística hacia actitudes positivas y valores personales y profesionales



Doménec Biosca durante su exposición.

muy necesarios para el perfil profesional que hoy día exige la industria hostelera.

Entre las líneas de trabajo acordadas en la Asamblea General destacan la renovación de su imagen, la preparación del V Foro Nacional de Escuelas de Hostelería, crear nuevas líneas de cooperación FEHR y CEHAT y reforzar la colaboración con empresas del sector hostelero, agroalimentario y de instalaciones y equipamiento a través de acuerdos de colaboración y patrocinio, tal como se viene haciendo actualmente con Bacardí España, Turijobs, Grupo Leche Pascual y Europastry.

## Jaime García-Calzada es reelegido presidente

Jaime García-Calzada, del Hotel Marqués de Vallejo en Logroño, ha sido reelegido como presidente de la Asociación Riojana de Hoteles, integrada en la Federación de Empresarios de La Rioja, FER, durante la celebración de la asamblea general que tuvo lugar el pasado mes de mayo en la sede de la organización empresarial. El período de mandato de Jaime García-Calzada así como de su Junta Directiva será de dos años.

El puesto de vicepresidente lo ocupará Germán García Genis, del Grupo Pretur de Logroño. El resto de la Junta Directiva queda integrada por los voca-

les Sonia Bartolomé Nájera, del Grupo San Fernando, de Nájera; Demetrio Domínguez Ruiz, del Hotel Victoria, de Arnedo; Jaime Abad, del Hotel Los Agustinos, de Haro; José Félix Paniago, del Hotel Echaurren, de Ezcaray; Alberto Castella, del Hotel Gala, de Calahorra; y Juan Antonio Solana, del AC Hotel La Rioja, de Logroño. Con esta renovación, el presidente del sector hotelero riojano seguirá impulsando actividades de promoción turística de La Rioja y colaborando con las administraciones públicas en las actuaciones de atracción turística de la Comunidad autónoma.



Jaime García es reelegido como presidente de la asociación.

# Lanzamiento de una fórmula innovadora para incrementar ventas en las PYMEs hoteleras sin inversiones ni aumento de costes

**Las PYMEs hoteleras podrán acceder a servicios externalizados CRM (Gestión de Relaciones con Clientes) de alto valor añadido que les permitirán optimizar la relación con sus clientes, sin necesidad de inversiones, sin incrementar sus costes y sin interferir en su operativa diaria.**

Tras un período de disminución de la actividad turística a nivel mundial como consecuencia de la coyuntura económica, las perspectivas para 2011 son claramente alentadoras, apuntando a un 5-6% de crecimiento medio a nivel mundial. De hecho, en los 3 primeros meses de 2011 ya se han observado cifras positivas (+5%) en todas las regiones del planeta en lo referente a llegadas de turistas internacionales.

Siguiendo la actual tendencia de recuperación del sector a nivel internacional, España ha experimentado en 2010 ratios favorables respecto al número de pernoctaciones. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, las pernoctaciones de residentes crecieron un 2,9%, y las de no residentes aumentaron un 8,1%, tasas significativamente superiores a las registradas el año anterior.

Pero este escenario económico se da en un momento en que el sector turístico a nivel internacional está experimentando una serie de cambios estructurales, entre las que destaca las variaciones en el patrón de comportamiento de los turistas. Esto ha generado una transformación del modelo de competitividad del sector y la aparición de nuevas variables de competitividad, tales como la diferenciación, la personalización y la mejora de la calidad de los servicios, haciendo insostenible la competencia centrada únicamente en precios.

En este contexto, las organizaciones turísticas en España

deberían defender posiciones desarrollando capacidades para responder de manera eficiente a este nuevo escenario competitivo ya que el dominio de estas competencias constituye una condición necesaria para afianzarse en un entorno cada vez más global y competitivo y su carencia puede constituir un factor limitante y de elevado riesgo.

Una estrategia enfocada hacia los clientes, apoyada en tecnología CRM, permitirá alcanzar el crecimiento de los ingresos a través de la optimización de los servicios ofrecidos en términos de diferenciación, personalización y calidad.

De hecho, la experiencia acumulada demuestra el impacto positivo de estas estrategias:

- El lanzamiento de acciones promocionales más ajustadas a las preferencias de los diferentes segmentos de clientes genera ratios de conversión a reservas superiores en un 30-40% respecto a acciones generalistas y no enfocadas.

- El conocer y gestionar eficientemente la información de los clientes permite fidelizarlos y a la vez minorar los costes comerciales, ya que el coste estimado de captación de nuevos huéspedes es 4-5 veces superior al coste de retenerlos.

- La gestión eficiente de la satisfacción tiene un impacto significativo en las ventas puesto que un cliente satisfecho repite en 3 de cada 4 ocasiones y transmite su experien-

cia a 4-5 personas, mientras que uno insatisfecho lo hace a 14-15.

- El conocer a los diferentes segmentos de clientes permite no sólo enfocar la oferta y acciones promocionales de una manera más eficiente, sino también inferir el comportamiento y preferencias de clientes potenciales y, consecuentemente, lanzar campañas de captación más acertadas (por ejemplo, en la web 2.0).

*'La plataforma de servicios CRM externalizados que proponen Blueline y Xtra Telecom se encargará de optimizar la relación con los clientes de la PYME hotelera, mientras que ésta se centrará en el día a día de sus operaciones'*

Aunque, en términos generales, los directivos de las diferentes organizaciones turísticas en España reconocen la aplicabilidad al sector de los principios del CRM y la importancia del conocimiento del cliente como activo fundamental de sus organizaciones, la realidad refleja que sólo las cadenas o establecimientos hoteleros de mayor tamaño están acometiendo iniciativas CRM.

Sin embargo, las grandes cadenas representan sólo una pequeña parte del sector hotelero, ya que éste se compone mayoritariamente de PYMEs (el 84% de los 14.916 hoteles, según datos INE 2010), las cuales no son ajenas al nuevo escenario de competitividad descrito ya que se enfrentan a los mismos retos (transformación del modelo competitivo, necesidad de acometer cambios sustanciales en la gestión, etc.) aunque desde una posición mucho más vulnerable.

Por todo lo anterior, resulta muy crítico que el sector hotelero PYME lleve a cabo un cambio en su enfoque de negocio, con el fin de alcanzar un sólido incremento de sus ingresos que le permita asegurar su sostenibilidad futura.

Uno de los factores que ha limitado el desarrollo de iniciativas CRM por parte de las

PYMEs hoteleras ha sido su falta de capacidad financiera para abordar proyectos CRM "convencionales", que requieren la adquisición de tecnología (licencias, equipos y mantenimiento) y cuya implantación reviste gran complejidad (consumo de recursos internos, impacto tecnológico, periodos prolongados para la implantación, etc.).

En este sentido, Blueline Advanced Services y Xtra Telecom (Grupo The Phone House) han unido sus capacidades y experiencia en el sector para el lanzamiento de una iniciativa destinada a superar los obstáculos e impedimentos que hasta ahora han limitado el acceso de las PYMEs hoteleras al mundo CRM, marcando un hito en la gestión de estas PYMEs al "acercar" los conceptos y beneficios de un enfoque CRM de una manera sencilla, de bajo coste y con resultados medibles y rápidos.

Esta iniciativa proporcionará a la PYME hotelera el acceso a un conjunto de servicios CRM de valor añadido a través de un contrato de externalización, que le permitirá:

- Mejorar la calidad de la información disponible de sus clientes y contar con una visión unificada de los mismos.
- Identificar patrones diferenciados de comportamiento de los clientes, con el fin de segmentarlos.
- Diseñar y ejecutar acciones comerciales enfocadas, personalizando por segmentos los productos y servicios ofrecidos.

- Incrementar los índices de repetición y de prescripción de los clientes.

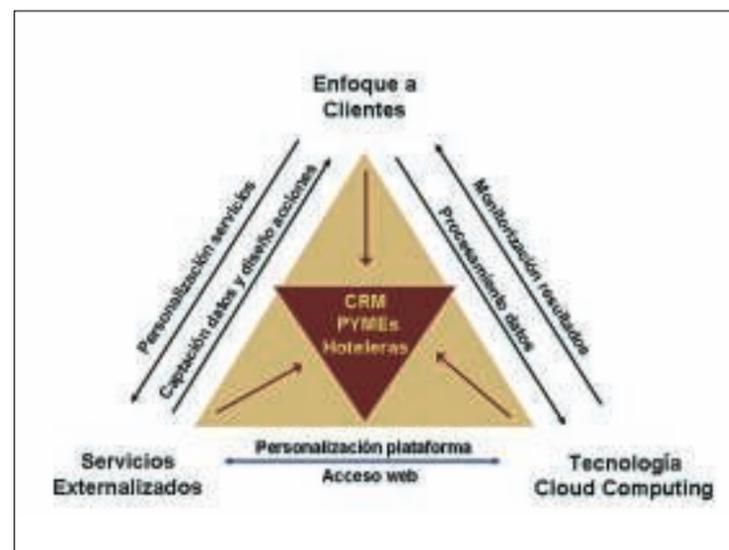
- Captar nuevos clientes, potenciando la venta por canales directos (Web, correo electrónico, etc.) y aprovechando las oportunidades de venta que la Web 2.0 y las redes sociales ofrecen.

La externalización de estos servicios es ahora posible mediante la utilización de tecnología Cloud Computing, que permitirá a las PYMEs hoteleras el acceso vía web a una plataforma CRM de altas prestaciones, escalable y adaptada a sus necesidades, de un modo sencillo, rápido, sin inversiones y sin interferir en la operativa diaria del hotel. Por tanto, no requerirá:

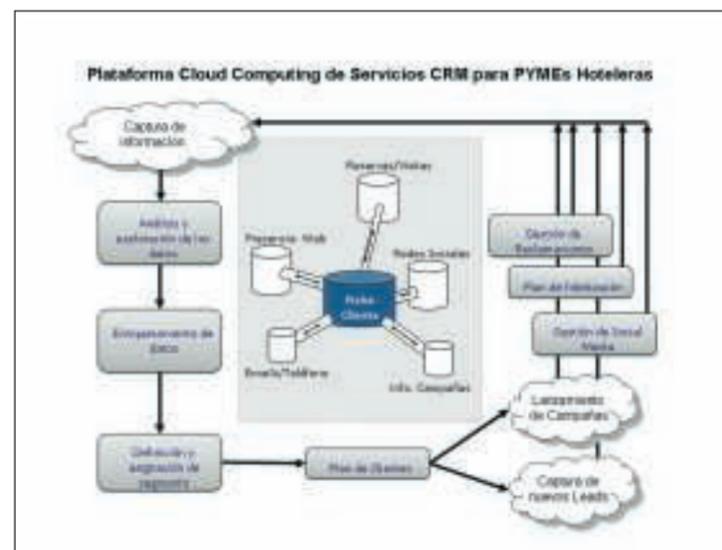
- La adecuación de los sistemas corporativos de la PYME, ni que ésta dimensione su infraestructura tecnológica a estos servicios.

- La adquisición de nuevo software, por lo que no conlleva costes de licencia ni de mantenimiento, ni costes operativos de gestión y operación de la plataforma CRM.

Así pues, la mejora de la competitividad a través de la implantación de una estrategia de orientación al cliente (CRM), que hasta ahora sólo era posible para las grandes cadenas o establecimientos hoteleros, es una posibilidad real, alcanzable y sostenible para todas las PYMEs hoteleras a través de esta iniciativa conjunta de Blueline y Xtra Telecom.



Fuente: Blueline Advanced Services.



Fuente: Blueline Advanced Services.

# La posible nulidad de determinadas cláusulas en el marco de condiciones generales en contratos B2B

Incidentes con turoperadores extranjeros manifiestan la posible existencia de ciertas irregularidades en los contratos

Ricardo Fernández Florez analiza la normativa española y comunitaria respecto a la contratación, ya que recientes incidentes con turoperadores extranjeros, han vuelto a po-

ner de relieve la existencia de ciertos pronunciamientos en los contratos, que no puede ser negociados por el empresario hotelero de manera individual y que provocan una

desigualdad entre los derechos y obligaciones de las partes contratantes. Además, en muchos casos existe la vulneración de los derechos de la parte hotelera contratante.



RICARDO FERNÁNDEZ

ABOGADO DE SERVISEGUR

En la actualidad, no somos capaces de comprender la protección de los empresarios en la contratación con condiciones generales si no es desde una perspecti-

***‘En la actualidad no podemos comprender la protección de los empresarios en la contratación con condiciones generales si no es desde una visión europea’***

va europea, al menos en cuanto a los principios que deben imbuir un futuro Derecho contractual europeo. No obstante, la falta de instrumentos normativos de obligado cumplimiento, nos impondrá la obligación de centrarnos en el Derecho Español.

La respuesta de algunos sistemas nacionales a la protección de los empresarios en la contratación con condiciones generales se debe a etapas históricas muy concretas en cada uno de los estados, que consideraron necesario ejercer un mayor control sobre el contenido de los contratos para mantener vigentes las notas de igualdad y justicia.

En lo que a nosotros concierne, a nivel comunitario la Directiva 93/13/CEE sólo ha introducido cambios en relación a los intercambios entre empresarios y consumidores. No obstante, sí que ha existido una preocupación comunitaria, contenida por ejemplo en los trabajos de la Comisión Lando, el cual parte de un supra concepto económico tanto entre empresarios como con consumidores. En los últimos años se han sucedido nuevos textos a nivel comunitario. El primero de los textos son los principios del Derecho Contractual Europeo (PECL), seguido del Anteproyecto de Pavia y finalmente, en 2007 aparecieron los Principios Acquis y el Draft Common of Referente.

La normativa española obliga a los empresarios que sufren las

***‘La normativa española obliga a los empresarios que sufren las consecuencias de las condiciones generales contrarias a la buena fe a buscar respuestas fuera’***

consecuencias de condiciones generales contrarias a la buena fe a buscar las respuestas fuera de la normativa especial. Debemos diferenciar el control de incorporación y el control de contenido de las cláusulas. El primero se recoge en el art. 5.1 LCGC y hace referencia a que la sola aceptación de las CCGG no garantiza el conocimiento de su contenido. La cognoscibilidad es un presupuesto para garantizar que las condiciones sean parte del contrato.

El control de contenido, no se encuentra realmente regulada en nuestro derecho y de ahí, el problema. Quien estudie la nulidad de las cláusulas generales incorporadas a un contrato, en el momento de analizar el contenido de las mismas, encuentra una verdadera falla en la LCGC, que no se salva por medio de ninguna Ley o Reglamento ad hoc.

La LCGC es una norma creada para empresarios y consumidores (aunque no con el mismo alcance respecto a cada uno), y señala en su exposición de motivos que: "en las condiciones generales entre profesionales puede existir abuso de una posición dominante [...] nada impide que judicialmente pueda declararse la nulidad de una condición general que sea abusiva, esto es, cuando sea contraria a la buena fe y cause un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes, incluso aunque se trate de contratos entre profesionales o empresarios".

Ahora bien, en nuestro ordenamiento no existe una norma que, en principio, permita controlar las cláusulas que sean contrarias a la buena fe y causen un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes. Sólo una labor judicial lo puede llevar a cabo. La cláusula general de buena fe sólo viene plasmada en el artículo 82.1 LGDCU y NO NOS VALE directamente. Por lo que habrá que acudir a los principios del Derecho general que ya se utilizaban con anterioridad a 1984 y la primera Ley para la defensa de los consumidores y los usuarios.

Pero comencemos respondiendo a esta pregunta, ¿por qué se trata de condiciones generales de la contratación? La SAP Madrid

núm. 286/2007 de 3 de mayo AC 2007/898 ya apuntaba al concepto de la BUENA FÉ como límite de las Condiciones Generales:

"Una cláusula es condición general cuando está predispuesta e incorporada a una pluralidad de contratos exclusivamente por una de las partes. Las condiciones generales deben ser conocidas (o existir posibilidad real de serlo) y estar redactadas de forma transparente, con claridad, concreción y sencillez; y, además, cuando se contrata con un consumidor, se requiere que no sean abusivas. El concepto de condición general se puede dar tanto en las relaciones entre profesionales entre sí, como de éstos con los consumidores.

El Preámbulo de la Exposición de Motivos de la Ley, en donde se distingue entre condiciones generales y cláusulas abusivas, señala que las primeras se pueden dar tanto en las relaciones de profesionales entre sí como de éstos con los consumidores, exigiéndose en uno u otro caso que dichas condiciones generales formen parte del contrato, sean conocidas o (en ciertos casos de contratación no escrita) exista posibilidad real de ser conocidas, y que se redacten de forma transparen-

***‘En nuestro ordenamiento no existe una norma que, en principio, permita controlar las cláusulas que sean contrarias a la buena fe y causen desequilibrios’***

te, con claridad, concreción y sencillez, y además, cuando se contrata con un consumidor, que no sean abusivas, con lo que claro resulta que el concepto de cláusula contractual abusiva, como ya avanzamos, sólo tiene su ámbito propio en la relación con los consumidores. Ello no quiere decir que en las condiciones generales entre profesionales no pueda existir abuso de una posición dominante pero tal concepto se sujetará a las normas generales de nulidad contractual. Por ello, nada impide que también pueda decla-

***‘Las condiciones generales deben ser conocidas (o existir la posibilidad real de serlo) y estar redactadas de forma transparente, con claridad, concreción’***



En ocasiones se vulnera los derechos de la parte hotelera contratante.

rarse la nulidad de una condición general que sea abusiva por contraria a la buena fe o motivadora de un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes, incluso aunque se trate de contratos entre profesionales o empresarios, pero habrá de tenerse en cuenta, en tal caso, las específicas características de la contratación entre empresas".

Veamos ahora el Auto de la AP Barcelona (Sección 15) de 23 de octubre de 2006 que deja claro el hecho de que debemos acudir al Derecho civil general (régimen general de obligaciones y contratos) y lo que se entiende por condiciones generales. Además deja clara una idea muy importante que es la que subrayamos en negrita: lo clave, lo crucial, es que la cláusula discutida atente contra los principios generales rectores de la contratación.

"Como ya argumentábamos en un caso similar al presente [Sentencia de 15 de febrero de 2005 (RA 503/2003)], "las condiciones generales insertas en un contrato de adhesión no son, per se, nulas, sino cuando no cumplen los requisitos de validez establecidos por su legislación reguladora, que es la Ley 7/1998, de 13 de abril, de Condiciones Generales de la Contratación, cuya Exposición de Motivos distingue las condiciones generales de la contratación de lo que constituyen cláusulas abusivas, así como sus distintos efectos según rijan en contratos pactados entre profesionales o entre éstos y los consumidores (a este respecto, véase la Exposición de Motivos de dicha Ley).

Condiciones generales son aquellas que están predispuestas y han sido incorporadas a una pluralidad de contratos exclusivamente por una de las partes. Deben ser conocidas o brindar efectivamente la posibilidad de conocerlas, y estar redactadas de forma transparente, con

claridad, concreción y sencillez y, además, cuando se contrata con un consumidor, se requiere que no sean abusivas.

Pero, como se ha dicho, el concepto de cláusula abusiva tiene su ámbito propio en la relación con los consumidores. En el caso de contratación entre empresarios o profesionales lo relevante es que, no ya que la cláusula haya sido redactada unilateralmente por una de las partes, sino que la cláusula o cláusulas en cuestión atenten contra los principios rectores de la contratación (art. 1255 del Código Civil), teniendo en cuenta las características específicas de la contratación entre empresas.

[...]Sin embargo, cuando la relación lo sea de profesionales entre sí el ámbito de aplicación de la citada Ley se restringe, pues la condición general será abusiva cuando sea contraria a la buena fe y cause un desequilibrio im-

***‘Nada impide que también pueda declararse la nulidad de una condición general que sea abusiva por contraria a la buena fe o motivadora de desequilibrios’***

portante entre los derechos y obligaciones de las partes, pero en el marco del régimen general de obligaciones y contratos".

Por todo ello, en muchos casos, pudiera existir una vulneración de los derechos de la parte hotelera contratante, la cual ve como sus derechos cedan ante la posible arbitrariedad y el evidente poder de negociación de los grandes Turoperadores extranjeros. Como señala el artículo 1.256 CC, "La validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratantes".

## El turismo de lujo tira de la recuperación hotelera en Europa

Reino Unido, Francia y Alemania se recuperan y España e Italia se retrasan

**American Express Business Insights ha desvelado unas cifras que reflejan que el turismo de lujo y los viajes de negocio están impulsando al sector hotelero en Europa, a pesar de la recesión que sufre el continente.**

El turismo de lujo y los viajes de negocios están impulsando la recuperación del sector hotelero europeo, según las cifras publicadas por American Express Business Insights. La compañía analiza los niveles de gasto de su base global de clientes de hoteles en el Reino Unido, Italia, Alemania, Francia y España desde antes de la recesión en 2007 hasta el primer trimestre de 2011. Las cifras revelan que la industria muestra signos de crecimiento, pero el gasto no ha vuelto a los niveles previos a la recesión.

El gasto en hoteles de 5 estrellas en toda Europa aumentó un 9% en 2010, mientras que el gasto en establecimientos de 4 y 3 estrellas creció un 3% y 2% respectivamente. Esto podría atribuirse en parte al número de aperturas de alto perfil de hoteles de lujo en los últimos 12 meses.

Sujata Bhatia, vicepresidente de la compañía American Express Business, ha señalado que "este fuerte crecimiento es una gran noticia en un ambiente donde la

confianza del consumidor sigue siendo el punto más débil".

El volumen de viajeros de negocios creció un 10% en el año 2010 en toda Europa, con un crecimiento del 4% en el primer trimestre de 2011. Esto reflejó un aumento en el número de viajeros, en lugar de un aumento de la cantidad gastada.

La investigación también indica que los jóvenes de 20 años constituyen un importante mercado emergente. Ellos están gastan-

do un 20% más que antes de la recesión. Más de la mitad de ellos se decanta por una estancia en un hotel de lujo o de gama media y sus opciones de destino más populares son Reino Unido, Francia e Italia. "Este es un segmento fantástico que está dispuesto a gastar a pesar de que no gana mucho. Los hoteles tienen que utilizar un enfoque radicalmente diferente para atraerlos, como el uso de los medios de comunicación social", señala Bhatia.



Los hoteles de lujo impulsan el crecimiento de los hoteles europeos.

## ESIC entrega sus premios Plan de Marketing 2011 ante 350 alumnos

ESIC Business & Marketing School, con la colaboración especial de Vincci Hoteles, Hotasa y Sol Meliá, ha hecho entrega de los Premios de Plan de Marketing CAREM 2011, en la celebración de su séptima edición.

El Premio al Mejor Plan de Marketing recayó en el equipo integrado por Juan Guillermo Abarca Ferrando, Lucía Ambrona Espinosa de los Monteros, Alberto Gómez Bravo, Alberto Pérez Núñez y Javier Torres Gonzalo. El Premio a la Mejor Acción Táctica fue para el equipo constituido por Javier Bellas Ramírez, Adrián Campanera Sáenz de la Torre, José Luis Dehesa Aguado, Julia Eguilaz Garrido, Pablo Galilea Granados. Y por último, el Premio Especial del Jurado fue

para el grupo formado por Mainer Doblás, Miguel Ángel García y Elena Penalva.

En el concurso participaron más de 350 alumnos universitarios del último curso de las licenciaturas de Marketing y Gestión Comercial, Publicidad y Relaciones Públicas y Administración y Dirección de Empresas, que defendieron sus planes referidos al sector hotelero ante un jurado presidido por José M<sup>a</sup>. Cubillo, director del departamento académico de marketing de ESIC y formado por Bernardo Losada, director de Marketing y Ventas de Hotasa, Aixa Rodríguez, directora de Marketing de Vincci Hoteles, Ana Rodríguez de las Heras, directora de Marketing de Occidental Hoteles, Pilar Talón, secre-

taria de la Escuela de Turismo de la URJC, Daniel García Langa, director de Marketing & Ventas Online del Hotel Sol Meliá, Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, Mauricio Adalid, director de Marketing de Room Mate, Francisca Peñarroya Espildora, directora de Marketing de Holiday World y Julio Alard, profesor de Publicidad de la Escuela de Negocios.

De esta manera, los alumnos a punto de licenciarse fueron juzgados por un jurado experto en el Sector, ante los proyectos que habían realizado con respecto al sector hotelero, planes que habían creado para la mejora de la hotelería y con el fin de conseguir el premio Plan de Marketing CAREM 2011.

## Cuatro hoteles españoles se encuentran entre los 100 mejores del mundo

Cuatro establecimientos españoles se han posicionado entre los 100 mejores hoteles del mundo, según los resultados de la lista 'Insiders Select 2011', elaborada por Expedia en base a las más de 500.000 opiniones de los usuarios de la agencia on line.

El Best Western Hotel Atlántico, en Madrid, es el primer hotel español que aparece en el ranking internacional, ocupando la decimoquinta posición. En el puesto 32 se ubica el Sheraton La Caleta Resort & Spa, en Tenerife, mientras que el siguiente

hospedaje español en el ranking es el Hospes Madrid, ubicado en la capital española, el cual ocupa el lugar 54. Por su parte, cierra la lista el Hotel Palace de Barcelona, situándose en el lugar 86 del 'Top 100' a nivel global.

Para aparecer en el ranking de Insiders' Select, la compañía on line solicitó más opiniones por establecimiento y puntuaciones más elevadas con el fin de elaborar una lista más lograda.

Así, los hoteles han tenido que recibir una puntuación de 4,7 so-

bre cinco y un porcentaje de recomendación del 98,2%.

Expedia posee páginas web en España, EE.UU., Reino Unido, Canadá, Francia, Italia, Holanda, Austria, Alemania, Dinamarca, Noruega, Suecia, Australia y Japón. Además, está presente en China gracias a la joint venture con Elong. La compañía Expedia es quien elabora el ranking 'Insider Select 2011' tras hacer un análisis exhaustivo en base a la opinión de 500.000 internautas que comparten sus pensamientos en la red.

## NH firma un acuerdo con la empresa china HNA

El Grupo HNA se incorporará como accionista estratégico de NH Hoteles con una participación del 20% mediante la suscripción de una ampliación de capital por importe de 431,6 millones de euros a un precio de 7 euros por acción. La operación dará derecho a HNA a contar con dos puestos en el Consejo de Administración de la Compañía.

Ambos grupos contemplan la creación de una sociedad de gestión hotelera en China que permitirá la entrada de NH Hoteles en uno de los mayores mercados del mundo de la mano de un importante socio local del sector turístico chino.

El Grupo HNA, 6ª compañía en el ranking de las "500 mejores compañías privadas en China" según ACFIC, está compuesta por un conjunto de empresas que operan en el sector del transporte aéreo, logística, servicios financieros, turismo, actividad inmobiliaria (incluyendo hoteles), gran consumo y gestión aeroportuaria. El Grupo alcanzó en 2010 unos ingresos de 7.000 millones de euros, cuenta con unos activos de aproximadamente 40.000 millones y con más de 80.000 empleados.

El Consejo de Administración de NH Hoteles, ha acordado dar entrada al Grupo HNA en el accionariado de la Compañía. El Grupo Chino adquirirá el 20% de NH Hoteles y contará con dos miembros en el Consejo de Administración de la Compañía.

La transacción, por un importe total de 431,6 millones, será realizada vía ampliación de capital con exclusión del derecho de suscripción preferente. La suscripción se llevará a cabo a un precio de 7 euros por acción, lo que supone una prima significativa sobre el precio actual de mercado y la cotización media del último trimestre. De esta forma, HNA se convertirá en el segundo accionista de referencia de la compañía española.

El acuerdo está sujeto a la aprobación de las autoridades regulatorias chinas y prevé la incorporación efectiva de dos consejeros del Grupo HNA al Consejo de NH Hoteles.

NH Hoteles entra en la liga de los grandes de la industria hotelera internacional

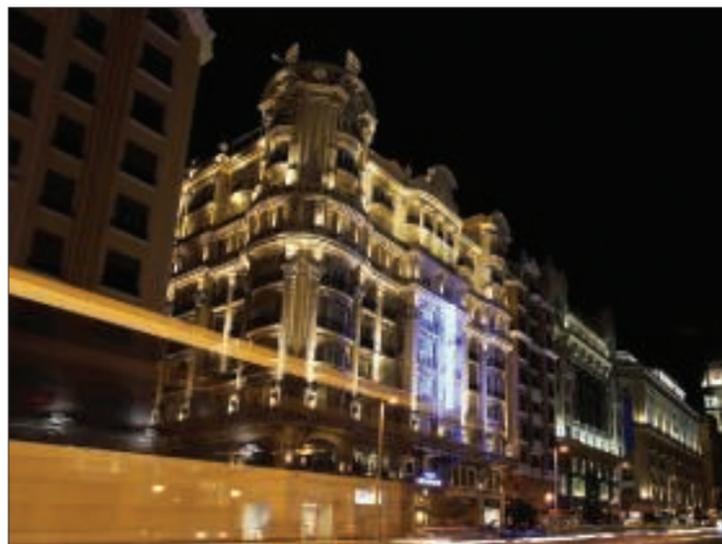


En la imagen, un hotel NH.

El Grupo HNA y NH Hoteles también contemplarán la creación de una sociedad conjunta para el desarrollo del negocio hotelero en China en el segmento de cuatro estrellas, donde NH Hoteles concentra su core business. La operación se complementa con la estrategia actual de NH Hoteles de crecer bajo fórmulas poco intensivas de inversión en activos fijos, como es la gestión de hoteles propiedad de terceros. Además, facilitará la entrada de la Compañía en uno de los mercados de mayor crecimiento del mundo con un socio local de referencia en el mercado chino.

El acuerdo contempla la posible aportación a la nueva sociedad la gestión de algunos de los actuales hoteles de HNA que se adecúen a la imagen de marca y segmento característicos de NH Hoteles. La sociedad conjunta se beneficiará por tanto de los sistemas de gestión, fidelización y reservas de NH Hoteles, utilizará su marca en China y al mismo tiempo se apoyará en el conocimiento y capacidad de acceso local del Grupo HNA para identificar las mejores ubicaciones hoteleras, equipos de dirección locales y logística general del grupo en el mercado chino.

Mariano Pérez Claver, Presidente de NH Hoteles, manifestó: "Quiero resaltar el gran valor industrial del presente acuerdo en tanto que, además de fortalecer el balance del grupo, representa un importante paso estratégico para NH Hoteles. La alianza que ahora acordamos significa que nuestra compañía contará con la oportunidad de implantarse en un mercado con un enorme potencial como lo es el de China y donde existe un hueco de oportunidad evidente para el modelo hotelero NH."



Fachada del hotel Best Western Hotel Atlántico situado en Madrid.

## Carlos Díaz es el nuevo presidente de la Asociación Hotelera de Madrid

Su principal objetivo es consolidar el protagonismo de la hostelería en la economía

**Carlos Díaz es el nuevo presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), quien sucede en el cargo a Jesús**

**Gatell, que se retira tras 14 años al frente. Su objetivo es consolidar el protagonismo de la hostelería en la economía madrileña.**

En el hotel AC Cuzco, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid vivió la última cita de su calendario electoral para la renovación de su Junta Directiva y de los cargos de sus Órganos de Gobierno. En la reunión, Carlos Díaz Ruiz fue elegido nuevo Presidente de la Asociación por una amplia mayoría. Sucede así a Jesús Gatell quien se retira del frente de la entidad tras 14 años ininterrumpidos de dedicación.

En dicha reunión fueron elegidos también, como Vicepresidentes del Asociación, José Tarín del Hotel Wellington, Diego García de Vinuesa de Nh Hoteles, Emilio Villar del Hotel Ateneo y Ángel Sal del Hostal Peral, además de Fernando de León del Hotel Arosa como Tesorero.

El nuevo Presidente es un reconocido empresario hotelero y directivo de la cadena AC HOTELES. Carlos Díaz ha ejercido como Director General de Turismo del Ministerio de Economía y Hacienda, y Vicepresidente de TURESPAÑA... En el ámbito de las organizaciones empresariales ha ocupado los cargos de Secre-

tario General de la Federación Española de Hoteles (FEH) y de la de Restauración (FEHR) así como la Vicepresidencia de HOTREC

Carlos Díaz es, en la actualidad, Vicepresidente de CEHAT y de la Asociación de Cadenas Hoteleras (ACHE).

En su intervención tras ser nombrado Presidente, Carlos Díaz repasó sus objetivos, y expresó su compromiso por traba-

jar con toda intensidad por el reconocimiento del hospedaje madrileño como una pieza clave de la economía de la CAM.

Durante su intervención también destacó la necesidad de organizar e incrementar la promoción y comercialización turística con el objetivo de que la ciudad de Madrid se sitúe y consolide en los puestos de cabeza de los destinos europeos.



En la imagen, el nuevo presidente de AEHM, Carlos Díaz.

## Los hoteleros de Huelva y Sevilla siguen su proyecto 'Multiplica la Luz'

Los representantes de la Federación de Empresarios Hoteleros de Huelva y Sevilla, encabezados por los presidentes de las organizaciones empresariales que la forman, José Manuel Sánchez-Matamoros, de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Huelva, y Manuel Otero Alvarado, presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia; presidente y vicepresidente de esta federación, han celebrado, coincidiendo con el inicio del XIV Congreso de Turismo de UNAV que se celebra en Islantilla (Huelva), la Asamblea Anual Ordinaria de rendición de cuentas de esta organización, que impulsa el proyecto de promoción y comercialización 'Multiplica la Luz' (Huelva+Sevilla).

Con motivo de este encuentro anual, los representantes empresariales, asistidos por Rafael Ávila como tesorero de esta Federación y secretario general de FOE, y por Santiago Padilla, secretario de la misma y gerente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, han tenido ocasión de evaluar la marcha de un producto, que en 2011 va a cumplir su quinto ejercicio de actividad con resultados de verdadero interés para ambos destinos turísticos, que propiciaron esta alianza en el año 2006. Esta iniciativa contó con el más decidido apoyo de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y de los Patronatos de Turismo de Huelva y Sevilla, además del Con-

sorcio de Turismo de la ciudad de Sevilla, con objeto de aprovechar las complementariedades y sinergias de ambos y de luchar conjuntamente contra el problema común, compartido con tantos otros destinos, de la estacionalidad, que tiene comportamientos distintos en ambas provincias.

Con más de 600.000 Euros directos facturados y más de 3.000 pernотaciones adicionales directas producidas durante el lanzamiento de esta marca para ambos destinos, y efectos directos en la estacionalidad de ambos destinos, 'Multiplica la Luz' se configura como una iniciativa con posibilidades reales para ambos destinos, que se debe consolidar en los próximos años, cuando este modelo de alianzas de destinos turísticos se empieza a preconizar y replicar en otros sitios de España, con un proyecto que es pionero.

El objetivo a corto plazo de la Federación es dotar al producto, con la ayuda de las administraciones implicadas en el proyecto, de nuevos elementos de innovación que le permitan ganar nuevas cuotas de mercado y hacerlo más efectivo de cara a la consecución de los objetivos marcados. En este sentido, la idea principal es trazar un nuevo plan de trabajo para los próximos años, que se quiere elaborar y compartir con todos los agentes que se encuentran implicados.



Los presidentes de las asociaciones implicadas en el proyecto.

## Industria apoya los concursos de tapas de la red del Alto Aragón

El consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, asistió a la presentación del acuerdo entre Turismo de Aragón, la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca y Publicaciones y Ediciones del Alto Aragón -empresas editora de Diario del Altoaragón- para poner en marcha una nueva edición de los concursos de tapas en la provincia de Huesca. El consejero estuvo acompañado por el presidente de la citada organización empresarial, Roberto Pac, y por el de la empresa editora, Mariano Bergua.

En virtud de este convenio Turismo de Aragón sociedad dependiente del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Ejecutivo autónomo colaborará en la celebración de los diferentes concursos de tapas que van a tener lugar en la provincia de Huesca durante el año 2011 con 25.000 euros, correspondiendo a la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca y a Publicaciones y Ediciones del Alto Aragón su organización.

En opinión de Arturo Aliaga, "las tapas, a pesar de su pequeño tamaño, cumplen una gran función, porque resumen de forma magistral la esencia de nuestra cocina, concentran el sabor de los excelentes productos que tenemos y son un factor de atracción turística de primera magnitud, como ha ocurrido en todos los concursos celebrados hasta la fecha".

Diez años de concursos de tapas en la provincia de Huesca

La red de concursos de tapas organizados por la Asociación de

Hostelería y Turismo de la Provincia de Huesca y Diario del Altoaragón, con la coordinación de Loher Publicidad, cumple este 2011 diez años desde que se organizara el primero en Huesca y La Hoya. En aquella ocasión se inscribieron 29 establecimientos que presentaron a concurso 78 elaboraciones. En el certamen de 2010, han sido 81 los participantes con 162 tapas.

En 2004 comenzaba la expansión por toda la provincia con la incorporación de las Comarcas de Somontano, Cinca Medio y Litera. Posteriormente se integrarían en 2008 Monegros, en 2009 La Ribagorza y en 2010 el Alto Gállego. Entre todos los concursos, en el último año han participado 190 establecimientos de las siete Comarcas, con una gran aceptación de público y un extraordinario nivel de calidad.

Esencial en la programación y decisiva para la proyección de la micrococina ha sido la celebración del I Concurso Provincial de Tapas que tuvo lugar el 20 de febrero en Barbastro, en una jornada en la que clientes de toda la Comunidad disfrutaron de 8.000 tapas elaboradas por los vencedores comarcales. El Campeón Provincial, la tapa H2O del Café El Punto de Huesca, representará a la provincia en el Campeonato Nacional de Pinchos de Valladolid. En todo este proceso ha estado presente el Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, a través de Turismo de Aragón. De hecho, el Departamento fue clave no sólo para la puesta en marcha de esta iniciativa, sino también para la incorporación del Concurso Provincial que es objeto de otro convenio específico.



Arturo Aliaga acompañado por Roberto Pac y Mariano Bergua.

## Semana de las terrazas

La primera edición de la semana de las terrazas de los hoteles de Barcelona ha acabado con la participación de más de 10.000 personas, que han asistido a la diferentes actividades organizadas por los establecimientos.

Según ha informado el Gremio de Hoteles de Barcelona, organizador del evento, que ha contado con el apoyo del Ayuntamiento de la ciudad, 36 hoteles han participado en esta iniciativa pionera para promocionar los establecimientos hote-

leros de la ciudad. La semana de las terrazas de los hoteles de Barcelona tiene como objetivo promocionar y divulgar los espacios y servicios que ofrecen estos establecimientos. Esta iniciativa ha contado con diferentes propuestas culturales y actividades de corte lúdico, como por ejemplo recitales de ópera, cine, conciertos, presentación de libros, espectáculos de magia, gastronomía o una exhibición de natación sincronizada, entre otras actividades.

# Punto y seguido

El ex presidente de la AEHM, Jesús Gatell, se despide y cede la Presidencia de la Asociación a Carlos Díaz

**Jesús Gatell escribe un artículo y una carta de despedida, en donde argumenta alguno de los motivos que le han impulsado a no presentarse a la nueva presidencia de la**

**Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM). Afirma que a pesar de que su carrera va a seguir enfocada al turismo es "consciente de que los cambios aportan**

**savia nueva y riqueza al debate para encarar los retos que plantea el siglo XXI". De esta manera, el nuevo presidente encargado de dirigir la asociación es Carlos Díaz.**

Siempre he creído en la importancia del asociacionismo empresarial como elemento aglutinador de los legítimos derechos e intereses de los hombres y mujeres que, arriesgando su patrimonio, con esfuerzo y sacrificio, han hecho de España una de las potencias mundiales en Turismo, aportando riqueza y empleo.

Esto ha hecho que España goce de una Marca conocida y reconocida, globalmente, y gracias, fundamentalmente al Turismo.

Empecé a trabajar los veranos en Tossa de mar, Costa Brava, con 14 años, de botones, para ayudar a mi familia numerosa; al terminar Preuniversitario tuve que abandonar mi intención de estudiar Económicas y Empresariales; el Turismo me "enganchó", seguí estudiando y cursé

***‘Siempre he dado gracias a Dios por haberme dejado progresar en esta maravillosa aventura, que me ha permitido enriquecerme humana e intelectualmente’***

Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, por otro lado, sin dejar de trabajar...

Y así hasta cumplir 51 años de trabajo, siempre sin dejar de interesarme intelectual y técnicamente por el fenómeno turístico, lo que fue, es y será.

Siempre he dado gracias a Dios por haberme dejado pro-

***‘¿Hay algo más bonito que servir a los demás, facilitarles descanso y alimentos, haciéndoles felices, convirtiéndolos en un cliente en amigo?’***

gresar en esta maravillosa aventura, que a tiempo me ha permitido enriquecerme humana e intelectualmente, desempeñando funciones, aceptando responsabilidades y retos, que hubiera hecho por mucho menos de lo que me han retribuido; así de hermoso y gratificante he encontrado mi trabajo. Estoy seguro de que al leer este artículo muchos estarán de acuerdo conmigo: ¿Hay algo más bonito que servir a los demás, facilitarles descanso y alimentos, haciéndoles felices, convirtiéndolos en un cliente, no sólo en prescriptor-apóstol, sino en un amigo?. Todas nuestras empresas son fábricas de sueños, de bienestar, personas que atienden a otras personas.

No en vano, Edward Deming afirmaba: "La Calidad tiene que ver con las personas, no con los productos", esta frase de Edward Deming adquiere en la actualidad, en la sociedad de la nueva economía, un gran protagonismo, ya Internet es una herramienta más, un medio, no el fin, el fin es el ser humano, la persona.

Mientras tenga fuerza, mientras me sienta útil, mientras siga disfrutando de las personas, a las



Jesús Gatell, ex presidente de AEHM, junto al ministro de Turismo, Miguel Sebastián.

que pueda dedicar mi cariño e interés, me dedicaré al Turismo, ya que más allá de su riqueza, crea entre los pueblos y sus gentes, un conocimiento, una cercanía, convirtiéndose en el garante de

***‘Me dedicaré al turismo, ya que más allá de la riqueza, crea entre los pueblos y sus gentes, una cercanía, convirtiéndose en garante de paz, libertad y democracia’***

Paz, Libertad y Democracia. ¿Quién puede aportar más?

Reproduciendo la carta que envié a todos los miembros que forman parte de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid el pasado mes de Abril, queda claro cuanto me ha movido a tomar la decisión de no volver a presentarme a la Presidencia: Un gesto de responsabilidad y amor hacia la AEHM, consciente de que los cambios aportan riqueza al debate, y nueva savia para encarar los retos del segundo decenio de este agitado y complejo Siglo XXI.

El escritor francés Antoine de Saint-Exupery, que nos regaló el libro infantil "El Principito", afirmó: "Amor no es mirarse el uno al otro, sino mirar los dos en la misma dirección".

Se trata de una auténtica sentencia, donde nos advierte de que seamos valientes, creadores, competitivos, alcemos nuestros ojos a objetivos comunes: leal-

tad, unidad, compromiso, generosidad, complicidad, alegría y en definitiva: Amor.

## Carta de Gatell

Desde hace más de 30 años estoy comprometido con el asociacionismo y, los últimos 14, en calidad de presidente.

Después de una larga reflexión, escuchando a unos y a otros, constato que lo difícil no es llegar, sino saber irse y, en este contexto, he tomado la decisión de no volver a presentarme en este proceso electoral, ni como presidente, ni como miembro de ningún órgano de dirección.

Es el momento de trabajar desde la AEHM en un buen programa de actuación, un plan estratégico y objetivos claros, todo ello de la mano de un nuevo equipo, fuerte y unido por las mismas inquietudes e ilusiones.

Nuestra AEHM merece y necesita este cambio que le hará más eficiente y cercana a los de-

***‘Seamos valientes, creadores, competitivos, alcemos nuestros ojos a objetivos comunes: lealtad, compromiso, complicidad, alegría y amor’***

seos, necesidades expectativas de todo el empresariado hotelero madrileño. Se trata de una hermosa y gratificante misión.

He estado atento de hacer balance de estos años ,pero creo

sinceramente que esto te corresponde a ti y al tiempo. Por mi parte, solo me queda manifestarte mi más profundo y sincero agradecimiento por tu confianza, cercanía y generosidad, permitiéndome haber trabajado con ilusión y tesón en la búsqueda permanente del bien común. Solo el bien común y la defensa de los legítimos derechos de los hoteleros, han movido mi interés y mis actos. Luchar por la cohesión, unidad y visibilidad de nuestra Asociación es misión de todos, especialmente en estos momentos tan difíciles. Debemos evitar di-

***‘AEHM merece y necesita este cambio que le hará más eficiente y cercana a los deseos, necesidades y expectativas de todo el empresariado hotelero madrileño’***

visiones, ahora es tiempo de confianza, generosidad y esfuerzos conjuntos.

Si en algún momento te he podido decepcionar o te has sentido mal conmigo, ruego aceptes mis sinceras disculpas, ten la seguridad de que mis fallos han sido fruto de mis limitaciones, jamás de una posible mala intención o de un desinterés. Confío en poder seguir disfrutando de tu amistad por lo que: Hasta siempre y a tu entera disposición. Donde quiera que me lleve el futuro, siempre tendré a la AEHM en mi corazón.



Jesús Gatell actuó de moderador en el Congreso de Empresarios Hoteleros.

## El Instituto para la Calidad Turística Española concede las Banderas 'Q' para las playas españolas e instalaciones náutico deportivas

El ministro de Industria presidirá el acto acompañado del presidente del ICTE y del secretario general de Turismo el 31 de mayo, a las 11 de la mañana en el salón de actos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Por cuarto año consecutivo el ICTE hace entrega de las Banderas 'Q' a las 176 playas españolas que han obtenido la certificación de calidad correspondiente a la norma UNE 187001.

Un total de 84 Ayuntamientos, correspondientes a nueve Comunidades autónomas, recibirán de mano del ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, el distintivo que acredita a sus playas con los estándares de calidad establecidos por la norma UNE de calidad para el sector de playas.

La Comunidad Andaluza vuelve a posicionarse en primer lugar con 59 playas certificadas, seguida de la Comunidad Valenciana con 47; Región de Murcia, 25; Cataluña, 24; con siete están Asturias y Galicia; Baleares cuenta con tres y

Cantabria y Ceuta dos cada una. Canarias y País Vasco, Comunidades muy implicadas en la certificación de sus servicios turísticos, sin embargo no cuentan con playas certificadas, aunque sí en proceso.

Por su parte, las instalaciones náutico deportivas, que han conseguido certificarse bajo la norma UNE 188004 recibirán igualmente la marca 'Q', siendo dos clubes los que hasta la fecha se encuentran en posesión de la misma, debido principalmente a que esta última es una norma de calidad de reciente creación y se encuentra en proceso de implantación.

La UNE 187001 correspondiente a playas está asociada a la marca 'Q', al igual que el resto de normas UNE del sector turístico. Recoge los requisitos que ha de cumplir una playa para participar en el Sistema de Gestión del Uso Público de las Playas. Estos requisitos se refieren tanto a los equipamientos como a la limpieza, seguridad, salvamento, información, etcétera.



Empresas auditoras independientes son las encargadas de elaborar los informes, basados en el cumplimiento de la norma de playas, para posteriormente ser evaluados por el Comité de Certificación de ICTE que será quien otorgue o no la 'Q' de Calidad Turística.

El Instituto para la Calidad Turística, organismo encargado de otorgar la marca 'Q', es una entidad privada de certificación especialmente crea-

da para el desarrollo de la calidad en el sector turístico, sus miembros son las organizaciones empresariales turísticas más importantes de este país. Cuenta también con la participación de la Secretaría General de Turismo, las Comunidades autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias.

El ICTE otorga, vela y protege la marca 'Q', mientras que la Secretaría General de Turismo promociona la marca



Bandera 'Q' Calidad Turística.

ante el público final, tanto nacional como internacional, fruto del acuerdo firmado entre las partes.

### El Presidente del ICTE participará en el Congreso Anual de la FEA AV

Miguel Mirones, presidente del ICTE, acudirá como ponente a las jornadas técnicas organizadas por FEA AV en el marco de su congreso anual, que se celebrará en Berlín del 30 de junio al 3 julio, cuya ponencia versará sobre 'Hacia la calidad total en las agencias de viajes'.

Uno de los objetivos clave de estas jornadas es la de incentivar la implantación de la 'Q' de Calidad

Turística entre las agencias de viaje, así como conocer y profundizar sobre la situación de las agencias de viaje alemanas, como destino con gran potencial turístico.

El sector de agencias de viaje cuenta actualmente con 375 oficinas certificadas, siendo el tercer sector con mayor número de 'Q', por detrás de restaurantes y hoteles y apartamentos turísticos.



Miguel Mirones, Presidente del ICTE

## ICTE entrega la 'Q' a la primera empresa de turismo activo certificada en el País Vasco

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) hizo entrega el pasado 5 de mayo de la 'Q' de Calidad Turística a la empresa de turismo activo del País Vasco, Troka Abentura, que ha contado con la presencia de la viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, Pilar Zorrilla. Este acto, al que acudieron numerosas personalidades, se celebró en el marco de Expovacaciones, feria internacional de turismo, que fue inaugurada ese mismo día.

En palabras del director general del ICTE, Fernando Fraile, "este reconocimiento que hacemos hoy, es el fruto del trabajo de una serie de profesionales de turismo activo que en su día se dirigieron al instituto para elaborar una norma de estas características con el fin de distinguirlos del resto de competidores".

Fraile continuó "felicitando a la empresa Troka por su ímpetu y disposición en el trabajo que le ha llevado a recibir hoy este galardón".

El director del ICTE recordó a los asistentes que "el País Vasco participa activamente, de la mano de Basquetour, en la elaboración de distintas normas para el sector turístico, agradeciendo su colaboración desinteresada en el desarrollo de nuestro Sistema de Calidad, y muy especialmente a su vice-



La viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, Pilar Zorrilla, y el director general del ICTE, Fernando Fraile, entregan la 'Q'.

consejera por apoyar este tipo de iniciativas".

La norma UNE 188003:2009 para el sector de turismo activo, cuya Secretaría ocupa el ICTE, de la mano de AENOR, ha sido elaborada por un grupo de empresarios de turismo activo, la Secretaría General de Turismo, las Comunidades autónomas, el Ministerio de Medio Ambiente, la Federación Española de Municipios y Provincias, Consumidores, usuarios, organizaciones de personas con necesidades especiales y otras organizaciones relacionadas con el sector.

La finalidad de este grupo de trabajo es desarrollar una norma UNE que regule de forma voluntaria diversos aspectos de calidad en el sector de turismo activo y establezca los requisi-

tos que deben cumplir este tipo de empresas en cuanto a su gestión interna y la prestación de sus servicios, cuya finalidad es la realización de actividades deportivas o de naturaleza con fines eminentemente recreativos y no competitivos que estén ofertados a un público final.

Entre los requisitos que deben cumplir las empresas de turismo activo para la obtención de la marca 'Q' de Calidad se encuentran aspectos importantes sobre legislación, gestión ambiental, seguridad y prevención de riesgos, limpieza, mantenimiento, infraestructuras y equipamiento, entre otros. 10 empresas de turismo activo, ubicadas en el País Vasco, se encuentran en proceso de implantación para la posterior consecución de la Marca 'Q'.

Las normas turísticas españolas se muestran como referencia en este foro internacional

## El Instituto para la Calidad Turística continúa su labor internacional en el seno de ISO

Italia acogió durante la semana del 16 de mayo a los participantes del Comité ISO TC/228 para el turismo, que son los encargados de elaborar las futuras normas para este sector, donde España como país juega un papel importantísimo, así como los empresarios españoles que actúan como referente de nuestra industria.

El Comité ISO para el Turismo y otros servicios relacionados fue creado en 2006 con el objeto de homogeneizar mundialmente los subsectores que componen la industria turística. En este Comité están representados más de 70 países, entre ellos Alemania, Francia, Reino Unido, Suiza, Italia, España, Canadá, México, Argentina, Chile, Colombia, bajo la presidencia del español Eduardo Moreno, antiguo director general del ICTE, y gestionando la secretaria del mismo AENOR, que cuenta con la colaboración del ICTE en materia turística.

España juega un papel muy importante y destacado dentro de este comité, no tan sólo por ostentar la presidencia y la secretaria oficial del mismo, sino porque España es pionero en estandarizar esta actividad de gran peso económico. Ante esta situación, los empresarios españoles participan como expertos en los grupos de trabajo sectoriales aportando su conocimiento y las normas UNE como documentos de trabajo.



Reunión del GW 7 en Italia.

Actualmente los *working groups* o grupos de trabajo están constituidos para los sectores de Turismo de Salud, Oficinas de información turística, Playas, Golf, Turismo activo, Buceo, Espacios naturales protegidos y Establecimientos de alojamiento medioambientalmente respetuosos y próximamente los de turismo industrial y estaciones náutico-deportivas.

ISO es la Organización Internacional de Normalización, que se constituye como una asociación sin ánimo de lucro con sede en Ginebra y cuya actividad consiste en fomentar el desarrollo en el mundo de las actividades de normalización, con el fin de facilitar los intercambios de bienes y servicios entre países y una estrecha cooperación en los campos intelectual, científico, técnico y económico. Su nombre viene del griego *Isos* que significa igual.

ICTE es una entidad de certificación expresamente creada por el sector turístico español, en el que participan los empresarios y las administraciones, tanto nacionales como autonómicas y locales. Trabaja conjuntamente con AENOR, Asociación Española de Normalización, para el desarrollo de todas las normas de la industria turística.

El departamento de normalización del ICTE es el encargado de gestionar la secretaria de todos los órganos de trabajo que elaboran normas turísticas, tanto nacionales como internacionales.

Invertir en normalización significa posicionarse estratégicamente como líder en el mercado, ya que conoces de antemano lo que contendrán las normas que luego serán referencia mundial, pudiendo además liderar ese proceso proponiendo que tu *know-how* esté en esos textos normativos.

## El ICTE estuvo presente en Expovacaciones



Representantes del ICTE con autoridades en el stand del Instituto.

El Instituto, con la colaboración del Bilbao Exhibition Centre (BEC), estuvo presente durante los días de la feria informando a profesionales y público general sobre el Sistema de Calidad Turística Española y la marca 'Q' de Calidad Turística.

Del 5 al 8 de mayo el Instituto participó con stand propio en el certamen turístico Expovacaciones. Participaron 14 países y prácticamente todas las Comunidades autónomas españolas.

Con motivo de la feria, el Instituto hizo entrega en la inauguración de la misma, de la 'Q' de Calidad Turística a la empresa de turismo activo del País Vas-

co, Troka Abentura. El acto contó con la presencia de la viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, Pilar Zorrilla, entre otras autoridades y medios de comunicación.

Durante los días expositivos se mantuvieron diferentes reuniones profesionales con administraciones turísticas de carácter autonómico, empresarios y asociaciones del sector. Como las celebradas con la secretaria xeral de Turismo de la Xunta de Galicia, Carmen Pardo; el director general de Turismo de Cantabria, José Carlos Campos, y la directora general de Turismo de La Rioja, Mónica Fiquerola, entre otros.

## ICTE publica la Memoria de Actividades 2010

Como cada año, esta publicación, elaborada íntegramente por el ICTE, repasa la actividad del instituto durante 2010 en todos sus departamentos organizativos.

Novedades como la organización del I Congreso Internacional de Calidad Turística, que se llevó a cabo en la ciudad de Santander, la ya consolidada 'Noche Q' o los nuevos 'portales' de Internet del Instituto, así como la consolidación del periódico digital [www.calidadturistica.com](http://www.calidadturistica.com) son algunas de las actividades que muestra esta nueva edición de la memoria anual del Instituto, así como los avances en normalización nacional e internacional, los nuevos cursos de formación a consultores en calidad turística; la presencia del instituto en foros, charlas y congresos nacionales e internacionales, entre otras acciones.

Esta nueva edición ha sido completamente rediseñada y



será distribuida en formato electrónico a todos los agentes del sector turístico: Administración turística nacional, autonómica y local, empresarios, Delegaciones Territoriales ICTE, Asociaciones empresariales turísticas de ámbito nacional y regional y medios de comunicación, entre otros.

La Memoria también estará disponible en la sección 'Multimedia' del periódico digital [www.calidadturistica.com](http://www.calidadturistica.com) junto con las anteriores ediciones y otros materiales de interés, donde podrá ser descargada cómodamente.

## Turgalicia edita 5.000 ejemplares del folleto 'Calidad Turística', una guía en la que se incluyen los productos y servicios turísticos certificados con la Q de calidad turística

La Consellería de Cultura e Turismo, a través de Turgalicia promociona y apoya el Sistema de Calidad Turística Española, así como a los alojamientos y servicios turísticos certificados con la marca 'Q' entre el público general y los agentes turísticos. La guía muestra el conjunto de establecimientos certificados en la Comunidad autónoma de Galicia, que han sido certificados con la marca 'Q' Calidad Turística hasta el 31/12/10.



# En el país de la Cruz Roja

HOTREC, que engloba a asociaciones de hostelería de 26 países europeos, celebró su Asamblea General en Suiza

HOTREC celebró del 11 al 14 de mayo su 62 Asamblea General en Zurich (Suiza), con el fin de dar respuesta y fijar la posición del Sector en todos aquellos temas que se están tramitando en el seno de las instituciones comunitarias y afectarán en un

futuro próximo a la hostelería europea. Entre otros, merecen mención especial la clasificación hotelera, la propiedad intelectual, la futura reforma del IVA, la directiva marco de los consumidores, el reglamento de información alimentaria, las nuevas

competencias de la Unión Europea sobre turismo o la estrategia a seguir ante los estándares internacionales. El resultado fue una Asamblea donde se alcanzaron acuerdos en temas clave, se expresó mucho compromiso y la industria salió reforzada.



**DIDAC GARCÍA CARRETÉ**

DIRECTOR ASUNTOS EUROPEOS CEHAT

HOTREC, la Confederación de 43 asociaciones de empresarios de hostelería de 26 países europeos, celebró su 62 Asamblea General del 11 al 14 de Mayo en Zúrich. Antes de entrar en materia y explicarles cuáles fueron los temas que se abordaron y las principales decisiones que se tomaron, permítanme que les explique porque celebramos nuestro congreso en Suiza, país que no forma parte de la Unión Europea. No es que el sector esté tan mal que decidiésemos llevar el Congreso al país donde se fundó la Cruz Roja, a ver si con el aire puro y las montañas conseguíamos sanar al enfermo. La respuesta es más sencilla y sin duda, menos desesperada. La regla general es que la Asamblea General de HOTREC

**"HOTREC dibuja la hoja de ruta para la renovación y modernización del lobby europeo de hostelería, poniendo especial énfasis en mejorar la organización"**

se celebre en el país que en el próximo semestre anual asumirá la Presidencia del Consejo de la Unión Europea. Esto nos sirve para tener un primer contacto como industria europea con aquellos políticos nacionales que asumirán durante seis meses responsabilidades europeas en el seno de una institución tan importante como es el Consejo de la Unión Europea. Polonia, Rumania y Bulgaria son los únicos tres países de la Unión Europea que no forman parte de HOTREC, que sí cuenta como miembros con países europeos no comunitarios, como es el caso de Suiza, Noruega y Turquía. No pretendo abrir el debate de si Turquía es Europa o debe formar parte de la Unión Europea porque se me comería todo el artículo. Sólo apuntarles que, a mi parecer, Turquía debe ser miembro de pleno

derecho de la Unión Europea y sólo es cuestión de tiempo que sea aceptada como tal. Como seguramente sabrán, Polonia asumirá el próximo 1 de Julio del 2011, la Presidencia de la Unión Europea. Al no contar la patronal europea de hostelería con la asociación de empresarios de hostelería de Polonia, HOTREC aceptó el año pasado la solicitud de Suiza de organizar la Asamblea General del primer semestre de este año 2011.

Y la Asamblea empezó con un plato fuerte. Anna Torres, Secretaria General de HOTREC, a quien quiero felicitar por su reciente maternidad, pudo finalmente participar en la Asamblea y fue ella la encargada de presentar el llamado "HOTREC Strategy Paper". Este documento dibuja la hoja de ruta para la renovación y modernización del lobby europeo de hostelería, poniendo especial énfasis en mejorar la visibilidad de la organización, la intensificación de los contactos de HOTREC con las personas clave en el seno de las instituciones comunitarias así como con la prensa especializada, asegurando que el mensaje de la hostelería europea llegue donde se deciden las leyes que afectarán a nuestro sector.

De los temas técnicos, me gustaría destacar el protagonismo de la Hotelstars Union, el nuevo sistema de clasificación hotelero europeo auspiciado por HOTREC. La Asamblea General se felicitó por el anuncio hecho por Luxemburgo de adherirse oficialmente a la Hotelstars Union a partir del 1 de Junio del 2011, elevando a 11 el número de países europeos con el mismo sistema clasificatorio. Por su parte, la delegación española presentó el trabajo de modernización y simplificación de los 17 sistemas clasificatorios españoles, que un grupo de expertos hoteleros de la CEHAT basándose en los criterios de la Hotelstars Union llevó a cabo durante el primer trimestre de este año. El resultado es un sistema de clasificación hotelera moderno y flexible, compuesto por 263 criterios, que tiene en cuenta la singularidad de los distintos tipos de hoteles de nuestro país. La implantación de este sistema clasificatorio, que podríamos catalogar de "Hotelstars Union a la española", dependerá de la voluntad política de la Comunidades Autónomas, al tener éstas transferidas la competencia de clasificación hotelera. Rikard Bergsten, Secretario de turno de la Hotelstars Union, propuso que se celebrara una reunión con los países del Sur de Europa (España, Francia, Italia, Portugal, Grecia, Malta y Chipre) para estu-

diar la posibilidad de crear "criterios regionales", y facilitar así la incorporación de estos países al sistema de clasificación común.

Además de la futura clasificación hotelera europea, los temas debatidos más relevantes fueron: propiedad intelectual, la futura reforma del IVA, la futura directiva marco de los derechos de los consumidores, el futuro reglamento de información alimentaria, las nuevas competencias de la Unión Europea sobre turismo y el cambio de estrategia en relación a los estándares establecidos.

Ante la inminente publicación de la Comunicación Europea sobre Propiedad Intelectual que irá acompañada en verano del 2011 de una propuesta de Reglamento o Directiva Europea sobre diversos aspectos de la Propiedad Intelectual, la Asamblea General decidió reactivar el grupo de expertos de HOTREC en propiedad intelectual. El futuro Reglamento o Directiva Europeo sobre Propiedad Intelectual se percibe como la última oportunidad en mucho tiempo para poder influir en la legislación europea sobre la materia y revertir la situación de indefensión actual en la que se encuentra la hostelería europea. Lo que el sector solicitará al legislador europeo será que un pago único (ventanilla única) con un

**"La delegación española presentó el trabajo de modernización y simplificación de los 17 sistemas clasificatorios españoles, que realizaron expertos de CEHAT"**

límite máximo del importe a pagar (cap on fees) cubra todos los derechos de propiedad intelectual generados en un establecimiento. Las entidades de gestión deberían repartirse entre ellas lo cobrado en este pago único.

La Unión Europea quiere reformar enteramente el IVA con vistas a reforzar su coherencia con el mercado interior y su capacidad como fuente de ingresos. Lo preocupante es que en el Libro Verde que acompaña la Consulta que realiza la Comisión Europea, se establece que la solución ideal para maximizar la eficacia económica sería aplicar un único tipo de IVA a todos los bienes y servicios. La Asamblea General decidió darle prioridad máxima a este tema con el fin de poder mantener el tipo reducido de IVA en la hostelería y combatir cualquier intento de



La delegación española en la ciudad suiza de Zurich.

homogenización de los tipos del IVA que significaran un importante incremento del tipo aplicado en la actualidad en cada país de la Unión Europea.

La propuesta de Directiva de la Comisión Europea sobre derechos del consumidor entra en su fase decisiva con negociaciones a tres bandas entre el Parlamento Europeo, la Comisión Europea y el Consejo de la Unión Europea. Las asociaciones nacionales de hostelería mostraron su preocupación por el rumbo negativo para la hostelería que ha tomado esta nueva pieza legislativa en el Parlamento Europeo y que podría cambiar el sistema tradicional de reservas tal y como lo conocemos hoy en día, haciéndolo más farragoso para el consumidor y costoso e inseguro para el empresario.

En el tema del etiquetado alimentario, la Asamblea respiró más tranquila. Todo parece indicar que el resultado más probable es que el futuro Reglamento exima a la comida no pre-enservida, servida en nuestros hoteles y restaurantes, de las exhaustivas obligaciones de información al consumidor propuestas originalmente por la Comisión Europea, con la excepción del deber de información sobre los alérgicos a la que nos veríamos sujetos. Si no hay un cambio de última hora, serán los Estados quienes retendrán la posibilidad de regular cómo y dónde deberemos transmitir la información sobre alérgicos a nuestros clientes.

La Asamblea aprobó la colaboración con la Comisión Europea para desarrollar e implementar la Comunicación "Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo", que la Comisión presentó en Junio del 2010. Hasta la fecha, la Comisión Europea ha solicitado la colabora-

ción de HOTREC en el desarrollo del programa CALYPSO (turismo para seniors, jóvenes, discapacitados o familias con pocos recursos) para luchar contra la estacionalidad que sufren muchos destinos turísticos europeos; la promoción de una marca de Calidad Europea que reconocería a las distintas Q o marcas de calidad existentes en Europa, y la creación de la Plataforma ICT con el fin que el sector turístico europeo pueda beneficiarse de las nuevas tecnologías.

**"La Unión Europea quiere reformar enteramente el IVA con vistas a reforzar su coherencia con el mercado interior y su capacidad como fuente de ingresos"**

Por último me gustaría destacar el cambio de estrategia en relación a la estandarización que aprobó la Asamblea General de HOTREC. La patronal europea de hostelería dejará de oponerse frontalmente a cualquier intento de estandarización y pasará a analizar su posición caso por caso, apoyando el desarrollo de aquellos estándares que cuenten con el apoyo mayoritario del sector.

Fue en definitiva una Asamblea que concentró una gran cantidad de temas que ocupan y preocupan a la hostelería europea, de la que salí muy satisfecho por el compromiso expresado en temas tan importantes como el futuro del IVA, la propiedad intelectual o el cambio de mentalidad con la estandarización. HOTREC salió, sin duda, reforzado de Suiza. No en vano celebramos la Asamblea General en el país de la Cruz Roja.



Desarrollamos sistemas de comunicación multicanal masivos por mensaje, email y redes sociales / Nuestros competidores son meros fabricantes cuyo fin es la venta de los visores / Otros son falsamente gratuitos para aprovecharse de sus clientes

# «Nuestro visor de contenidos está compitiendo en Suecia y en USA con los antiguos líderes de esos mercados»

Carlos Bustos. Director de OnHoff Technologies & Solutions

**C**ARLOS BUSTOS, DIRECTOR de OnHoff Technologies & Solution explica en la siguiente entrevista el nuevo formato que a partir de este número presentará nuestra publicación. Este nuevo formato, complementario al papel permite mejorar la distribución y llegar a los asociados de manera más directa permitiendo así una difusión más amplia llegando al máximo número de hoteles.

CEHAT ha llegado a un acuerdo con OnHoff Technologies & Solutions para que a través de su unidad de negocio de publicaciones digitales interactivas inteligentes, se haga cargo de la publicación on-line y también de la difusión a través de Internet de los contenidos de los próximos 12 meses. El PDF seguirá siendo accesible para la descarga de artículos y desde el visor de publicaciones. Con este sistema además CEHAT y ONHOFF inician un proyecto pionero que permite también calcular el ahorro de emisiones de Co2 gracias a la calculadora de emisiones que equipa su visor y que junto con otros servicios avanzados ayudará a CEHAT a seguir liderando la evolución tecnológica y la responsabilidad social del sector hotelero.

OnHoff Technologies & Solutions, no sólo desarrolla productos, ofrece servicios de formación, coachig tecnológico a directivos y empresarios y consultoría de desarrollo de negocio (ahorros y nuevos ingresos) usando la tecnología como medio gracias a sus sistemas y métodos de trabajo que ayudan a mejorar el rendimiento de los equipos directivos de sus

clientes. En los próximos números, este tecnólogo, nos propondrá ideas para mejorar los procesos de negocio en nuestro sector usando la tecnología como aliado.

**Pregunta: ¿Desde cuando existe este sistema?**

**R:** En el año 2000 fuimos pioneros en proponer asesoramiento independiente en tecnología a las Organizaciones para que estas mejorasen sus procesos y sus modelos de negocio. Para atraer la atención de los interlocutores entre otras cosas se nos ocurrió traer a España en el 2002 los primeros Tablet PC que salieron en USA y que ahora se han puesto tan de moda gracias al IPAD.

En aquellos años en que iniciamos nuestra aventura empresarial, nos dimos cuenta de que estos nuevos soportes requerían de aplicaciones diferentes a las que existían en el mercado y desarrollamos conceptualmente el primer visor de contenidos. Este no llegó a ver la luz ya que para el éxito de la iniciativa eran necesarios tanto contenidos como que el canal de venta de los ordenadores tradicionales entendiera las ventajas que aportaban los tablets y supiera transmitirlo a los clientes finales. Esto no fue posible y el visor quedó aparcado durante 10 años en los que nos hemos dedicado a crear otros conceptos y a crear otros productos innovadores, sostenibles, no invasivos y respetuosos con las personas. La iniciativa del año 2002, fue un fiasco a nivel financiero pero muy interesante a nivel operativo al ayudarnos a identificar y ordenar los frenos de la evolución tecnológica en las empresas, en las organizaciones y en la sociedad fruto de ello

son varias publicaciones y el desarrollo de soluciones exitosas de negocio que han hecho a varios de nuestros clientes liderar su sector demostrando que sabemos de lo que hablamos.

**P: ¿Como se reactivó la idea del sistema de publicaciones digitales?**

**R:** En 2009 viendo la eclosión de los nuevos soportes y de la conectividad decidimos reactivar el proyecto del visor.

En enero de 2010 el responsable de I+D+i me mostró el primer prototipo del nuevo visor y desde entonces hemos ido evolucionando el producto hasta conseguir un producto de alta gama, que esta ya compitiendo en Suecia y en USA con los antiguos líderes de esos mercados. Ahora nosotros lo lideramos y seguimos evolucionando cada mes el producto ya que cada día se nos ocurren utilidades

*‘En el año 2000 fuimos pioneros en proponer asesoramiento independiente en tecnologías a las organizaciones para mejorar sus procesos y negocios’*

nuevas y nuevos negocios en los que usar el sistema.

Hay que tener en cuenta que el primer visor del mercado data del año 2002, que se comercializan desde el 2005 y que en 8 años este servicio ha evolucionado poco en el mercado. Nosotros desde que en el 2002 fracasó el primer proyecto, hemos aparcado los visores y desarrollado sistemas de análisis



OnHoff Technologies se encargará de la versión on-line de CEHAT.

Web para vigilar a Google, sistemas de comunicación multicanal masivos por SMS, email y redes sociales y otros servicios que nos han dado de comer y que ahora hemos integrado en la idea inicial del Visor lo que nos permite ofrecer un producto diferencial y de mucha calidad.

**P: ¿Que diferencias destacaría de su producto en relación a otros proveedores de visores?**

**R:** OnHoff se diferencia de los otros proveedores en muchos aspectos que no podemos cubrir en esta breve entrevista, tanto de filosofía empresarial como de utilidades prácticas de producto. Nos centraremos en dos aspectos muy importantes. El primero es que para nosotros el visor es sólo un medio para ayudar a las organizaciones que confían en nosotros ya que seguimos ofreciendo servicios de asesoramiento en el desarrollo y la integración de la tecnología en los modelos de negocio, siendo el visor un medio ideal. Nuestros competidores son meros fabrican-

tes cuyo fin es la venta de los visores en la mayoría de los casos, y en otros falsamente gratuitos el visor es un medio para aprovecharse de sus clientes robándoles los lectores.

La segunda diferencia aún más importante es que nosotros proporcionamos no sólo un visor pero ofrecemos una plataforma de gestión básica y otra avanzada que ninguno de ellos ofrece. Por su importancia añadiré una tercera y una cuarta, somos el único proveedor que garantiza el cumplimiento de la LOPD y de la LSSI. Otra diferencia es la capacidad de integrar las publicaciones en las redes sociales.

**P: ¿Que destacaría de su plataforma y de este sistema?**

Su sencillez de uso, la fiabilidad y la rentabilidad que se consigue. La plataforma básica permite automatizar todos los procesos para que cualquier persona sin necesidad de que sea informática pueda gestionar todo el proceso de conversión en base al mismo PDF que va a imprenta y en solo unos minutos.

## ENTIDADES COLABORADORAS

### ANEKS3

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

### CEPSA

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

### DIRECTO

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

### ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

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

### HBD CONSULTING

Empresa especializada en acciones de marketing y ventas para el sec-

tor hotelero. Entre sus servicios destacamos las campañas comerciales a través de su call center y la implementación de proyectos de upselling y crossselling.

Contacto: [www.hbdconsulting.es](http://www.hbdconsulting.es) info@hbdconsulting.es Tel. 902 020 879.

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

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

### “LA CAIXA”

Líder en el sector financiero español,

con un gran conocimiento del sector hotelero, a las 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 nuestra amplia red de oficinas, le ofrece las respuestas que el mercado y su negocio requiere. [www.lacaixa.es/empresas](http://www.lacaixa.es/empresas)

### PIKOLIN

Se ha firmado este acuerdo para ofrecer unas condiciones ventajosas a los establecimientos asociados a CEHAT en la adquisición y renovación de colchones, para dar respuesta a toda la tipología de usuarios que se alojan en estos establecimientos.

### RATE TIGER

RateTiger, de eRevMax, software

líder en el manejo de canales de distribución online y Revenue Management, ofrece al hotelero una variedad de productos para el control mucho más eficiente de tarifas y cupos de habitaciones a través de múltiples canales de distribución. Asimismo, este software permite obtener información comparativa de su oferta frente a la de sus competidores. Contacto: 677.42.66.38

### WAREGUEST

Empresa de tecnología y soluciones informáticas especializada en el sector hotelero. Ofrece un conjunto de soluciones innovadoras, flexibles, de última generación y con una mínima inversión para todo tipo de establecimientos: gestión hotelera, spa, y eficiencia energética. Contacto: 93.117.98.25 [www.wareguest.com](http://www.wareguest.com)

# La Fundación CEHAT pone en marcha un proyecto de integración laboral dirigido a mujeres con discapacidad

Colaboran Afanias y Vincci Hoteles con el objetivo de sensibilizar, formarlas e integrarlas en el Sector Hotelero

La Fundación CEHAT, Afanias y Vincci Hoteles desarrollan conjuntamente un proyecto de sensibilización, formación, prácticas e integración laboral en el Sector Hotelero de

15 mujeres con discapacidad intelectual. El curso ha sido diseñado por la Fundación CEHAT y tiene una duración de 270 horas repartida en 11 semanas, en las cuales las

cuatro primeras se destinan a formación teórica y las siete siguientes a formación práctica en el Sector Hotelero, con el fin de que estimulen y refuercen su confianza.

El proyecto consiste en la impartición de un curso de formación teórico-práctica realizado en las instalaciones de la entidad social Afanias y en cinco hoteles de la cadena Vincci Hoteles ubicados en Madrid, y en la posterior integración laboral en el sector hotelero de las alumnas participantes en el mismo.

En el proyecto participan 15 mujeres con discapacidad intelectual las cuales actualmente se están formando en el perfil profesional de camareras de pisos.

El curso ha sido diseñado por la Fundación Cehat con la colaboración directa y supervisado por personal experto de la cadena Vincci Hoteles, y tiene una duración de 270 horas repartidas en once semanas, de las cuales las cuatro primeras se destinan a formación teórica y las siete siguientes a formación práctica. La formación teórica se inició el pasado día 28 de marzo y se impartió en las instalaciones de Afanias en Madrid. Desde el pasado día 3 de mayo se están desarrollando las prácticas formativas en los hoteles Vincci Capitol, Vincci Centrum, Vincci Soho, Vincci SoMa y Vincci Vía 66, todos ellos ubicados en Madrid, y están siendo autorizadas y supervisadas día a día por las Gobernantas de los hoteles anteriormente citados.

La finalización del curso está prevista para el próximo 17 de junio, momento a partir del cual la Fundación Cehat comenzará a trabajar para facilitar las contrataciones de las participantes.

Afanias, encargada de seleccionar y orientar a estas mujeres, aporta su conocimiento y experiencia en el desarrollo de este tipo de proyectos especialmente dirigidos a diferentes personas con discapacidad intelectual, así como el apoyo de preparadores laborales en las prácticas formativas en los casos en los que es necesario.

Por su parte, la Fundación Cehat, encargada de diseñar el itinerario formativo e impartir el curso de formación, contribuye a la integración laboral de este colectivo en el sector hotelero y turístico español, cumpliendo de esta manera con la misión para la que fue creada, a través del diseño e implementación de los cursos de formación, la gestión posterior de las prácticas formativas no laborales de las mujeres en los establecimientos hoteleros que caen bajo su ámbito de actuación, y la posterior intermediación con las empresas para que las participantes sean contratadas.

A través del diseño y la aplicación de cursos de formación y la gestión posterior de las prácticas formativas de las mujeres en los establecimientos hoteleros colaboradores de la Fundación Cehat, el programa ha demostrado ser un instrumento eficaz para que las mujeres en riesgo de exclusión recuperen su confianza en el futuro y accedan a una plataforma que les permita desarrollar su vida laboral.

Este proyecto refleja una vez más el esfuerzo que el sector ho-



Grupo de mujeres participantes en el proyecto de integración laboral de Fundación CEHAT en colaboración con Afanias y Vincci.

telero realiza en apoyo de las personas que más dificultades tienen a la hora de acceder al mercado laboral de manera que puedan sentirse más confiadas ante el futuro y puedan ser, en definitiva, mucho más libres.

La Fundación Cehat aprovecha esta ocasión para manifestar su profundo agradecimiento a la cadena Vincci Hoteles por su participación decidida en el mismo y anima al resto de hoteles a que se sumen a este programa mediante la posterior contratación de las mujeres participantes en el mismo.

## Sobre Afanias

Afanias es una Asociación de familias formadas por personas con discapacidad intelectual que no tiene ánimo de lucro, declarada de Utilidad Pública, e inscrita en el Registro de Asociaciones y Fundaciones.

Afanias se creó en el año 1964 y desde esa fecha atiende al colectivo de personas con discapacidad intelectual, siendo una entidad pionera en la prestación de servicios globalizados y especializados a este colectivo. Su misión es: "Defender los derechos y mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual y de sus familias".

## Sobre Vincci Hoteles

Vincci Hoteles es una cadena hotelera avalada por la experiencia de la familia Calero y que está experimentando un crecimiento continuo tanto a nivel nacional como internacional. La cadena se sitúa en el segmento de hoteles de cuatro y cinco estrellas organizados en dos líneas diferenciadas por su localización y categoría. En todos sus establecimientos se apuesta por el diseño, la

tecnología punta, el mejor equipo de profesionales y las más modernas técnicas de gestión del mundo de la hostelería. Además, los establecimientos se ubican siempre en edificios nuevos o profundamente reformados. La principal premisa de Vincci Hoteles se basa en su compromiso con la innovación y la calidad del servicio que ofrece, para que el cliente pueda sentirse como en casa, vaya donde vaya.

Vincci Hoteles se inspira fundamentalmente en dos principios. Uno de ellos basado en hacer realidad aquello que todos pensamos, como clientes, que un hotel debe ofrecer, que es integrar a las personas que forman parte de su plantilla en la vida del grupo, fomentando su creatividad y su participación, porque la clave del éxito en los hoteles es sin duda el capital humano.

# La Fundación CEHAT y Holiday World impulsan la integración laboral de mujeres con riesgo de exclusión

Ofrecen formación de camarera de pisos a diez mujeres provenientes de entidades sociales de Málaga

La Fundación Cehat y el complejo hotelero Holiday World, en colaboración con el Observatorio de los Recursos Humanos en el Sector Turístico de Andalucía, han puesto en marcha el pasado día 3 de mayo un proyecto de sensibilización, formación, prácticas e integración laboral de mujeres en riesgo de exclusión social que se enmarca dentro del programa Incorpora de la Obra Social 'la Caixa'.

El proyecto, pionero en el sector hotelero andaluz y que cuenta con el apoyo institucional de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), ofrece en esta primera edición formación de camarera de pisos a diez mujeres provenientes de las enti-

dades sociales Asociación Arrabal Aid, Cruz Roja Española en Málaga y Málaga Acoge.

La acción formativa consiste en una formación teórica que se ha desarrollado durante dos semanas en las instalaciones del Hotel Holiday Polynesia, en Benalmádena-Costa, seguida de cuatro semanas de prácticas formativas que finalizarán el día 10 de junio y que permitirán a las participantes entrar en contacto directo con el ambiente laboral real, y conocer la organización productiva y el sistema de relaciones laborales del centro de trabajo, a fin de facilitar su futura inserción profesional en el sector hotelero. Actualmente las participantes del

proyecto están realizando las prácticas en las instalaciones de los hoteles Holiday Palace, Holiday Polynesia y Holiday Village, ubicados en Benalmádena-Costa, en donde las participantes cuentan con el apoyo y la supervisión de las gobernantas de los mencionados hoteles y del Observatorio de los Recursos Humanos en el Sector Turístico de Andalucía como coordinador local.

Una vez finalice el periodo de prácticas, Holiday World tiene intención de contratar a alguna de las participantes en el proyecto en función de sus necesidades reales de contratación de personal, y la Fundación Cehat se ocupará de integrar laboralmente al resto de

las participantes en establecimientos hoteleros malagueños, cumpliendo de esta manera con la misión para la que fue creada.

Holiday World es un complejo hotelero ubicado en Benalmádena-Costa. Se trata de un complejo turístico innovador, único en la oferta

turística internacional por su amplitud, diversidad de establecimientos, seguridad, tecnología aplicada. El conjunto rompe con todos los conceptos de explotación hotelera de carácter familiar, implantando el régimen de hospedaje denominado 'Todo Incluido'.



En la imagen, algunas de las mujeres que han participado en el proyecto.

# Con casi dos años de vida, la Fundación CEHAT continúa los planes de integración laboral

Los programas demuestran ser un instrumento eficaz para que mujeres en riesgo de exclusión recuperen la confianza

La Fundación CEHAT, junto con la cadena High Tech y Petit Palace Hoteles, lanzó el 'II programa experimental' para integrar laboralmente a personas con discapacidad. Algunos respon-

sables de la empresa hotelera albergaban dudas sobre sus posibilidades de éxito cuando se lo propusieron. En especial, sobre si los participantes con discapacidad podrían lle-

gar a adquirir las competencias necesarias para desempeñar el trabajo de camareras de pisos, que se encargan de que las habitaciones queden en perfecto estado para su uso.



PATRICIA FERNÁNDEZ

DIRECTORA FUNDACIÓN CEHAT

La Fundación CEHAT, Fundación de la Confederación Española de Hoteles, o lo que es lo mismo la Fundación de la patronal hotelera a nivel nacional, fue creada en 2009. Al año siguiente, firmaba un convenio de colaboración con la Fundación Tomillo para la creación de un programa conjunto que iba a facilitar la integración laboral de mujeres víctimas de violencia de género y de inmigrantes en riesgo de exclusión social en el sector hotelero y hostelero madrileño. Este acuerdo culminaba con la puesta en marcha del 'I programa experimental de inserción laboral con personas en riesgo de exclusión social'. El resultado; se consiguió la inserción laboral del 84% de las participantes, entendiéndose por inserción laboral el hecho de que las participantes tuvieran contratos de trabajo sucesivos y que, por tanto logaran entrar en la rueda laboral.

Las empresas hoteleras participantes entonces fueron el grupo Meliá en el ámbito del sector hotelero y el grupo Vips en el de restauración. Desde el principio se contó con la colaboración de las Patronales madrileñas de Hostelería mediante un convenio que se firmó con la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre.

Con este precedente, lanzó el 'II programa experimental' con una implicación total de la cadena High tech y Petit Palace Hotel, un joven grupo hotelero de hoteles modernos, vanguardistas, con un alto nivel de equipamientos y de servicios en las mejores localizaciones de Madrid. Este programa resulta aún más ambicioso que el anterior puesto que se ofrece también formación a personas con discapacidades físicas y psíquicas y mujeres inmigrantes en riesgo de exclusión. En este segundo programa, la Fundación Tomillo como entidad adjudicataria del mismo fue la encargada de realizar la selección y orientación de las participantes y de prestar apo-

yo mediante un preparador laboral a las que lo han necesitado. La Fundación CEHAT, por su parte, se ha encargado de conseguir a la empresa participante en el programa, diseñar e impartir la formación teórica, coordinar y hacer seguimiento de la formación práctica y de la intermediación laboral para conseguir las contrataciones.

En este segundo programa han participado 15 mujeres entre las que se encuentran mujeres con diferentes tipos de discapacidad, mujeres inmigrantes en riesgo de exclusión y mujeres desempleadas de larga duración, que han sido formadas en el perfil de camarera de pisos en 17 hoteles que la cadena High Tech y Petit Palace Hoteles tiene en Madrid capital. Todas ellas realizaron un curso de 155 horas repartidas en 6 semanas: 2 semanas de formación teórica y 4 de prácticas. Las alumnas que finalizaron con éxito la formación recibieron un diploma el pasado 18 de marzo en el que quedó patente su excelente cualificación y sin duda, supone un aval para su futura contratación.

Los programas experimentales tienen como objetivo mejorar la ocupabilidad e integración de las personas en riesgo de exclusión que están desempleadas. La duración de estos programas es de un año para todo el itinerario que incluye selección de participantes, orientación, formación, prácticas y contratación. Estos programas son un ejemplo de colaboración público-privada, de trabajo continuo entre empresarios, entidades sociales y la Comunidad de Madrid.

Actualmente, apenas transcurrido un mes y medio desde que finalizó el programa, ya hay 10 personas contratadas. Las contrataciones no sólo se han efectuado en los hoteles de la cadena High Tech, sino también en otros de otras cadenas como Confortel y Sol Meliá. Además, hay hoteles independientes de Madrid que se han interesado en estas candidatas para incorporarlas a sus plantillas.

La Directora General de la Fundación CEHAT, Patricia Fernández, considera que la realización de programas como éste "certifica con hechos objetivos y cuantificables, que programas de esta índole no sólo nos permiten cumplir con la responsabilidad social corporativa de las empresas, sino además integrar a personas en riesgo de exclusión, que de otra manera tendrían cerrada su puerta al mercado laboral. Desde el punto de vista puramente empresarial, se ofrece al empresario un valor notable al tener el



La cadena hotelera High Tech y Petit Palace Hotel se ha implicado de manera directa en el proyecto.

proceso de selección gratuito, formar a las personas que van a trabajar en su empresa de la manera que él quiere y el periodo de prácticas previo garantiza que el empresario va a poder conocer bien a su trabajador. Estamos ante una situación óptima de win win que produce enormes beneficios a la sociedad, a la vez que se derriban barreras y prejuicios y se pone en valor la cultura del esfuerzo y de lo diferente".

El programa ha demostrado ser un instrumento eficaz para que las mujeres en riesgo de exclusión recuperen su confianza en el futuro y accedan a una plataforma que les permita desarrollar su vida laboral.

## Capacidades diferentes

Algunos responsables de la empresa hotelera que han participado en el proyecto albergaban dudas sobre sus posibilidades de éxito cuando se lo propusieron. En especial, sobre si las participantes con discapacidad podrían llegar a adquirir las competencias necesarias para desempeñar el trabajo de camareras de pisos, las profesionales que se encargan de que las habitaciones queden en perfecto estado para su uso.

José María Sánchez, director del Petit Palace Art Gallery, relata que una de las cosas que más le había sorprendido de Beatriz, la persona contratada, había sido su afán de superación y las posibilidades que en todo momento ha manifestado.

Para Sánchez, "no hablamos de personas con discapacidades, lo cual les sitúa en un lugar de carencia, sino de personas con

"capacidades diferentes". Al tratar con ellas enseguida te das cuenta de que las dudas son injustificadas. Es la primera vez que lo hemos hecho en Petit Palace Art Gallery y volvería a hacerlo de nuevo sin dudar".

Este cambio de ángulo es compartido por los otros integrantes del equipo.

"Apenas se han producido ausencias por falta de motivación o problemas personales, como preveía que podía ocurrir, y la integración ha sido muy buena", asegura Antonia Varó, Jefa de Recursos Humanos de High Tech Petit Palace Hoteles. "Ha habido personas que les ha costado más aprender, y otras que han ido más rápido, pero en cualquier curso ocurre igual: hay alumnos que obtienen muy buenos resultados y otros que les cuesta más", añade.

Para Varó, la "fórmula de enseñanza es muy buena" ya que la parte teórica, impartida a todas las alumnas en grupo, se completa con la práctica, que realizan cada una en un hotel diferente. "La inmersión en el ámbito laboral es total ya que están en contacto con personal profesional que puede resolver todas sus dudas, y tienen por tutoras a las gobernantas de cada establecimiento", concluye.

María García Hernández, Directora del Hotel Petit Palace Puerta del Sol, corrobora estas afirmaciones. García también tuvo algunos "miedos" cuando le propusieron el programa, y se preguntaba "cómo iba a afectar al trabajo diario y a las gobernantas que tenían que estar pendientes de las alumnas". "Hemos tenido dos chicas con una discapacidad intelectual que requerían un poquito más de atención, pero la experiencia ha sido muy positiva. Ojalá que todas las personas que vienen en formación tuvieran la energía, las ganas y el afán de superación que han mostrado estas chicas", subraya.

Inmaculada Sánchez, gobernanta de ese mismo establecimiento, califica la experiencia como "muy gratificante", porque sus alumnas venían "muy motivadas, con muchas ganas". "Con mucho cariño y con mucha paciencia se fueron resolviendo las dificultades que surgieron", agrega, "pero sobre todo gracias a la buena disposición" de las alumnas.

El director general de RR.HH, Tomás Baztarrica resalta que "el esfuerzo que supone su desarrollo se ve ampliamente compensado por los resultados que da a las personas que participan en él y para la empresa: sus tutores han mejorado en capacidad de tutorización y sus compañeros han percibido mayor cohesión del grupo de trabajo. Son excelentes beneficios. Lo recomendaría a otras cadenas de hoteles".

Por su parte, el grupo de mujeres que han seguido estos programas, admiten casi unánimemente que les ha cambiado la vida, que ahora se sienten dentro del sistema, y que gracias a programas como éstos, no sólo ven que pueden salir a delante, sino también que tienen la oportunidad de ayudar a sus familias.

La Fundación CEHAT demuestra así el éxito que tienen la integración laboral de personas que pueden estar en severo riesgo de ser excluidas laboralmente.

# Se celebran las III Jornadas de Sostenibilidad y Eficiencia Energética en el Sector Hotelero

Los agentes aportan su visión y tienen la oportunidad de conocer diferentes ofertas

**Las III Jornadas de Sostenibilidad y Eficiencia Energética en el Sector Hotelero se celebrarán el 14 de junio en el Hotel Levante Club & Spa de Benidorm.**

**En ellas los diferentes agentes tendrán la oportunidad de aportar sus visiones y conocer las diferentes oportunidades de los servicios ofrecidos.**

A través de una jornada con espíritu participativo, los principales agentes se implican en el proceso y aportan su visión. Los asistentes tendrán la oportunidad de conocer los servicios ofrecidos por las Empresas de Servicios Energéticos, cuyo modelo de negocio consiste en asumir el riesgo de las inversiones mediante la búsqueda del ahorro energético de los hoteles. De esta manera se asegura un

mantenimiento idóneo de las instalaciones para garantizar el máximo ahorro durante el tiempo de duración del contrato, sin que el hotelero realice ninguna inversión.

Gracias a los programas de financiación del IDAE, las ESE's ya están poniendo en marcha instalaciones para la obtención de energía a través de fuentes renovables (biomasa, solar térmica y geotermia) que permiten al ho-

telero reducir los costes energéticos en climatización y producción de ACS y los costes de operación y mantenimiento de los equipos instalados sin realizar inversiones.

Conoce las tecnologías aplicables mediante estos contratos, así como la conveniencia de la aplicación de auditorías energéticas neutrales dirigidas a facilitar la ejecución de medidas eficientes.



En la imagen, la jornada de Sostenibilidad y Eficiencia Energética en el Sector Hotelero celebrada el año pasado.

## PROGRAMA PROVISIONAL

**10:00 h. Bienvenida e inauguración**

- Autoridad Organismo Local invitado - Pte. Confirmación
- D. Antonio Mayor Suárez, Presidente de Hosbec
- D. Álvaro Carrillo de Albornoz Braojos, Director General del ITH
- D. Carlos Montoya Rasero, Jefe Depto. Solar del IDAE
- D. Ismael Jarque Salvador, Delegado Unidad Ventas y Operaciones de la Zona Este, Levante e Islas Baleares de Gas Natural Fenosa

**10:15 h. "Oportunidades de Ahorro Energético en Hoteles"**

- Dña. Coralía Pino López, Responsable Proyectos Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero

**10:30 h. "Servicios Energéticos Renovables de IDAE: Garantías de ahorro en ACS y climatización sostenible"**  
**Proyección video de apoyo**

- D. Pablo Gosálvez Vega, Responsable Divulgación Líneas de EERR Térmicas en Edificación de IDAE

**11:00 h. "Gestión energética, experiencia y su adaptación en el entorno hotelero"**

- D. Ismael Jarque Salvador, Delegado Unidad Ventas y Operaciones de la Zona Este, Levante e Islas Baleares de Gas Natural Fenosa

**11:30 h. Coffe-Break****12:00 h. Servicios energéticos en ACS y climatización: Mesa de debate**

- Dña. Coralía Pino López, Responsable Proyectos Sostenibilidad y Eficiencia Energética del ITH - Moderadora de la mesa
- D. Pablo Gosálvez Vega, IDAE - Instituto para la Diversificación y Ahorro Energético
- D. Ismael Jarque Salvador, Delegado Unidad Ventas y Operaciones de la Zona Este, Levante e Islas Baleares de Gas Natural Fenosa
- D. Ferran Gonzalez, Dirección Nacional de Ventas de Buderus
- D. Gonzalo de Castro Albero, Director Comercial de TÜV Rheinland Ibérica, S.A
- D. Ricardo Climent, Jefe Mantenimiento Hotel Levante Club Benidorm
- D. José Revert Berenger, Termica Product Manager de Prosolia (ESE habilitada por el IDAE)

**13:55 h. Clausura****14:00 h. Lunch-Cóctel**

Organizado por:



Patrocinado por:



Co-Patrocinado por:



Colabora



# La aportación a los clientes es una de las piezas claves en los procesos de innovación turística

Es una de las conclusiones a las que han llegado los expertos que han participado en talleres de innovación

La jornada de la 'Innovación, clave para el turismo del siglo XXI' organizada por Segittur y el ITH ha sido celebrada en Zaragoza. Una de las conclusiones a las que han

llegado los asistentes es que la aportación al cliente es una pieza clave en los procesos de innovación del sector turístico. Además, 'Cómo vender más y mejor' es uno de

los talleres que más están interesando a los asistentes a las jornadas, que seguidamente se celebrarán en Murcia y finalmente concluirán en la ciudad de Bilbao.

La aportación al cliente es una pieza clave en los procesos de innovación del sector turístico, según han concluido los expertos participantes en la Jornada "Innovación, clave para el turismo del SXXI", organizadas por SEGITTUR y el ITH, dentro del ciclo que se lleva celebrando en toda España, esta vez organizado en la ciudad de Zaragoza.

Estas jornadas, inaugurada por el director del Instituto de Estudios Turísticos (IET), Vicente Monfort, forman parte del acuerdo de colaboración suscrito entre SEGITTUR y el ITH, y financiado por la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, dando así respuesta así a las iniciativas previstas dentro del Plan del Turismo Español Horizonte del año 2020.

Durante las Jornadas, se están presentando el decálogo de la innovación aplicada al sector turístico que comienza con la idea de mirar qué pasa a nuestro alrededor, convertir ideas en valor, dar valor al cliente, ir más allá, estar presente en toda la cadena

de valor, compartir conocimiento, tener actitud, pensar en el cliente, no obsesionarse con hacer Investigación y Desarrollo y pensar siempre en por qué no poner en marcha esa idea que tienes.

En este contexto, se ha hablado de la Plataforma Tecnológica del Turismo, [www.thinktutur.org](http://www.thinktutur.org), creada con el objetivo de trabajar en red y permitir a los usuarios que compartan conocimiento e información relacionada con la innovación y las nuevas tecnologías aplicadas a los distintos ámbitos del turismo.

Los talleres prácticos han abarcado cuatro temas fundamentales, la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia energética, la mejora de los procesos operativos del hotel y cómo vender más y mejor. Siendo este último, el que ha suscitado un mayor interés por parte de los asistentes.

Para vender más y mejor, los representantes de Segittur y el ITH han defendido la importancia de las nuevas tecnologías, y en especial Internet como canal de comunicación, dado que per-



Los expertos que participaron en la jornada 'Innovación, clave para el turismo del SXXI', celebrada en Zaragoza.

mite conocer mejor las necesidades de los clientes, lo que contribuye a diseñar productos más ajustados a lo que demanda el turista. En cuanto a la mejora de los procesos operativos del hotel,

los expertos han asegurado que la innovación contribuye a subir la productividad, elevar los ingresos y disminuir los costes de explotación. Estas jornadas han pasado ya el ecuador de las pre-

vistas para 2011, ya que tras las realizadas en Peñíscola, León, Zaragoza y Cádiz quedan 2 que tendrá lugar en Murcia (16 de junio), y por último Bilbao el día 22 de septiembre.

## La Asamblea General del ITH se celebra en el hotel Eurobuilding

Los actos a tratar serán referidos a las cuentas y análisis del 2010

La Asamblea General del Instituto Tecnológico Hotelero tendrá lugar el 9 de junio en el hotel NH Eurobuilding.

Alguno de los temas que van a tratar los allí reunidos serán el examen y la aprobación de las cuentas anuales de 2010, la aprobación de la gestión de la Junta Directiva Instituto Tecnológico Hotelero 2010.

Por otro lado también se reunirán para analizar las actividades realizadas y presentación de la memoria 2010, y por último comentarán la ratificación de otros acuerdos adoptados por la Junta Directiva del Instituto Tecnológico Hotelero durante el año 2010 y la evolución de actividades en el año 2011. Todos estos temas serán analizados en el hotel NH Eurobuilding localizado en el centro neurálgico de Madrid, junto al Palacio de Congresos y Exposiciones del Paseo de la Castellana. El NH Eurobuilding está rodeado de los edificios de negocios más emblemáticos de la ciudad, Torre Europa, Torre Picasso, Torres Kio y Centro Azca, además del Estadio Bernabeu, y las numerosas tienda y centros de ocio.



En la imagen el hotel Eurobuilding (Madrid), donde tendrá lugar la Asamblea.

BOLETIN DE INSCRIPCIÓN AL ITH					
CUADRO ADJUNTO PARA RELLENAR LA SOLICITUD					
Grupo	Descripción	Otros datos	Tipo	Cuota anual	Cuota entrada*
I	EMPRESAS HOTELERAS	Menos de 50 plazas	A	150 euros	300 euros
		De 50 a 250 plazas	B1	300	600
		De 250 a 500 plazas	B2	400	800
		De 500 a 1.000 plazas	B3	500	1.000
		De 1.000 a 2.000 plazas	C	600	1.200
		De 2.000 a 5.000 plazas	D	1.000	3.000
		De más de 5.000 plazas	E	3.000	6.000
II	ORGANISMOS EMPRESARIALES	Asociaciones, federaciones...	C	1.000	2.000
III	PROVEEDORES PROFESIONALES Y ENTIDADES EDUCATIVAS	Profesionales. Sólo con NIF individual	A	150	300
		Escuelas, Universidades, asociaciones profesionales	C-1	1.000	2.000
		Proveedores hasta 1.000.000 de facturación	C-2	3.000	6.000
		Proveedores entre 1 y 10.000.000 de facturación	D	6.000	12.000
		Proveedores. Más de 10.000.000 de facturación	E	9.000	18.000
IV	SOCOS PROTECTORES	Administraciones Públicas	F	-	-
V	SOCOS HONORARIOS	Personalidades de reconocido prestigio	F	-	-

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN									
Categoría:	<input type="checkbox"/> Empresa Hotelera <input type="checkbox"/> Organizaciones Empresariales <input type="checkbox"/> Socio Protector <input type="checkbox"/> Socio Honorario <input type="checkbox"/> Proveedores, profesionales, Entidades educativas (marcar con una cruz las opciones correspondientes)								
Grupo:	Grupo I	Grupo II	Grupo III	Grupo IV	Grupo V				
Tipo:	A	B1	B2	B3	C1	C2	D	E	F
(*ver cuadro adjunto y marcar las opciones correspondientes)									
Nombre empresa:	CIF/NIF:								
Persona de contacto / cargo:									
Dirección:									
Teléfono:	Fax:								
Correo electrónico:	web:								
CCC:									
Fecha:	Firma solicitante:								
Yo, D/Dña. en calidad de, solicito al Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero que se me incluya como socio en esta entidad y me comprometo a cumplir con los estatutos y obligaciones a los que como tal me obliga. Atentamente, Fdo.									
En	a								

# Más de 150 personas asisten al taller celebrado por ASOLAN para lograr tener una buena reputación 'online' en el Sector

El principal objetivo era dar las fórmulas y los conocimientos necesarios que permitan tener prestigio y buen nombre en Internet

ASOLAN ha organizado en la isla de Lanzarote un taller de reputación 'online' al que han asistido más de 150 personas. En el acto se han dado

una serie de claves para obtener los conocimientos básicos y necesarios que permitan tener prestigio y buen nombre al Sector Hotelero en la Red. El

taller ha contado con la participación del experto del ITH, Jimmy Pons, y el directivo de la 'web' de valoración turística de Trip Advisor, Ramón Pons.

La patronal turística de Lanzarote, ASOLAN, organizó en la isla, con la participación de expertos en la materia, un taller de reputación on line en la actividad hotelera para instruir a los profesionales.

Más de 150 personas participaron en este taller práctico que se desarrolló el pasado 26 de Mayo, en los salones del Hotel Hesperia Lanzarote, en Puerto Calero.

La patronal turística de Lanzarote, ASOLAN, con la colaboración del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y TripAdvisor, impartieron este taller práctico para dar las fórmulas y los conocimientos que permitan tener prestigio y buen nombre en internet.

Durante toda la mañana, más de 150 personas- profesionales y mandos intermedios del sector

turístico en la Isla, asistieron en los salones del Hotel Hesperia Lanzarote, en Puerto Calero, a este taller práctico de reputación on line que contó con la participación del experto del Instituto Tecnológico Hotelero, ITH, Jimmy Pons; y Ramón Pons, directivo de una de las mayores web en valoraciones y críticas para los destinos turísticos y complejos

alojativos, TripAdvisor. Las sesiones de trabajo fueron inauguradas por Héctor Pulido, miembro de la junta directiva de ASOLAN, la Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de la isla de Lanzarote.

Este nuevo taller promovido por la Asociación presidida por Susana Pérez, contó con el apoyo técnico de la Red Cide de Turismo de

Lanzarote, en la que está integrada ASOLAN, la patronal turística de la isla de los volcanes.

El éxito fue tangible ya que más de 150 personas respaldaron el taller de reputación online en el sector, para que los participantes tengan más conocimientos en esta materia y posicionarse en un buen lugar dentro de la red.



En la imagen, el taller celebrado por ASOLAN a cerca de la reputación on-line.



Algunos de los 150 asistentes al taller celebrado en la isla de Lanzarote.

# Se celebran las jornadas de 'Innovación, clave para el turismo del siglo XXI' organizadas por SEGITTUR y el ITH en Cádiz

SEGITTUR y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) han organizado la jornada de 'Innovación, clave para el siglo XXI' en la ciudad de Cádiz, con

el objetivo de concluir cuáles son las claves de la innovación en el Sector, comenzando por la idea de mirar que pasa a nuestro alrededor, convertir

ideas en valores, compartir conocimientos, tener actitud, no obsesionarse con el cliente, ni con hacer I+D y ajustar a la demanda del turista.

La aportación al cliente es una pieza clave en los procesos de innovación del sector turístico, según han concluido los expertos participantes en la jornada.

"Innovación, clave para el turismo del SXXI", organizadas por SEGITTUR y el ITH en Cádiz.

Esta jornada, inaugurada por el director del Instituto de Estudios Turísticos (IET), Vicente Monfort, forma parte del acuerdo de colaboración suscrito entre SEGITTUR y el Instituto Tecnológico Hotelero, y financiado por la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, dando respuesta así a las iniciativas previstas dentro del Plan del Turismo Español Horizonte año 2020.

## Decálogo de la innovación

Durante la Jornada, se ha presentado el decálogo de la innovación aplicada al sector turístico que comienza con la idea de mirar qué pasa a nuestro alrededor, convertir ideas en valor, dar valor al cliente, ir más allá, estar presente en toda la cadena de valor, compartir conocimiento, tener actitud, pen-

sar en el cliente, no obsesionarse con hacer I+D y por último pensar siempre en por qué no poner en marcha esa idea que tienes.

En este contexto, se ha hablado de la Plataforma Tecnológica del Turismo, [www.thinktur.org](http://www.thinktur.org), creada con el objetivo de trabajar en red y permitir a los usuarios que compartan conocimiento e información relacionada con la innovación y las nuevas tecnologías aplicadas a los distintos ámbitos del turismo.

## Talleres prácticos

Los talleres prácticos han abarcado cuatro temas fundamentales, la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia energética, la mejora de los procesos operativos del hotel y cómo vender más y mejor. Siendo este último, el que ha suscitado un mayor interés por parte de los asistentes a la jornada.

Para vender más y mejor, los representantes de Segittur y el Instituto Tecnológico Hotelero han defendido la importancia de las nuevas tecnologías, y en es-

pecial Internet como canal de comunicación, dado que permite conocer mejor las necesidades que tienen los clientes, lo que contribuye a diseñar productos más ajustados al perfil de lo que demanda el turista.

En cuanto a la mejora de los procesos operativos del hotel,

los expertos han asegurado que la innovación contribuye a aumentar la productividad, elevar los ingresos y disminuir los costes de explotación. Estos talleres han sido esenciales para conocer la mejor las necesidades del Sector y para perfilar cuales son las claves necesarias para contribuir

a la innovación y a la mejora del sector hotelero. Esta jornada nos sitúa en el ecuador de las previstas para 2011, ya que tras las realizadas en Peñíscola, León, Zaragoza y Cádiz quedan dos que tendrá lugar en Murcia el 16 de julio, y por último en la ciudad de Bilbao el 22 de septiembre.



Profesionales del sector hotelero en la jornada de 'Innovación, clave para el turismo del siglo XXI' celebrada en Cádiz.

# Instrumentos de Trabajo

## Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



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

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

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

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



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

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

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

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



**Noticias con Q de Calidad**  
NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD  
MENSUAL (11 EDICIONES)

**NOTICIEROPC**  
ORGANIZADORES CONGRESOS  
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

**destinomadrid**  
TURISMO DE MADRID  
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

**Talonotel**  
RESERVAS DE HOTEL  
PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

**NEXOTUR**  
DIRECTORIO DE AGENCIAS  
ANUARIO (1 EDICION)

**NEXO HOTEL**  
PROVEEDORES DE HOTELES  
ANUARIO (1 EDICION)



**RANKING**  
DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)

**PROTAGONISTAS**  
DEL TURISMO EN ESPAÑA  
PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)

**CIMET**  
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

**Turnexo**  
SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

**NexoBusiness**  
SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

**BIBLIOTECA NEXOTUR**  
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL



Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico del Estado Español



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

**GRUPO Nexo**

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

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



**Nexotrans**.com  
TRANSPORTE DE MERCANCIAS  
PERIODICO DIARIO ONLINE

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

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

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



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

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

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

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



**DOSSIER**  
DE JOYERIA ESPAÑOLA  
MENSUAL (10 EDICIONES)

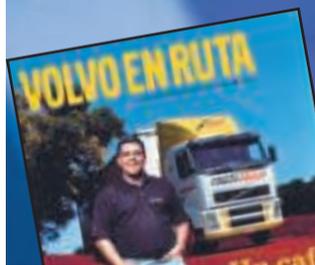
**JOYAS DE AUTOR**  
DISEÑO DE JOYAS  
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

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

**Ojo Nuevo**  
ENSEÑANZA DE JOYERIA  
MENSUAL (11 EDICIONES)

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



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

**Michelin Camión**  
TRANSPORTE MERCANCIAS  
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

**PRODIAM**  
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y  
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

**FORO**  
FORO ANUAL DE LA  
RELOJERIA ESPAÑOLA

**AEA**  
ENGASTADO DE JOYAS  
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**SEMPISA**  
METALES PRECIOSOS  
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

**NEXO**  
editores s.a.

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

# Los hoteleros de Fuerteventura exigen formación para intentar aumentar la calidad del turismo

El IV Congreso de Turismo en Fuerteventura reúne a más de 150 profesionales para debatir temas del Sector

El IV Congreso de Turismo de Fuerteventura, que organizaron el Patronato de Turismo de Fuerteventura y la Asociación de Empre-

sarios de Hostelería y Turismo de la isla, ha reunido a más de 150 profesionales del Sector para debatir temas como nuevas oportu-

nidades de negocio, el asociacionismo o la atracción de nuevos clientes, con el fin de aumentar la calidad del turismo a la isla.

El Hotel R2 Río Calma acogió el pasado abril el acto de apertura del IV Congreso de Turismo de Fuerteventura, que organizaron el Patronato de Turismo de Fuerteventura y la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura.

El acto estuvo presidido por Mario Cabrera, presidente del Cabildo de Fuerteventura, Águeda Montelongo, consejera de turismo insular, Ricardo Fernández, Viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, Antonio Vicente Hormiga, presidente de la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la isla de Fuerteventura y Blas Acosta, concejal de turismo del Ayuntamiento de Pájara.

Entre los asistentes, se encontraban en su mayoría profesionales del sector turístico mayorero, como directores de hoteles y apartamentos, representantes de turoperadores y ayuntamientos de la isla, y empresarios del sector de ocio, entre otros. Además, el acto contó con la presencia de personalidades del sector turístico de otras islas del archipiélago, como las consejeras de turismo de La Palma y La Gomera, y presidentes de asociaciones hoteleras. Completaban el aforo una treintena de alumnos del taller "No solo sol", futuros profesionales del sector turístico de Fuerteventura.

El evento contó con la colaboración de R2 Hoteles, el Ayuntamiento de Pájara, La Caja de Canarias, la Consejería de Nuevas Tecnologías del Cabildo de Fuerteventura, TÜV Rheinland y la consultora Asimag.

Blas Acosta, como representante del ayuntamiento de Pájara, fue el encargado de dar a los presentes la bienvenida al municipio

sureño. Acosta quiso destacar que el incremento de turistas que viene acumulando la isla "es síntoma de que Fuerteventura es un destino de calidad", y animó a los presentes a seguir trabajando en la misma línea.

Águeda Montelongo quiso aprovechar su turno de intervención para "agradecer a todos los presentes, empresarios, ayuntamientos, patronales, la inestimable ayuda que nos han brindado a la hora de definir las líneas de ac-

***'La unión y cooperación entre las diferentes instituciones y empresarios ha marcado un antes y un después en el devenir turístico de la isla de Fuerteventura'***

tuación del Patronato de Turismo, así como en la puesta en marcha de todas las iniciativas" que, en palabras de la consejera, "ha sido la causa de que hoy podamos presumir de buena salud en el turismo que viene a disfrutar de Fuerteventura". Montelongo quiso dar gracias de forma especial a la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo, y a su presidente, Antonio Hormiga, co organizadores del congreso, "porque ha sido nuestro incansable compañero en las penas y alegrías".

El presidente de la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura coincidió con Montelongo en que "la unión y cooperación entre instituciones y empresariado ha marcado una antes y un después en el devenir turístico de Fuerteventura", e hizo referencia



En la imagen, el acto celebrado por los hoteleros de Fuerteventura en el Hotel R2 Río Calma.

a las distintas herramientas de gestión y planificación conjunta que se han puesto en marcha en los últimos años, como las mesas sectoriales de turismo. Antonio Hormiga quiso pedir a la clase política que "reclamen para Fuerteventura una formación de profesionales de turismo mucho más digna, acorde con la importancia que el turismo tiene para la isla". Hormiga resaltó también la necesidad de realizar mejo-

***'Hay que reclamar para Fuerteventura una formación de profesionales de turismo mucho más digna, acorde con la importancia que el turismo tiene para la isla'***

ras en las infraestructuras hoteleras de la isla por lo que en estos momentos están buscando financiación para que se renueven las zonas obsoletas. Aparte de estas reivindicaciones la asociación se encuentra satisfecha por las buenas previsiones en la recepción de turistas para el próximo verano e incluso el próximo invierno. Estos datos son, según el presidente, resultado del trabajo y de la unión de todos los empresarios después de que en el 2009 registrasen los peores índices en la llegada del número de visitantes.

El viceconsejero de turismo del gobierno canario, Ricardo Fernández, recordó a los asistentes que "Canarias es actualmente la comunidad de España que más está incrementando la llegada de turistas, y Fuerteventura en particular". Fernández aplaudió la labor del sector institucional y empresarial de

Fuerteventura, por hacer que la isla "sobresalga, alcanzando el medio millón de turistas en el primer trimestre del año".

Mario Cabrera cerró el acto de inauguración del IV Congreso de Turismo de Fuerteventura coincidiendo con los demás en que "el éxito se debe a que hemos sido capaces de trabajar codo con codo a través de encuentros de todo el sector, más grandes y más pequeños, lo público y lo privado". Además, Cabrera puntualizó que "el máximo exponente de este trabajo conjunto entre instituciones y empresarios es la sociedad mixta, un reto por el que debemos seguir apostando para que pronto sea una realidad".

Al finalizar el acto de apertura dieron comienzo las ponencias, que tuvieron lugar durante toda la tarde y en las que se estudiaron mejoras y oportunidades para el sector tuCaja de Canarias, quién bajo el título "Financiación para Sector Turístico de Canarias", dio a conocer las posibilidades de financiación a las que, por parte de los bancos, y concretamente de Bankia, pueden acceder los empresarios del sector turístico de la isla.

La cuestión de la calidad en el sector se abordó con la segunda intervención, de la mano de Gonzalo de Castro, Director Comercial y Marketing de TÜV Rheinland Group en España, que durante 45 minutos expuso ante los presentes "La calidad turística, motivo de elección del destino Fuerteventura".

Pablo Caspers, Vice-Presidente para España y Portugal de la compañía aérea Air Berlín, en su exposición "Retos y Oportunidades del Turismo en

Canarias", dio a conocer las conveniencias que en materia de turismo tiene el archipiélago canario actualmente, y, más concretamente, con el principal mercado emisor de turistas a Fuerteventura, que son los alemanes.

Por su parte, Pablo Serrano, puesto que su compañera Valérie Guillotte no pudo acompañar en su exposición como estaba previsto, consultor de la compañía

***'Canarias es actualmente la Comunidad autónoma de España que más está incrementando la llegada de turistas, y Fuerteventura en particular'***

Korazza sacaron a colación la importancia de promover las asociaciones para alcanzar los mejores resultados, aplicado al sector turístico. "Sólo unidos, lo podemos conseguir: Asociacionismo, la clave del éxito", será la última ponencia de la mañana.

Tras la intervención de Pablo Serrano, tuvo lugar la conferencia ofrecida por Carlos Andreu Pintado, consultor, profesor, coach, speaker, quién ya estuvo presente en la anterior edición del Congreso de Turismo de Fuerteventura, y que repitió cartel en esta ocasión para exponer "Conócete a ti mismo, y conoce a tus equipos".

El presidente de Ashotel, Jose Fernando Cabrera, fue el encargado de poner punto y final a las exposiciones del Congreso con la ponencia "Patronales canarias y el sector turístico".



Mesa inaugural del IV Congreso de Turismo en Fuerteventura.

LA COMPAÑÍA PERFECTA  
PARA SUS VIAJES DE  
NEGOCIOS.



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

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

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

[www.viajeselcorteingles.es](http://www.viajeselcorteingles.es)

**VIAJES**  
**El Corte Inglés**

902 400 454



# Gijón y la Unión Hotelera de Asturias son pilares de un destino de calidad

La ciudad se posiciona como un lugar principal por su diversidad turística

**Turismo de Gijón y la Unión Hotelera del Principado de Asturias brindan, a los interesados en visitar el municipio gijonés en**

**las próximas fechas festivas, una oferta gastronómica, cultural, de naturaleza y hotelera de difícil comparación en España.**

El turista español es un aventurero, un gran conocedor del lugar al que va a visitar. Sus restaurantes, museos, lugares de interés... todo lo consulta y todo lo visita. Este tipo de turista suele elegir Gijón como destino para pasar sus vacaciones. De este destino aprecia su variada y rica gastronomía, su oferta cultural y de festividades, su centro de talasoterapia, sus playas merecedoras de los reconocimientos más ecuanimes, sus gentes y una oferta hotelera de calidad, combinando establecimientos tradicionales con las nuevas tendencias en alojamientos turísticos.

Turismo de Gijón y la Unión Hotelera del Principado de Asturias presentaron en la ciudad de Madrid a todos los medios de comunicación, las excelencias y cualidades de esta tierra asturiana. En la misma participaron el concejal de Turismo de Gijón, José María Pérez, así como el presidente de la Unión Hotelera del Principado de Asturias (UHPA), Javier Álvarez. También estuvieron presentes el director gerente de Turismo de Gijón, Joaquín Miranda y la gerente de la UHPA, Julia Peñalosa.

Todos los asistentes pudieron contemplar las propuestas más exclusivas y de calidad para vivir de cerca Gijón: Talasoponiente, el Centro de Talasoterapia de Gi-

jón; el Acuario, uno de los más grandes de Europa; sus tres playas: San Lorenzo, Poniente y el Arbeyal; sus restaurantes de comida típica asturiana; o lugares mágicos como Cimadevilla, antigua zona de pescadores y el Elogio al Horizonte, mítica escultura realizada por Chillida que reina el barrio más antiguo de una ciudad que representa el centro geográfico no solo de Asturias, sino también de toda la costa cantábrica.

Gijón es una ciudad para todos los públicos, para todas las edades, desde pequeños hasta mayores. "Hay varias playas urbanas que siguen con su estado natural; una oferta gastronómica amplia, con restaurantes pertenecientes a cuatro de los seis cocineros asturianos con estrella Michelin; 25 eventos gastronómicos diferentes y temáticos según los productos típicos de la región, pero también 17 campos de golf; cinco reservas mundiales de la biosfera en menos de una hora de distancia; 25 hectáreas de zonas verdes en toda la ciudad, lo que conforma el 85% del conjunto urbano... un lugar ideal para relajarse y vivir la buena vida". Tal y como dijo el concejal de turismo.

José María Pérez también destacó "el carácter abierto de los ciudadanos gijoneses, una caracte-

rística no tan extendida por el norte de España, lo que le da a la ciudad ese aire cosmopolita y cercano a todo el mundo, pero sin olvidar el arraigo histórico y cultural con el resto del Principado. Gijón es Asturias, tiene una conexión directa con la tradición asturiana, es la chispa de la Costa Verde, el centro gastronómico de la región y un núcleo urbano creciente, que respeta el medio ambiente y las playas vírgenes de su litoral".

Para poder articular todo el segmento turístico de una ciudad con tanta diversidad y opciones para visitar como Gijón, que cuenta con una oferta hotelera de calidad. La Unión Hotelera del Principado de Asturias lleva más de 30 años dando un gran servicio en cualquiera de los 30 hoteles asociados repartidos por Gijón. Distinción, atención y experiencia son las bases que han llevado a esta Asociación a ser un referente en el sector turístico nacional.

"Los establecimientos hoteleros son una parte esencial del enamoramiento de la ciudad. La principal tarea de la Unión Hotelera es trasladar en sus asociados toda la amabilidad de la sociedad gijonesa, mediante una oferta de calidad hotelera asentada en la innovación, por ese motivo han creado la web [www.ehotelesasturias.com](http://www.ehotelesasturias.com)".

# Acpetur celebra la XV noche del periodismo turístico

Desde hace 15 años la Asociación Catalana de Periodistas y Escritores de Economía y Turismo (Acpetur), junto con la Confederación Española de Editores, Escritores y Periodistas de Economía y Turismo (Cepet) organiza la entrega de los Premios Albeï en el marco de la cena de la noche del periodismo turístico, que este año se celebró el 9 de mayo en el Hotel Porta Fira, de L'Hospitalet.

A la entrega de premios de esta XV Noche del Periodismo Turístico asistieron más de 250 invitados, entre periodistas, autoridades políticas, cónsules, presidentes de Asociaciones Hoteleras y Turísticas y los 50 hoteleros más importantes del país.

Junto con el presidente de Acpetur, Domènec Biosca, presidió la cena la vicepresidenta del Gobierno de la Generalitat, Sra. Joana Ortega. Durante la noche se repartieron varios ga-

lardones en la celebración del XV noche del periodismo turístico.

## Premiados

Los premiados fueron el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, CEHAT, Joan Molas, por el personaje turístico del año, Marc Gascons del restaurante Els Tinar, por el cocinero más joven con una estrella Michelin, al primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Castelldefels, Pedro Sanz, por ser la figura más eficiente en la colaboración pública-privada en la promoción turística, a Gema Alcaide, directora del Canal Viajar, por el canal de televisión que mejor promoción turística ha hecho, a Lluís Pons, responsable del área de Marketing de Vueling, por ser la compañía más innovadora y la directora de Top Girona, Cuca Mascort, por ser la revista que más promociona el turismo.



El presidente de CEHAT premiado por ser el personaje turístico del año.

## Aquagest Levante será un socio colaborador de los hoteles Apha

La empresa Aquagest Levante, de Agbar, ha firmado un convenio de colaboración con la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante (APHA). El acuerdo suscrito tiene como objetivo promover las relaciones de las empresas integradas en estas asociaciones con los servicios y productos de Aquagest Le-

vante y de las empresas Agbar, así como colaborar con el sector hotelero en el fomento de la innovación y las soluciones tecnológicas en el ciclo integral del agua. Los convenios fueron firmados por la directora territorial de Aquagest Levante en Alicante, Coral Robles, con la presidenta de APHA, Cristina Rodes.



Página web de la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante (APHA).

# HOSBEC colabora con COEPA para integrar personas discapacitadas

**El responsable de la Comisión de Integración Laboral de Discapacitados (COEPA) se ha reunido con HOSBEC con el fin de**

**poner en marcha iniciativas que promuevan la integración laboral de personas discapacitadas en empresas de hostelería.**

HOSBEC y COEPA han puesto en marcha diferentes iniciativas destinadas a promover la integración laboral de discapacitados en empresas de hostelería de la provincia de Alicante. Por ello se celebró una primera reunión el pasado 29 de abril en la que el presidente de HOSBEC, Antonio Mayor, y el responsable de la Comisión de Integración de COEPA y Presidente de ECISA, Manuel Peláez, llegaron a la principal conclusión que "las empresas que destacan en el ámbito de la integración social, están mejor valoradas por los consumidores".

"Es muy importante que seamos conscientes de que la sociedad exige un mayor compromiso de las empresas en materia de responsabilidad social", indicaron ambos representantes empresariales en esta reunión en la que participaron activamente directores de las principales cadenas hoteleras, como Javier Luri de Sol Meliá, así como directores de recursos humanos.

El principal compromiso asumido por HOSBEC es realizar de forma permanente una amplia

campaña de información a todas sus empresas asociadas sobre las obligaciones empresariales en esta materia, las ayudas y subvenciones establecidas a la contratación de personas con discapacidad, y las valoraciones en las subvenciones y contratos públicos que se puedan establecer para aquellas empresas que superen los mínimos establecidos en la legislación vigente.

También se informará de dos modalidades específicas de colaboración, a través de los Enclaves Laborales y de los Cen-

tros Especiales de Empleo. Los Enclaves Laborales son grupos de trabajadores discapacitados dirigidos por un encargado que se responsabiliza de la realización de trabajos específicos como por ejemplo el mantenimiento de jardines o piscinas. Los Centros Especiales de Empleo se encargan de poder suministrar a las empresas productos y servicios de uso ordinario, como tareas de imprenta, amenidades para habitaciones, decoración floral, y otras actuaciones de corte similar.



Colaboración conjunta entre las asociaciones COEPA Y HOSBEC.

# EXPOFOODSERVICE

## DE RESTAURACIÓN NEWS 8 Y 9 DE JUNIO DE 2011

PALACIO DE CONGRESOS DE MADRID  
PASEO DE LA CASTELLANA, 99



## En 2011 tenemos el mejor condimento para su negocio.

Servimos en bandeja el negocio de la hostelería a sus profesionales. Con encuentros entre profesionales, área de exposición, los VIII Premios Hot Concepts, y mucho más.

EXPOFOODSERVICE. La sal y pimienta para los profesionales de la hostelería.

Para más información:

bceron@restauracionnews.com  
www.expofoodservice.com

Organizado por:

RESTAURACION  
news

expo  
foodservice  
BY RESTAURACION NEWS

Patrocinado por:

Duni

SALICA

TEMPLO  
CAFÉS

Findus

Fripan  
la vida tiene miga

PAELICADOR  
GROUP

Heró  
FOOD  
SERVICE

TORK

INTERMEDIACIÓN | VALORACIÓN | CONSULTORÍA | INVERSIÓN Y DESARROLLO



Algunas propiedades disponibles

www.christie.com

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15 Oficinas en el Reino Unido

### EXTREMADURA

**En venta**  
**€ 6.000.000**

**HOTEL BOUTIQUE 4E**

+ Ubicado en la dehesa de Badajoz, rodeado de naturaleza

- 31 habitaciones (4 de ellas suites)
- Salón de desayunos y restaurante
- Salones para eventos

Oficina de Barcelona Ref 92/40071

### TENERIFE

**En venta**  
**€ 22.000.000**

**HOTEL 4E**

+ Situado en Puerto de la Cruz

- 290 + 26 habitaciones
- A 800m de la playa
- Todas las habitaciones con terraza con vistas

Oficina de Barcelona Ref 92/40069

### BARCELONA

**Edificio a reformar**  
**€ 2.700.000 Hotel construido-€ 3.700.000**

**EDIFICIO CON USO HOTELERO**

+ Edificio a reformar, licencia 3E

- Planta Baja + 6
  - Proyecto con 23 habitaciones y cafetería
  - Superficie construida de 1.150m²
- Oficina de Barcelona Ref 92/40070

### MADRID, ZONA PRIME

**En venta**  
**€ 8.300.000**

**PROYECTO HOTELERO**

+ Edificio a reformar con licencia

- Planta baja + 5 + sótano
- Superficie parcela 365,89m²
- Superficie construida de 2.454,25m²

Oficina de Barcelona Ref 92/40001

### CÁCERES

**En venta**  
**€ 2.500.000 o en alquiler con opción de compra**

**HOTEL 3E**

+ Situado en el Parque Nacional de Monfragüe

- 61 habitaciones (56 dobles y 5 suites)
- Reconocido restaurante asador
- Grandes Salones para eventos

Oficina de Barcelona Ref 92/40042

### EXTREMADURA

**En venta**  
**€ 900.000**

**HOTEL CON ENCANTO 4E**

+ En plena corazón de Extremadura

- 6 habitaciones
- 1 restaurante
- 1 tienda de productos gourmet

Oficina de Barcelona Ref 92/40072

### MADRID

**En venta**  
Consultar precio en nuestra oficina

**HOTEL 4E**

+ Ubicado en Centro Empresarial

- 90 habitaciones
- Salones equipados con máxima tecnología

Oficina de Barcelona Ref 92/07021

### BARCELONA

**En venta**  
**€ 7.000.000**

**HOTEL 4E**

+ En pleno centro de la ciudad de Barcelona

- 45 habitaciones totalmente equipadas
- Restaurante buffet

Oficina de Barcelona Ref 92/40098