Director: Valentín Ugalde Marzo 2012 / Nº 79 / Año VII

Una Publicación del Grupo **Mexo** 

# Valencia acogerá en noviembre el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles

La capital valenciana ha sido la elegida, de entre otros puntos turísticos españoles de gran importancia, para acoger la celebración del próximo Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles. Así lo han anunciado la consellera de Turismo, Lola Johnson, y el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas.

Con más de 120.000 plazas en hoteles, Valencia es la quinta autonomía española por concentración de oferta y la quinta por concentración de demanda, con cerca de 24,5 millones. Estos son algunos de los datos que la consellera de Turismo de la Generalitat Valenciana, Lola Johnson, ha destacado tras conocerse que la ciudad de Valencia será la sede del próximo Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles que se celebrará del 21 al 24 de noviembre.

Johnson considera que es un honor para la ciudad haber sido elegida para la celebración de este congreso que, en la edición de 2012, pretende un año más estimular a todos los profesionales que conforman el Sector Hotelero. La consellera ha asegurado que "se trata de una oportunidad

perfecta para que los asistentes conozcan todas las excelencias de nuestro destino turístico y va a suponer un auténtico punto de encuentro para todo el sector turístico, ya que a su alrededor se organizarán todo tipo de jornadas y sesiones que convertirán este evento en el epicentro del sector turístico del año".

Organizado por CEHAT en colaboración con la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia (UHPV) y la Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm y Costa Blanca (HOSBEC), el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles reunirá en Valencia a cerca de 500 empresarios del Sector y en él se abordarán los principales retos a los que se enfrenta la industria hotelera en el país. Celebrado bianualmente, el Congreso de Empre-



El Hotel Santos Las Arenas acogerá a los hoteleros españoles en su congreso.

sarios Hoteleros Españoles ha alcanzado un gran prestigio, consolidándose como una de las citas imprescindibles de los profesionales del Sector y uno de los foros de debate más importantes del Sector Hotelero español.

Actualidad / Pág. 7

## ITH incorpora a la Asociación de Hoteles de Argentina

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha incorporado como socio a la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina (AHT), una organización que reúne desde 1997 a los más importantes establecimientos hoteleros del país y es la primera asociación argentina en unirse al ITH.

Con este acuerdo, el ITH, que forma parte de CEHAT, potencia su estrategia de expansión internacional mediante acuerdos de colaboración con asociaciones sectoriales a nivel internacional. Por su parte, la AHT reforzará con esta unión su Departamento de I+D gracias al apoyo y la experiencia del ITH.

Representantes de ambas entidades mantuvieron un encuentro durante la pasada edición de FiturTech, enmarcada en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2012, donde la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina mostró su interés por asociarse al ITH.

Gracias a este acuerdo con el ITH, considerado por el presidente de la AHT, Pablo Goldszier, como "muy satisfactorio", sus miembros tendrán prioridad en el diseño, la participación y la ejecución de proyectos piloto de empresas líderes del sector a nivel mundial.

ITH/Pág. 24

## La secretaria de Estado de Turismo en el Comité Ejecutivo de CEHAT

La recién nombrada secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, acudió hace varias semanas al Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), donde desgranó la reforma laboral emprendida por el Gobierno de España. Allí aseguró que esta reforma ha tenido en cuenta las peticiones que el sector turístico había planteado tanto al ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, como a la secretaría de Estado de Turismo de la que es titular.

Isabel Borrego destacó en el encuentro que uno de los objetivos de esta reforma es la apuesta por el Turismo porque, como aseguró, "es un sector capaz de ser locomotora de la economía española en la difícil situación finan-

ciera por la que atravesamos". Entre las medidas directamente relacionadas con la industria turística, según explicó, destacan la eliminación de la excesiva actividad de los convenios de empresa, el incremento de la flexibilidad interna y una apuesta por la formación profesional continua a lo largo de toda la vida laboral.

La responsable estatal de Turismo subrayó que el Gobierno ha realizado esta reforma con el objetivo de crear empleo y frenar su destrucción. En este sentido, destacó la modalidad de contrato, incluido en la reforma laboral, para la formación y el aprendizaje como una apuesta encaminada a reducir el elevado desempleo juvenil y promover su inserción en el mundo laboral.

Actualidad / Pág. 7

#### NOTICIAS ENBREVE



# La negociación de los convenios colectivos

Carlos Sedano valora los cambios en materia de negociación de los convenios colectivos, a raíz de la reforma laboral y del II.Acuerdo para el Empleo y la Negociación Colectiva, basado en la flexibilidad interna de las empresas y la racionalización de las estructuras salariales.

Tribuna Laboral / Pág. 6



## La gestión racional de los recursos

Ante la acuciante pérdida de rentabilidad en el Sector Hotelero, Joan Cruz, experto en ingeniería hotelera, plantea un nuevo planteamiento que permita recuperar los márgenes a través de la innovación no solo tecnológica sino también de los propios recursos.

Actualidad / Pág. 15

#### **SUMARIO**

Editorial / Tribuna 3	
Garrigues4	
Laboral6	
Actualidad7	
Informe12	
Asociaciones 28	



## 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.



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



Presidente: Juan Molas Secretario General: Ramón Estalella Halffter

#### DIRECTOR

#### Valentín Ugalde

COORDINACIÓN CEHAT: Mónica González COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

COMITÉ EJECUTIVO: José María Carbó (Presidente de Honor), Juan Molas (Presidente), 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 Junta Directiva).

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

#### REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO NEXO

#### **EDITORIAL**

## Valencia, sede del Congreso Hotelero

ALENCIA SERÁ SEDE del Congreso de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que tendrá lugar del 21 al 24 de noviembre en el Hotel Las Arenas.

La gran cita congresual de la Hotelería Española, que se celebra cada dos años, se ha convertido en principal punto de encuentro de los hoteleros y uno de los eventos más importantes del Sector Turístico, además de constituir el foro de debate sectorial por antonomasia.

Alrededor de medio millar de empresarios y directivos, procedentes de toda nuestra geografía turística (y de los diversos segmentos de la Hotelería en España), volverán a encontrarse en Valencia para analizar la situación actual y las tendencias de esta importante actividad, esencial para el desarrollo turístico.

El objetivo de esta edición del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles es estimular a los profesionales que componen la industria hotelera. Para ello, la Confederación trabaja en unas sesiones de trabajo del más alto nivel, a cargo de una selección de ponentes de gran prestigio, que aporten nuevos enfoques a las diversas áreas de la gestión de establecimientos hoteleros.

La elección de Valencia como sede del Congreso de 2012 ha sido anunciada por la *consellera* de Turismo de la Comunidad Valenciana, Lola Johnson, tras un encuentro en la capital del Turia con el presidente de CEHAT. Para la Generalitat Valenciana "es un honor que los hoteleros españoles hayan elegido Valencia para la celebración de su Congreso nacional", lo que para la titular de Turismo "va a suponer un auténtico punto de encuentro para todo el Sector, ya que a su alrededor se organizarán todo tipo de jornadas y sesiones de trabajo, que convertirán este evento en epicentro del Turismo".

La Comunidad Valenciana, con más de 120.000 plazas hoteleras, es la quinta Comunidad Autónoma por concentración de oferta y la quinta en términos de demanda. Las "excelentes relaciones entre la Generalitat y el Sector Hotelero", ha contribuido a la elección de la sede, en palabras de la primera autoridad turística valenciana, que destaca "nuestra planta hotelera de calidad, nuestro competitivo Sector Turístico y nuestra gran capacidad organizativa para celebrar este tipo de congresos".

La excelente infraestructura turística de Valencia y su notable equipamiento congresual se suman a la excepcional conectividad (aérea, en tren, por carretera y marítima), para asegurar la celebración de un excelente Congreso.

#### TRIBUNA HOTELERA

# Se presenta un año complicado para la economía española

#### Juan Rosell Lastortras / Presidente de CEOE

hemos querido contri-

buir a la dificil situa-

ción que atraviesa la

L AÑO 2012 va a ser muy complicado para L ANO 2012 va a sei muy companie la economía española, que entra de nuevo en recesión. Así, por primera vez desde la década de los 80, la economía española registra un 'double deep', con las consecuencias que ello conlleva, ya que el punto de partida para iniciar un periodo de recuperación es más débil y los márgenes de maniobra de la política fiscal y monetaria se han reducido considerablemente.

En el caso español, esta nueva recesión tiene efectos muy negativos en el mercado laboral, que desde 2009, viene superando al alza registros históricos en desempleo, al tiempo que se ha retrocedido a niveles de 2004 en términos de ocupación. A finales de 2011, el número de parados alcanzó una cifra récord de 5,27 millones de personas, la tasa de paro juvenil rozó el 50% y hay más de un millón y medio de hogares con todos sus miembros activos en paro. Los datos de paro registrado y afiliación a la Seguridad Social de comienzos de 2012 apuntan a que el diagnóstico no va a cambiar, Los agentes sociales

tre del año. Como nota positiva, cabe mencionar el II Acuerdo para el Empleo y la Negociación Colectiva 2012, 2013 y 2014 que hemos alcanzado las organizaciones empresariales y sindicales en empresarial y el empleo' el mes de enero. Este acuerdo tiene como fin último que la economía española gane competitividad en los mercados internacionales y comience, de este modo, una senda de recuperación que permita crear empleo.

al menos, en el primer trimes-

El mayor crecimiento de los precios interiores y de los salarios nominales en España en relación con los países de la zona euro y del resto de la Unión Europea ha sido un elemento determinante en la pérdida de competitividad de la economía española. A la vez, se debe incrementar la productividad total de los factores. Por ello, es imprescindible un acuerdo social sobre la evolución de los precios y rentas en nuestro país que sea más acorde con el crecimiento de los mismos en la Eurozona, que es más moderado. Junto a la contención de las retribuciones, las empresas deben proseguir y acentuar sus esfuerzos en materia de innovación, calidad e internacionalización de sus productos y servicios. La recuperación de los márgenes económicos debe servir al aumento de las inversiones en instalaciones y la mejora de la formación del personal y la gestión empresarial.

En respuesta a todo lo anterior, se ha acordado que el incremento salarial no podrá exceder en 2012 el 0,5% y en el año 2013 del 0,6%. La cláusula de actualización en ambos años tiene en cuenta el objetivo de inflación del Banco Central Europeo (2%) y el avance de los precios del petróleo en el mes de diciembre respecto al mismo mes del año anterior. En el año 2014, el aumento de los salarios pactados debería ajustarse al ritmo de actividad de la economía española, fijándose el 1,5% como el máximo incremento para dicho año si el PIB aumenta al 2%, es decir, se empieza a crear empleo.

Uno de los aspectos más relevantes de este II Acuerdo es que se ha avanzado en flexibilidad interna de las empresas. Es una potente herramienta para facilitar la adaptación competitiva de las empresas, favoreciendo una mayor estabilidad y calidad en el empleo. A estos efectos, los convenios sectoriales deberán propiciar la negociación en la empresa, a iniciativa de las partes afectadas, de jornada, funciones y salarios, por ser el ámbito más adecuado para configurar estos conceptos.

Otro ámbito novedoso del II Acuerdo ha sido la estructura de la negociación colectiva. En esta materia, los convenios sectoriales de ámbito estatal o, en su defecto, de Comunidad Autónoma deben desarrollar las reeconomía española con glas de articulación y vertebración que han de un pacto de rentas para regir la estructura de la favorecer la actividad negociación colectiva

apostando por la descen-

tralización. Esta descentrali-

zación significa que los conve-

nios sectoriales deberán propiciar la negociación en la empresa. Además, el ámbito superior de negociación debe respetar el equilibrio contractual de las partes a nivel de empresa hasta la terminación de la vigencia de este convenio colectivo. Asimismo es necesario preservar el ámbito provincial de negociación y favorecer que tales convenios potencien la flexibilidad que la empresa necesita, teniendo en cuenta su proximidad a la misma y la amplia cobertura

En definitiva, los agentes sociales hemos querido contribuir a la difícil situación que atraviesa la economía española con este pacto de rentas para favorecer la actividad empresarial y el empleo. Si junto a ello el Gobierno actual desarrolla las reformas estructurales aprobadas, el inicio de la recuperación de la economía española podría no estar tan lejano.

Deseo al sector hotelero, que ha demostrado a lo largo de los años una enorme capacidad de adaptación a situaciones difíciles, buen año 2012 tanto en mejora de su actividad como de su rentabilidad.

### CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

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

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

Un cordial saludo.



# Por una nueva y más estricta regulación urbanística del uso turístico del suelo

El planeamiento urbanístico puede y debe regular adecuadamente el uso turístico

Los abogados de la oficina de Garrigues en Barcelona, Pablo Molina y Rafael Fernández, se plantean, como ya expusieron en el XIV Congreso Iberoamericano de Urbanismo, si es posible trabajar desde el urbanismo en un modelo que minimice la huella del uso turístico del suelo y que, especialmente, no perjudique a los elementos que originariamente motivaron su protección. En el artículo, los abogados se centran principalmente en Comunidades como Cataluña, enfocada hacia un mercado de segunda residencia.



Pablo Molina y Rafael Fernández

ABOGADOS DE GARRIGUES BARCELONA

Durante el año 2010 el gobierno de Cataluña culminó una de sus obras más polémicas: la ampliación de la carretera C-31, que actúa como columna vertebral de toda la región empordanesa porque comunica transversalmente todos los pueblos del interior entre sí y facilita el tránsito entre los diferentes enclaves costeros de la Costa Brava.

Esta carretera, en su antigua configuración, había absorbido perfectamente todo el tráfico de vehículos que se generaba en la región (tractores agrícolas -es una zona con una elevada intensidad agrícola-turismos, etc.). En las semanas centrales del verano, sin embargo, con el incremento de la población turística de la Costa Brava, solían producirse grandes retenciones en la carretera, motivo por el que se decidió acometer la citada ampliación. Puede decirse que esta obra se enmarca en las "mejoras" que el gobierno catalán realiza con la única finalidad de beneficiar el tráfico turístico,

El uso turístico, desde que existe el turismo, se ha caracterizado por una utilización más o menos intensiva de los recursos turísticos en beneficio de la mayor presencia de un número cada vez mayor de personas cerca de estos recursos. Esta dinámica habitualmente se genera en efecto multiplicador. Cada vez se produce una aglomeración turística mayor, hasta que se supera la capacidad de carga del sistema turístico concernido, de manera que a partir de ese punto de afluencia de público, la adición de un uso turístico más afecta directamente y perjudica ese mismo uso del suelo.

Esta constatación lleva a plantear la paradoja del uso turístico, que puede recibir el enunciado siguiente: "El uso turístico hace desaparecer el uso turístico".

Como es sabido, la actividad turística fomenta el reparto y la desconcentración de la riqueza, el progreso de regiones habitualmente desfavorecidas, y la evolución y mezcla social y cultural. Es, por tanto, una actividad sobre la que apostar. No obstante, el turismo también puede llegar a causar una gran (y grave) incidencia sobre el medio ambiente y el paisaje, sobre la cultura -con la mezcla viene la homogeneidad-y, en última instancia, sobre la propia calidad turística del entorno.

A la hora de abordar tratamientos urbanísticos del uso turístico del suelo, pues, es relevante tener en consideración la ambivalencia de este uso, y su enorme potencial para generar efectos positivos y negativos (existe el riesgo de que los ele-



C-16, eje del Llobregat, construida con la finalidad de beneficiar el tráfico turístico y paliar atascos de la temporada de esquí.

La falta de asunción de las externalidades negativas en el planteamiento de desarrollos turísticos genera, habitualmente, efectos tales como, por ejemplo, el deterioro de los valores turísticos comunes (por una suma de decisiones individuales comprensibles y coherentes desde un punto de vista individual, pero cuyo efecto cumulativo resulta nocivo para el entorno turístico de que se trata).

Pues bien, el urbanismo como disciplina académica y como herramienta práctica es perfectamente capaz de asumir la función de canalizar la protección de los intereses turísticos y de crear mecanismos que coadyuven a la autorregulación del uso turístico eficiente del suelo.

Para ello, es necesario partir de unos principios generales desde los que abordar dicha intervención. Entre estos, podemos citar, a modo de dechado, (i) la necesidad de definir el turístico como una función pública y que, al socaire de esta consideración se articulen los mecanismos de colaboración públicos y privados pertinentes; (ii) o la necesidad de que en los desarrollos turísticos se impongan al desarrollador de uso turístico la compensación de las externalidades negativas que se puedan generar.

Sobre la base de los principios anteriormente mencionados, también es posible señalar determinados mecanismos de intervención. Entre ellos destacan, por un lado, la necesidad de diferenciar el uso turístico del suelo. En la línea de cuanto defiende Solá Teyssiere, el uso turístico del suelo responde a una

dinámica de intereses muy diferente del uso residencial y de los "otros usos", según la terminología comúnmente definida en la normativa urbanística. Esta diferenciación comportaría, por ejemplo, (i) que se defina el estándar dotacional mínimo que precisa específicamente el uso turístico (la aplicación de estándares urbanísticos de zonas verdes y de equipamientos resulta abiertamente inadecuada en su configuración actual en el campo de los desarrollos turísticos, ya que o bien se consideran en clave de residencial o bien en clave de "otros usos", que es una

idiosincrasia y metodología valorativa del uso turístico).

Por otro lado, también debería plantearse la conveniencia de dotar de mayor fuerza de función pública a la actividad de desarrollo del turismo, de manera que sea posible acudir a figuras de cada vez mayor profesionalización en el ámbito de las actividades turísticas. Esta figura podría presentar aspectos similares a los del Agente Urbanizador, cuya conveniencia podría plantearse en función del mayor o menor grado de consolidación y de la mayor o menor novedad en el mercado de la actividad turística.



«Durante el año 2010 el gobierno de Cataluña culminó una de sus obras más polémicas: la ampliación de la carretera C-31, que beneficia especialmente al uso turístico»

como también lo es, por ejemplo, el desdoblamiento y conversión en vía rápida de la C-16, eje del Llobregat, para paliar los atascos de la temporada de esquí.

La actuación del Gobierno Catalán no es nueva, ni sorprendente. Responde claramente al modelo turístico que se ha implantado y se ha favorecido, basado especialmente en la segunda residencia (el uso hotelero es el más intenso, no obstante), como ocurre también en otras Comunidades Autónomas. En este entorno, no es sorprendente que el esfuerzo del Gobierno Catalán se centre en la dotación de infraestructuras a las zonas turísticas.

mentos que otorgan valor turístico se perciban como "bienes sin dueño" o elementos intangibles propiedad de la comunidad, por parte de los desarrolladores turísticos).

Y es precisamente hacia esta línea donde debe apuntar el desarrollo urbanístico del suelo turístico. De la observación de las reacciones administrativas hacia los desarrollos turísticos no se desprende una visión de conjunto de este fenómeno en su tratamiento urbanístico, sino una aproximación muy local, y fragmentada, propia del planteamiento tradicional del urbanismo como competencia estrictamente municipal.

«La actividad turística fomenta el reparto y la desconcentración de la riqueza, el progreso de regiones habitualmente desfavorecidas, además de la evolución y mezcla social y cultural»

amalgama de usos con necesidades diversas); (ii), o que se permita establecer mecanismos de imputación del valor de las plusvalías urbanísticas de conformidad con la lógica turística del desarrollo del ámbito (tiene poco sentido, en este entorno, prever un mecanismo de participación "lineal" del 10%, 15% o 20% del aprovechamiento urbanístico cuando es difícil determinar acudiendo a mecanismos de valoración urbanísticos -y, por lo tanto, no turísticos- el valor de este aprovechamiento; así los mecanismos de valoración que fije el planeamiento deben responder a la particular

En definitiva, el planeamiento urbanístico puede (debe) reaccionar respecto a implantaciones que comporten elevadas dosis de ineficiencia territorial en las infraestructuras o en los desarrollos urbanísticos (segundas residencias que se ocupan pocos días al año pero que precisan infraestructuras como si estuviesen siempre ocupadas) mediante una adecuada ordenación y la internalización de los costes de adaptación que cada opción turística suponga en cuanto a los efectos negativos sobre las infraestructuras pero también sobre el entorno de los valores turísticos detectados y asumidos como bienes a preservar.

# UN TOQUE DE ESTILO PARA TU HOTEL



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

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

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



Reformas de hoteles con estilo

# Novedades de la reforma laboral y del II AENC en materia de negociación colectiva

Se analizan los pilares sobre la negociación de los convenios colectivos a raíz de las recientes novedades legales

El 25 de enero de 2012 las organizaciones empresariales CEOE y CEPYME y las centrales sindicales CC.OO. y UGT signaban el II Acuerdo para el Empleo y la Negocia-

ción Colectiva para los años 2012, 2013 y 2014 (II AENC) fijando las pautas que deben orientar las negociaciones de los próximos convenios colectivos. El 10 de febrero de 2012 el Gobierno aprobaba la nueva reforma laboral haciendo una profunda modificación en el marco jurídico-laboral con alcance en la negociación colectiva.



ASESOR LABORAL DE CEHAT

La anunciada reforma laboral por el nuevo ejecutivo del Gobierno de España ha visto la luz en el BOE del sábado 11 de febrero de 2012, aprobada en la víspera a través del Real Decreto-ley 3/2012, incorporando novedades de calado en el Estatuto de los Trabajadores, la Ley General de la Seguridad Social, la Ley Reguladora de la Jurisdicción Social, la Ley de Empleo, la Ley de Empresas de Trabajo Temporal y la Ley de Infracciones y Sanciones en el Orden Social, aparte de aprobar incentivos fiscales y reducciones y bonificaciones en la cuotas de Seguridad Social a la creación de empleo y otras medidas significativas.

Condicionado por la extensión del artículo, en esta ocasión nos vamos a referir únicamente a los cambios de relevancia en materia de negociación colectiva vigentes a partir del pasado día 12 de febrero, y que rompen de forma

primordiales como: la cuantía del salario base y de los complementos salariales, incluidos los vinculados a la situación y resultados de la empresa; el abono o la compensación de las horas extraordinarias y la retribución específica del trabajo a turnos; el horario y la distribución del tiempo de trabajo, el régimen de trabajo a turnos y la planificación de las vacaciones; la adaptación al ámbito de la empresa del sistema de clasificación profesional de los trabajadores; la adaptación de los aspectos de las modalidades de contratación que se atribuyen por la ley a los convenios de empresa; las medidas para favorecer la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal; y aquellas otras que dispongan los acuerdos interprofesionales y los convenios colectivos sectoriales, no pudiendo tales acuerdos y convenios disponer de la citada prioridad aplicativa, esto es, que dichos acuerdos de ámbito superior no podrán establecer reglas distintas que invadan o impidan las competencias de los convenios de empresa. Esta novedad, argumenta el Gobierno, va encaminada a garantizar la descentralización convencional en aras a facilitar una negociación de las condiciones laborales en el nivel más cercano y adecuado a la realidad de las empresas y de sus trabajadores.

Se incorpora otra importante novedad en materia de descuelgue temporal, hasta ahora limitado al régimen salarial, añadiéndose las



La reforma laboral vio la luz en el BOE el pasado sábado 11 de febrero de 2012.

vio de consultas con la representación de los trabajadores o, en ausencia de éstos, atribuyendo la representación a una comisión ad hoc designada conforme a lo dispuesto legalmente. En caso de desacuerdo durante el periodo de consultas cualquiera de las partes podrá someter la discrepancia a la comisión paritaria del convenio, y si ésta no alcanzara un acuerdo, se podrá recurrir a los procedimientos de mediación y arbitraje establecidos.

Se entiende que concurren causas económicas cuando de los resultados de la empresa se desprenda una situación económica negativa, en casos tales como la existencia de pérdidas actuales o previstas, o la disminución persistente de su nivel de ingresos o ventas. En todo caso, se entenderá que la disminución es persistente si se produce durante dos trimestres consecutivos.

Otra medida de calado es la que se refiere a la vigencia de los convenios colectivos, la llamada ultractividad del convenio. Hasta la última reforma, en defecto de pacto, cuando hubiera transcurrido el plazo máximo de negociación (8 ó 14 meses) sin alcanzarse un acuerdo y las parsometido a los procedimientos de mediación y arbitraje, se mantenía la vigencia del convenio colectivo. Con la modificación, transcurridos dos años desde la denuncia del convenio sin que se haya acordado uno nuevo o dictado un laudo arbitral, aquél perderá, salvo pacto en contrario, vigencia y se aplicará, si lo hubiere, el convenio colectivo de ámbito superior que fuera de aplicación. En los convenios colectivos que ya estuvieran denunciados, el plazo de los dos años empezará a computarse a partir de la entrada en vigor de la nueva reforma.

Para ir concluyendo esta parte, es importante referirse a la suerte que corren las denominadas categorías profesionales en el sistema de clasificación profesional, las cuales deben sustituirse por grupos profesionales, entendiéndose como tales a los que agrupen unitariamente las aptitudes profesionales, titulaciones y contenido general de la prestación, que podrá incluir distintas tareas, funciones, especialidades profesionales o

bajo y la movilidad funcional, fijando el cómputo anual de jornada y su distribución irregular, tasando ésta en un 10%, más una bolsa de 5 días o 40 horas para alterar la jornada previamente establecida, y en materia de movilidad funcional potenciando la polivalencia.

Preconiza el II AENC la racionalización de las estructuras salariales y la sustitución de conceptos retributivos obsoletos e improductivos, como los complementos por antigüedad, por otros vinculados a la productividad. Centra el acuerdo su objetivo en el mante-

«Se entiende que concurren cau-

sas económicas cuando se des-

prenda una situación económi-

ca negativa, en casos tales como

la existencia de pérdidas actua-

les o previstas, o la disminución

de su nivel de ingresos o ventas»



«Esta novedad, argumenta el Gobierno, va encaminada a garantizar la descentralización convencional en aras a facilitar una negociación de las condiciones laborales en el nivel más cercano»

sustancial con la reciente reforma del 10 de junio del pasado año. Tiempo tendremos para abordar los otros cambios.

También nos referiremos sucintamente al relevante Acuerdo para la negociación colectiva suscritos por los agentes sociales para el presente trienio, pues fija pautas decisivas en esta materia.

Así, hay que destacar en primer lugar el papel preponderante del convenio de empresa, así como de los convenios colectivos para un grupo de empresas o una pluralidad de empresas vinculadas por razones organizativas o productivas y nominativamente identificadas, sobre lo establecido en los convenios de ámbito superior, tanto estatales, autonómicos como provinciales, fijando el principio de prioridad aplicativa en materias tan condiciones de trabajo previstas en un convenio colectivo, sea este de sector o de empresa, cuando concurran causas económicas, técnicas, organizativas o de producción, pudiendo afectar a las siguientes materias: jornada de trabajo; horario y la distribución del tiempo de trabajo; régimen de trabajo a turnos; sistema de remuneración y cuantía salarial; sistema de trabajo y rendimiento; funciones, cuando excedan de los límites previstos que para la movilidad funcional; y mejoras voluntarias de la acción protectora de la Seguridad Social, entre las que se encuentran las cláusulas de complementos económicos en situaciones incapacidad temporal, seguros de accidentes y premios de jubilación.

Para proceder a esta medida, hay que desarrollar un periodo pre-

responsabilidades asignadas al trabajador. La reforma prevé el plazo de un año para que los convenios colectivos en vigor adapten su sistema de clasificación profesional al nuevo marco jurídico. Los nuevos ya no tendrán la opción de regular categorías profesionales.

Por último, una breve referencia al II AENC, del que se recomienda su detenida lectura por el positivo contenido del mismo. Las organizaciones empresariales y sindicales han suscrito este acuerdo para que sirva de orientación a todas las negociaciones colectivas, recomendando que se adopten medidas de flexibilidad interna, tanto ordinaria como extraordinaria, centrándola en el uso flexible en las empresas de elementos como el tiempo de tranimiento y recuperación del empleo, incidiendo en su estabilidad, fomentando el uso adecuado de las modalidades contractuales, máxima transparencia en la subcontratación y externalización productiva, así como en la subrocondiciones de trabajo.

Y en materia salarial el fundamento es la moderación para conseguir los ansiados objetivos de recuperación, así que los aumentos salariales no deberían exceder del 0,5% en el año en curso, y del 0,6% en los años 2013 y 2104, revisables en función de otras variables e indicadores económicos, según el acuerdo.

Pues con todo lo expuesto, ya solo nos queda ponernos manos a la obra y negociar con sentido común y eficiencia.

# La ciudad de Valencia acogerá el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles el próximo mes de noviembre

La consellera ha realizado este anuncio tras el encuentro mantenido con el presidente de CEHAT, Juan Molas

Lola Johnson, ha anunciado que la ciudad de Valencia "acogerá el próximo mes de noviembre el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles". La consellera ha realizado este anuncio tras el encuentro mantenido con el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas. La titular de Turismo ha hecho hincapié en que la celebración de este congreso "va a suponer

un autentico punto de encuentro para todo el sector turístico, ya que a su alrededor se organizaran todo tipo jornadas y sesiones que convertirán este evento en el epicentro del sector turístico del año".

Para Lola Johnson, "es un honor que la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) haya elegido Valencia para la celebración de su Congreso nacional, descartando otras opciones como Sevilla o Barcelona, otros importantes puntos turísticos".

La titular de Turismo ha hecho hincapié en que la celebración de este congreso "va a suponer un autentico punto de encuentro para todo el sector turístico, ya que a su alrededor se organizaran todo tipo jornadas y sesiones que convertirán este evento en el epicentro del sector turístico del año".

En este sentido, Lola Johnson ha manifestado que en el Congreso "la tecnología valenciana Travel Open Apps tendrá una gran presencia, lo que refuerza una vez mas la importancia y la calidad de este proyecto 100% Valenciano".

La consellera de Turismo ha destacado que ha contribuido a la elección de realizar el congreso en la Comunitat "nuestra planta hotelera de calidad, nuestro sector turístico competitivo, nuestra gran capacidad organizativa para celebrar este tipo de congresos y las excelenrelaciones entre la

Generalitat y el sector hotelero". En este sentido, Johnson ha explicado que la Comunitat Valenciana "es, con más de 120.000 plazas en hoteles, la quinta autonomía española por concentración de oferta y la quinta por concentración de demanda, con cerca de 24,5 millones".

Asimismo, la Consellera ha resaltado que en 2011, "a pesar de la difícil coyuntura económica, se mantuvo la oferta de plazas en hoteles y el número de viajeros, mientras que aumentó un 2,4% el número de pernoctaciones, lo que evidencia la fortaleza de nuestro sector turístico".



La Comunidad Valenciana tiene más de 12.000 plazas en hoteles.

Lola Johnson ha señalado que la celebración de congresos como el de la CEHAT "supone una magnífica oportunidad para dar a conocer todas las excelencias de nuestro destino turístico. entre los profesionales".

# La secretaria de Turismo destaca que la reforma laboral facilitará el empleo en el sector turístico

Isabel Borrego asiste al Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha asistido al Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

lado que facilita la flexibilidad interna de fesional más completa y más cualificada.

En la reunión mantenida ha resaltado que las empresas. También subraya la apuesla reforma "se adapta a las necesidades ta por la calidad intensificando el derecho del sector turístico". Así mismo ha seña- del trabajador a recibir una formación pro-

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego Cortés, ha asistido al Comité Ejecutivo de CEHAT. La secretaria de Estado ha transmitido a los miembros del Comité Ejecutivo de CEHAT que la reforma laboral emprendida por el Gobierno de España facilitará la creación de empleo también en el sector turístico.

Borrego ha explicado que el texto se adapta a las necesidades y peticiones que el sector turístico ha planteado al Gobierno a través de sus reuniones tanto con el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, como a través de la propia secretaría de Estado.

Uno de los objetivos en la redacción del nuevo texto, ha explicado, ha sido "ahondar en nuestra apuesta por un Turismo de mayor calidad y más competitivo" tras lo que ha añadido que el turístico "es un sector capaz de ser locomotora de la economía española en la difícil situación financiera por la que atravesamos".

En este contexto, Isabel Borrego ha resaltado que la reforma laboral acoge la solicitud del sector de eliminar la excesiva actividad de los convenios de empresa que permitía el alargamiento prácticamente indefinido de los mismos.

A partir de ahora, ha explicado la secretaria de Estado de Turismo, no habrá prórroga automática.

Asimismo, la responsable de Turismo ha subrayado que la reforma ahonda en la flexibilidad interna de las empresas.

Borrego ha indicado que "esta medida pretende que el despido sea el último recurso al que tenga que recurrir un empresario en caso de circunstancias adversas".

Por otra parte, y en la constante apuesta del Turismo por la me-

jora de la calidad, también la reforma responde a las peticiones del sector ampliando los derechos de los trabajadores a recibir formación profesional y que ésta les acompañe durante toda su vida laboral.

La responsable estatal de Turismo ha hecho especial hincapié en el elevado desempleo juvenil y ha puesto de manifiesto la mo-

dalidad de contrato, que se incluye en la reforma, para la formación y el aprendizaje.

"El objetivo de esta modalidad es reducir el elevado desempleo juvenil y mitigar los efectos del abandono temprano de los estudios".

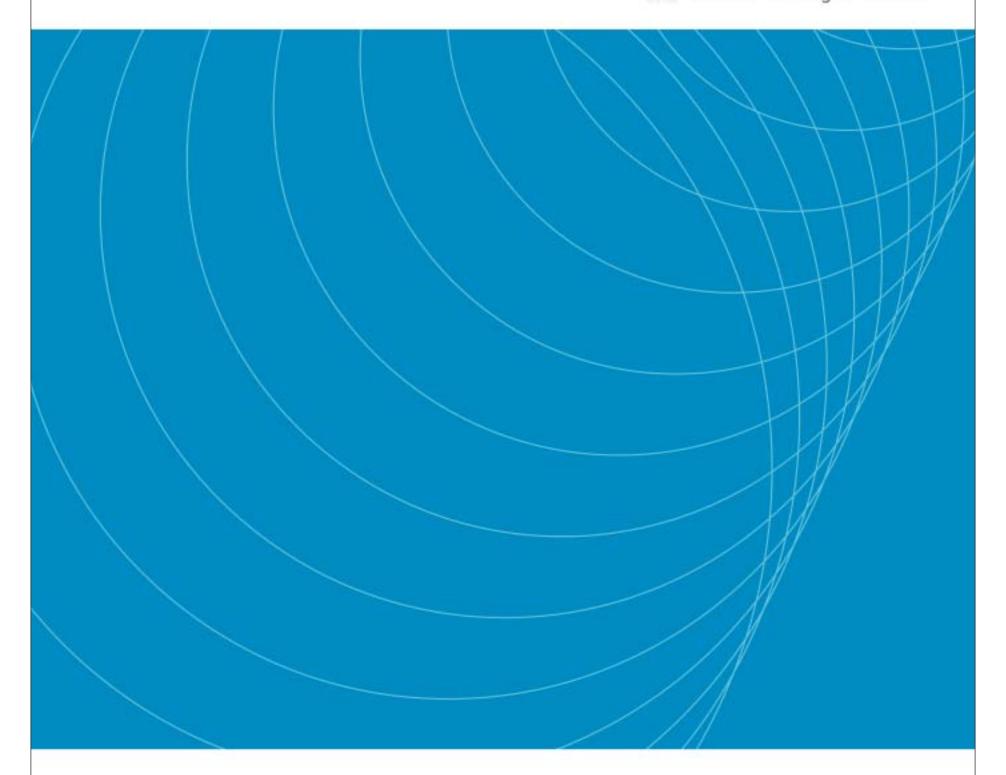
Isabel Borrego ha finalizado su intervención afirmando que el Gobierno de España ha elaborado una reforma orientada a crear empleo y a frenar su destrucción.

"Se trata de una regulación equilibrada, completa y eficaz que pone las bases para la creación de empleo estable y de calidad, que amplía los derechos de los trabajadores, que eleva las oportunidades de los desempleados y que refuerza el control y la prevención de los abusos", ha concluido.



El Comité Eiecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos en la reunión mantenida recientemente.

iTH instituto tecnológico hotelero



# Soluciones Sencillas a Problemas Importantes



Orense, 32 28020 Madrid t +34 902 110 784 f +34 91 770 19 82 info@ithotelero.com www.ithotelero.com

# Tourism & Law y Hosteltur crean un sitio web para informar sobre el cese de Spanair

Tourism & Law Abogados, gabinete jurídico de Intermundial, atiende las dudas de las empresas afectadas por la quiebra de la aerolínea en Hosteltur.com/afectados-spanair

Tourism&Law Abogados, gabinete jurídico del Grupo Intermundial, y el portal de noticias especializado en información turística Hosteltur.com, han creado un sitio web que recoge noticias y recomendaciones para todas las empresas del sector que hayan sido afectadas por el cese de operaciones de Spanair y su posterior concurso de acreedores. Además, Tourism & Law Abogados hará un seguimiento legal a todas aquellas entidades que así lo requieran a través de un formulario gestionado por el gabinete.

Tras el cese de operaciones de Spanair el pasado 27 Enero, muchas han sido las empresas que se han visto afectadas por este inesperado acontecimiento. Touroperadores, agencias de viajes y compañías hoteleras, entre otras, se ven obligadas ahora a hacer frente a una situación imprevista que, en muchos casos, traerá consigo consecuencias legales.

Por ello Tourism & Law Abogados, gabinete jurídico del Grupo Intermundial, y en colaboración con el medio de comunicación especializado en información

turística Hosteltur.com, han creado el sitio web hosteltur.com/afectados-spanair, donde las empresas afectadas por esta situación podrán estar informadas al instante de las últimas novedades relacionadas con el concurso de acreedores de Spanair.

A través de un formulario, que ya está disponible en la página de Internet de Hosteltur, hosteltur.com/afectadosspanair, las entidades perjudicadas podrán solicitar asesoramiento legal. Y, si se diera el caso, Tourism & Law Abogados podrá ejercer de representante ante los órganos judiciales. Los datos facilitados a través del formulario, sólo serán accesibles para el gabinete y nunca por el medio turístico.



A través de un formulario las entidades podrán solicitar asesoramiento.

# MyProvider firma un nuevo acuerdo con Hostetur

MyProvider, la primera comunidad online de España exclusiva para hoteles y sus proveedores, ha firmado un acuerdo con la Asociación de Hoteleros de la Costa Cálida (Hostetur) para que los establecimientos asociados puedan gestionar a partir de ahora las necesidades de compra de productos y servicios a través de esta plataforma pionera. Los empresarios del sector están muy satisfechos con el acuerdo.

Hostetur, que representa el 65% de las plazas hoteleras de la región de Murcia y el 86% de los apartamentos turísticos, incorporará con este acuerdo a todos sus hoteles asociados y a los principales proveedores de la región en www.myprovider.es, lo que convertirá MyProvider en el primer market place entre hoteles y sus proveedores de Murcia.

Impulsado por profesionales españoles vinculados al sector hotelero desde hace más de diez años, MyProvider es una iniciativa empresarial única diseñada para concentrar todo el negocio interno de la hostelería en un mercado virtual. Gracias a las nuevas tecnologías y al concepto de red social, el portal permite a compradores y vendedores compartir una gran comunidad en la que pueden resolver sus necesidades, en un momento en

que ya un 30% de las relaciones comerciales del sector se realizan a través de Internet: los directores de compras de los hoteles encuentran los mejores productos y servicios de empresas especializadas en la industria hostelera y los proveedores dan a conocer sus productos y servicios a los establecimientos hoteleros, mediante una comunicación directa con el comprador final, evitando intermediarios y filtros.

Creada a finales de 2011 en colaboración con las principales cadenas hoteleras y hoteles de España y el apoyo de las principales instituciones sectoriales y ferias, MyProvider prevé ofrecer los servicios y productos de más de 15.000 proveedores a más de 2.500 hoteles en el primer trimestre de 2012.

Para el hotelero, MyProvider es una plataforma gratuita y práctica que le permite localizar, clasificar e incluso valorar a los proveedores en una base de datos completa de los principales proveedores especializados a nivel nacional y regional, clasificados en 225 categorías de producto y servicio para facilitar su localización.

Para los proveedores, My-Provider quiere ser una herramienta comercial necesaria que les permite ponerse en contacto.

## Willis diseña una cobertura de Riesgo Reputacional

En el mundo de la publicidad moderna donde las malas noticias se propagan con gran rapidez, una intoxicación alimenticia o el accidente de un huésped pueden arruinar la reputación de un hotel, afectando directamente a su cuenta de resultados. Respondiendo a una continua demanda del sector, y con el fin de proteger a los empresarios hoteleros de las pérdidas económicas que pueden sufrir como consecuencia de una publicidad adversa, Willis ha creado una innovadora cobertura de seguro cuyo objetivo es mitigar la pérdida financiera que pueda causar una publicidad negativa.

La cobertura Hotel Reputation Protection 2.0 ha sido diseñada para dar respuesta a incidentes que se producen en el hotel y que pueden dar lugar a pérdidas financieras, como consecuencia de una publicidad adversa en los medios de comunicación, tanto en los medios tradicionales como a través de las nuevas tecnologías.

La póliza cubre específicamente la pérdida de ingresos cuyo cálculo se basa en importes de RevPAR, sistema que utiliza la industria

hotelera para medir sus ingresos por habitación disponible. La cobertura incluye también el pago de los costes necesarios para la contratación de una empresa consultora especializada en gestión de crisis, cuya intervención será crítica durante las primeras semanas desde la ocurrencia del incidente. La póliza indemnizaría hasta un límite máximo por ambos conceptos; los costes de la gestión de la crisis y el reembolso de la pérdida de ingresos en términos de RevPAR.

Esta innovadora cobertura está diseñada para proteger a los hoteleros contra algunas de las causas más comunes de daño a la marca, desde el fallecimiento o la invalidez de un huésped hasta una intoxicación alimenticia, bien sea provocada o accidental. También cubre brotes de Novovirus, que es el responsable del alrededor del 90% de las dolencias estomacales, y Legionela o formas similares de neumonía.

Laurie Fraser, Leisure Practice Leader de Willis Global Markets, ha comentado: "en la industria hotelera, tan extremadamente competitiva, la reputación se estima en un 30-40 por ciento del valor total de una empresa.

# Los hoteleros de Sevilla se reúnen en Fibes para conocer su nueva gestión

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia celebró su segundo almuerzo del sector del año en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla. El encuentro contó con la presencia puntual del alcalde de Sevilla, Juan Ignacio Zoido, y del delegado de Empleo, Economía, Fiestas Mayores y Turismo, Gregorio Serrano, que se sumaron momentáneamente en el prólogo del mismo; así como, con la participación del presidente del Comité Ejecutivo de FIBES y de la Cámara de Comercio de Sevilla, Francisco Herrero, el director general de FIBES, Gaspar Sáez, el director del Consorcio de Turismo, Antonio Castaño y el Presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Manuel Otero.

Se trata de una de las convocatorias que los hoteleros de Sevilla realizan periódicamente, y que sirven como espacio de encuentro, de interrelación y de contacto con diversas realidades públicas y privadas de interés para el sector, de la ciudad y de la provincia. En este caso, la jornada sirvió para conocer de primera mano, las directrices que se van a marcar desde el nuevo equipo de gestión de FIBES, que recientemente ha designado a su nuevo director, en la persona de Gaspar Sáez, hasta hace poco, director regional de hoteles NH. En su presentación al sector, el director, ha manifestado su voluntad de propiciar nuevas formas de colaboración con el sector, que permitan convertir a FIBES en el gran recurso y motor que todos esperan para la industria turística de Sevilla.

El evento contó asimismo, con la participación de Pedro Martínez Jimeno, Jefe del Grupo de Atracos de la Policía Nacional y de Juan García Gavilán, Jefe de Seguridad Privada de la Policía Nacional. Tras la comida, Martínez Jimeno y García Gavilán ofrecieron una charla orientativa a los asistentes en la que se repasaron cuestiones claves para garantizar la seguridad y prevenir situaciones de riesgo en los establecimientos hoteleros.

El próximo encuentro del sector de la AHS está previsto para el día 8 de marzo, en el Hotel Bellavista Sevilla, coincidiendo con la celebración de su Asamblea Anual de rendición de cuentas.



El encuentro contó con el alcalde Sevilla, Juan Ignacio Zoido y del delegado de Empleo, Gregorio Serrano.

# Si no puedes ser elegante sé extravagante

El líder positivo indaga cuáles son los sueños de su gente averiguando si tienen el compromiso de conseguirlos

Domenec Biosca analiza,tras haber pasado por Fitur, las dos actitudes que él cree predominantes en el mercado. Por un lado, los que han entendido lo que deben desaprender del mercado de demanda donde los clientes hacían cola, se conformaban con estar y no tenían a su alcance las redes sociales para que sus opiniones se convirtieran en mediáticas, y por otro lado, los que no creen que toda sea culpa de la crisis externa, ni rechazan a los clientes, ni piensan que estos solo quieren precios de subasta.



Presidente de Educatur

Seguro que saben quién fue el autor de esta frase. También estoy seguro que leerla aislada puede sonar extraña, pero si la ponemos en el entorno de este mercado de oferta súper galopante y en consecuencia competitivo, mediático y global gracias a las nuevas tecnologías, empieza a tener significado. Cada vez que

cado de demanda donde los clientes hacían cola, se conformaban con estar y no tenían a su alcance las redes sociales para que sus opiniones se convirtieran en mediáticas. Digo desaprender como cuando desea-

mos que en un vaso lleno de agua entre agua nueva, obviamente deba vaciarse primero. Igual debe ocurrir en nuestra mentalidad de cambio para que otras verdades, las del mercado de oferta,

puedan ayudarnos a documentar el cambio de mentalidad a sabiendas de que haciendo lo mismo tendremos lo mismo al cuadrado o al cubo. Y si esta repetición no satisface los deseos de los clientes que en nuevo mercado de oferta pueden escoger y quieren ser felices con su talla y

a los clientes una colección de fotocopias en blanco y negro y en consecuencia recogiendo opiniones negativas de los clientes, volviendo a culparles por creer que solo quieren precios de subasta y que las nue-

«En el mercado de demanda se buscaba a los mejores profesionales. En este complejo mercado de oferta buscamos a las mejores personas entre los mejores profesionales»

vas tecnologías son los peores enemigos, les invito a que reflexionen con estas diez creencias:

1<sup>a</sup>.- Los procesos de aprendizaje necesitan fallos si tomamos buena nota y dedicamos horas de entreno repitiendo y repitiendo hasta conseguir la excelencia.

2<sup>a</sup>.- Para aprender hace falta el querer aprender que nos animará a seguir y resistir.

3<sup>a</sup>.- Hacer lo mismo siempre, sin mejorar es lo mismo al cuadrado o al cubo. Al igual que presumir de nuestra experiencia puede convertirse en rigideces.

4ª.- Los cambios necesitan líderes con valores personales, las mejores personas para poder crear un entorno de seguridad ante los cambios que ayuda a crear conciencia de grupo. Los líderes solitarios ya no influyen ante la dimensión de lo que hay que cambiar

5<sup>a</sup>.- Para generar confianza es preciso dedicar tiempo para conocer y conocerse, explicitando los afectos.

6ª.- La motivación es el motor interno que genera las ilusiones proactivas. Como un sueño en marcha. Sin sueños no hay ilusiones, sin ilusiones se puede caer otra vez en culpar a los demás los deseos de nuestros fra-

casos. Recuerde que sin sueños con compromiso la motivación externa deberá jugar su oportunidad.

7<sup>a</sup>.- El líder positivo indaga cuáles son

los sueños de su gente averiguando si tienen el compromiso de conseguirlo para crear un sueño común compartido. La mejor fuerza ante tanto cambio.

8ª.- En el mercado de demanda se buscaba a los mejores profesionales. En este complejo mercado de oferta buscamos a las

10a.- Cuidado con los bloqueos mentales que nos sitúan en el pasado, cegándonos como las luces largas de un coche ante lo que los clientes desean y nuestros colaboradores necesitan. Recuerde que cuanto mayor es la aventura más cuerdo debe ser el aventurero.

Como les decía al principio, me encantaría tener una varita mágica para poder influir a todos los que me escuchan o leen para que pudiesen vivir los muchos sueños que todos tenemos.

Les invito a apostar por querer ser elegantes o extravagantes, es decir, únicos, distintos, distraídos, confortables, cómodos, próximos, amables, serviciales y los que usted está pensando pero nunca una fotocopia de los demás porque el cliente castiga las fotocopias, y ya sabe le exigirá precios de subasta.

Ojalá esta reflexión le sirva para romper sus fotocopias y formar-

"Los procesos de aprendizaje necesitan fallos si tomamos buena nota y dedicamos horas de entreno repitiendo y repitiendo hasta conseguir la excelencia"

me encuentro con empresarios y/ o directivos de hoteles independientes, como he hecho en el pasado Fitur en Madrid, y luego impartiendo conferencias en Sevilla, Zaragoza, Barcelona, Benidorm y Palma, observo dos actitudes bien diferenciadas. Por un lado los que han entendido lo

que deben desaprender del mer-

no otra, estaremos convirtiéndonos en vulnerables.

Para poder estar en el bando de la talla de cada cliente y no quedarse en el lado de los que creen que todo es culpa de la crisis externa sin poner el foco en su crisis interna, y en consecuencia caer en la trampa de seguir haciendo cada día «La motivación es el motor interno que genera ilusiones proactivas. Como un sueño en marcha. Sin sueños no hay ilusiones, sin ilusiones se puede caer otra vez en culpar a los demás»

mejores personas entre los mejores profesionales.

9ª.- Para construir un equipo eficiente con confianzas mutuas, y que ganen todos es preciso construir un relato, explicando para que se convierta en el sueño de todos con una suma de fuertes compromisos que cohesionen. se para activar su talento, creencias, compromisos y capacidades, para saber crear una oferta alineada con las tallas de los clientes que buscan su original.

En cualquier caso, ya sabe que me tiene a su disposición en dbiosca@educatur.com, tanto en las coincidencias, como en las discrepancias.



Líder positivo que indaga en los sueños de su gente.



Ser elegante o extravangantes, ser únicos, pero nunca una fotocopia de los demás.



### Saeco PHEDRA HORECA

PHEDRA HORECA es una máquina automática de café y bebidas calientes que garantiza un elevado rendimiento en un espacio muy reducido. Gracias a sus avanzadas prestaciones, permite adaptarse a diferentes usos y emplazamientos. Es perfecta para establecimientos Horeca, restauración rápida, buffets desayuno y auto-servicio, y pequeñas localizaciones.

Su área de erogación más espaciosa y elegante de acero inoxidable, permite trabajar con tazas de mayor tamaño ofreciendo de esta manera más posibilidades a los establecimientos. Y con su teclado personalizable y de fácil lectura, permite que cada consumidor pueda seleccionar de una manera rápida y sencilla su bebida preferida.

Está disponible en dos versiones: Cappuccino, para bebidas elaboradas con leche fresca; e Instant, que puede dispensar hasta 8 bebidas diferentes directas.

Disponible también con frigorífico o contenedor para mantener la leche fresca en todo momento.

#### Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona Tel: 934740017 Fax: 934740434

Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo, nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195 e-mail: saeco.saecoiberica⊛philips.com Web: www.saecovending.es



# La responsabilidad de los administradores por la calificación de un concurso de acreedores

En vista del caso del Grupo Marsans y de las modificaciones en la Ley Concursal establecidas recientemente

Ricardo Fernández analiza la reciente publicación (escrito de fecha de 4 de noviembre de 2011) del Informe de calificación de la Administración concursal de Viajes Mar-

sans, S.A. (y del resto de sociedades del Grupo envueltas en un procedimiento concursal (Viajes Crisol, S.A.U., Tiempo Libre, S.A.U. y Rural Tours Viaje, S.A.U.) trae a

colación la responsabilidad que la Ley Concursal impone a los administradores en el supuesto de declararse el concurso de acreedores como culpable.



RICARDO FERNÁNDEZ

ABOGADO DE TOURISM & LAW

Todos conocemos casos de sociedades que han entrado en un procedimiento concursal y cuyos administradores han acabado yéndose "de rositas" sin tener que hacer frente con su propio patrimonio a las deudas sociales. No obstante, y cada vez más, la excusión del patrimonio de los administradores resulta la última y única vía que el acreedor puede utilizar para la satisfacción (aunque sea parcial) de sus créditos.

En el supuesto de que el deudor concursado sea persona jurídica (el único en que nos centraremos), serán con arreglo a los arts. 164.1, 170.2 y 172.2 de la Ley Concursal, personas afectadas por una posible calificación del concurso como culpable los administradores o liquidadores (de hecho y de derecho), apoderados generales, y quienes hubieren tenido cualquiera de estas condiciones dentro de los dos años

miento, o hubiera acompañado o presentado documentos falsos.

3. Cuando la apertura de la liquidación haya sido acordada de oficio por incumplimiento del convenio debido a causa imputable al concursado.

4. Cuando el deudor se hubiera alzado con la totalidad o parte de sus bienes en perjuicio de sus acreedores o hubiera realizado cualquier acto que retrase, dificulte o impida la eficacia de un embargo en cualquier clase de ejecución iniciada o de previsible iniciación.

5. Cuando durante los dos años anteriores a la fecha de la declaración de concurso hubieran salido fraudulentamente del patrimonio del deudor bienes o derechos.

6. Cuando antes de la fecha de la declaración de concurso el deudor hubiese realizado cualquier acto jurídico dirigido a simular una situación patrimonial ficticia.

Ninguna de las irregularidades contables, de las inexactitudes documentales, ni del retraso en solicitar el concurso, pueden reputarse viables sin intencionalidad. Voluntad comisiva plena que se ha de reputar probada para poder calificar como culpable el concurso, tal y como ha sucedido en el Grupo Marsans, donde han resultado acreditados los actos de salida de liquidez de Viajes Marsans (y en el general del GRUPO MARSANS), habiéndose otorgado los administradores de esta sociedad salarios en la fase de desintegración de la actividad con una clara voluntad



Muchas sociedades han entrado a procedimiento concursal y sus administradores no han hecho frente a sus deudas.

terceros acreedores que confiando en sus créditos, ven ahora como una conducta activa o por omisión de aquellos a los que se les debe exigir un mínimo de diligencia, ha provocado que la masa activa del concurso resulte insuficiente para hacer frente a las deudas sociales. Es importante hacer notar como únicamente podrá abrirse la Sección de calificación cuando no se apruebe para todos los acreedores o para los de una o varias clases, una quita inferior a un tercio del importe de sus créditos o una espera inferior a tres años, salvo que resultare incumplido el convenio que otorgase esto. En el resto de supuestos, la calificación se abrirá, declarándose el concurso bien fortuito, bien culpable.

Para decidir sobre la calificación, la Administración concursal deberá de presentar un Informe con una propuesta de resolución, y para el caso de que esta fuese de culpable, identificar (en presente caso se ha identificado a los Sres. Díez Ferrán y Pascual, y a la sociedad Posibilitum Business) a las personas a las que a su juicio debe de afectar tal calificación (así como la de aquellos que se consideren cómplices), determinando los daños y perjuicios que a su juicio hayan podido determinar estas personas (como se desprende, una persona jurídica también puede ser culpable en la calificación de un concurso). A este informe se unirá el del ministerio Fiscal y para el supuesto de que ambos coincidan en calificar el concurso como fortuito, no se realizarán más trámites archivándose el asunto. En caso contario, previa audiencia del deudor y personas que puedan ser afectadas por la calificación, el Juez dictará Sentencia.

Esta Sentencia podrá contener los siguientes pronunciamientos

1.La determinación de las personas afectadas por la calificación, así como, en su caso, la de las declaradas cómplices.

2.La inhabilitación de las personas afectadas por la calificación para administrar los bienes ajenos durante un período de dos a quince años, así como para representar a cualquier persona durante el mismo período.

3.La pérdida de cualquier derecho que las personas afectadas

«La Administración Concursal

del Grupo Marsans ha propuesto

en su Informe condenar al "pago

conjunto y solidario del importe

de los créditos, en la masa

(concursales) o contra la masa,

que no hayan sido satisfechos»

de concurso y siempre y cuando la sección de clasificación se haya formado (o reabierto) por la apertura de la liquidación (y por tanto, cuando no existe un convenio).

Actualmente el nuevo artículo 172 bis (que será de aplicación a los concursos en tramitación en los que todavía no se haya acordado la formación de la sección de calificación, por lo que en el concurso de Viajes Marsans todavía estaba vigente la anterior redacción) reproduce en términos generales la anterior redacción de la Ley, siendo igualmente posibles



«Administradores o liquidadores (de hecho y de derecho), apoderados generales, y quienes hubieren tenido cualquiera de estas condiciones dentro de los dos años anteriores a la fecha de declaración del concurso»

anteriores a la fecha de declaración del concurso. Siempre y cuando, por acción u omisión, y mediando dolo o culpa grave, hayan contribuido a la generación o agravación del estado de insolvencia. En todo caso, el concurso será declarado como culpable cuando concurran, entre otras,

1. Cuando el deudor legalmente obligado a la llevanza de contabilidad incumpliera sustancialmente esta obligación o llevara doble contabilidad.

alguna de las siguientes presun-

ciones que establece la Ley:

2. Cuando el deudor hubiera cometido inexactitud grave en cualquiera de los documentos acompañados a la solicitud de declaración de concurso o presentados durante la tramitación del procediomisiva por la "genérica ausencia de reacción cabal frente a la impotencia patrimonial y financiera, después del verano de 2009, debida al drenaje de liquidez a que habían sometido a las compañías y del apalancamiento financiero".

Los Administradores sociales no van a responder en la calificación por la mera condición del cargo, sino por alguna acción u omisión en las funciones del mismo, bien sea por hechos que hagan presumir alguna de las circunstancias que establece la Ley, bien porque, en general, puedan ser causa de generación o agravación de la insolvencia.

Las consecuencias que se pueden desprender de la clasificación del concurso como culpable buscan la salvaguarda de aquellos por la calificación o declaradas cómplices tuvieran como acreedores concursales o de la masa y la condena a devolver los bienes o derechos que hubieran obtenido indebidamente del patrimonio del deudor o hubiesen recibido de la masa activa, así como a indemnizar los daños y perjuicios causados.

La nueva redacción de la Ley Concursal ha venido a modificar el antiguo artículo 173.2 LC que establecía la posibilidad de condenar a los afectados por la calificación a pagar a los acreedores concursales, total o parcialmente, el importe que de sus créditos no percibieran en la liquidación. Esta responsabilidad se extendía a los administradores y liquidadores que hubieran tenido esa condición durante los 2 años anteriores a la fecha de declaración

responsables los administradores que hubieran ejercido su cargo durante los dos años anteriores a la declaración del concurso de la sociedad deudora.

Como último apunte, y para todos aquellos que todavía no lo hayan leído en los medios que se han hecho eco de esta noticia, simplemente señalar que la Administración Concursal del Grupo Marsans ha propuesto en su Informe condenar al "pago conjunto y solidario del importe de los créditos, en la masa (concursales) o contra la masa, que no hayan sido satisfechos con el producto de la liquidación de la masa activa [...]el total como obligación de Gerardo Díaz Ferran y Gonzalo Pascual Arias, y será de un tercio como obligación de Posibilitumm Business S.L.".

# El ahorro es posible con la tecnología y los medios promocionales

Después de una época expansiva en la que se ha utilizado y porqué no decirlo, tirado, el dinero por muchas vías ahora toca racionalizar el gasto a través del aprovechamiento máximo del personal y del material disponible creando estrategias en dónde el ROI y la imaginación se alineen con los grupos de interés para desarrollar verdaderos modelos de promoción colaborativos que les ayuden a ahorrar y les motive a hacerlo. La tecnología puede ser su aliado si saben a donde quieren ir, podemos ayudarles si lo desean y en este artículo vamos a intentar explicarles brevemente porque colaborar ya no es una opción pero la única opción.

#### **Modelos colaborativos**

Si escriben su ciudad o destino en un buscador, o unas palabras clave como," hotel barato en ...", oferta habitación doble, o "escapada romántica" saben que en la mayoría de los casos están ustedes compitiendo por la atención del mismo turista entre ustedes mismos y encareciendo el lead en su mercado. Incluso las organizaciones que en teoría son promotoras del destino compiten con el dinero público en esta tarea con las entidades privadas locales y las diferentes asociaciones que se financian con las aportaciones de sus asociados y estos a su vez invierten en estos mismos canales. Seguir tirando el dinero no es inteligente, saben que al final sólo gana uno, siempre el mismo, ya que su modelo se basa en la competencia no colaborativa de sus clientes. ¿ todos saben de quien hablo no? La verdad es que esa empresa es admirada y admirable, acaba de introducir recientes cambios en su política de privacidad que implica que usar sus servicios es un contrato de adhesión en toda regla que cuando me lean o han aceptado o su cuenta estará cancelada. En las redes sociales está pasando lo mismo, Internet se está concentrando de nuevo demasiado en pocos players con mucho poder y eso nunca es bueno para los usuarios ni para los internautas en general.

#### Lobby y reacción

El sector turístico debe y puede reaccionar como lobby y como sector motor del crecimiento mundial con estrategias que contrarresten ese poder evolucionando los canales de venta v los vínculos con los clientes. Después de analizar la integración de la tecnología en el mercado turístico desde hace más de 10 años podemos decirles que las dos grandes asignaturas pendientes tanto de los destinos como de las organizaciones que conforman el tejido empresarial a nivel mundial son primero entender el cambio de paradigma social que ha supuesto Internet en la toma de decisiones de elección de un destino y la importancia de la viralidad que eso supone y segundo, y no menos importante, que en el mundo de la tecnología no colaborar sale muy caro y no beneficia a nadie del sector. Todo ello se soluciona si se tiene criterio de inversión en tecnología, la gran asignatura pendiente que tecnólogos como yo intentamos paliar con cursos y formación que permita a sus directivos no centrarse en los medios informáticos, pero en los conceptos

a tener en cuenta para decidir como invertir su dinero en ellos.

#### Formación

En un día sus directivos pueden obtener información que les ayude a contratar con criterio, está en sus manos invertir más en las personas y no centrase tanto en las máquinas y en las palabras, sus directivos se lo agradecerán y sus cuentas de resultados también.



Hybrid Publication convierte cualquier documento para ser visible en Internet.



Nestlé Professional le ofrece una gama de productos completa para ofrecer al sector hotelero las bebidas calientes más adecuadas a sus necesidades:

- Una solución rápida y eficaz garantizando calidad en la taza final.
- Productos con excelente comportamiento en máquina.
- Diseño exclusivo y elegante.
- Ulilización fácil y efectiva.
- Fiable, consistente y delicioso.

# Soluciones Nestlé Professional







# NH Hoteles refuerza su Consejo de Administración al incorporar a Gilles Pelisson

Incorpora a Gilles Pélisson, ex Presidente y CEO del Grupo Accor, como miembro de los órganos de gobierno de la Compañía (Consejo y Comisión Delegada) y pone en funcionamiento la Comisión Delegada, compuesta por seis miembros

En otro orden de cosas, el Consejo de Administración ha designado a Manuel Lagares Gómez-Abascal, en representación de Corporación Financiera Caja de Madrid, de la cual es CEO, en sustitución de José Aurelio Izquierdo quien venía representando a Bancaja (Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante). Asimismo, el Consejo de Administración de la Sociedad ha decidido poner en funcionamiento la Comisión Delegada, la cual cuenta con seis miembros, dos de ellos independientes (Carlos González y Gilles Pélisson)

El Consejo de Administración de NH Hoteles celebrado, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, ha acordado nombrar a Gilles Pélisson nuevo consejero independiente, en sustitución de la vacante producida por Antonio Viana Baptista. Adicionalmente, Pélisson ha sido nombrado miembro de la Comisión Delegada y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. En la sesión del Consejo, el Presiden-

te señaló: "con las decisiones adoptadas a lo largo de estos meses, hemos fortalecido la estructura ejecutiva del Grupo, en particular las áreas comerciales y de desarrollo, por lo que ahora toca hacerlo en los órganos de decisión de gobierno del Grupo, poniendo en funcionamiento una Comisión Delegada con representación suficiente y composición acorde a las normas de buen gobierno corporativo, al tiempo que incorporando al Consejo personas que, como Gilles Pélisson, aportan su conocimiento, experiencia y visión global del negocio ante los nuevos retos estratégicos que NH deberá abordar en los próximos años"

Pélisson, de 54 años y origen francés, tiene una gran experiencia en el sector turístico internacional, habiendo liderado y dirigido desde 2006 el grupo hotelero Accor, el cuarto mayor del mundo con 4.100 hoteles y 150.000 empleados, donde ocupó los puestos de Presidente y Consejero Delegado desde 2009 hasta comienzos de 2011.

Pélisson ha estado ligado al sector hotelero y turístico desde los comienzos de su carrera cuando en 1983 se incorporaba por primera vez al Grupo Accor y durante 12 años hasta 1995 ocupó puestos de gran relevancia en este grupo, tales como Vicepresidente Senior de Accor para la región de Asia -Pacífico y Co-Director General de la cadena Novotel. Posteriormente, entre los años 1995 y 2000 ocupó la posición de Presidente del Consejo y Consejero Delegado de Disneyland Paris Resort, el principal destino turístico europeo, desde donde gestionaba 13 millones de visitantes, 5.700 habitaciones y 12.000 empleados y en donde consiguió, entre otros logros, duplicar el EBITDA y triplicar el beneficio neto (excluyendo royalties) en sólo cinco años.



Guilles Pelisson

## AT Costa Dorada organiza un curso de venta 'online'

Ante la nueva campaña turística del 2012, la Asociación de Apartamentos Turísticos de la Costa Daurada ha organizado una jornada de formación para que los empresarios de la zona mejoren sus "maneras" de vender/distribuir en Internet su oferta de Apartamentos Turísticos. La asociación apuesta por una mejora de los procesos de venta y distribución, para que el nivel de reservas de este año sea superior al del año pasado.

Esta temporada, la asociación destaca que ante la difi-

cultad de llegar a buenos resultados, los establecimientos pueden aumentar la presencia de los apartamentos en webs internacionales de venta y por otra parte, pueden optimizar los niveles de precios de venta; ya sea creando ofertas muy atractivas en temporada baja o intentando elevar los márgenes en temporada alta.

La jornada ha sido impartida por un especialista en distribución turística y gestión de Revenue, que es la técnica de fijación de precios turísticos.



La asociación apuesta por una mejora en los procesos venta y distribución.

# CEHAT firma el Manifiesto por un Turismo Accesible

CEHAT y seis comunidades autónomas han firmado el documento. Dicho manifiesto está promovido por la Red Española de Turismo Accesible - Red Estable, asociación de empresas españolas especializadas en este segmento.

Seis Comunidades Autónomas y la patronal hotelera CEHAT se han adherido ya al "Manifiesto por un Turismo Accesible". El mercado de turismo accesible está formado por 120 millones de viajeros potenciales

A través de esta iniciativa, se pretende sensibilizar a todos los agentes del sector turístico sobre la necesidad de contemplar e integrar la accesibilidad en las políticas y sistemas de gestión.

El Manifiesto "Por un Turismo Accesible" hasta el momento ha sido apoyado y firmado por Cataluña, Baleares, Castilla y León, Galicia, La Rioja y Navarra. "Se espera que en los próximos días lo hagan el resto de comunidades autónomas", ha informado Red Estable.

El Manifiesto también se ha hecho llegar a la nueva Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego. "Entre los puntos clave del documento, cabe destacar el derecho de todos a ser turistas con la máxima autonomía, la necesidad de contemplar la accesibilidad en todos los eslabones de la cadena de la experiencia turística, la implementación de soluciones para la eliminación de todo tipo de barreras y no solo las arquitectónicas, asegurar un trato no discriminatorio o que la accesibilidad debe entenderse como un factor intrínseco a la calidad turística sin aumento de precio alguno", explica la asociación de empresas.

Según los últimos estudios realizados para la Secretaría de Estado de Turismo, existen más de 120 millones de turistas potenciales de este segmento, estimación que incluye el segmento de población de personas con discapacidad, el de personas mayores con alguna discapacidad asociada, las personas con necesidades especiales y teniendo en cuenta que todos estos colectivos suelen viajar acompañados.

Por estos motivos, CEHAT y las seis comunidades autónomas mencionadas anteriormente han decidido firmar este manifiesto para integrar a parte de la población con algún tipo de discapacidad a que puedan realizar sus viajes.

# El Rey inaugurará en Madrid la III Cumbre del Turismo de CEOE

La III Cumbre del Turismo tendrá lugar el 26 de abril en el Hotel Meliá Castilla, reuniendo a las principales Organizaciones de los diferentes segmentos turísticos y a los líderes del Sector. El evento, cuya celebración fue aplazada por el adelanto electoral, será inaugurado por el Rey Don Juan Carlos, junto a Rosell y Gaspart.

Bajo el lema 'Liderando el Futuro', la III Cumbre del Turismo, organizada por el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), se convertirá en la cita del año para el Asociacionismo en los diferentes segmentos que engloba el Turismo. Después de haber sido aplazada con motivo del adelanto electoral, finalmente se celebrará el 26 de abril en el Hotel Meliá Castilla de Madrid.

El Rey de España será el encargado de inaugurar el evento, ratificando una vez más el compromiso de la Casa Real con el Sector Turístico, tal y como ha demostrado con la presidencia de honor de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), así como con la inauguración de la Feria Internacional de Turismo (Fitur). El Monarca estará acompañado por el presidente de CEOE, Juan Rosell, y su homólogo en el Consejo de Turismo, Joan Gaspart. La jornada, que congregará a los líderes del Sector y a los máximos responsables de las principales organizaciones empresariales, comenzará con la intervención del secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, que abordará las situaciones y perspectivas del Turismo mundial.

#### Líderes de las Organizaciones

Posteriormente, precediendo al acto inaugural, que será a las 12.00 horas, tendrá lugar la primera mesa de organizaciones empresariales, en la que estarán los presidentes de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, que forma parte de la Comisión permanente del Consejo de Turismo de la CEOE, José María Rubio de la Federación Española de Hostelería (FEHR); de CEAVyT, Rafael Gallego; de la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA), Manuel López; y de la Mesa del Turismo, Abel Matutes.

A continuación, tras la intervención de Don Juan Carlos, se celebrará la segunda mesa, en la que estarán presentes los máximos responsables de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (FENEVAL), Carlos Jiménez; la Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM), Aurelio Bisbe; la Asociación Española de Parques Temáticos y de Atracciones (AEPA), Antonio

Peláez; la Federación de Salas de Fiesta, Baile y Discoteca de España (FASYDE), Juan Martínez-Tercero; el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones; la Federación Española de Asociaciones de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC), Víctor Serrano; y Exceltur, Fernando Conte.

Una vez concluidas las intervenciones de los presidentes de las organizaciones empresariales, tendrá lugar un almuerzo de trabajo con el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, y la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego. Durante el mismo, el presidente del Consejo de Turismo aprovechará para presentarles las principales conclusiones del evento. La III Cumbre del Turismo concluirá con la intervención del ministro.



III Cumbre del Turismo de CEOE.

# Ingeniería Hotelera: repensando los recursos y costes

Es el momento de que la industria hotelera apueste por las tecnologías innovadoras para aumentar la competencia

En un momento de crisis, la industria hotelera, tal y como se señaló en Fitur, debería de apostar por las tecnologías innovadoras para poder diferenciar su posicionamiento en el Sector, aumentar la competencia y salir reforzado de la situación actual. Ingeniería Hotelera nace de esta manera como el primer servicio de ingeniería de procesos especializada en el sector hotelero. Una de las muestras que proponen se basa en redifinir la gastronomía de un establecimiento, y para ello proponen diferentes ejemplos prácticos.



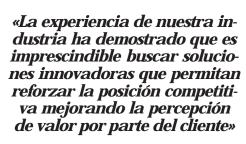
JOAN CRUZ

PRESIDENTE DE EXECUTIVE SEARCH

En un momento como el actual, con una situación económica compleja que representa un reto para nuestro sector, cabe replantearse las tareas que debe abordar el empresariado de la industria turística no sólo para superar la crisis sino, y ante todo, para salir reforzados de ella.

Como bien se señaló en Fitur, ahora es el momento para que la industria turística española apueste de manera decisiva por la innovación para ganarle terreno a un entorno global cada día calidad de las materias primas y reduciendo el coste de personal. Lo primero genera a la larga mayores costes por menor rendimiento y lo segundo un incremento en las cargas de trabajo, ineficiencias, retrasos en el servicio y un empeoramiento del clima laboral. El verdadero reto está por tanto en saber recortar gastos sin sacrificar la calidad y el valor añadido del servicio al cliente, y para ello es necesario saber desarrollar ideas imaginativas.

La experiencia de nuestra industria ha demostrado que es imprescindible buscar soluciones innovadoras que permitan reforzar la posición competitiva mejorando la percepción de valor por parte del cliente (a través de la relación calidad - precio) y reduciendo costes sin afectar significativamente a la oferta. Ello permitirá la mejora de la rentabilidad asegurando la satisfacción de los clientes. Esto, en suma, se define en una máxima: la creatividad en la búsqueda de auténticos elementos diferenciadores en la oferta y la eficiencia se ha convertido en un factor clave de éxito.



más competitivo. Pero al hablar de innovación no debemos sólo pensar en clave tecnológica (que hoy ya nadie cuestiona) sino que debemos mirar puertas adentro para reflexionar sobre los recursos con los que ya contamos y que pueden convertirse en nuestro activo más valioso para lograrlo. Repensemos nuestra organización: eso ciertamente es innovar.

La optimización y la profesionalización son las patas básicas Bajo esta premisa la 'Ingeniería Hotelera', ofrece a las empresas soluciones innovadoras para gestionar de manera racional sus recursos y reducir costes. Su planteamiento, innovador en el sector turístico, permite dejar atrás la tendencia a relacionar la reducción de costes con una inevitable disminución en la calidad que suponen las tradicionales reducciones que hemos visto.

Ingeniería Hotelera nace de esta manera como el primer servi-

«Bajo esta premisa la 'Ingeniería Hotelera', ofrece a las empresas soluciones innovadoras para gestionar de manera racional sus recursos y así poder reducir los costes»

para asegurar el futuro de un sector tan atomizado como el hotelero. Sin embargo ante la actual coyuntura, que ha impuesto situaciones de urgencia para la recuperación del Margen Neto, muchas empresas hoteleras han abordado una reducción de costes disminuyendo la cantidad y

cio de ingeniería de procesos especializada en el sector hotelero. Los equipos de expertos ya existentes hoy en el mercado, con una larga experiencia en gestión de hostelería, están centrados en la creación de valor para los clientes a través de un rediseño racional de los procesos y una optimi-



Redefinir la gastronomía en un establecimiento hotelero puede ayudar a aumentar la competitividad del mismo.

zación lógica de recursos. Ayudan a los establecimientos de alojamiento turístico a optimizar los recursos materiales y humanos en todas sus áreas para ser eficaces y sobretodo eficientes en el logro de los objetivos, y con ello incrementar el valor. Es decir, maximizar la satisfacción de los clientes empleando menos recursos, con el consiguiente ahorro de costes de explotación.

Ofrecen un amplio abanico de soluciones organizativas, operativas y tecnológicas basadas en la experiencia y en investigaciones pioneras que abarcan la gestión, la tecnología, la formación y la producción. Existen ofertas que incluye tantos proyectos como áreas que pueden ser repensadas en un establecimiento hotelero: Reingeniería en Cocinas, en Restaurantes, en Departamentos de Pisos, en el Departamento de Mantenimiento y Energías, en el Departamento de Recepción, en el departamento de Bares, en el departamento de Lavanderías o en el rediseño de activos. En todo ellos la Ingeniería Hotelera puede obrar auténticos milagros.

# Repensando la gastronomía de un establecimiento: un ejemplo de Ingeniería Hotelera

¿Cómo se traduce este proceso de Ingeniería Hotelera? Veamos un ejemplo práctico: gama anticipada y de ensamblaje. En el caso de una pequeña cadena que tenga tres hoteles en la misma zona la quinta gama consistiría en centralizar el servicio de cocina en uno de los hoteles y que desde ese se sirviera al resto.

Importar este ejemplo a otros casos sin profundizar en las particularidades de cada establecimiento o Grupo hotelero podría suponer un suicidio empresarial sin haber antes profundizado en la organización, teniendo en cuenta sus ventajas y debilidades. Cuando un hotel contrata un equipo experto en ingeniería hotelera, por ejemplo, para que desarrolle un proyec-

to de 'Reingeniería Gastronómica', busca mejorar su oferta gastronómica y optimizar la producción en Cocina para el incremento de la eficacia y eficiencia de los procesos de producción de alimentos.

Para lograrlo realiza, en primer lugar, una completa Auditoría de la Cocina y Servicio de Buffet del establecimiento, recabando información y valorando distintas va-

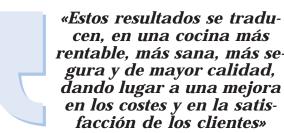
y equipo directivo del establecimiento, se realiza un desarrollo completo y detallado de dichas propuestas de mejora: especificaciones de materias primas, escandallos, ruedas de menús, recetas y fichas de coste de elaboración de platos, redistribución de zonas en cocina, especificaciones de maquinaria y equipos, Identificación y evaluación de

«Cuando un hotel contrata un equipo de ingeniería hotelera, por ejemplo, para que desarrolle un proyecto de Reingeniería Gastronómica', busca mejorar su oferta gastronómica»

riables. Ello incluye su oferta gastronómica; las materias primas que utiliza, el almacenaje y conservación; sus instalaciones, maquinaria y equipos; los procesos de producción que realiza; las técnicas culinarias que emplea; su plantilla de personal; su estructura de costes; y el nivel de satisfacción de los clientes.

Tras esta rigurosa toma de datos, análisis y valoración, elabora un exhaustivo Informe en el que se identifica y se describe proveedores, planificación de la producción, descripción de operaciones de producción, determinación de funciones y actividades por puesto de trabajo y desarrollo e impartición de cursos de formación.

Finalmente, se asesora en la implantación y puesta en marcha de las actuaciones y se efectúa un control del resultado de las mismas. Y estos resultados se traducen, en una cocina más ren-



una serie de propuestas de mejora, Estas propuestas se evalúan y ordenan en función de su facilidad de implantación y de su impacto en costes, productividad, calidad y variedad.

Una vez consensuadas, seleccionadas y priorizadas las mejoras propuestas, con la propiedad table, más sana, más segura y de mayor calidad, dando lugar a una mejora en los costes y en la satisfacción de los clientes. Es en el actual contexto de crisis donde lograrlo no sólo nos reforzará, sino que nos impulsará a una posición de liderazgo cuando la dejemos atrás.







Tu Fundación Te ayudamos a integrar

# ¿Cómo incrementar la rentabilidad en la gestión de mis activos?

Los activos inmobiliarios están lastrando beneficios y rentabilidades de las compañías, que lo achacan a la crisis

El Property & Facility Management Director de NE-INVER y vicepresidente de la Asociación Internacional de Facility Management (IFMA), Pedro García Carro, analiza la importancia de la gestión de los activos, ya que con el efecto de la crisis estos consiguen lastrar beneficios y rentabilidades a las compañías. Por ello, hay que tener los deberes hechos, para que el mal sea menor, y los resultados de una empresa puedan mejorar. Para incrementar la rentabilidad de un activo se deben cumplir las expectativas de los grupos de interés vinculados al espacio productivo.



Pedro García Carro

VICEPRESIDENTE DE IFMA

Es una cruda realidad, independientemente del sector en el que se trabaje: los activos inmobiliarios están lastrando beneficios y rentabilidades de las compañías y como no, todo lo achacamos a la crisis.

¿Pero eso implica que no hay margen de mejora? Yo no estoy nada de acuerdo. Es más, creo que queda mucho por hacer. La crisis es dura, pero lo será menos para aquellos que hagan los deberes, aunque eso implique cambiar de mentalidad. La gestión de activos es una pieza clave en los resultados de una empresa y lo que se ha venido haciendo en los últimos años, ya no siempre es suficiente. Hay que esforzarse, y mucho, pero el esfuerzo merece la pena porque va a incidir de manera directa en los resultados; y esto es de importancia capital para cualquier empresa.

El objetivo es conseguir que el activo sea rentable, pero la rentabilidad se sustenta en la actividad productiva que llevan a cabo los inquilinos (departamentos o gestores), quienes, a su vez, dependen de los resultados que obtengan de la interacción con sus clientes (usuarios de productos y servicios o empleados).

Para definir los elementos que determinan la rentabilidad, es necesario tener en cuenta tres grupos de interés, que se podrían representar en un esquema de pirámide; éstos son el propietario; el inquilino y los clientes.

Hecho esto, debemos tener claras las relaciones que existen entre estos grupos de interés. En líneas generales, los clientes generan recursos que soportan la actividad del inquilino quienes, a su vez, sostienen al propietario del activo.

Hasta ahora, los esfuerzos se concentraban en el propietario, que asume, en principio la mayor carga (es el que arrienda), pero una gestión más eficiente del activo implica empezar por la base de la pirámide, es decir, definir qué servicios necesitan los clientes (usuarios del producto y servicio y empleados) y los criterios que permitirán medir su satisfacción para, posteriormente, centrarse en las expectativas del inquilino.

Si estos dos niveles están satisfechos, el rendimiento del activo, desde el punto de vista del propietario, habrá crecido. Esto se debe a que se habrá reducido la

La propiedad del inmueble espera obtener la mayor rentabilidad posible, reducir el número de inversiones extraordinarias y planificarlas al máximo, conseguir bajos niveles de morosidad, y no desviarse del presupuesto de explotación. Por su parte, el inquilino busca potenciar su productividad, pagar la menor renta posible, reducir los gastos comunes y obtener un buen servicio. Para el cliente, lo más importante es que su experiencia de uso (comprar, dormir, trabajar, etc.) sea lo más positiva y agradable posible, y esto depende del espacio productivo en el que realiza estas actividades. Finalmente, el proveedor del servicio espera que su desempeño se evalúe a partir de criterios objetivos y necesita disponer de la información y las herramientas adecuadas para realizar su trabajo correctamente.

#### **Facility Management**

Estos planteamientos teóricos tienen su aplicación práctica, que hemos podido verificar a lo largo de 20 años de experiencia en la gestión de activos en Neinver. Este modelo es la base del para el desarrollo de herramientas destinadas a optimizar el rendimiento de los edificios y a definir planes de acción que satisfagan las expectativas de cada uno de los grupos de interés, a partir de indicadores cuantificables.

El Facility Management tiene como objetivo incrementar la rentabilidad del activo y hacerlo más eficiente, influyendo directamente en su cuenta de resultados; de hecho, se pueden obtener ahorros energéticos de un 45% o conseguir una reducción de un 35% en los contratos de servicios, que, según nuestra experiencia, incrementa la satisfacción del cliente en un 30%

El Facility Management ofrece una visión estratégica de la gestión de activos, que permite definir no solo los indicadores más adecuados, sino contextualizarlos en función del propósito o el uso principal del ción de los parámetros que afectan a los clientes.

En el caso de un hotel, el nivel cliente corresponde al huésped, un grupo de interés clave en el negocio hotelero. En un alojamiento, el cliente busca disfrutar de una experiencia concreta, que se puede asociar a una serie de indicadores, como el confort, la temperatura, la humedad, la limpieza de baños, la calidad de las instalaciones, etc. Medir estos factores es un paso indispensable para poder garantizar la sa-



«La rentabilidad se sustenta en

la actividad productiva que lle-

van a cabo los inquilinos (depar-

tamentos o gestores), quienes, a

su vez, dependen de los resulta-

dos que obtengan de la

interacción con sus clientes»

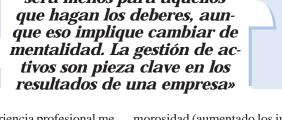
La pirámide de la rentabilidad de un activo.

tisfacción del cliente y para optimizar el coste de "suministrar" el servicio en las condiciones óptimas. En este contexto, el precio es asunto de otro debate, aunque el cliente espera que los precios sean lo más competitivos posible.

El gestor del activo siempre querrá pagar menos rentas y servicios comunes para maximizar los ingresos, un alquiler adecuado para un volumen de ingresos nuestra ocupación y una planificación optimizada de inversiones debe lograr una mayor rentabilidad de nuestro activo.

Parece claro que es necesario un cambio de cultura en la gestión de los activos a favor de un modelo de gestión más sofisticado que de la importancia correspondiente a cada grupo de interés y en el que ganen protagonismo otros niveles de la pirámide de rentabilidad que se com-

«La crisis es dura, pero lo será menos para aquellos



Mi experiencia profesional me ha enseñado que para incrementar la rentabilidad de un activo se deben cumplir las expectativas de los grupos de interés vinculados al espacio productivo, pero ¿qué consideramos espacio productivo? Es cualquier área en la que se desarrolle una actividad profesional. Una tienda, una gasolinera, un edificio de oficinas, una fábrica, un centro comercial o un hotel son un espacio productivo.

Y, ¿qué entendemos por rentabilidad? Es frecuente que sólo se hable de rentabilidad desde la óptica del propietario, que es el que paga pero, desde mi punto de vista, esto es un gran error porque la rentabilidad de éste no es el principio, sino el fin.

La pirámide de la rentabilidad: ¿quién es quién?

morosidad (aumentado los ingresos); además, disminuirían los costes de explotación poniendo en valor la comercialización de los espacios del activo y se habrá controlado la inversión garantizando una rentabilidad concreta. Pocas compañías han comprendido e integrado este esquema de gestión de activos, pero las que lo han hecho, han logrado mantener o incrementar su valor.

Ahora bien, en esta pirámide es necesario incluir otro grupo de interés que en muchas ocasiones se olvida y que es parte clave de la gestión de un establecimiento: el proveedor, y que debe compartir y ser partícipe de la misma cultura del servicio. No obstante, como grupo de interés, también tiene sus expectativas al igual que el resto de actores implicados.

determinado obviamente mejora los beneficios de explotación y llegados a este punto, es clave optimizar el consumo energético en porcentajes consistentes.

En el caso de los hoteles puede darse, además, que la propiedad y la gestión del hotel estén en las mismas manos. En casos como este, un modelo de gestión basado en los principios del Facility Management tiene más sentido si cabe, porque la rentabilidad es la máxima prioridad, entendida como ese punto intermedio en el que hay que optimizar los costes de explotación con un buen proyecto que, aparte de ser sostenible en el tiempo, cuente con unas rentas adecuadas al GOP (Gross Operative Profit). La competitividad debe provocar que aumente portan, en líneas generales, como clientes entre sí.

Igualmente, es importante tener en cuenta que un edificio debe ser diseñado desde el punto de vista de la explotación y la operativa, no sólo respondiendo al atractivo estético o al afár de conseguir premios y reconocimientos, porque un edificio cuya explotación no pueda ser optimizada no será rentable, y es que la gestión de activos no es simplemente seguir un presupuesto de gastos.

Hay que medir para mejorar. Y como medir es fundamental para poder tomar decisiones debe hacerse con rigor. De este delicado balance depende obtener más recursos, ahorrar dinero y convertir los activos hoteleros en un signo positivo en nuestra cuenta de resultados.



# La información profesional no es un juego de niños

El Periódico NEXOTUR
ofrece, cada semana,
la información más útil,
rigurosa y comprometida
con el Sector.
Sin rumores, ni vida social
o datos sin contrastar.
Un instrumento de trabajo
al servicio del agente
de viajes emisor y en
defensa de sus intereses.

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

3 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119/28080 Madrid



De Profesional a Profesional

# Todo sobre financiación para la rehabilitación hotelera ¿Hay dinero para inversiones turísticas? Sí

Jaime Cavero. Socio director de Dyrecto Consultores

L SOCIO DIRECTOR de Dyrecto Consultores, empresa líder en la obtención de subvenciones para inversiones hoteleras, Jaime Cavero, analiza en esta entrevista las claves de la inversión en el sector turístico.

Pregunta: ¿Qué es Dyrecto?

Respuesta: Dyrecto Consultores, está formado por un grupo de asesores especializados en la obtención de financiación y subvenciones a reformas hoteleras e inversiones turísticas en general, realizadas tanto en España como en el exterior, somos socios de la CEHAT desde hace 15 años e intentamos aportar nuestra dilatada experiencia, al sector en este momento de gran dificultad para el acceso a la financiación.

#### P: Tras Fitur ¿qué percepción tiene del sector?

R: En la última edición de Fitur, y con esta ya llevamos 16 participaciones, hemos asesorado a un número creciente de empresarios con necesidad de rehabilitar sus establecimientos, como mejor vía para asegurar su futuro y con dificultades para encontrar los fondos necesarios. El acceso a la financiación requiere de mucha más dedicación., por lo que el conocimiento que tenemos de las vías que actualmente están aprobando realmente préstamos, nos permite seleccionar las más adecuadas dentro de las 600 oportunidades que existen, y concentrar todos los esfuerzos donde más probabilidades hay. Gracias a nuestra experiencia y a que tocamos varias puertas previamente seleccionadas, estamos consiguiendo desbloquear muchos proyectos que se encontraban parados por no contar con la financiación suficiente.

Hoy día la financiación de un proyecto no puede provenir de una única vía o entidad, sino que una buena financiación es la suma de todas las posibilidades a nuestro alcance, incluidas las subvenciones a fondo perdido.

#### P: En cuanto a las subvenciones a fondo perdido, ¿hay dinero?

R: Existen muchos fondos disponibles y libres, tanto a nivel europeo como estatal que se pueden destinar a la rehabilitación. España ha conseguido autorización para volver a planificar el destino de los fondos FEDER y FSE todavía no utilizados, 10.000 millones de euros y 2.000 millones de euros respectivamente (más del 30% del presupuesto total previsto desde 2007-2013).

A nivel estatal estamos trabajando junto a la CEHAT para conseguir que el sector sea considerado "sector estratégico", condición necesaria para tener acceso a los préstamos que concede el Ministerio de Industria (15 años, 5 de carencia, 0% de interés y sin exigencia de garantías ni análisis bancarios). Dentro del Plan integral del Turismo esperamos conseguir una nueva línea de mediación ICO turismo, en la que una parte importante del riesgo sea cubierta por la administración pública, para que el banco apruebe con más facilidad y menos exigencias de garantías.

Adicionalmente, otra novedad importante para las subvenciones del 2012 es que los In-



El socio director de Dyrecto Consultores, Jaime Cavero.

centivos Económicos Regionales (IER) -que cuentan con cuantiosos fondos FEDER garantizados- ya están flexibilizando muchas de las exigencias que han existido para que las inversiones en modernización de establecimientos turísticos puedan beneficiarse de estas importantes ayudas a fondo perdido que permiten recuperar hasta el 40% de la inversión.

Para conseguir esta ayuda es imprescindible hacer un gran esfuerzo para presupuestar todas las reformas e inversiones que son necesarias en el estableci-

miento hasta conseguir superar el importe mínimo que nos exigen, sabiendo que el establecimiento dispone de varios años para ir realizando poco a poco toda la inversión aprobada. Los IER subvencionan la realización de grandes inversiones (o muchas pequeñas reformas acumuladas en los próximos ejercicios), iniciadas siempre con posterioridad a su solicitud, y con un plazo de ejecución muy holgado, dos años prorrogables.

P: ¿Qué recomendación daría a un propietario hotelero con ne-

#### cesidad de actualizar o rehabilitar su establecimiento y que no acaba de tenerlo claro?

R: Para que un empresario aproveche todas las vías de financiaciones actuales y futuras y no pierda ninguna oportunidad, el mejor camino es informar a Dyrecto de las inversiones que necesita realizar para los próximos dos años, aunque no tenga la aprobación de su Consejo.

Los técnicos de Dyrecto hacen un traje a medida y van localizando las ayudas que se pueden aplicar en cada momento y avisándole de las novedades, sabiendo que Dyrecto cobra en función a los resultados positivos conseguidos.

Los hoteleros deben saber que existen fondos suficientes, pero solo para beneficiar aquellos proyectos que se soliciten primero y que antes consigan superar favorablemente todos los informes técnicos de aprobación que realizan las distintas administraciones públicas implicadas. Cada solicitud presentada debe de cumplir numerosos criterios de selección que defendemos adecuadamente mediante informes y memorias técnicas, incidiendo en los aspectos más valorados por cada una de las Administraciones que participan: europea, estatal y autonómica.

La CEHAT dispone de un acuerdo con Dyrecto consultores para facilitar el acceso a las ayudas y subvenciones de todo aquel asociado que lo desee, simplemente llamando al 902 120 325 o bien enviando un email dyrecto@dyrecto.es.

#### **ENTIDADES COLABORADORAS**

neas de financiación. Contacto: 902.120.325

## **ESCUELA PROFE-**

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

#### **CEPSA**

**ANEKS3** 

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

#### **DYRECTO**

Este Grupo de consultoría compuesto por ingenieros, economistas y auditores tiene como fin la búsqueda de información y gestión de informes para obtener subvenciones y lí-

#### SIONAL DE HOSTELERIA DE **JEREZ**

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

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

#### **HBD CONSULTING**

Empresa especializada en acciones de marketing y ventas para el sector hotelero. Entre sus servicios destacamos las campañas comerciales a través de su call center y la implementación de proyectos de upselling y crosselling.

Contacto: www.hbdconsulting.es info@hbdconsulting.es Tel. 902 020 879.

#### IDAE (INSTITUTO PARA LA DI-VERSIFICACIÓN Y AHORRO **DELA ENERGÍA**)

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

#### "LA CAIXA"

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

**MYPROVIDER** 

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

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

#### **RATE TIGER**

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

Contacto: 677.42.66.38

#### RENTOKIL INITIAL

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

#### **WILLIS IBERIA**

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

# Estimaciones y tendencias acerca del sector turístico en el año 2012

La promoción turística se apoya cada vez más en las nuevas tecnologías y en la creación de campañas

El director del Grado de Turismo de IE University, Raúl Revuelta, analiza las tendencias del sector turístico en el año 2012. Tras el impacto de FITUR, marcado por la crisis, y por una dis-

minución del número de expositores, Revuelta opina que la nueva tendencia para promocionar el turismo son las nuevas tecnologías y la creación de campañas. No obstante, la Organización Mundial de Turismo ha asegurado que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,4 % hasta alcanzar los 980 millones frente a los 939 millones de 2010.



DIRECTOR DEL GRADO DE TURISMO DE IE UNIVERSITY

La crisis, unida a la reorientación de la estrategia promocional de destinos y empresas turísticas, ha tenido como consecuencia inmediata en la última edición de FITUR la reducción del número de expositores de los 10.434 de 2011 a unos 9.500 de la presente edición, con notables ausencias como Francia o Suiza. Atout France, la agencia oficial de promoción turística de Francia, justificaba su ausencia como conse-

lento, hasta alcanzar la cifra de los mil millones. En 2011, según los datos publicados en el último Barómetro OMT del Turismo Mundial, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,4 % hasta alcanzar los 980 millones frente a los 939 millones de 2010. Los mejores resultados en ese año los encontramos en América del Sur con un crecimiento del 10 %, con América Central y el Caribe manteniendo las tasas de crecimiento de 2010 (+4 %). Debemos destacar también aquí los buenos datos de Europa, región que obtuvo un crecimiento del 6 %, hasta llegar a la cifra de 503 millones de turistas. Los buenos resultados de países europeos como España se han debido, en buena parte, a la búsqueda de destinos refugio y a la consiguiente reorientación hacia ellos de los mercados emisores como Escandinavia. Alemania o Reino Unido como resultado de la inestabilidad política e inseguridad en Oriente Medio y el Norte de África.

En cuanto a las principales tendencias que van a definir la acti-



Un 60 % de los consumidores que buscan información sobre un destino la obtienen a través de las redes sociales.

«A pesar de la incertidumbre económica la previsión de la Organización Mundial de Turismo para el presente año es que el turismo internacional seguirá creciendo, aunque a un ritmo más lento»

cuencia de la aparición de nuevos operadores "online" que facilitan la venta directa, restando importancia a las ferias de turismo que como FITUR han visto reducido su impacto sobre la comercialización de destinos. Además, la promoción turística se apoya cada vez más en las nuevas tecnologías y en acciones muy específicas, como campañas y workshops concebidos "Taylor made" en función del público objetivo.

vidad turística en el 2012 podemos destacar las siguientes:

Crecimiento de los mercados emergentes. Los mercados emergentes. Los mercados emisores indio y chino, y en menor medida los mercados ruso y brasileño, van a tener un papel cada vez más importante. En 2011 China (+38 %), Rusia (+21 %), Brasil (+32 %) e India (+32 %) se situaron a la cabeza de los diez países con mayor gasto turístico.

Desarrollo de la interactividad. El uso intensivo de Internet por

«Los mejores resultados en ese año los encontramos en América del Sur con un crecimiento del 10 %, con América Central y el Caribe manteniendo las tasas de crecimiento de 2010»

A pesar de la incertidumbre económica presente y de las estimaciones negativas para el 2012 de los organismos internacionales, la previsión de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para el presente año es que el turismo internacional seguirá creciendo, aunque a un ritmo más

parte de los turistas, y especialmente a lo largo de toda la experiencia de viaje, desde sus fases iniciales de búsqueda de información hasta la fase posterior al viaje, requiere de respuestas tecnológicas por parte de todos los agentes que conforman el destino turístico. Las principales áreas de desarrollo deben centrarse en sistemas de "booking online", aplicaciones para smartphones, "Customer Relationship Management" (CRM), y "online social networking".

Las redes sociales se han convertido, especialmente con la proliferación de smartphones y otras soluciones móviles de acceso a la red, en un elemento determinante en los procesos de captación (cerca de un 60 % de los consumidores que buscan información sobre un destino la obtienen a través de las redes sociales) y fidelización de los turistas, pero sobre todo estamos ante una oportunidad única de crear una relación personal con nuestros clientes. El tiempo empleado por cada uno de nosotros en el uso de las redes sociales representa ya un 25 % del tiempo que pasamos en Internet.

En cuanto a la fidelización de los clientes, los datos demuestran cómo las redes sociales son cada vez más una plataforma que los turistas utilizan para mostrar su fidelidad con sus marcas favoritas. Y un detalle que no podemos olvidar es que muchos de ellos esperan ver recompensado su "apostolado" con alguna forma de compensación, descuentos y ofertas especiales, que incentiven su labor.

Búsqueda de la mejor relación valor/precio (Más por menos). La crisis ha cambiado nuestros hábitos de consumo y la caza de ofertas se está convirtiendo en una característica esencial en la pauta de comportamiento de los consumidores. Esto unido a la gran competitividad existente obliga a los operadores a desarrollar fórmulas de promoción y

venta cada vez más novedosas e innovadoras. Por este motivo, el posicionamiento de nuestro destino debe estar basado en la de los servicios contratados se consolidará a lo largo del 2012. Lejos van quedando los tiempos en que familias y particula-

«En 2011 China (+38 %), Rusia (+21 %), Brasil (+32 %) e India (+32 %) se situaron a la cabeza de los diez países con mayor gasto turístico.Van a tener un papel importante»

pel impor

oferta de experiencias únicas y
en el desarrollo de productos
nuevos que hagan de nuestro
destino un espacio atractivo,
único y diferente de lo ofrecido

por la competencia.

La tecnología móvil y el acceso a través de la red -no solo a las ofertas sino también a las valoraciones y comentarios de otros usuarios mediante plataformas como TripAdvisor-, garantizan a los consumidores la mejor oferta y la mejor relación

res, especialmente en los mercados emisores maduros, planificaban sus vacaciones y estancias con meses de antelación.

Junto con esta tendencia del "último minuto" asistimos a una mayor flexibilidad en cuanto a fechas, duración de las estancias e intensidad en el disfrute de las experiencias.

Sostenibilidad y Turismo responsable. Me gustaría terminar este artículo con una última tendencia, pero que al mismo tiem-



«El uso intensivo de Internet es básico para los turistas, y especialmente a lo largo de toda la experiencia de viaje, desde sus fases iniciales de búsqueda de información hasta la fase posterior al viaje»



calidad/precio en el servicio contratado.

Cultura del "last minute". El nuevo escenario de incertidumbre ha hecho más conservadores a los consumidores y especialmente a los turistas. La tendencia de acercar la decisión de compra al momento de disfrutar po esconde un deseo por mi parte, relacionada con el crecimiento de una oferta y una demanda cada vez más comprometida con la sociedad y el medioambiente. En definitiva, que caminemos con pequeños y continuos pasos hacia un turismo cada vez más sostenible.

# Fundación CEHAT pone en marcha otro nuevo proyecto de integración laboral de mujeres con discapacidad intelectual

El curso se ha realizado en las instalaciones de 12 establecimientos de la cadena Meliá Hotels International

La Fundación CEHAT y Meliá Hotels International desarrollan conjuntamente un proyecto de sensibilización, formación, prácticas e integración laboral en el sector hotelero de 13 mujeres con discapacidad intelectual. El curso ha sido diseñado por personal de la Fundación Cehat y tiene una duración de 215 horas, que se imparten en 12 hoteles de la

cadena Meliá Hotels International. Una vez el curso haya finalizado, la fundación comenzará a trabajar para poder facilitar la contratación de las participantes en el mismo.

El proyecto consiste en la impartición de un curso de formación teórico-práctica realizado en las instalaciones de 12 hoteles de la cadena Meliá Hotels International ubicados en Madrid, y en la posterior integración laboral en el sector hotelero de las alumnas participantes en el mismo.

En el proyecto participan 13 mujeres con discapacidad intelectual, cuatro de las cuales son además víctimas de violencia de género y que actualmente se están formando en el perfil profesional de camareras de pisos. FSC-Inserta, ADISLI y Fundación Ser han sido las entidades que se han encargado de la selección de las participantes.

El curso ha sido diseñado e impartido por personal de la Fundación CEHAT y tiene una duración de 215 horas repartidas en diez semanas, de las cuales las tres primeras se destinan a formación teórica y las siete siguientes a formación práctica. La formación teórica se inició el pasado día 16 de enero y se impartió en las instalaciones de los hoteles Meliá Galgos, Meliá Madrid Princesa y TRYP Menfis Washington. Desde el pasado día 6 de febrero se están desarrollando las prácticas formativas en los hoteles Gran Meliá Fénix, Me Madrid Reina Victoria, Meliá Barajas, Meliá Galgos, Meliá Madrid Princesa, TRYP Alameda Aeropuerto, TRYP Alondras, TRYP Ambassador, TRYP Atocha, TRYP Centro Norte, TRYP Cibeles y TRYP Menfis Washington, todos ellos ubicados en Madrid, y están siendo tutorizadas y supervisadas día a día por las Gobernantas de los citados hoteles.

La finalización del curso está prevista para el próximo 23 de marzo, momento a partir del cual la Fundación CEHAT comenzará a trabajar para facilitar las contrataciones de las participantes.

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 e implementación 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 hotelero 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



Las alumnas durante la formación teórica.

el futuro y puedan ser, en definitiva, más libres.

Con la realización de este proyecto, la Fundación CEHAT continúa desarrollando su función de integración laboral de personas de colectivos en situación o riesgo de exclusión social en el sector hotelero y turístico español, de ayudar al sector al cumplimiento de la obligación de reserva de cuota del 2% de los puestos de la plantilla a favor de personas con discapacidad en las empresas de más de 50 trabajadores que establece la Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI), y de sensibilización de los empresarios y trabajadores del sector, a los cuales desde aquí anima a participar en sus proyectos y poder beneficiarse así de las ventajas económicas y sociales que ello conlleva. Además, y como fruto de la especial sensibilidad que la Fundación CEHAT tiene con el colectivo de las mujeres víctimas de la violencia de género, la cual se plasmo expresamente en el convenio de colaboración que firmó el día 22 de noviembre de 2010 con el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, en todos los programas que organiza intenta que alguna de las participantes sea de este colectivo, como en el presente caso en el que 4 de las 13 alumnas, además de tener una discapacidad, reúnen esa condición.

La Fundación CEHAT aprovecha esta ocasión para manifestar su profundo agradecimiento a la cadena Meliá Hotels International en general, y a su equipo de Recursos Humanos en particular, por su participación decidida en el mismo y por la enorme implicación de los profesionales de la cadena y anima al resto de hoteles a que se sumen a este programa mediante la posterior contratación de las mujeres participantes en el mismo.

#### Meliá Hotels International

Meliá Hotels International está entre las 20 primeras empresas hoteleras a nivel internacional. Con sus más de 350 hoteles en 35 países, se posiciona hoy como la primera hotelera española con presencia en mercados clave como China, el Golfo Pérsico o los Estados Unidos, además de mantener su liderazgo en los mercados tradicionales como Europa, Latinoamérica o el Caribe. Además, posee un portfolio de Marcas renovado y diferenciado, en el que pueden encontrarse productos para todos los segmentos y tipologías de clientes:

- Entre las marcas llamadas "Premium" o Lujo, encontramos los hoteles de Gran Meliá, Paradisus y ME by Meliá.

- En el segmento superior o "upscale" se ubican las marcas Meliá e Innside.

- En el segmento midscale, los resorts de SOL Hoteles, y los urbanos TRYP by Wyndham.



Alumnas y personal de ambas entidades que han participado en el proyecto.

# Envolvente térmica: la eficiencia energética empieza por la 'piel'

La envolvente de un edificio funciona como la piel humana, aislando el edificio de su entorno

El exterior de un edificio es un órgano vivo que, como la piel humana, integra el interior con el exterior y tiene un papel clave en el equilibrio térmico y en

las condiciones internas de los edificios y en su consumo de energía. A través del Programa Hotel Sostenible, el ITH está impulsando una serie de proyectos pi-

mica a través de sus superficies

loto para mejorar la eficiencia energética de los hoteles, en este caso, centrándose en la "piel" de los edificios: la envolvente térmica.

Hablar de eficiencia energética de un edificio supone analizar una serie de sistemas recurrentes, habituales en cualquier instalación; se trata de los sistemas consumidores de energía, que se ocupan de algunos de los procesos más básicos y necesarios para el uso de sus instalaciones, esto es, iluminación, climatización, bombeo, suministros de energía y agua y, en general, cualquier equipamiento que consuma o necesite energía para su uso o para que proporcione un servicio determinado. Pero, a pesar de su importancia en el cómputo final del consumo energético, no suele hablarse en la misma medida de la envolvente del edificio, que tiene un impacto directo sobre alguno de los sistemas ya mencionados y cuya calidad puede redundar en que los equipos logren mayores reducciones de consumo.

La envolvente de un edificio funciona como la piel humana, aislando el edificio de su entorno y equilibrando las condiciones internas y externas, a través de esta superficie construida, visible desde el exterior del edificio, formada por la fachada, las cubiertas, las protecciones solares y las puertas, ventanas y marcos. Un diseño adecuado de la fachada es clave para conseguir que la demanda energética de calefacción y aire acondicionado de un determinado edificio sea lo más reducida posible, manteniendo condiciones de temperatura y aislamiento acústico confortables en el interior de las instalaciones.

Hace varias décadas, cuando aún no se había extendido uso masivo de los sistemas de climatización, la envolvente era la encargada de mantener las condiciones internas de temperatura, humedad, calidad del aire, etc. Con la introducción de equipos avanzados de climatización, estos sistemas asumieron un papel más relevante, y se convirtieron en un elemento imprescindible para conseguir las condiciones idóneas y más cómodas para los usuarios de cada establecimiento, aunque la introducción de estos equipos se tradujeron en un aumento considerable del consumo de energía global del edificio. Invertir en la envolvente térmica: oportunidad de ahorro

Actualmente, en España, existen gran cantidad de edificios que se levantaron sin ningún criterio de aislamiento porque no existían, en el momento de su construcción, reglamentos que establecieran las condiciones necesarias mínimas para tener una envolvente que contribuyese a mantener las condiciones interiores. Con la introducción de requerimientos específicos sobre aislamientos y condiciones de la envolvente en el Código Técnico de la Edificación, se inició una nueva etapa en la que se incorporaron técnicas constructivas de obligado cumplimiento, con el objetivo de que la eficiencia energética en los edificios fuese una meta global.

La tardía incorporación de medidas destinadas a atajar los problemas técnicos vinculados a la envolvente de los edificios es una desventaja, que puede ser subsanada mediante la implantación de soluciones, que conviertan este problema en una ventaja: los avances tecnológicos y los nuevos materiales disponibles ofrecen una oportunidad irrepetible para mejorar edificios con envolventes muy antiguas y poco eficientes, que producen grandes pérdidas de energía tér-

exteriores; sustituyéndolas por envolventes más precisas y flexibles, y esto supone que, por sus propias condiciones, el parque hotelero español podría beneficiarse de márgenes de ahorro muy amplios optimizando la "piel" exterior del edificio.

Los puentes térmicos son también parte importante de las envolventes y puntos críticos para la eficiencia energética del edificio. Los puentes térmicos son zonas en las que el calor fluye fácilmente; si no son convenientemente aisladas se perderá gran cantidad de energía térmica, por lo que actuar sobre ellas es esencial para mejorar el consumo energético de las instalaciones.

#### Quiero optimizar la envolvente: ¿Por dónde empiezo?

El consumo energético es una de las principales partidas de gasto de un edificio en uso, pero, en general, en el caso de los hoteles, es la segunda más importante tras los gastos de personal, por lo que tomar medidas encaminadas a reducir su coste es una prioridad, siempre que esto no implique reducir la calidad del servicio al cliente. La envolvente del edificio es un factor clave, y se puede actuar en varios frentes para maximizar su efecto en el consumo, a través de soluciones innovadoras.

Aunque el mejor escenario

posible es planificar una envolvente eficiente desde las fases más iniciales del diseño y ejecución de la obra (lo que implica ahorrar costes y conseguir resultados óptimos), los edificios más antiguos también cuentan con opciones específicas que se adecúan a cada caso. Los hoteles de obra nueva pueden incluir envolventes muy eficientes, basadas en cámaras de aire que resultan de construir la fachada externa y la pared interna como dos estructuras separadas pero conectadas, entre las que se genera un espacio vacío que funciona como un aislamiento extra, ya sea estático o dinámico (es decir, que permite que el aire circule mediante convección para controlar el flujo de calor). Pero la mayor parte de los hoteles que necesitan envolventes térmicas para optimizar el rendimiento del consumo energético son edificios ya construidos, con varias décadas de antigüedad, para los que es necesario buscar soluciones viables, tanto desde el punto de vista técnico como del económico.

Una manera de empezar sería actuar sobre el aislamiento general de la fachada, instalando sistemas SATE (Sistemas de Aisla-



Baumit instaló un sistema SATE en Hotel Oasis Islantilla.

miento Térmico en el Exterior), que implica superponer, a la superficie exterior del edificio, diferentes capas de materiales aislantes que mejoran enormemente el comportamiento térmico del edificio, reduciendo las pérdidas térmicas y mejorando el aislamiento acústico, lo que conlleva una mejora en el confort de los clientes. Como la actuación se realiza en el exterior, la instalación no perturba la actividad normal del hotel, que puede seguir en funcionamiento mientras se completa el proceso.

Otra área en la que se podría actuar sería incorporar sistemas de acristalamiento y marcos más eficientes, como por ejemplo, ventanas de doble capa, que reducen las pérdidas de energía respecto a las opciones convencionales; o marcos con rotura de puente térmico, que limitan las fugas de calor y que complementan el acristalamiento eficiente.

#### Programa Hotel Sostenible de ITH: una solución integral

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha puesto en marcha el Programa Hotel Sostenible, en el marco del Area de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, cuyo objetivo es integrar una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, logren mayores niveles de eficiencia energética y que reduzca su impacto en el entorno. Este proyecto integral implica varias áreas complementarias, y el caso que nos ocupa, se centra en la mejora de la envolvente térmica de los hoteles, que incluye dos proyectos piloto: optimizar la envolvente mediante acristalamiento inteligente y sistemas SATE, cuyo funcionamiento conjunto maximizan los resultados.

ITH ha lanzado un primer proyecto piloto dentro de este programa global, que desarrollará con Guardian Glass, y que está orientado a reducir el consumo energético gracias a la instalación de acristalamiento inteligente que permite equilibrar las necesidades de climatización a lo largo de todo el año. Este sistema dispone de un nano-recubrimiento interior que mejora el control térmico del vidrio; disminuye las pérdidas de calor desde el interior del edificio al exterior en los meses fríos, mitiga el factor solar, reduciendo las aportaciones de calor desde el exterior al interior del edificio por la radiación solar en verano, y mejora el aislamiento acústico, lo que se verá reflejado en un mayor confort del cliente.

El siguiente proyecto, que se ha puesto en marcha con la empresa Baumit, tiene como objetivo verificar el impacto de los sistemas SATE en el control del consumo energético de los hoteles. Los sistemas SATE, aplicados en la fachada del edificio, forman una envolvente térmica que elimina puentes térmicos y que consta de diferentes capas, compuestas por aislamientos de diversa naturaleza como el poliestireno expandido, la lana de roca, etc. así como de morteros adhesivos y de refuerzo, innovadores anclajes y accesorios que trabajan de forma integrada una vez finalizada la instalación.

Estas soluciones permiten reducir la actividad de los sistemas de climatización de los hoteles, disminuir el consumo y, en consecuencia, reducir la factura energética. Ambos proyectos piloto permitirán recopilar valiosa información sobre el comportamiento de ambas tecnologías y cómo se reflejan los ahorros energéticos en escenarios reales y en la cuenta de resultados de hoteles.



Un sistema SATE permite actuar sobre la fachada sin alterar las condiciones.



Los Sistemas de Aislamiento Térmico Exterior (SATE) están recogidos en la normativa europea / Es la mejor opción de envolvente térmica para hoteles / Todos los edificios con falta de aislamiento pueden beneficiarse de un sistema fácil de instalar

# "Los sistemas SATE pueden brindar ahorros de hasta un 50% en el coste de climatización de un edificio"

Fernando Arrabé. Director gerente de Baumit en España

Hotelero (ITH) ha incorporado a Baumit como socio proveedor, y en el marco de este convenio pondrá en marcha un proyecto piloto, dentro del Programa Hotel Sostenible, para actuar sobre la envolvente térmica de los edificios, a través de la instalación de sistemas SATE, que Baumit, líder de esta tecnología en Europa, fabrica y distribuye.

1 Instituto Tecnológico

Baumit es la marca de una empresa familiar austríaca de tercera generación, referencia en materiales de construcción desde hace 125 años. Baumit forma parte del grupo Schmid Industrie Holding, que ha celebrado su centenario en 2011. Con el lema "Ideas de Futuro", su objetivo ha sido traer al mercado productos que actúen aumentando la eficiencia energética a las edificaciones, línea principal de nuestros productos.

Sus centros de producción y sistemas son constantemente mejorados y revisados; su central en Wopfing (Waldegg), cerca de Viena, es la más moderna, eficiente y limpia de su clase en Europa. La filosofía de Baumit es llevar al mercado productos innovadores, de alta calidad con todas las garantías ofreciendo un asesoramiento técnico en los estudios de arquitectura e ingenierías, y apoyo directo en la obra para garantizar la correcta aplicación, que sus clientes reconocen, lo que les sitúa en posiciones de liderazgo de mercado en cada país.

#### Pregunta: ¿Qué es un sistema SATE? ¿Qué características tiene y cómo funciona?

Respuesta: Los Sistemas de Aislamiento Térmico Exterior (SATE) están recogidos en la normativa europea ETAG 004 que define las características que los productos deben cumplir para formar este sistema. De forma resumida, consisten en la instalación de una piel exterior al edificio, una envolvente térmica que le dota de aislamiento y protección frente a los elementos. La particularidad de estos sistemas es que toda la instalación se realiza por el exterior de la fachada, cubriendo así los puentes térmicos del edificio (frentes de forjados y pilares), protegiendo la estructura de cambios de temperatura, humedad, lluvia v heladas sin restar espacio al interior del edifico. Además, al actuar desde el exterior, la ocupación del edificio no se ve comprometida en su actividad, sea ésta vivienda, oficinas, hoteles, etc.

El Sistema se compone de varias capas y fases de obra. El aislamiento viene dado por las pla-



El director de gerente de Baumit en España, Fernando Arrabé.

cas de Poliestireno Expandido (EPS), extruido (XPS) o lana de roca, madera prensada, corcho, etc. que se adhieren y anclan mecánicamente a la fachada. Estas placas de aislamiento, que deben cumplir unas estrictas normas (de estabilidad dimensional, resistencia entre caras, requerimientos de comportamiento frente al fuego), se recubren con diferentes capas de productos (mortero con malla de refuerzo, imprimación y revoco de protección y decoración) que lo hace impermeable, transpirable y resistente a la intemperie y las agresiones exteriores. Las

placas de aislamiento, además, actúan como elemento flexible entre los movimientos de la estructura del edifico debidos a deformaciones o dilataciones entre diferentes

materiales, y la piel exterior, el revoco final, que no sufre

#### P: ¿Cuáles son los elementos diferenciadores que hacen de los sistemas SATE de Baumit la mejor opción de envolvente térmica para hoteles?

R: Baumit instala cada año en Europa alrededor de 40 millones de metros cuadrados de SATE en los países en los que opera, siendo el sector hotelero uno de los interesados en instalar sistemas que ahorran costes en la factura energética. Los sistemas de Baumit ofrecen todos los elementos que integran el mismo, asegurando así

la calidad de los mismos, y gracias a su gran rango de productos, adaptando cada uno de ellos a las necesidades técnicas concretas de cada establecimiento.

#### P:¿Cuáles son los edificios más adecuados en los que resulta más útil un sistema SATE?

R: Todos los edificios con falta de aislamiento pueden beneficiarse de un sistema fácil de instalar, rápido y que no interfiere en la ocupación del mismo, pero los hoteles tienen algunas características particulares: Instalación sin perjuicio del uso intensivo de sus dependencias, la necesidad de

«Los mayores ahorros se obtienen por la intervención en los edificios con un mayor gasto de energía para climatización, que varía en los hoteles según la ocupación y su estacionalidad»

> eficiencia y confort en las mismas, no reducción de espacio interior de las habitaciones, necesidad de mantenimiento en algunos hoteles, etc. La diferencia entre el coste de un mantenimiento estético, habitual en hoteles, y una instalación eficiente de ahorro energético tiene un retorno de tiempo corto después del cual el ahorro es neto.

#### P: ¿En cuánto cifra Baumit los ahorros energéticos producto de la instalación de sistemas SATE?

R: Dependiendo de las características constructivas del edificio en concreto, su ocupación v uso estacional, su situación geográfica y geometría volumétrica, la instalación de un sistema SATE puede brindar ahorros de hasta un 50% del coste de climatización del edificio, y una optimización de los costes de mantenimiento que se hacen a más largo plazo y menos costosos al evitar humedades, condensaciones que derivan en problemas estéticos, etc.

#### P: ¿En qué otros sistemas complementarios es recomendable actuar a la vez que se instala un sistema SATE y por qué?

**R:** La instalación de un SATE apunta a la envolvente de un edificio, por lo que asegurar una correcta estanqueidad del

> resto de elementos que lo conforman como ventanas, cubiertas, etc. redunda en ahorro energético. Una vez que las medidas de ahorro pasivo han sido establecidas, el

dimensionado de los equipos de climatización se puede realizar con verdaderos criterios de eficiencia sobre la demanda de energía real esperada para la climatización del edificio ur-

#### P: En cuanto a costes de mantenimiento e instalación ¿Cuál es la duración de una envolvente térmica y cada cuánto tiempo debe hacerse un mantenimiento?

R: Los sistemas de Baumit cumplen todos los requisitos de la ETAG que se ensayan para una vida útil mínima de 25 años. Las necesidades de mantenimiento del SATE son las usuales en una fachada sin problemas por humedad, sólo mantenimiento estético con una pintura que puede ser autolimpiable para incrementar aún más el periodo. Sus revocos, ya tintados, son durables y probados ante la intemperie, por lo que la lluvia y la humedad no hacen mella en ellos. Al ser productos libres de cemento, no absorben la humedad y, por tanto, la suciedad y la polución del ambiente que son los causantes de gran parte de las manchas en las fachadas de los edificios.

#### P: ¿ Es relevante la dimensión, el tamaño y número de habitaciones de los hoteles que deseen instalar un SATE? ¿Por qué?¿ Cuáles son los establecimientos más adecuados para conseguir grandes ahorros y por qué?

R: No existe un tamaño determinado para intervenir, ya que los sistemas SATE se instalan desde en viviendas unifamiliares hasta grandes bloques de viviendas y complejos hoteleros. Los mayores ahorros se obtienen por la intervención en los edificios con un mayor gasto de energía para climatización, que varía en los hoteles según la ocupación y su estacionalidad. El beneficio por tanto será mayor cuanto más se mejore la envolvente del edificio ya existente, y cuanto mayor sea su coste de climatización según su uso. Un edificio que demanda durante todo el año energía para calefactar sus instalaciones y para refrigerarlas en periodos de calor, con un aislamiento pobre en su fachada, tiene mucho que ganar mediante la instalación de un SATE en ahorro, pero también en confort de uso, y en mantenimiento.

#### P: ¿Cómo afecta la instalación de un sistema SATE a la estética del edificio? ¿Esto puede ser relevante a la hora de decidirse a instalar un sistema de este tipo?

R: Con su nuevo Sistema Cromático "Life" Baumit ha dado un salto cualitativo poniendo a disposición de los clientes unas posibilidades cromáticas y de texturas inacabable. Nuestra experiencia nos demuestra que, al margen de la posibilidad de combinar estos sistemas con otros compatibles (como fachadas acristaladas, por ejemplo) las soluciones que ponemos en el mercado se usan tanto en arquitectura moderna como en hoteles que deben guardar criterios estéticos clásicos, ya que con estos sistemas somos capaces de replicar si fuera necesario molduras, capiteles, cornisas y otros elementos decorativos arquitectónicos propios de establecimientos hoteleros urbanos.

# El ITH incorpora como socio a la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina

La Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) es la principal asociación sectorial hotelera de este país

La Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) fortalecerá con este convenio su Departamento de I+D, con el apovo v el expertise de ITH, especialmente en el desarrollo de iniciativas tecnológicas, investigación aplicada y de difusión y formación dirigida a los empresarios hoteleros interesados por la innovación y diferenciación en el sector hotelero. El acuerdo firmado con el Instituto Tecnológico Hotelero permitirá, además, que los miembros y representantes institucionales de AHT tengan acceso al programa de formación continua ITH y a información cualificada sobre el mercado de hoteles.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), centro de innovación para el sector hotelero y turístico, ha incorporado a la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) como asociado, con el objetivo de estrechar las relaciones entre los sectores turísticos y hoteleros de ambos países.

Para el Instituto Tecnológico Hotelero, este acuerdo forma parte de su estrategia de expansión internacional, cuyo objetivo es llegar a acuerdos de colaboración con asociaciones sectoriales internacionales, especialmente en países en los que el sector hotelero español tiene un papel clave, y poner en marcha proyectos de I+D+i y de divulgación, aprovechando las sinergias de estas entidades con la labor de ITH en España.

Representantes de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina y del Instituto Tecnológico Hotelero mantuvieron un encuentro durante la pasada edición de FiturTech, en Fitur 2012, en la que AHT formalizó su intención de incorporarse a este centro de innovación para el sector turístico y hotelero, adscrito a CEHAT.

Con este convenio, la AHT reforzará el trabajo de su Departamento de I&D, que dispondrá del apoyo de ITH como centro de consulta y divulgación en materia de innovación, tecnología, sostenibilidad y eficiencia energética en el sector hotelero. Asimismo, ITH asesorará de forma continuada a AHT en relación a las tendencias del mercado, nuevas herramientas y sus aplicaciones prácticas, y técnicas y estrategias para mejorar la gestión operativa, la comercialización y el marketing hotelero.

El acuerdo firmado con ITH permitirá, además, que los miembros y representantes institucionales de AHT tengan acceso al programa de formación continua ITH y a información cualificada sobre el mercado hotelero; participen como asistentes y ponentes en los numerosos eventos sectoriales que organiza o apoya ITH; disfruten de descuentos preferentes en productos y servicios que ofrecen los socios tecnológicos del Instituto Tecnológico

Hotelero; y accedan a líneas de financiación pública/privada para desarrollar proyectos de innovación, entre otras ventajas.

AHT es la primera asociación argentina que se asocia al Instituto Tecnológico Hotelero, y por esta razón, sus miembros tendrán prioridad en el diseño, participación y ejecución de proyectos piloto con empresas líderes del sector a nivel mundial, lo que permitirá que los hoteles asociados a AHT prueben nuevas tecnologías de vanguardia en condiciones muy ventajosas, lo que mejorará la rentabilidad y la imagen de los hoteles asociados.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, considera que la incorporación de AHT "es una muestra de nuestra apuesta por llevar la innovación tecnológica a todos los mercados turísticos y hoteleros, especialmente en países en los que las sinergias sectoriales con España, tienen tanto potencial como en este caso". Pablo Goldszier, Presidente de AHT, expresó que la firma de este acuerdo es, para el Comité Ejecutivo,

"muy satisfactoria", y explicó que "la Asociación decidió conformar un equipo de trabajo profesional, a nivel local, para evaluar los diferentes proyectos del ITH y definir cuales son aplicables a la hotelería argentina y a las necesidades de los asociados, para lograr el máximo beneficio de esta

alianza estratégica con el ITH". La AHT es una organización sin fines de lucro que aúna, agrupa y representa desde 1977 a los más importantes establecimientos hoteleros del país, distinguidos por la calidad de sus instalaciones y la excelencia de los servicios brindados a sus huéspedes.



De izquierda a derecha, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Nestor Minervini, Tesorero de AHT; Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT; Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT; Pablo Goldszier, presidente de AHT, Carlos Montaldo, vicepresidente segundo de AHT.

# Las 'pymes' hoteleras son las empresas españolas más activas en redes sociales

El cuarto Informe ePYME analiza la evolución y el alcance de las nuevas tecnologías en nueve sectores económicos

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) se encargó del desarrollo de la sección dedicada a la industria hotelera, que se afianza como uno de los sectores con mayor pene-

juegan un rol clave: Logística, Transporte, Hotelero, Turismo Rural, Comercio Minorista, Artesanía, Ingeniería y Consultoría, e Infraestructuras de Telecomu-

hacer; el apoyo institucional a

las PYME es fundamental para

acelerar este proceso".

mercio electrónico más avanzanicación y Agroalimentario. da, lo que sitúa al sector a las El Instituto Tecnológico Hopymes hoteleras a la vanguardia telero (ITH), centro de innovaen la integración de Tecnologías ción para el sector hotelero y tude la Información y la Comunirístico, se encargó de la sección cación (TIC) en sus actividades del informe dedicada este secde negocio, según recoge el tor, en el que se hizo evidente la cuarto "Informe ePyme-Análisis alta penetración de las TIC en de Implantación de las TIC en la las pymes hoteleras. Para Álvaro Carrillo de Albornoz, director PYME Española". El Informe ePYME, elaborado general de ITH, "los resultados de este estudio demuestran que las pymes hoteleras están adoptando herramientas tecnológicas que les permiten competir en un entorno más global y complejo, lo que convierte a este sector en líder en marketing 2.0; aunque todavía hay mucho por

tración de herramientas TIC: no sólo es líder en España en e-commerce, sino que también tiene una presencia activa y generalizada en redes sociales, donde el 60,6% de

La hotelería es, junto con el turismo rural, los sectores económicos (de los nueve estudiados) más activos en las redes sociales y, además, son los que han conseguido más avances en el uso de internet como canal de marketing y comercialización. El 60,6% de las empresas hoteleras tiene una presencia activa en las redes sociales, lo que supone un incremento de un 3,6% respecto al pasado año, y el 95% de los hoteleros considera que su presencia en las redes sociales aporta valor añadido a su negocio. Las PYME hoteleras españolas son las que han alcanzado un mayor nivel de implantación del comercio electrónico. De esta forma, el 92% de las empresas han incorporado el e-commerce como canal de comercialización habitual, un 4,1% más que en 2010, principalmente porque estos canales de comercialización permiten responder rápidamente los hoteles desarrollan sus estrategias de marketing y comercializaciónl. Este informe analiza la importancia y la evolución de las nuevas tecnologías en el Sector.

a la demanda, ajustando la oferta a sus necesidades puntuales y

ha convertido en uno de los principales canales de marketing y coespecíficas, en el corto plazo. mercialización de los servicios Para los hoteles, la página web se ofrecidos a los clientes.



En la imagen, el director general de FUNDETEC, Alfonso Arbaiza.

por la Fundación FUNDETEC y la Dirección General de Industria y de la PYME (DGPYME) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, es un estudio en profundidad que examina la evolución de la implantación y el uso de las TIC en nueve sectores clave de la economía española, que juntos aportan el 40,1% del PIB español, y en las que las pymes

Las pequeñas y medianas em-

presas hoteleras españolas son

las más activas en redes socia-

les y las que han alcanzado una

fase de implementación del co-

# Las patronales hoteleras y turísticas europeas lanzan la primera fase del proyecto P.ICT.URISM en Valencia

El proyecto pretende desarrollar un estándar europeo que facilite la distribución turística 'online' entre empresas

Representantes de la Asociación Europea de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC) lanzaron en Valencia la primera fase de P.ICT.URISM (Platform on ICT for Tourism), proyecto coordinado por la Comisión Europea que pretende desarrollar un estándar de distribución turística online entre empresas del sector a nivel europeo. El desarrollo de P.ICT.URISM estará basado en la iniciativa Travel Open Apps, herramienta diseñada por la Agencia Valenciana del Turisme y por el Instituto Tecnológico Hotelero.

A esta reunión técnica asistieron Michael De Blust, secretario general de la Asociación Europea de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA); Anna Torres, secretaria general de la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC) y Álvaro Carrillo, director general del ITH.

Durante este encuentro, en la que los miembros del consorcio P.ICT.URISM han probado el funcionamiento y las posibilidades de Travel Open Apps, la Consellera de Turismo, Cultura y Deporte, de la Comunitat Valenciana, Lola Johnson, resaltó el éxito de la herramienta, que se puso en marcha en 2011, y apuntó que "las reservas turísticas realizadas a través de esta plataforma ya superan las más de 3.700, lo que supone un valor superior al millón de euros gracias a que ya hay un gran número de operadores conectados".

Álvaro Carrillo, director general de ITH, ha manifestado que "P.ICT.URISM, que cuenta con el apoyo del sector turístico europeo, pretende crear un estándar tecnológico europeo de distribución turística basado en el diseño y desarrollo de una plataforma tecnológica de distribución entre empresas (B2B) para la incorporación de la innovación y las TIC en sus procesos de comercialización y distribución".

En noviembre de 2011, la Comisión Europea adjudicó al consocio P.ICT.URISM (Platform on ICT for Tourism) el desarrollo del estándar europeo en sistemas de distribución turística B2B para Europa, que se llevará a cabo entre 2012 y 2014, y que forma parte de la estrategia europea para mejorar la competitividad de las PYME turísticas (AAVV, hoteles, restaurantes, oferta complementaria, etc.), mediante la incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en sus procesos de negocio.

El objetivo de esta iniciativa, que la Comisión Europea ha dotado con dos millones de euros de fondos europeos, es convertirse en una plataforma que ayude a la comercialización, de forma que reduzca los costes tecnológicos que suponen acceder a múltiples sistemas de distribución, y que constituyen la principal barrera de entrada para las PYMES turísticas del continente, porque impulsará la interoperabilidad y la interconexión entre la oferta y la demanda turística europea.

El consorcio, que lidera ITH en el área tecnológica, está formado por la Universitá Comerciale Luigi Bocconi, que se encarga de llevar a cabo la investigación de mercado y que evalúa el funcionamiento de la plataforma; la Asociación Europea de Agencias de Viajes

(ECTAA), -coordinadores del proyecto- y la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC), que apoyan la investigación de mercado y promueve la participación en los pilotos de sus asociados; y el grupo de comunicación belga ZN, que se encarga de la difusión del proyecto. ITH cuenta, además, con el apoyo de la Agencia Valenciana de Turisme y Dome Consulting, y de los centros tecnológicos españoles Tecnalia y CICtourGUNE (miembros de Thinktur, plataforma española de TICs y turismo), para desarrollar los aspectos técnicos y definir el modelo de gestión más viable para que P.ICT.URISM se convierta en una herramienta estándar a nivel europeo.

Esta plataforma se basará en software libre-liberación de APIS, será un sistema modular, y se integrará con los principales software de distribución y CRS existentes en el sector. Su principal base será el provecto Travel Open Apps, liderado por la Agencia Valenciana de Turismo-INVAT.TUR, que aporta el know how y la experiencia ya puesta en marcha en la Comunidad Valenciana, utilizando tecnología desarrollada por la empresa balear DOME Consulting.

Para Josep Antoni Ivars Baidal, Director del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR), las selección de Travel Open Apps por parte de la Comisión Europea como tecnología para el desarrollo de una plataforma B2B de distribución turística "va a favorecer una mayor conexión con los principales operadores turísticos y sistemas de gestión (PMS) en el ámbito europeo".



Representates de las Asociaciones asistentes al lanzamiento de la primera fase de P.ICT.URISM.

# Tecnología y sostenibilidad, los retos del turismo español

Colaboradores del Instituto Tecnológico Hotelero, participaron en los Speakers Corner y en las Mesas B2B de este foro

nológico Hotelero tuvo un papel desta-

cado liderando las sesiones de trabajo

de la sección Turismo y Servicios del I

El presidente del ITH, Juan Molas, acompañado por el director general de esta institución, Alvaro Carrillo, asistieron a este foro en el que el Instituto Tec-

Foro Transfiere, en el que se debatió el grar la tecnología más avanzada en la gestión hotelera y cuál es su impacto real en la cuenta de re-

un talleres prácticos, se presen-

taron proyectos sectoriales a

expertos y empresas interesados

sultados de los hoteles.

co, participó en el Foro Transfiere, primer Foro Europeo para Empresas colaboradoras de la Ciencia, Tecnología e Innova-ITH tomaron parte de las activición, que se celebró los días 8 y dades incluidas en el área de Tu-9 de febrero en Málaga, y en el rismo y Servicios del Foro Transque se concluyó que la innovafiere, en virtud de un acuerdo ción y la incorporación de nuede colaboración suscrito por la vas tecnologías son claves para organización del evento e ITH. el crecimiento de la industria ho-Esta sección, que contó con la telera española. participación de más de 120 per-Gracias a un convenio firmado sonas, estaba dividida en dos formatos; las Mesas B2B, o rondas de reuniones de trabajo, en las que empresarios turísticos, tecnológicos y centros de investigación establecieron sinergias y pusieron en común las oportunidades de negocio que pueden desarrollar en el sector hotelero y turístico; y los Speaker Corners, en los que, a través de

en adquirir o adaptar estas herramientas a sus negocios.

Además, el director general de ITH, Álvaro Carrillo, y la jefa de proyectos para el Área de Innovación de ITH, Patricia Miralles, intervinieron en una de las mesas B2B, con el objetivo de conocer las últimas novedades tecnológicas desarrolladas por las Universidades, Centros Tecnológicos y empresas que, posteriormente, darán a conocer al empresariado hotelero y los profesionales del sector para, de este modo, contribuir a la transferencia de tecnología que permita mejorar la competitividad y productividad del sector turístico.

Transfiere es un punto de encuentro en el que empresas líderes de varios sectores económicos españoles pusieron en común los proyectos tecnológicos más avanzados en siete sectores económicos clave para la economía española (Agroalimentario, Enerpapel de la innovación tecnológica y de la gestión sostenible en el turismo español. El I Foro Transfiere contó con unos 1.200 participantes.

gías, Salud, Telecomunicaciones, Medio Ambiente, Infraestructura y Transporte, Turismo y Servicios), con el objetivo de promover el networking, propiciar nuevas oportunidades de negocio, captar talento y proporcionar a las empresas las herramientas precisas para mejorar su competitividad.



En el Foro Transfiere se pusieron ideas en común de varios sectores económicos.

con Foro Transfiere, varias empresas colaboradoras de ITH asistieron a las sesiones de trabajo de la sección Turismo y Servicios de este evento multisectorial de I+D+i, en donde presentaron sus herramientas de gestión, equipamientos innovadores y sistemas integrados de comercialización. El presidente del ITH, Juan Molas, y el director general, Alvaro Carrillo, asistieron a este evento y explicaron cómo emplear e inte-

El Instituto Tecnológico Hote-

lero (ITH), centro de innovación

para el sector hotelero y turísti-

# Instrumentos de Trabajo Nuestras Publicaciones no









TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO DIARIO ONLINE



HOTELERIA Y ALOJAMIENTO PERIODICO DIARIO ONLINE



RIODICO **SEMANAL** (50 EDICIONES

NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD ORGANIZADORES CONGRESOS

CONEXO



TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)





Noticias con Q de Calidad



NOTICIEROPO



TURISMO DE MADRID

TRIMESTRAL (4 EDICIONES)



Talonote RESERVAS DE HOTEL



WE



DIRECTORIO DE AGENCIAS PROVEEDORES DE HOTELES



DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Protagonistas DEL TURISMO EN ESPAÑA



CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO



SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES



SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS



BIBLIOTECA NEXOTUR BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL





PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES) PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONE:



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado





# 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











INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



**JOYERIA Y GEMOLOGÍA** 



RELOJERIA COMERCIALY ALTA GAMÁ



**G&T-**Economía



RELOJERIA DE ALTA GAMA



DOSSIER DE JOYERIA ESPAÑOLA



YAS DE AUTOR



**TASACION DE ALHAJAS** 



**RELOJEROS DE MADRID** 



**ENSEÑANZA DE JOYERIA** 









FORC FORO ANUAL DE LA RELOJERIA ESPAÑOLA



**ENGASTADO DE JOYAS** 



**METALES PRECIOSOS** 

TRANSPORTE MERCANCIAS TRANSPORTE MERCANCIAS ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES) CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES) LAS PIEDRAS PRECIOSAS



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

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

# Los costes de suministros y las tasas se incrementan hasta un 40% en cuatro años

Según un estudio realizado en el seno de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca para el que se han hecho 176 encuestas lo que representan más de 65000 camas hoteleras, muestra suficientemente representativa de la planta hotelera de la Isla, demuestra que las cuentas de resultados de las empresas hoteleras se ven incrementadas entre otros conceptos por las elevadas tasas e impuestos municipales que están soportando junto con el elevado precio de la electricidad y el agua.

"Los costes de las empresas se van incrementando exponencialmente año tras año lo que supone una reducción de la rentabilidad al no contar con los mismos crecimientos en precios y por tanto una disminución del ingreso medio" apunta la Gerente de la Federación Hotelera Inmaculada Benito.

El estudio demuestra como las estancias hoteleras del 2010 disminuyen un -15% respecto al 2006 contando con los municipios con mayores caídas son Capdepera (-24,8%), Son Servera (-21.7%) y Andratx (-21,4%). Mientras que el único municipio que presenta aumentos es San Llorenç des Cardassar (9,3%).

Sin embargo el Impuesto de bienes inmuebles aumenta en el periodo analizado un +35% destacando los municipios de tado son los hoteles de 5 estrellas con un incremento del 40%.

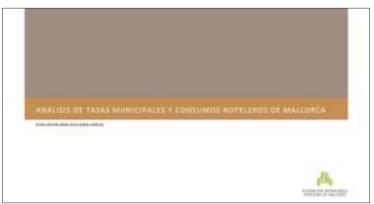
Por su parte la Tasa Municipal valor para los hoteles en un 22% en el periodo analizado, con los municipios de Manacor (104%), Capdepera (99,4%) y San Llorenç des Cardassar (87,5%) a la cabeza de los incrementos y con mayores incrementos en los hoteles de 4 estrellas.

La Tasa Municipal de Recogida y Tratamiento de residuos Sólidos Urbanos incrementa en el pecando los incrementos en

Felanito(95,3%), Pollença (87,3%) Capdepera (101%) y San Llorenç y Capdepera (69,7%). Ningún mudes Cardassar (67,9%) y en la difenicipio analizado presenta bajadas renciación por categorías destaca del I.B.I. en el periodo analizado. el incremento del 38,3% de los Si diferenciamos por categoria la hotles de 4 estrellas. El municipio que mayor subida ha experimen- de Pollença presenta una caída del -7% de la tasa pagada en 2010 respecto al 2006.

La Tasa Incineradora que gesde Alcantarillado incrementa su tiona el Consell de Mallorca aumenta en el periodo analizado un 39% destacando el incremento de Palma (44%), Ses Salines (44,5%) y de Calvià (28,2%). En la clasificación por categorías los hoteles que experimentan mayor aumento son los hoteles de 5 estrellas (49,5%)

En cuanto al coste de los consumos hoteleros de agua aumentan ligeramente (+1,7%) a lo largo del periodo analizado con un aumento conriodo analizado un 35%, desta- siderable en Soller (35%) y con la mayor disminución en Calvià (-13,7%).



Portada del estudio realizado por la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca .

# ASOLAN y la Red Cide Turismo organizan un taller

El desarrollo del agua es vital para el futuro turístico de Lanzarote. El taller fue impartido en el Hotel H10 Timanfaya Palace, en Playa Blanca

La Red Cide Turismo de Lanzarote, integrada por ASOLAN y Aetur, impartieron un taller Innovaciones Tecnológicas aplicadas al agua desalinizada. Se pretende, desde la Asociación presidida por Susana Pérez, y la Red Cide Turismo, que esta iniciativa aporte todos los avances tecnológicos sobre el agua, un aspecto esencial y estratégico para el futuro turístico de Lanzarote. Es conocido la situación por la que atraviesa el servicio público de agua en la Isla. Desde la patronal turística de Lanzarote se desea que los empresarios, y particularmente, los profesionales y personal de mantenimiento en los complejos turísticos alojativos conozcan al máximo nivel los actuales sistemas en el mercado

para la desalinización de agua de

La Red Canaria de Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial, Red CIDE, es gestionada por el Instituto Tecnológico de Canarias y es una iniciativa del Gobierno de Canarias, financiada por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI) y en un 85% por fondos FEDER de la Unión Europea.

Entre las materias y objetivos de este taller, con una formación fundamentalmente práctica, fueron explicadas o por Luis González, directivo de Tagua, entre los cabe destacar los siguientes aspectos:

"Procedimientos y tecnologías a emplear para cumplir con los parámetros límites establecidos por el R.D. 140/2003.

"Mejora de las instalaciones de producción de agua mediante la incorporación de innovaciones tecnológicas.



Desarrollo del taller sobre Innovaciones Tecnológicas.

# Acuerdo de colaboración entre APEHT y Hotelgestur

La sede de CEOE-CEPYME de Ciudad Real acogió la ampliación del acuerdo de colaboración entre la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo - APEHT- y Hotelgestur Consultores SL, que tiene como objeto ofrecer, además de los servicios y ventajas recogidas en el acuerdo inicial de colaboración, el servicio de Consultoría sobre Gestión de Empresas de Hostelería, con la realización de estudios, informes y proyectos de negocios hosteleros, asistencia técnica y puesta en marcha y/o seguimiento de establecimientos de hostelería, servicio gratuito de asistencia técnica en materia de gestión de negocios hosteleros, a fin de que los asociados puedan formular consultas básicas o elementales a través del correo electrónico hotelgestur @hotelgestur.es y servicio de análisis y seguimiento de negocios hoteleros que pretende ayudar especialmente a las pequeñas empresas -a mejorar su gestión.



Firma del acuerdo entre Teófilo Arribas y Fernando Sánchez.

# Ashotel firma un convenio con el Consorcio de Puerto de la Cruz

El Consorcio urbanístico para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz y la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, ASHOTEL, informaron recientemente, en una rueda de prensa celebrada en la sede del Consorcio en el edificio Taoro, sobre el convenio de colaboración que será suscrito próximamente entre ambas entidades.

En este acto informativo intervinieron el presidente y vicepresidente de ASHOTEL, Jorge Marichal y Enrique Talg, respectivamente, y el gerente del Consorcio para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz, Fernando Senante.

Jorge Marichal, presentó el proyecto "Nosolocamas: modelos para la renovación". Una iniciativa promovida y coordinada por el Departamento de Innovación y Desarrollo de ASHOTEL y ei Consorcio urbanistico para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz, que tiene como objetivo que los establecimientos turísticos de Puerto de la Cruz puedan posicionar adecuadamente sus productos en el mercado a través de un cambio en sus modelos de negocio. "Uno de los objetivos de este convenio es dar continuidad a este proyecto que, sin duda, dará las claves a los hoteles participantes de cara a la renovación", destacó Marichal.

El proyecto "Nosolocamas: modelos para la renovación " ha

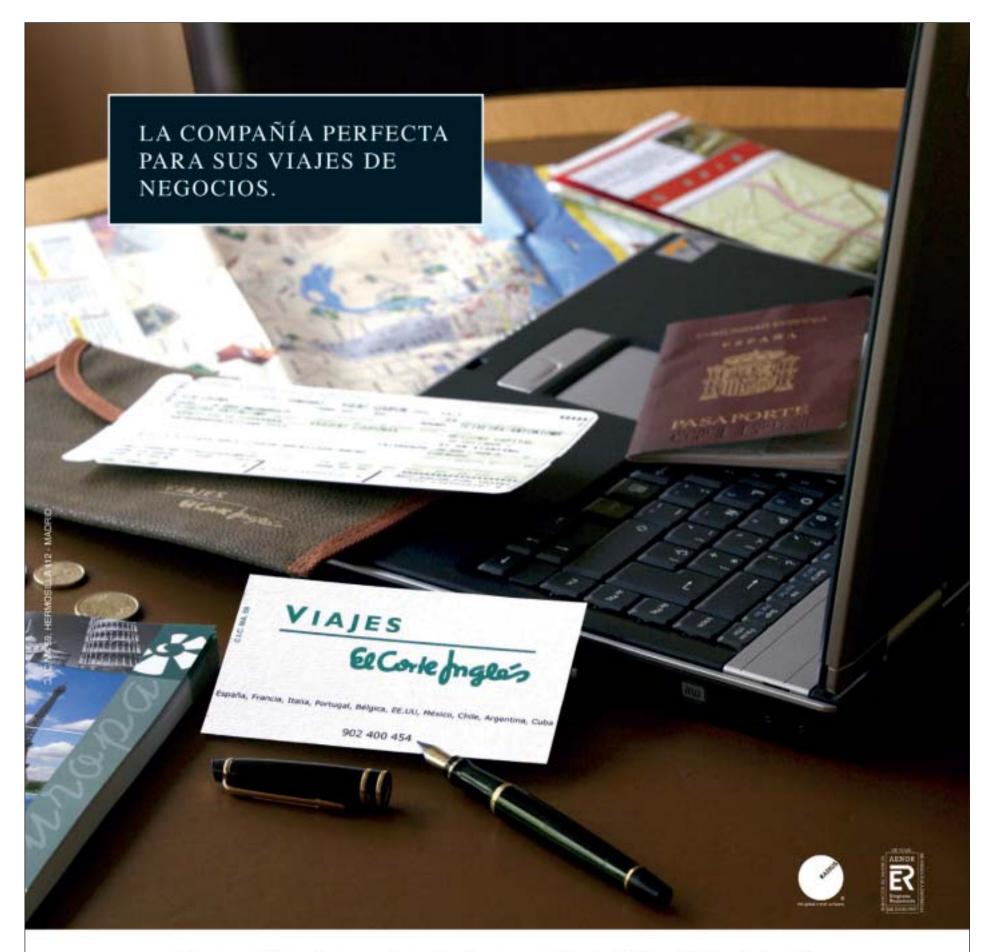
permitido, gracias a un equipo multidisciplinar y a una metodología de trabajo, plantear a los empresarios turísticos nuevos modelos de negocio basados en alternativas futuras y viables que permitan a los hoteleros mejorar su situación a medio y largo plazo. "Así, gracias a esta iniciativa y al convenio de colaboración del Consorcio y ASHOTEL, seis de los diez establecimientos alojativos de Puerto de la Cruz que habían mostrado su interés en iniciar procesos de transformación podrán avanzar en sus distintas alternativas."

Por su parte, el gerente del Consorcio urbanístico para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz, Fernando Senante, señaló que la participación en este proyecto es una apuesta clara y decidida del Consorcio por la renovación de la planta hotelera portuense a través de procesos de innovación y de la creación de nuevos productos que sean atractivos, diferentes y que estén dirigidos a diversos segmentos de clientes específicos, prestando especial atención a los canales de venta y a las relaciones personalizadas con los clientes para incrementar el porcentaje de venta directa y la fidelización.

Senante detalló que el Consorcio -en virtud de este acuerdo de colaboración- gestionará la asistencia técnica para la redacción del anteproyecto de las obras a ejecutar y del estudio de viabilidad del modelo de negocio elegido, a los efectos de su puesta en práctica por las respectivas empresas propietarias de los establecimientos.



Jorge Marichal, Enrique Talg y Fernando Senante.



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

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



902 400 454

## La Unión Hotelera de Asturias desarrolla su aplicación de reservas para Iphone

La central de reservas de la Unión Hotelera del Principado ha preparado la versión Iphone de su completa aplicación móvil, m.ehotelesasturias.com, que está ya disponible en la App Store.

El programa ofrecerá a las personas con reserva activa en cualquiera de los hoteles disponibles en www.ehotelesasturias.com, ofertas exclusivas, rutas preestablecidas para GPS e información adicional sobre festividades, promociones culturales o lugares geográficos de interés turístico.

La aplicación, que fue creada en un primer momento para Windows Mobile, Symbian y Blackberry, ha mejorado su interfaz y su calidad gráfica para amoldarse al procesador de Apple utilizado en los Iphone de última generación. Las opciones que m.ehotelesasturias.com ofrece a los usuarios de esta marca serán las mismas que ya han convencido a otras plataformas.

Entre estas opciones, destacan las ventajas obtenidas si el usuario tiene alguna reserva realizada desde www.ehotelesasturias.com sin caducar. En este sentido se podrá consultar toda la información del establecimiento, el equipamiento de las habitaciones, horarios de las instalaciones, menús gastronómicos del restaurante del hotel, servicios extras y, multitud de ofertas exclusivas que aparecerán central de reservas ofrece, estén inde se encuentre el usuario.

puede localizar vía GPS la posireservado. Además, esta herramienta cuenta también con una fiestas patronales y demás even- máximo de 30 días después. tos de interés que se llevan a cabo en el Principado de Asturias y enseña cómo llegar a los mismos.

en la pantalla del Iphone allí don- teresados en instalar dicha herramienta en su terminal. En este sen-Por otro lado, la aplicación tido, el usuario tendrá a su disposición todo el listado de hoteles asoción del cliente y, si lo desea, mos- ciados a la Unión Hotelera del Printrar cómo llegar al hotel donde ha cipado de Asturias para poder elegir el más adecuado a sus gustos e intereses, con una ficha completa agenda de actividades en la que de cada uno y, además, una agenda indica, en un periodo de 30 días de actividades culturales, turísticas desde la realización de la reserva, y gastronómicas de Asturias, destodas las jornadas gastronómicas, de el día de tu petición hasta un

Por último, la aplicación de www.ehotelesasturias.com delimita, en un radio de 30 kilómetros a la La versión para Iphone de redonda, todos los hoteles asociam.ehotelesasturias.com también dos con solo indicarle la localizadispone de opciones interesantes ción exacta en ese momento, y para personas que, aunque no muestra cómo llegar mediante dispongan de una reserva activa Google Maps y descripciones de en alguno de los hoteles que la las vías que tomar hasta tu destino.



Aplicación de la oferta turística de Asturias para el Iphone.

## Celebrados los V Premios AEHCOS de Turismo

Los máximos representantes y profesionales de la industria turística se han citado en los V Premios AEHCOS 2011, que la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol, ha celebrado conjuntamente con el 34 Aniversario en el IPV Beatriz Palace Hotel & SPA en Fuengirola.

El empresario turístico y Presidente Ejecutivo del Grupo Iberostar, Miguel Fluxá ha recibido el premio a "La trayectoria profesional del turismo realizada en la Costa del Sol". Miguel Fluxá cuya intensa vida profesional, de más de 40 años, ha estado dedicada a la expansión del Grupo Iberostar, del cual es Presidente Ejecutivo. Su espíritu emprendedor e innovador le han llevado a considerar la Costa como un punto principal en la estrategia de expansión del grupo. Ha sido el propio Miguel Fluxá, quien ha recogido el premio de manos del Presidente de AEHCOS, José Carlos Escribano.

La Escuela de Hosteleria de la Consula, ha sido premiada como "Empresa del sector turístico por la promoción de la Costa del Sol" por ser la cuna y el centro formativo de profesionales de alto prestigio nacional e internacional. El actual y antecesor Director gerente de la Consula y la Fonda, Francisco Oliva y Rafael de la Fuente respectivamente han estado presentes en el acto. Además arropados por algunos alumnos que ostentan la estrella Michelin.

Por su parte, Fernando Hierro, Futbolista nacional e internacional y actual Manager General del Malaga CF, ha sido premiado como "Personaje Malagueño". En él se ha resaltado su cuidada carrera deportiva que le ha llevado a promocionar simultáneamente la provincia de Málaga con su nombre y presencia.



# El diseño influye en la decisión de alojamiento

Los resultados del estudio "Diseño para el turismo: el diseño en los establecimientos de alojamiento y restauración en Catalunya" han concluido que el diseño es un factor de decisión para escoger un establecimiento turístico o de restauración. El estudio, se presentó en la fábrica Moritz de Barcelona, ha sido realizado por el Observatorio de Diseño del FAD.

Este estudio es una herramienta para favorecer una mayor y mejor confluencia entre el diseño y el turismo, uno de los principales motores de la economía del país. Por este motivo, FAD y GHB han firmado un convenio de colaboración para ofrecer un servicio de consultoría y analizar el diseño de las instalaciones de los hoteles asociados.

La presentación del estudio ha contado con la participación de la directora general de Turismo de Catalunya, Marian Muro, el presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Clos; y el presidente del FAD, Miquel Espinet. Por su parte, Oriol Rovira (Sagàs), Joan Roca (Celler de Can Roca), Àlex y Bibiana Serra (Gat Rooms) y Guillermo Arquer (Hostal Empúries) han compartido sus proyectos en el campo de la hostelería y la restauración.

Una de las conclusiones del estudio afirma que el diseno es un elemento que influye en la elección de un establecimiento turístico o de restauración. En el caso de la hostelería, el diseño como proyecto tiene una relación muy estrecha con la generación o construcción de entornos y ambientes concre



La presentación del estudio por parte de Jordi Clos y Miguel Espinet.

# La Asociación de Hoteles de Sevilla crea la Revista TDSomos TUrismo

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia celebró un almuerzo del sector en el Hotel Vértice Sevilla que sirvió como marco para dar a conocer su nueva publicación TDSomos TUrismo y contó con la presencia del Delegado de Seguridad y Movilidad del Ayuntamiento de Sevilla, Demetrio Cabello y del Director de Movilidad, Enrique Medina.

Enfocada al mundo de los profesionales de la industria hotelera, en primer término, y turística por extensión, la nueva revista aspira a ser, ante todo una herramienta para fomentar y promover la conciencia en todos los ámbitos públicos y privados de la ciudad y de la provincia, del significado estratégico del turismo para su desarrollo actual y futuro. El propio título de la misma anuncia su propósito fundamental. TDSomos TUrismo (Todos Somos Turismo) quiere ser además un vehículo de comunicación de la actualidad, abierto, que interese a los profesionales del sector, a través de la inclusión de artículos de opinión, entrevistas, reportajes, y el tratamiento de asuntos técnicos relevantes.

TDSomos TUrismo, se distribuirá de forma gratuita, en papel y on-line, a los profesionales, miembros de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, otros profesionales representativos de la industria hotelera y turística de Sevilla, proveedores,

agentes públicos para la promoción y desarrollo del Turismo, autoridades, operadores turísticos y otros medios de comunicación. Este primer número diseñado por la empresa Vínculo Comunicación e Imagen, ha estado además presente en la pasada FITUR 2012, como una muestra de las inquietudes y aspiraciones del sector turístico sevillano.

Durante el acto de su presentación, el presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Manuel Otero señaló que la publicación nace con la vocación de convertirse en un nuevo instrumento para mejorar tanto la comunicación interna como externa de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia. "Esta revista se presenta como una herramienta más que ponemos al servicio de los asociados y del sector turístico", declaró.

El delegado de Seguridad y Movilidad del Ayuntamiento de Sevilla, Demetrio Cabello, aprovechó por su parte el acto para trasladar y manifestar a todos los presentes el compromiso de su delegación con el Turismo en los ámbitos esenciales de la movilidad, seguridad, del servicio público del taxi o de los coches de caballos, entre otros



Nueva publicación de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia.





#### CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

☑ Orense, 32. 28020 Madrid / 2 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / 旦 E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO

INTERMEDIACIÓN I VALORACIÓN I CONSULTORÍA I INVERSIÓN Y DESARROLLO







# Algunas propiedades disponibles

PROVINCIA DE MADRID

www.christie.com

Oficina de Barcelona Paseo de Gracia 11 Escalera B, 4" 3" o8007 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 (o) 50 426 6045 E: dubai@christie.com

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

#### Oficina de Helsinki T: +358 (o) 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 (o) 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 Paris

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

#### Oficina de Rennes T: +33 (o) 2 99 59 83 30

E: rennes@christie.com Oficina de Vienna

T: +43 (o) 1 / g g7 13 65 E: vienna@christie.com



- Sierra de Guadarrama (A 50 km de Madrid)
- · 44 habitaciones equipadas y 5 bungalows
- · Abierto a ofertas de alquiler
- · Abierto a facilidades de pago Ref 92/40074

- + 5ltuado en la Sierra del Guadarrana
- · = habitaciones equipadas Restaurante. Spa y sala de reuniones
- Traspaso vyo.coo y 7.000€/mes, cto. ry/zo años Ref 92/40082

onsultar precio en nuestra oficina

- + Situado en Bordes d'Envalira · 29 hubitaciones (dobles y triples)
- Restaurante y bar
- Posibilidad de comprar 2 solares adyacentes. Ref 92/40083



En venta € 4.000.000

#### HOTEL 4E

- + Situado en el Parque Natural de Cabo de Gata
- 34 habitaciones (dobles, individuales y suites)
- Restaurante
- Salones para grandes eventos Ref 92/40078

Christie + Co le ofrece los siguientes servicios que pueden ayudarle sea cual sea la situación en que se encuentra su establecimiento hotelero:

- Búsqueda de Comprador
- + Búsqueda de Operador (alquiler, gestión, o alquiler con opción a compra)
- + Mejora de la gestión operativa del hotel (Performance Monitoring -Asset Management)
- Mejora del posicionamiento comercial del hotel
- + Valoraciones

15 Oficinas en el Reino Unido