

## ANBAL denuncia el mal uso de la palabra 'balneario'

La asociación llegará hasta donde haga falta en defensa de los legítimos intereses del sector.



pág. 5

## El mercado inmobiliario

Entrevista a Consuelo Villanueva de la Sierra, directora de Instituciones y Grandes Cuentas de ST Sociedad de Tasación.



pág. 11

## El control sobre el correo electrónico de un empleado

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, explica una sentencia del pasado 12 de enero.



pág. 6

DIRECTORA: Mónica González. MARZO 2016 / Nº 123 / Año XI

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

# @ CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

## 300 hoteles participarán en la segunda subasta eléctrica de ITH

*El ITH organiza la segunda subasta de electricidad dirigida a hoteles que se celebra este mes de marzo. El grupo de compra inicial de la primera subasta realizada el año pasado lo confor-*

*maban 70 hoteles, cifra que ha ido aumentando considerablemente hasta los 300 establecimientos y el volumen de energía acumulado es cuatro veces el alcanzado en la iniciativa anterior.*

Esta iniciativa nació con el objetivo de reducir los costes energéticos de los hoteles españoles y así mejorar su competitividad, que es la misión principal del ITH. En la búsqueda del ahorro de los costes energéticos se puede trabajar tanto reduciendo el consumo mediante acciones y medidas de eficiencia energética, como pagando un precio menor por la energía que se consume. Es esta última variable, el precio, la que se intenta reducir a través de esta iniciativa.

El proceso es sencillo. Los hoteles que forman parte del grupo añan sus consumos energéticos, que son subastados entre las comercializadoras invitadas a tal efecto. En la primera subasta de electricidad para el sector hotelero, realizada en marzo de 2015, fueron invitadas 15 de las principales comercializadoras y se obtuvieron tanto precios fijos como precio indexado (alineado con el mercado) para ofrecer al hotelero la opción que más se ajustase a sus necesidades. Los hoteles participantes obtuvieron ahorros medios del 9% en energía. **Pág. 23**



La iniciativa del ITH busca reducir los costes energéticos de los hoteles españoles.



## Directiva Europea viajes combinados

El socio de Garrigues, José Ramón Morales, analiza la nueva Directiva Europea sobre viajes combinados y servicios de viaje vinculados que deberá ser de aplicación a partir del 1 de julio de 2018. **Pág. 4**



**Bárbara Sánchez**

TripAdvisor: combatiendo los comentarios fraudulentos. **Pág. 10**

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

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



### Instalaciones hoteleras



### Financiación de sus inversiones

Modernizar las instalaciones de su hotel es una muy buena forma de **aumentar su competitividad y obtener una mayor rentabilidad**. En CaixaBank le asesoramos sobre la financiación más adecuada para llevar a cabo sus inversiones.

Empresas

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



Patrocinador del Equipo Olímpico



Mejor Banco de España 2015



Banco con el Espíritu más Innovador del Mundo 2014  
Mejor Innovación en Productos y Servicios 2013 y 2014



Certificado Europeo de Máxima Excelencia en la Gestión



PRESIDENTE: **Juan Molas**  
SECRETARIO GENERAL: **Ramón Estalella**

EDITOR: **Valentín Ugalde**

DIRECTORA  
**Mónica González**

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

**NEXO**  
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

## Un periódico del y para el hotelero

**C**EHAT renueva su Periódico. Tras una década de puntual cita mensual con los hoteleros españoles, el primer rotativo del Sector cambia para adaptarse a la demanda de nuestro Sector. Tras más de un lustro editándose en papel salmón, al igual que prensa económica internacional, recupera el papel blanco de la Prensa diaria. Su renovado diseño, más atractivo y visual, responde a la necesidad de la Hostelería de contar con un órgano informativo moderno. Pero sin perder la esencia de la Prensa diaria, que aporta credibilidad y solvencia. Haciendo así compatibles su condición de periódico sectorial con un formato más arrevistado, para poder mantener y acrecentar el doble objetivo que guía esta publicación: comunicar e influir. Comunicar información y análisis a nuestros hoteleros, siendo así un eficaz nexo de unión de este gran Sector; e influir mediante un soporte solvente y de gran tirada, sirviendo de *lobby* mediático al servicio de la Hostelería.

Pero como han comprobado nuestros lectores desde el número 122, el Periódico de CEHAT se ha renovado tanto en la forma como en el fondo. Profundizando en su apuesta por el análisis de los temas que más interesan a los hoteleros, a cargo de los más reconocidos expertos. Además de informar de la actualidad asociativa y ser un órgano de cohesión para todos los colectivos hoteleros.

El Periódico CEHAT alcanza una década de periódica aparición mensual (aunque ya esté en su undécimo año de publicación) que han dado 123 ediciones, con 4.000 páginas de gran formato, recogiendo cerca de 20.000 tribunas o artículos de análisis e innumerables noticias.

A lo largo de sus 32 páginas mensuales, el Periódico de CEHAT representa la voz institucional de la Confederación, haciendo posible este órgano informativo propio del Sector, del que se editan 10.000 ejemplares, que se distribuyen por correo a los hoteles españoles, además de la distribución vía email en formato digital a 50.000 profesionales, empresarios y proveedores. Más de un millón de ejemplares distribuidos a lo largo de una década, informando al Sector, vertebrando el Asociacionismo y haciendo *lobby* al servicio de la Hostelería.

Pero para poder servir mejor a nuestros lectores, la Dirección del Periódico CEHAT necesita de la opinión y las sugerencias de los hoteleros, que pueden hacerle llegar directamente a Mónica González, a su correo electrónico: monica@cehat.com en la seguridad de que sus aportaciones y críticas serán tenidas muy en cuenta.

# La optimización impositiva

Fernando Díez / Director de la Oficina de Málaga de Impuestalia

**L**a optimización impositiva ha revolucionado la gestión y la competitividad en el sector con el objetivo de ofrecer las claves para afrontar con éxito los nuevos retos en cuanto a presión fiscal y grandes cargas administrativas.

Estas edificaciones por las dimensiones singulares de sus establecimientos, contribuyen de forma decisiva al presupuesto municipal, con aportaciones muy importantes en el IBI, por ello Impuestalia se preocupa, entre otros muchos temas, de las constantes subidas de impuestos que padecen estas grandes edificaciones, entre las que se ha destacado también el Procedimiento de Regularización Catastral impulsado por el Gobierno Estatal.

6.566.664,74 euros es la cifra exacta de reducción del Valor Catastral de seis grandes inmuebles que Impuestalia ha conseguido en 2015, uno en la provincia de Sevilla, tres en la de Cádiz, uno en Málaga y uno en Salamanca. En este mismo ejercicio, Impuestalia gestiona la devolución por retroactividad obtenida por la propia resolución de Catastro en concepto de los recibos de IBIs de los últimos cuatro años cobrados indebidamente, obteniendo la cantidad de 108.701,78 euros por la devolución de tres de estos inmuebles. Se ha presentado en este sentido recurso para el resto de inmuebles, con los que la sociedad espera obtener como mínimo el doble del concepto en el primer semestre de 2016.

Entre el 10% y el 30% está la proporción de reducción de cuota de IBI que Impuestalia ha conseguido para estos establecimientos; el 10% de reducción para uno de los establecimientos ubicado en Salamanca, el 10,25% para el ubicado en el municipio de Guadacorte, 19,42% para el establecimiento malagueño, 21,84% de reducción para el inmueble de Jerez de la Frontera, 24,51% para el de Rota,



y el 30% de reducción para la hacienda de celebraciones sita en Tomares.

Consideramos un elemento clave en la gestión empresarial el estudio de este impuesto, no solo por los efectos positivos que del mismo se pudieran derivar, como son la obtención de un ahorro y la devolución de ingresos indebidos, sino también por la seguridad que trasmitimos al empresario sobre la realidad del valor catastral de su bien con todo lo que ello conlleva a efectos de balances e inversiones.

Sin duda, la gestión de un establecimiento hotelero, debe tener en cuenta numerosos factores para alcanzar un grado de competitividad que permita a esa entidad afrontar los retos que los nuevos tiempos van marcando.

Uno de esos factores, que afecta directamente a su cuenta de resultados, es la correcta tributación por los impuestos derivados de la propiedad del inmueble. El pago del IBI minorra considerablemente el beneficio de la empresa, limitando por tanto las inversiones directas e indirectas que podrían coadyuvar a una mejor consecución de los objetivos empresariales fijados.

Lo que hay que hacer es tratar de reducir la carga impositiva, y eso se lleva a cabo constatando que la valoración catastral del establecimiento se ajusta a la realidad y también que se aplican correctamente las ordenanzas fiscales de cada municipio.- nos informa Fernando Díez, Director de Impuestalia en la Oficina de Málaga.- Hasta la fecha, nuestra experiencia es cada vez mayor en el sector hotelero, lo que se traduce en unas posibilidades cada vez más altas de obtener éxito con nuestro trabajo. Gracias a la labor de Impuestalia, los grandes hoteles rebajan su pago de IBI y contribuyen a hacer una oferta

a las familias y turismo en general más económica, es decir, más competitiva.

La experiencia acumulada durante estos años en el estudio de este tipo de inmuebles nos permite afirmar, sin duda, que los objetivos señalados anteriormente, la obtención de un ahorro y el conocimiento sobre la realidad catastral del inmueble, se han conseguido de manera indubitada y han permitido, a los empresarios que han decidido poner en marcha esta acción, afrontar su realidad empresarial con nuevos parámetros que han contribuido a mejorar de manera evidente su competitividad.

El tremendo esfuerzo realizado por los empresarios del sector hotelero en la búsqueda de mejores servicios para sus clientes debe estar acompañado de otras medidas que sirvan para que ese esfuerzo no quede sin respuesta, y una de las vías para conseguirlo es analizar todos aquellos elementos que pueden, de una u otra forma, limitarlo. El estudio, por tanto, del inmueble sobre el que se asienta el desarrollo del negocio empresarial, constituye un factor clave en sí mismo.

En la medida que se reducen los costes, se pueden lanzar ofertas más competitivas para los ciudadanos. No hacerlo sería menguar el margen de beneficio de las empresas y por tanto, también su capacidad de inversión y mejora, lo que redundaría en perjuicio de la

oferta hotelera, elemento clave del Turismo y motor de la economía en los años de la crisis.

Este es el objetivo de Impuestalia, ayudar a nuestro cliente a realizar ese estudio, a conseguir un ahorro en el pago de IBI y a que el empresario conozca la realidad catastral de ese bien. Todo ello, contribuirá, sin duda, a una mejor consecución de los objetivos empresariales presentes y futuros.

La optimización impositiva ha revolucionado la gestión y la competitividad en el sector



**José Ramón Morales**  
Socio de Garrigues

# Viajes combinados y servicios de viaje vinculados: la nueva Directiva europea

*El pasado 31 de diciembre entró en vigor la nueva Directiva de la Unión Europea sobre viajes combinados y servicios de viajes vinculados (Directiva 2015/2032 UE, de 25 de noviembre de 2015) que, una vez incorporada a derecho español, modificará de forma significativa el marco legal de los derechos de los viajeros con perfil*

*de consumidores cuando contratan ciertas combinaciones de servicios de viaje. El plazo para promulgar la normativa que ha de adaptar nuestro marco legal a los cambios derivados de la nueva Directiva finaliza el 1 de enero de 2018, y deberá ser de aplicación a partir del 1 de julio de 2018.*

**E**ste artículo enuncia las novedades más relevantes que establece la Directiva y que habrá de incorporar la nueva regulación española.

## I. Ampliación a nuevas combinaciones de servicios de viajes

Frente a la normativa existente, diseñada para viajes combinados preestablecidos, la nueva Directiva extiende explícitamente su aplicación a viajeros que contratan combinaciones de servicios de viajes vía nuevos modelos de negocio o conforme a nuevos hábitos de contratación, especialmente por las posibilidades que ofrece el uso de Internet. A estos efectos, se distinguen tres modelos de combinaciones de servicios de viaje (adquiridas en línea o fuera de línea):

1. Viaje combinado con paquete preestablecido: preconfigurado por el tour operador antes de cualquier contacto con el viajero, y queda sujeto a la norma si la combinación integra al menos dos servicios de viaje (transporte, alojamiento u otros, como alquiler de coches).

2. Viaje combinado con paquete personalizado: cuando la combinación de dos o más servicios de viaje se organiza a partir de la selección de componentes realizada por el viajero y es adquirido por éste de un único empresario a través de un contrato único.

3. Servicios de viaje vinculados: se establecen también algunas previsiones

para el caso de que, con ocasión de haber reservado un servicio de viaje, se le facilita al consumidor la contratación de al menos un servicio de viaje adicional con otro prestador de servicios para ese mismo viaje dentro de las 24 horas siguientes. Entre los ejemplos citados por la Comisión Europea, se incluye el de la inclusión, en la misma web del prestador, de un enlace directo a la web en la que otro prestador ofrece la contratación de otro servicio de viaje vinculado, si el consumidor lo contrata dentro de dicho plazo.

## II. “Viajeros” y “consumidores”

La protección de la Directiva se proyecta a los clientes que tengan la consideración de “consumidores”, pero también a los viajeros de negocios (incluyendo los profesionales liberales, trabajadores autónomos y otras personas físicas) aunque sólo en la medida en que no organicen sus viajes sobre la base de un convenio general para la organización de viajes de negocios. Por ello, la Directiva utiliza el término “viajeros”.

## III. Medidas reforzadas de protección a los viajeros

1. Prevé nuevos requisitos sobre información precontractual, contractual y previa al viaje que debe proporcionarse a los viajeros, en cuanto a los datos que deben ser proporcionados y en cuanto a la forma en que han de ser facilitados (reforzándose las

exigencias de claridad, comprensibilidad y presencia destacada).

Desde la Comisión Europea se destaca que la modernización de los requisitos de información, que dejan de estar basados exclusivamente en los folletos impresos, puede permitir un ahorro a los empresarios de 390 millones de euros al año en reimpresión de folletos.

2. Establece una limitación del 8 % a los posibles incrementos del precio que el prestador de servicios puede aplicar antes del inicio del viaje, por encima de la cual el viajero puede cancelar el contrato sin pagar penalización.

3. Refuerza las facultades de cancelación por parte del viajero, contemplándose:

-El derecho de cancelar el contrato en cualquier momento antes del inicio del viaje, a cambio del pago de una penalización adecuada y justificable (en adición al derecho del viajero a transferir el viaje combinado a otro viajero).

-El derecho de cancelar el contrato sin penalización cuando se den circunstancias inevitables y extraordinarias que afecten significativamente a la ejecución del viaje (guerras o terrorismo, riesgos importantes para la salud, catástrofes naturales, o condiciones meteorológicas que hagan imposible desplazarse con seguridad).

4. Identifica al organizador del viaje combinado como responsable frente al

viajero de la correcta ejecución de todos los servicios de viaje (aun cuando estos servicios los vaya a prestar un tercero); y cada Estado Miembro determinará en su normativa interna si el minorista es también responsable de la ejecución de los mismos.

5. Clarifica la responsabilidad por errores en la reserva, haciéndose responsable al empresario por errores debidos a defectos técnicos en el sistema de reservas, tanto en relación con viajes combinados como para servicios de viaje vinculados en los que haya aceptado organizar la reserva.

6. Regula las garantías que han de exigirse a los organizadores establecidos

en cada Estado Miembro, de forma que se permita reembolsar todos los pagos realizados por el viajero si los servicios no se han ejecutado por la insolvencia del organizador. Y dichas

garantías también deben exigirse, en determinadas condiciones, a los empresarios que faciliten servicios de viaje vinculados, respecto de los servicios vinculados que no se han ejecutado por la insolvencia del empresario.

Convendrá que los distintos operadores del sector turístico realicen un atento seguimiento de los trabajos de reforma de la normativa interna de viajes combinados que ha de incorporar las previsiones de la nueva Directiva y que deberían culminarse como muy tarde a finales de 2017.

La nueva Directiva refuerza las facultades de cancelación por parte del viajero

Se permite reembolsar todos los pagos hechos por el viajero si los servicios no se han ejecutado



Presidente de la Asociación Nacional de Balnearios

# Miguel Mirones



## «Denunciamos la inadecuada utilización de la palabra 'balneario'»

La Asociación Nacional de Balnearios de España (ANBAL) viene denunciando permanentemente el uso fraudulento del término balneario por parte de algunos establecimientos hoteleros que ofrecen a sus clientes “servicios termales” cuando en realidad sólo ofrecen servicios de hidroterapia. La diferencia está en las propiedades mineromedicinales de las aguas y su declaración de utilidad pública, unas características que la asociación defiende legítimamente.

La Asociación, a través de su presidente, Miguel Mirones, recuerda en esta entrevista, los requisitos y características que debe reunir un balneario y acusa a otros establecimientos de competencia desleal y publicidad engañosa.

—¿Qué requisitos reúne un Balneario?

La prestación del servicio de Balneario implica reunir y contar con una serie de requisitos y características especiales y de-

terminadas, como es fundamentalmente, y entre otras, que las aguas con las que se aplican los tratamientos sean mineromedicinales y declaradas de utilidad pública.

—¿Y en qué se diferencia de un spa?

Un spa es un centro de hidroterapia que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación utilizando como elemento principal el agua.

En inglés, la palabra balneario se traduce como medical spa para distinguirlo del término spa a secas. En español, la Real Academia de la Lengua también hace

una distinción muy clara. Y la diferencia en ambos idiomas hace referencia clara al uso, o no, de aguas mineromedicinales.

—¿Por qué cree que algunos establecimientos hoteleros utilizan el término Balneario de forma inadecuada en su

publicidad? ¿De cuántos tiene constancia ANBAL?

Cuando alguien utiliza una denominación que no es propia es porque considera que le da un valor añadido a su negocio y, en este caso, está claro que para el cliente la palabra balneario aporta un plus en el que ANBAL lleva años trabajando y que se traduce en seguridad de los servicios sanitarios, garantía de calidad en los tratamientos y evocación de una cultura termal.

Por este motivo, ANBAL viene denunciando la inadecuada

utilización de la palabra 'balneario' en establecimientos de diferentes lugares de España, de prácticamente todas las comunidades autónomas. Mantenemos una permanente lucha por la defensa del término Balneario con objeto de que no sea

utilizado en la denominación y publicidad de determinados centros y establecimientos de hotelería, que realmente tan solo son spas, que carecen del requisito que identifica y diferencia a los Balnearios que es, principalmente, el tratamiento con aguas mineromedicinales.

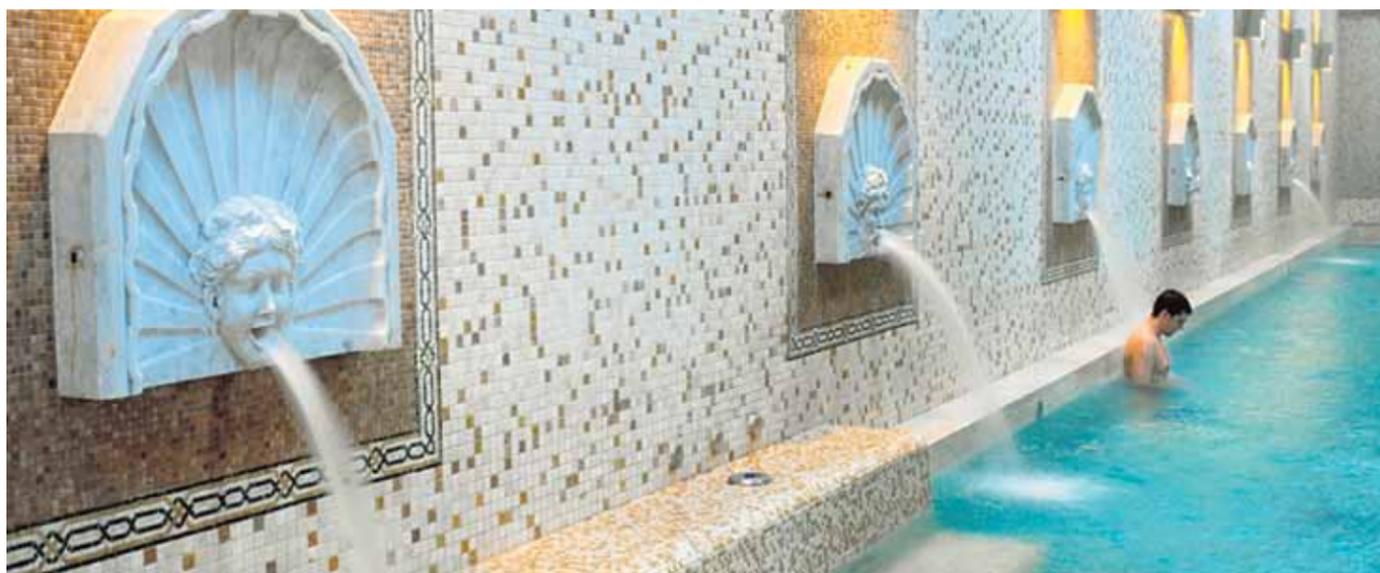
—¿Hasta dónde piensan llegar desde la asociación?

Hasta donde haga falta en defensa de los legítimos intereses de un sector que está siendo atacado mediante técnicas de competencia desleal y publicidad engañosa con algunos establecimientos hoteleros hermanos que, curiosamente, a su vez, se sienten legitimados para denunciar a aquellos alojamientos que, sin estar dados de alta como hoteles o apartamentos turísticos, están ofreciendo sus servicios en el mercado, envueltos en esa mal llamada economía colaborativa.

Existen abundantes disposiciones legales -autonómicas y nacionales- que exigen con claridad que la declaración de utilidad pública de un manantial de agua mineromedicinal es requisito previo e indispensable para proceder a su explotación como establecimiento balneario, entendido éste como centro de carácter sanitario que, estando dotado de los medios adecuados, utiliza las aguas mineromedicinales con fines terapéuticos. Es decir, que si no hay agua mineromedicinal, no hay balneario, y en virtud de ello, no podrá utilizarse dicha denominación.

Desde ANBAL lo que pedimos a estos establecimientos es coherencia porque difícilmente se podrá mantener públicamente posiciones en defensa de los intereses hoteleros por parte de algunos establecimientos si ellos mismos no respetan la legislación para el desarrollo de una actividad tan especializada como es la balnearia y, además, en un momento en el que el turismo de salud está jugando un importante papel en el turismo español.

Las aguas con las que se aplican los tratamientos son mineromedicinales



ANBAL está compuesta por 60 balnearios y suscribe convenios con diversas instituciones con el objetivo de potenciar actuaciones conjuntas en beneficio del producto balneario



**Carlos Sedano**  
Asesor Laboral de CEHAT

# El Tribunal Europeo admite el control del correo electrónico de un empleado

*El Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH), con sede en Estrasburgo, ha resuelto en su reciente sentencia de 12 de enero de 2016 (asunto 61.496/08 *Barlubescu v. Rumanía*), que un empresario puede controlar el correo electrónico profesional de sus empleados, sin vulnerar por ello su derecho a la intimidad ni a la inviolabilidad de la correspondencia, protegidas en el artículo 8 del Convenio*

*Europeo de Derechos Humanos, y en consecuencia, avala el despido del trabajador que incumple el código interno de conducta de la compañía, al utilizar una cuenta de correo creada con fines profesionales para usos particulares durante el tiempo de trabajo. La política interna de la compañía prohibía taxativamente el uso de los medios informáticos de la empresa para fines personales.*

Un responsable del departamento de ventas de una compañía rumana creó, a instancias de la empresa, una cuenta de Yahoo Messenger para atender las solicitudes de los clientes. El empleador efectuó un control de la actividad de esa cuenta de correo, comprobando que se había usado para fines particulares, prohibidos por la normativa interna de la empresa, por lo que procedió a su despido, por abuso de derecho y pérdida de confianza. La empresa aportó como prueba al procedimiento la transcripción de las comunicaciones de dicha cuenta, constatándose la existencia de mensajes entre el demandado y familiares y amigos, de contenido personal.

El Tribunal competente nacional declaró la procedencia del despido, pues aunque el trabajador alegó que con el registro de su correo se había violado su derecho al secreto de la correspondencia, estimó que el despido se había realizado conforme a la legislación local aplicable, así como la inexistencia de violación del derecho a la intimidad del trabajador, por cuanto este había sido informado de

la normativa interna de la empresa y el registro de su correo electrónico era el único medio de comprobar si se había respetado esa normativa.

El recurrente alegó ante el TEDH que el empleador había vulnerado el artículo 8 del Convenio Europeo de Derechos Humanos (CEDH), el cual establece que “toda persona tiene derecho al respeto de su vida privada y familiar, de su domicilio y de su correspondencia.”; y que

no se debería haber aceptado como prueba válida en el proceso de despido las comunicaciones obtenidas como consecuencia de tal control en su ordenador. Al respecto, el Tribunal estimó

que no resulta abusivo que un empleador quiera verificar que sus empleados cumplen con sus obligaciones durante el horario de trabajo, así como que la compañía había accedido a la cuenta de correo del trabajador en la creencia de que solo contenía comunicaciones de éste con los clientes. Por otra parte, estima que el control había sido proporcional y razonable y que prevalece el derecho de la empresa a comprobar el cumplimiento de las obligaciones laborales frente al

derecho a la intimidad y al secreto de las comunicaciones del empleado.

Valora también la existencia de una política interna de prohibición específica, con conocimiento del trabajador, que establecía, entre otras cosas, “queda terminantemente prohibido alterar el orden y la disciplina dentro de las instalaciones de la empresa y en particular (...) usar las computadoras, fotocopiadoras, teléfonos, télex y fax para fines personales.”

Además, estima que la transcripción de las conversaciones personales se utilizó sólo en la medida necesaria para acreditar que el empleado había utilizado los medios de la empresa para fines personales durante su jornada laboral y sin revelarse la identidad de las personas con las que el empleado se comunicó.

La sentencia no es unánime, sino que cuenta con un voto particular del magistrado portugués, señor Pinto de Albuquerque, que disiente del de la mayoría, al entender no acreditado que el trabajador hubiera sido suficientemente informado de la monitorización de su ordenador, sino tan solo de la prohibición del uso del mismo para fines personales, y al estimar que no

se había valorado adecuadamente la naturaleza sensible de las comunicaciones, que concernían en algunos casos a la salud y vida sexual del empleado. La resolución mayoritaria, no obstante, explica que Barlubescu fue informado de las normas de la empresa en todo momento, por lo que él mismo sabía el riesgo que asumía al utilizar las herramientas de la compañía con fines exclusivamente privados. Se afirma que el empleador actuó dentro

de sus facultades disciplinarias, por lo que el acceso al correo electrónico había sido legítimo, no viendo ninguna razón para cuestionar el dictamen del Tribunal rumano.

Por otra parte, se valoró positivamente que la transcripción de las comunicaciones personales se utilizó de forma equilibrada y proporcionada, sólo en la medida necesaria para acreditar que el empleado había utilizado los medios de la empresa para fines personales durante la jornada laboral, y sin revelarse la identidad de las personas con las que se mantuvo la comunicación.

Debe señalarse que no corresponde al Tribunal de Estrasburgo valorar la legalidad del despido disciplinario llevado a cabo por la empresa, sino tan solo si los órganos judiciales nacionales vulneraron los derechos contenidos en el Convenio Europeo de Derechos Humanos, al aceptar como prueba en el proceso las comunicaciones obtenidas como consecuencia del control empresarial. Por otra parte, conviene tener en cuenta que la doctrina contenida en esta sentencia es vinculante para los Estados firmantes del Convenio Europeo de Derechos Humanos, entre ellos España.

En nuestro país, el Tribunal Constitucional, en la Sentencia nº 170/2013, de 7 de octubre, resolvió el caso del despido de un trabajador por utilizar el correo enviando mensajes impropios dado su cometido laboral. El Tribunal no concedió el amparo pues entendió que existían unas expectativas razonables de que las comunicaciones informáticas pudieran ser objeto de registro o intervención, al estar así informado por la empresa con carácter previo, y habiendo sido debidamente informado de ello el trabajador. Así, reitera que el derecho a la intimidad no es absoluto, como no lo es ninguno de los derechos fundamentales, pudiendo ceder ante otros intereses constitucionalmente relevantes.

El empleador efectuó un control de la cuenta para uso particular, prohibido por la empresa

El derecho a la intimidad no es absoluto, como no lo es ninguno de los derechos fundamentales



clima**confort**

Ahorra hasta un

**50%**\*

en climatización y mejora  
el confort de tu hotel.



Sin inversión inicial



Gestión integral  
de las instalaciones



Atención personalizada



Sin refrigerante R22  
Prohibido desde 2015  
(RE1005/2009)

Con Climaconfort renueva **tus  
equipos de climatización por  
tecnología más eficiente,**  
obtendrás ahorro desde el  
primer día y el máximo confort  
para tus clientes.



Pide presupuesto sin compromiso y sin coste alguno.

**900 40 20 20**

[www.gasnaturalfenosa.es/climaconfort](http://www.gasnaturalfenosa.es/climaconfort)  
[eficienciaenergetica@gasnaturalfenosa.com](mailto:eficienciaenergetica@gasnaturalfenosa.com)

gasNatural  
fenosa



\*Ahorro obtenido de la medición de equipos reales en el estudio  
de climatización eficiente realizado por Gas Natural Fenosa.

# Salamanca inicia el proceso de desarrollo de un plan turístico

*Durante el mes de febrero se han llevado a cabo siete talleres en distintos puntos de la geografía salmantina para contar con la participación de los agentes del sector. La Diputación de Salamanca inició el pasado mes de enero los trabajos encaminados a disponer durante el primer semestre de este año un Plan Estratégico*

*de Turismo de la Provincia de Salamanca 2016-2019. El diputado de Turismo y Patrimonio, Francisco Javier García, ha iniciado la ronda de talleres con empresarios y profesionales del sector para garantizar la participación de los agentes implicados.*

La Oficina de Turismo de Béjar y el ayuntamiento de Villanueva del Conde acogieron los encuentros con los representantes del sector turístico de las comarcas de Béjar y Sierra de Francia, respectivamente. Las próximas reuniones tendrán lugar en las comarcas y zonas de Ciudad Rodrigo, Alba de Tormes, Vitigudino y Guijuelo.

La Salina tiene entre sus objetivos prioritarios garantizar un nuevo modelo de desarrollo turístico que contribuya a incrementar el número de turistas y excursionistas y el gasto que se realiza en él, además de consolidar la imagen de Salamanca como destino multiproducto, mejorar el posicionamiento del destino en mercados nacionales e internacionales y garantizar que la sostenibilidad sea el eje diferencial de la oferta turística.

Los talleres de trabajo que se están llevando a cabo persiguen aglutinar todos los



intereses del sector turístico, que faciliten la creación de una hoja de ruta que permita mejorar la competitividad de la provincia de Salamanca como destino turístico.

En esta primera etapa de desarrollo del Plan Estratégico de Turismo, además de los talleres de trabajo, se están realizando entrevistas en profundidad con las asociaciones, entidades y empresas del sector; mesas de trabajo, y a la vez ya se ha iniciado la investigación para disponer de un mapa de posicionamiento de la provincia de Salamanca con respecto a otros destinos competidores.

El análisis y diagnóstico exhaustivo que se realice durante estas semanas permitirá a la Diputación de Salamanca definir un nuevo modelo de desarrollo turístico más adecuado para la provincia con objeto de lograr el impulso de su industria turística, esencial en el contexto económico provincial.



## Una experiencia de Turismo de Salud de cinco estrellas

SAVE THE DATE: MADRID, MAYO 24-26 DE 2016



**IMTJ Medical Travel Summit**

- Aprende de los mejores
- Descubre nuevas formas de trabajar
- Encuentra nuevas oportunidades

★

**Meliá Avenida de América**  
Reserva tu plaza con los descuentos de Spaincares:  
[summit.imtj.com/bookspaincares/](http://summit.imtj.com/bookspaincares/)



**IMTJ Medical Travel Awards**

- Celebra el éxito
- Conoce a los líderes
- Promociona tu marca

★

**NH Collection Eurobuilding**  
[awards.imtj.com/](http://awards.imtj.com/)



**IMTJ Conferencia Académica**

- Comparte conocimiento
- Mejora el entendimiento
- Predice el futuro

★



**Marketplace/Feria IMTJ**

- Oportunidades de exposición
- Ofrece tus servicios
- Atrae a clientes

★



**Encuentros B2B**

- Conoce a los compradores
- Desarrolla promociones
- Construye negocios para el futuro

★

Con el aval de:





# LA SOLUCIÓN DE CAFÉ QUE SE ADAPTA A TU HOTEL

Con la solución NESCAFÉ Alegria en tu hotel, podrás tener el **control de costes** de producto, máquina y servicio con la garantía NESTLÉ.

- **Inconfundible sabor y cremosidad** en nuestras bebidas
- **Excelente comportamiento** del producto en máquina
- **Regularidad** en la taza
- **Marcas líderes** internacionales y de calidad como NESTLÉ y NESCAFÉ
- **Tecnología exclusiva** de NESTLÉ



[www.nestle-soluciones.es](http://www.nestle-soluciones.es) · T 900 50 52 54

**NESCAFÉ**  
*Alegria*



**Bárbara Sánchez**  
Abogada de Tourism & Law Abogados

## TripAdvisor y la reputación 'online': combatiendo los comentarios fraudulentos

La web por excelencia para consultar opiniones sobre destinos, restaurantes o alojamientos, vuelve a ser noticia. Tras los varapalos sufridos en los últimos años por diversos organismos de competencia tras las investigaciones que han sufrido varias de sus sociedades por supuestas prácticas comerciales engañosas, TripAdvisor decide aliarse con HOTREC para proteger a la hotelería. Ahora es

el turno de la reputación online. TripAdvisor se muestra fuertemente preocupado por la marabunta de comentarios fraudulentos vertidos por las agencias de optimización web y ha decidido ampliar sus mecanismos de control sin perder de vista que, los principales agentes encargados de esta tarea deben ser los propios usuarios (viajeros y propietarios).

El pasado año, la Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato interpuso una sanción de nada menos que medio millón de euros a las sociedades TripAdvisor LLC y TripAdvisor Italy S.r.l, debido a la existencia de prácticas comerciales engañosas por confusión para los consumidores. Concretamente, el organismo de competencia italiano, se centró en la investigación de varios aspectos: el modelo económico de la web y sus relaciones comerciales, la estructura del funcionamiento de la plataforma online en relación con la gestión del perfil, y el sistema de control de opiniones. TripAdvisor alegó ante la Autorità della Concorrenza que disponía de dos sistemas de control (ex ante y ex post), de las publicaciones en la web.

Sus intentos por demostrar que se ejercía un control suficiente sobre los comentarios que se vertían en la site, fueron en balde. Pese a justificar “vagamente” que las opiniones eran filtradas por el departamento Content Integrity, y que, además el propio usuario tenía la potestad de denunciar los comentarios, no se pudo demostrar la autenticidad y genuinidad del contenido de los comentarios. Esta no ha sido su única sanción, ya que en 2011 también fue investigada por la Autoridad Británica de Estándares de Publicidad (ASA).

Los hoteleros vienen encontrándose totalmente desamparados ante este tipo de plataformas. TripAdvisor no es responsable del contenido que aloja, y los usuarios son totalmente libres de escribir sus opiniones y comentarios -TripAdvisor (...) no será responsable ni asumirá ninguna obligación sobre dichos Mensajes de los usuarios-. Visto esto, el propietario del establecimiento ha permanecido siempre en un segundo lugar. La única forma de protegerse, hasta el momento, es solicitar la retirada por parte de TripAdvisor quien, tras estudiar la opinión, eliminará la opinión si considera que dicho comentario infringe sus condiciones legales (las cuales se detallan en su página web).

Ahora, parece ser que TripAdvisor se ha puesto por fin del lado de la hotelería, uniéndose con HOTREC (Organización Empresarial Europea de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) para luchar contra los comentarios fraudulentos y las opiniones falsas. Viendo esta alianza de TripAdvisor con HOTREC parece ser que el organismo italiano de la competencia, no andaba

desencaminado. Tanto TripAdvisor como HOTREC han hecho hincapié en que estas prácticas, no solo van en detrimento de los consumidores y usuarios (mayores perjudicados al ver generada una expectativa de destino que no era tal), sino que también perjudican, y notablemente, a los propios destinos y negocios de hostelería.

La estrategia de TripAdvisor ha sido la de poner a las agencias de optimización en el punto de mira. ¿Se estarán anticipando ante una futura inspección/sanción de algún otro organismo de competencia? ¿Quedaría así exenta de responsabilidad? Las citadas agencias de optimización son personas o empresas que tratan de manipular el ranking de la web con la publicación de comentarios falsos. Esto supone, obviamente, un grave perjuicio para los establecimientos.

La legislación española es clara. TripAdvisor no es responsable de las opiniones vertidas por sus usuarios. Se trata de una plataforma que aloja contenido y, como tal, es un mero contenedor de información. De hecho, las condiciones

generales de la página, ya avisan su papel “neutral” y objetivo. No obstante, no debemos olvidar que los organismos de la competencia (como ocurrió en Italia) tienen esa capacidad inspectora y sancionadora para comprobar el cumplimiento de la legalidad de estas normativas. Ya en Italia se ha indicado que TripAdvisor ejerce un papel fundamental sobre los comentarios que se publican en la web, ya que la propia página elabora un ranking y está habilitada para eliminar o no comentarios calificados como abusivos.

El problema al que se enfrenta la web es sencillo, ¿cómo hacer frente al control de los comentarios? En palabras del propio TripAdvisor, existe un equipo de más de 300 especialistas que investigan cualquier contenido que el sistema identifique como sospechoso, o que sea reportado por la comunidad de viajeros o los propietarios de los negocios. No obstante, para un pequeño hotel de una localidad de 500 habitantes, que haya visto dañada su imagen porque un “envidioso vecino” se ha dedicado a intentar manipular los comentarios en la site, el actual sistema de “dar de baja comentarios” es una tarea prácticamente imposible. Por ello, los mecanismos de control deben ser mucho más rigurosos.

Ahora bien, no debemos olvidar que, sin perjuicio de que TripAdvisor y HOTREC aúnen sus fuerzas para intentar garantizar que las opiniones vertidas por los usuarios en la web sean fidedignas, son los propios usuarios (tanto el viajero como el propietario del establecimiento) los que tienen que ejercer su rol de enviar una opinión honesta y fiscalizar, respectivamente. TripAdvisor siempre intentará mantenerse completamente al margen del contenido albergado, intentando que, en todo momento, sean los usuarios los que interactúen entre sí, para seguir en ese “limbo” de exención de responsabilidad del artículo 16 de la Ley de Servicios de la Sociedades de la Información.

Además, ahondando en la cuestión, una vez tengamos identificados los supuestos comentarios fraudulentos, nos encontraríamos ante otro problema. ¿Qué prevalece, el comentario del usuario o la opinión del propio establecimiento? ¿Hasta qué punto los negocios deben tener el control sobre las opiniones de los usuarios? Y, a más a más, ¿de qué lado se posiciona TripAdvisor ante una denuncia de comentario? ¿se muestra totalmente imparcial? Sea cual sea la respuesta, esta alianza promete, al menos, un control más exhaustivo a los consumidores, y un cierto “respiro” a los propietarios.

Los usuarios son totalmente libres de escribir sus opiniones y comentarios

Directora de Instituciones y  
Grandes Cuentas de ST  
Sociedad de Tasación



# Consuelo Villanueva

## «Los inversores nacionales son principalmente Socimis»

**S**T Sociedad de Tasación es uno de los referentes en el ámbito de la tasación de inmuebles y desde hace un año ha cerrado un acuerdo con la CEHAT para ofrecer un servicio de valoración de inmuebles a sus asociados en el sector hotelero.

La directora de Instituciones y Grandes Cuentas de ST Sociedad de Tasación, Consuelo Villanueva de la Sierra, analiza la situación del mercado inmobiliario del sector hotelero en España y, por otro lado, la diferenciación de su compañía en la labor de tasación de inmuebles.

—¿Qué valor diferencial aportáis a vuestros clientes respecto a otras sociedades de tasación?

ST Sociedad de Tasación cuenta con una de las redes de tasadores más amplias del mercado en España, con amplia experiencia en la valoración de Hoteles. Contamos con tasadores especialistas en la valoración de este tipo de inmuebles que han seguido la trayectoria del mercado y conocen en profundidad el sector hotelero. Hemos realizado más de tres millones de valoraciones de inmuebles desde nuestra creación.

ST Sociedad de Tasación, como especialistas en el mercado inmobiliario desde hace más de 30 años, aporta la experiencia y el conocimiento necesario de los factores fundamentales para determinar el valor del negocio hotelero: legislación urbanística, legislación sectorial, afecciones por Ley de Costas y su influencia en duración y prórroga de las concesiones y determinación del canon. Todo ello nos permite plantear cada trabajo a partir de un diálogo receptivo a las singularidades del enfoque que cada operador del sector realiza de su negocio.

—Vemos que en los últimos años, la tendencia de muchas de las principales

cadena hotelera ha sido desprenderse de muchos de sus inmuebles para centrarse en la explotación de los mismos. Desde tu experiencia ¿Cómo está el mercado inmobiliario? ¿Es un buen momento para invertir? ¿En qué tipo de inmueble?

Existe mucha liquidez en el mercado tanto nacional como internacional. En el mercado internacional encontramos tanto inversores privados como institucionales que buscan, como valor refugio, inmuebles de buena calidad a precios atractivos. Los inversores nacionales son principalmente Socimis, animados por las grandes ventajas fiscales.

El hotel es un inmueble de primera categoría perteneciente a un sector puntero

a nivel mundial y es una oportunidad de inversión especialmente atractiva.

—¿Qué periodo de validez tiene una tasación de un inmueble hotelero? ¿Qué factores se deben tener en cuenta a la hora de tasar un establecimiento hotelero? ¿Qué diferencias existen respecto a una vivienda?

El periodo de validez para las tasaciones reguladas viene marcado por la normativa vigente. En el caso de las tasaciones hipotecarias, este plazo es de seis meses. Si hablamos de tasaciones con otras finalidades, la duración o el plazo lo marcarán el propio mercado y otros factores que pueden afectar al valor del inmueble, como pueden ser cambios urbanísticos o afecciones derivadas de la Ley de Costas, entre otros.

Los factores que destacan son la calidad, el enfoque y el diseño

### Normativa y Estándares Requeridos

ST Sociedad de Tasación aplica diversas metodologías de valoración para las distintas finalidades que cumplen con las normativas vigentes y estándares requeridos en cada caso:

- ECO 805/2003
- Plan General Contable
- NIC / NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)
- Normas IVS (International Valuation Standards) y EVS (European Valuation Standards)
- IFRS (International Financial Reporting Standards).
- RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors).

Respecto a los factores que se valoran a la hora de tasar un establecimiento hotelero, hay que destacar la calidad constructiva del edificio, el diseño y su concepción dentro de su segmento y categoría, y la medida en que el enfoque del negocio se adecúe a la demanda y sea sensible a los posibles cambios de tendencia.

Una valoración de una vivienda no tiene nada que ver con la valoración de un hotel. Una vivienda es, al fin y al cabo, un inmueble cuyo objeto es dar cobijo a las personas. Frente a ello, el hotel es un inmueble destinado a generar negocio. Por lo tanto, son mercados completamente diferentes y las técnicas de valoración son totalmente distintas.

—¿Es muy complejo el procedimiento que debe seguir un hotelero a la hora de tasar su inmueble?

El trabajo de ST Sociedad de Tasación comienza por entender cuál es la necesidad real del cliente, ya que de ésta surge la solicitud de valoración. Solo en ese momento es posible seleccionar la metodología más adecuada, garantizando el cumplimiento de los requisitos normativos y los estándares demandados en el mercado.

Durante el proceso de confección de la tasación existe una relación directa entre el tasador y el hotelero, enfocado a que el proceso sea lo más sencillo posible para el cliente. Un tasador experimentado en la valoración de hoteles visitará el inmueble y el hotelero tendrá la oportunidad de poder explicar los detalles, el enfoque y las peculiaridades de su negocio.

Además, es fundamental tener los documentos administrativos en orden, así como todas las cuentas de explotación, ya que para finalidades relacionadas con el mercado hipotecario la validez de la tasación se encuentra en la documentación legal y económica del inmueble.

# Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Los Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) son actores clave de diversos sectores productivos de la economía española y partícipes fundamentales en el desarrollo de proyectos en torno al sector

hotelero. El apoyo de los Socios Colaboradores a CEHAT, permite establecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre ellos y las Asociaciones que forman CEHAT y que redundan en la mejora del sector turístico español.



## DIRECTO

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

Contacto: 902.120.325

www.dyrecto.es



## ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ

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

Contacto: 956 03 50 50

www.escuelahosteleriajerez.org



## GAS NATURAL

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Grupo Gas Natural Fenosa han firmado un acuerdo para fomentar el uso y desarrollo del gas natural en el sector hotelero que, entre otras, supone las siguientes ventajas para nuestros asociados:

- Posibilidad de disfrutar de considerables ahorros económicos mediante la transformación de instalaciones a gas natural.
- Análisis de viabilidad de suministro en función de la ubicación del establecimiento con respecto a las redes de gas.
- Realización de estudios a medida comparativos entre el uso del gas natural y el combustible actual.
- Asesoramiento, apoyo técnico e incluso realización de anteproyectos para la transformación de las instalaciones energéticas a gas natural.



## GAT

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



## GENERYA

GENERYA ENERGY MANAGEMENT S.L. es una empresa especializada en la Gestión Energética, y dirige su actividad al asesoramiento y prestación de los servicios necesarios para que las empresas reduzcan sus costes, mejorando las instalaciones y reduciendo las ineficiencias. Los servicios energéticos se convierten así en una herramienta del empresario para aumentar su competitividad en base a una reducción del gasto.



## GRUPO COSENTINO

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



## IMPUESTALIA

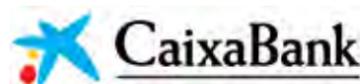
Impuestalia, empresa especializada en la revisión de valores catastrales de inmuebles a efectos impositivos. Impuestalia ha revisado más de 12.000 inmuebles de todo tipo: locales y centros comerciales, edificios de oficinas, hoteles, campos de golf, aparcamientos, etc. Uno de sus principales valores añadidos para sus clientes es la fórmula de "trabajo a éxito", es decir, los honorarios se obtienen a partir del ahorro conseguido al cliente. Cobertura nacional con seis sedes principales, más de tres años especializados en gestión catastral para empresas. Web: www.impuestalia.net



## INTERMUNDIAL

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

Intermundial realiza estudios de riesgos y diseña planes de pólizas que responden exactamente a las necesidades de los hoteleros. Telf.: 91 290 30 82  
www.intermundial.es



## CAIXABANK

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.caixabank.es/empresas



## LINGUASERVE

Linguaserve es una compañía especializada en el diseño, desarrollo e implantación de soluciones GILT (globalización, internacionalización, localización y traducción) de última generación. La empresa proporciona soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas. Linguaserve implementa desarrollos tecnológicos para poner a disposición del cliente una plataforma basada en tecnología Internet para canalizar los servicios de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües. Actualmente trabaja con más de 30 idiomas y cuenta con una amplia red de colaboradores homologados en todo el mundo. http://www.linguaserve.com/



## LUMELCO

LUMELCO, más de 50 años de experiencia. Para poder ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y cubrir sus necesidades, LUMELCO está constantemente estudiando las tendencias del mercado. Por eso, en los años 80 decidimos incorporar equipos de aire acondicionado firmando un contrato de exclusividad con una de las mayores multinacionales japonesas: Mitsubishi Heavy Industries.



## MYPROVIDER

MyProvider es la primera comunidad online exclusiva para hoteles y sus proveedores; herramienta única en el mercado español que permite a los hoteles localizar, gestionar, pedir presupuestos e incluso valorar los mejores servicios y productos de empresas especializadas. Contacto: 902 027 057.  
www.myprovider.es



## NESTLE

Empresa líder mundial en alimentación presente en el mundo del fuera del hogar en España a través de NESTLÉ PROFESSIONAL, le ofrece una gama completa de productos para hoteles que abarca diversidad de categorías entre las que destacan Bebidas Calientes, Cereales para el desayuno, Productos Culinarios y Postres, Snacks y Chocolates, y Helados. Contacto: foodservices@nestle.es Teléfono: SAC: 934805008 / 902112113 (Helados)  
www.nestleprofessional.es / www.helados.nestle.es



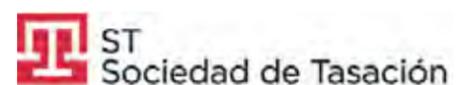
## PIKOLIN

Con el acuerdo como Socio Colaborador de CEHAT, Pikolin ofrece unas condiciones ventajosas a los asociados a CEHAT en la adquisición y renovación de colchones, para dar respuesta a toda la tipología de usuarios que se alojan en estos establecimientos. Contacto: Cristina Pineda. Teléfono: 91 485 26 30  
www.pikolin.es



## ROCKWOOL

Operativa en España desde 1989, ROCKWOOL Peninsular es la filial española del grupo empresarial ROCKWOOL Internacional, expertos en soluciones de aislamiento con lana de roca. La compañía destaca por su filosofía y sus valores de compromiso medioambiental, buscando nuevas soluciones basadas en la eficiencia como instrumento clave para el ahorro energético. En los últimos años, ROCKWOOL Peninsular ha recibido diversos reconocimientos entre los que destacan dos calificaciones DAP (Declaración Ambiental de Productos): una ecoetiqueta EPD tipo III, obtenida en 2010 y siendo el primer fabricante de lana de roca en conseguirla; y un certificado BRE (Building Research Establishment) de clasificación A+ y. A por su gama de productos ROCKPANEL.



## ST SOCIEDAD DE TASACIÓN

Sociedad española independiente y sin ninguna vinculación con entidades financieras, ni de otro tipo, que opera en el campo de las valoraciones de toda clase de bienes, y especialmente de activos inmobiliarios. Cuenta con 11 delegaciones y más de 650 profesionales independientes (arquitectos e ingenieros) que ejercen su actividad como tasadores en todas las capitales de provincia y sus principales ciudades. Entre nuestros clientes figuran grupos hoteleros y promotores inmobiliarios. www.stvalora.com

# Gestionando el talento, gestionando el éxito

*La mejor estrategia de diferenciación de las empresas en la industria turística es, sin duda, la inversión de manera permanente en el capital humano que supone la columna vertebral del negocio y del éxito. Apuntamos algunas de las acciones que cubrirían el necesario protocolo para implementar acciones imprescindibles para conseguir que nuestros esfuerzos sobre las personas cumplan con las expectativas de resultados esperados. Un Plan Director y un Cuadro de Mando*

*nos pueden ayudar a tener dentro de un marco de actuación todo lo que tiene que ver con la planificación, las herramientas y la gestión de las satisfacciones del personal. Planificación de promociones, carreras profesionales y gestión de marca personal. En el campo de la formación es imprescindible identificar los necesarios indicadores que nos de respuesta a la eficacia de la misma, usando las metodologías adecuadas a cada caso.*

Desde IMF Business School hemos apostado, dentro del sector Turismo y Ocio, por el binomio: "On Line y Digital". Cada vez estamos más convencidos que la formación on line, y su complemento en semipresencial, físico y/o virtual, es la manera más dinámica de responder a las expectativas de formación continua y constante.

En un estudio realizado por la consultora MillwardBrown para ICEM-Esic y presentado el pasado noviembre 2015, se descubren datos que confirman que estamos en la buena dirección. La necesidad de invertir en capital humano para sectores digitales es imprescindible para la gestión del éxito del sector y por tanto su formación en éste área se torna imprescindible.

En el conjunto de las empresas de España el porcentaje de ellas que cuentan con puestos de trabajos específicos para funciones digitales es todavía muy bajo: el 27%. Lo que resulta llamativo es que el 63% afirman tener implementado en su organización esas funciones digitales, pero sólo una cuarta parte cuentan con un puesto especializado que las desarrolle. Es por ello que resulta coherente que el 78% de las empresas afirmen que tienen previsto invertir en formación de materias digitales en los próximos dos años. Las empresas de Turismo encabezan el grupo con un 46% del total, ya que responden a una realidad que define al sector turístico al tener en este momento un 19% de empresas con un Índice de Competencias Digitales Alto. Estamos trabajando, innovando y diseñando respuestas ajustadas



IMF Business School forma parte de los principales rankings mundiales.

a las necesidades que en este estudio se trasladan, cuando el 72% de los directivos de las empresa estudiadas afirman que en su empresa no reciben formación de manera periódica y que no se siente totalmente "al día".

## IMF Business School, la confianza de un líder en formación

IMF Business School forma parte de los principales rankings mundiales y es miembro de prestigiosas asociaciones como The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB), además de colabora-

dor y Partner de instituciones de reconocido prestigio como Unesco y la Organización de Estados Americanos (OEA).

El Grupo cuenta además con Cela Open Institute (COI), Centro Universitario adscrito a la Universidad Camilo José Cela y reconocido por la Dirección General de Universidades de la CAM. COI ofrece Grados y Masters Universitarios Oficiales ajustados al Espacio Europeo de Educación, en inglés, español y portugués, dando la posibilidad al alumno de obtener una doble y/o triple titulación (académica y profesional).

IMF Business School dispone de programas en las áreas más demandadas del mercado: Ciencias Técnicas e Ingeniería, Ciencias de la Salud y la Educación, Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias Jurídicas y Ciencias Sociales y Humanidades. Para ello, nos apoyamos en un equipo de expertos integrado por doctores universitarios y profesionales en activo, especializados en cada área para dar asistencia tutorial y pedagógica a los alumnos, garantizando que en todo momento obtengan una atención personalizada y completa.

## IMF Business School, soluciones adaptadas al sector turístico

### MBA Master en Dirección y Administración de empresas, Especialidad Turismo y Ocio

IMF Business School en colaboración con la Universidad Camilo José Cela ha puesto en marcha el MBA con especialidad en Turismo y Ocio. Su principal objetivo es dar respuesta a la formación de profesionales en un sector que se encuentra en un imparable crecimiento y en medio de constantes retos y transformaciones, un sector que requiere de líderes capaces de afrontar con rapidez y conocimiento pleno los cambios y competitividades de una actividad económica transversal

Este programa, impartido en modalidad online, ofrece la obtención de una Doble Titulación de Máster por la Universidad Camilo José Cela y por IMF Business School.



IMF Business School es IMF es miembro asociado de la Organización Mundial de Turismo (OMT), colaborador y partner de instituciones de reconocido prestigio como Unesco.

# 'De récord en récord: Turismo e inversión hotelera en España'

*Instituciones públicas e inversores privados corroboran el buen momento del sector turístico y hotelero español. El Aula Magna de IE Business School acogió el foro 'De Récord en Récord: turismo e inversión hotelera', organizado por IE Business School e irea, empresa de asesoramiento financiero y estratégico especializada en*

*los sectores hotelero e inmobiliario. Una jornada en la que instituciones públicas e inversores privados analizaron los retos, oportunidades y tendencias del turismo español y las claves de la inversión en el mercado hotelero, corroborando el buen momento de la industria turística nacional.*

La jornada dio comienzo con la intervención del Juan José Güemes, VP de IE Business School, quien afirmó que la competitividad del sector turístico pasa por la transformación digital y aprender de las startups. Amancio López Seijas, presidente de Hotusa y Exceltur expuso en su intervención las oportunidades de un sector turístico cada vez con más peso sobre el PIB nacional, y destacó dos factores como determinantes en el desarrollo del sector en los últimos años: la percepción de España como destino seguro y las infraestructuras de nuestro país, consideradas a la vanguardia a nivel mundial. Además puso de manifiesto la necesidad de tomar decisiones respecto a la regulación de las nuevas formas del negocio turístico, las denominadas “economías colaborativas”, que van a transformar el sector de forma “imparable”.

Por su parte Isabel Borrego, Secretaria de Estado de Turismo en funciones, constató con cifras la buena marcha del sector turístico, que el año pasado, tal y como rezaba el título del evento, ha ido De récord en récord: récord en número de turistas, 68 millones en 2015, récord en gasto turístico del visitante extranjero, 67,3 millones de euros, y récord en inversión hotelera, 2.614 millones de euros invertidos según el estudio Radiografía



Los participantes en la jornada organizada por IE Business School e irea.

del mercado de inversión hotelera en España en 2015, elaborado por irea, la firma co-organizadora el evento.

La primera mesa redonda, contó con la participación del presidente de Segittur, Antonio Lopez de Ávila; el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, y Fernando Cuesta, CEO de Amadeus, analizó los retos y tendencias del sector turístico en los próximos cuatro años. Los

ponentes, moderados por Kevin Sigliano, socio director de la agencia de marketing digital Territorio Creativo, han desarrollado las claves de la innovación en el sector Travel en España, los perfiles de los nuevos viajeros así como los retos y las estrategias de éxito para el desarrollo del sector hotelero en el medio plazo.

La segunda mesa redonda, moderada por Miguel Vázquez, socio director de la

División de Hoteles de irea aportó la visión de los inversores en el mercado hotelero español, a través de las intervenciones de Luis Miguel Martín Ortiz, Director General de Azora en representación de la Socimi Hispania Activos Inmobiliarios, Henry Wilmes, VP Acquisition Hotels del Fondo internacional London & Regional, Javier Illán, presidente del family office Grupo Millenium y Jose María Martín Rigueiro, Director del Área Turístico-Hotelera del Banco Sabadell.

Todos ellos coincidieron en el excelente momento que vive el mercado de inversión hotelera en nuestro país, que continúa centrando el interés de inversores tanto nacionales como internacionales y en el que las Socimis han tenido un papel decisivo, acumulando el 40% de la inversión total en el sector. La posición de la banca comercial es cada vez más activa en cuanto a la financiación de proyectos, operaciones corporativas o adquisición de suelo para desarrollos hoteleros y reconversiones.

Henry Wilmes, representando a los inversores internacionales, afirmó que “en Londres no se habla demasiado acerca de la situación de incertidumbre política en España”, aunque sí dejó claro que las políticas adoptadas a nivel municipal influyen lógicamente en la toma de decisiones a la hora de invertir en España.



El secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, en la mesa redonda sobre los retos y tendencias del sector turístico.

# Presentado el estudio 'Evolución y retos del sector hotelero en España'

El Instituto de Estudios Económicos presentó en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) con la presencia de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, el estudio "Evolución y retos del sector hotelero en España", del Dr. D. Gonzalo González Jiménez de la Espada. Este trabajo es el resultado

de la tesis doctoral premiada en la convocatoria 2013 del Premio Víctor Mendoza, por su adecuación a los valores de defensa del mercado y libertad económica como inspiradores de este premio. Dicho tesis fue dirigida por el Dr. D. Gregorio Izquierdo Llanes de la UNED y presidente del Instituto Nacional de Estadística.

Este acto fue inaugurado por José Luis Feito, Presidente del Instituto de Estudios Económicos, el cual indicó que los datos del sector turístico en 2015 "han sido espectaculares", año en el que más de 68 millones de turistas han visitado España, lo que supone un incremento del 5% respecto a 2014. Según el Presidente del IEE para 2016 se espera la misma dinámica de crecimiento que la llevada el año anterior.

Joan Gaspart, Presidente del Consejo de Turismo de CEOE, indicó que "pese a los éxitos y a la prosperidad cosechada desde hace más de treinta años en el sector turístico-hoteler español, la realidad nos muestra que todavía queda mucho por hacer. Si dentro de treinta años queremos seguir disfrutando de éxitos, prosperidad, rentabilidad y sostenibilidad en este sector estratégico, es necesario imprimirle un mayor nivel de análisis, estudio, rigor, profesionalidad y exigencia".



A esta reflexión, el autor añadió que "el sector está atravesando un momento dulce e irreplicable". Además, señaló que "nos hemos quedado solos y sin competencia" y así lo ha puesto de manifiesto a través de los principales indicadores de la actividad turístico-hoteler. Un 12% de contribución al PIB, creciendo a mayores ritmos que la economía desde 2010 o que el 14% de los nuevos puestos de trabajo han sido creados por el sector turístico en 2015, son algunos de los datos más relevantes de la presentación. Así mismo, la recuperación de la actividad inversora está muy por encima de los niveles de recuperación operativa.

La presentación fue clausurada por la secretaria de Estado de Turismo, quién señaló que el turismo ha crecido gracias al sector privado, el cual ha hecho que seamos el país más competitivo del mundo, aumentando los puestos de trabajo en el sector turístico, pero creando empleo de calidad.



Plataforma Tecnológica para la Gestión total del hotel desde un único punto de acceso

- h Externalización de Procesos de Gestión Hotelera
- h Pago variable por uso (SaaS)
- h Tecnología en nube
- h Solución Integral y abierta de Software (PMS, Channel Manager y Booking Engine), Hardware y Comunicaciones
- h Transformación de costes fijos en variables
- h Servicios de Central Virtual

#### SERVICIOS:

- Equipo de expertos en el sector hotelero
- Comercial:
  - Gestión integrada de ofertas por canales de venta
  - Contratación y distribución
  - Yield Management
  - Diseño
- Gestión administrativa y financiera:
  - Automatización de la contabilidad
  - Informe analítico USALI
  - Reporting
  - Cuadro de Mandos

Estamos en c/ Conde de Aranda, 1 - 2º Drcha. (Esquina Serrano, 10) 28001 Madrid

www.hotelservicers.com • 91 432 15 21 • info@hotelservicers.com

## El turismo termal extremeño se afianza

El sector del turismo termal extremeño confía en obtener buenas cifras de ocupación y ventas durante 2016, principalmente por el comportamiento de la demanda nacional y por los datos de crecimiento ya alcanzados durante el pasado año.

Este área espera además que crezca la ocupación de los propios clientes extremeños, más desahogados tras los años de la crisis, como ha explicado a Efe el presidente del Cluster del Turismo y vicepresidente de la Asociación de Balnearios autonómicos, Jorge Prieto.

El buen comportamiento de la demanda de clientes nacionales permitió cifras al alza durante 2015, ha dicho, principalmente a partir de las vacaciones de Semana Santa.

Además, durante 2015 creció la antelación con la que los turistas reservaron sus estancias, cambiando así la tendencia de los años de crisis, cuando los clientes se esperaban al último instante para reservar. Jorge Prieto ha alertado, de que todas estas buenas perspectivas se podrían ver frenadas en parte si no se resuelven las situaciones de incertidumbre en la conformación del Gobierno central y en las bolsas internacionales.

## Spaincares presenta su primer informe sobre tendencias en turismo de salud

Spaincares presentó en Fitur su primer informe sobre tendencias en turismo de salud. Un documento que tendrá una periodicidad anual y que estará disponible para las empresas interesadas que deseen adquirirlo. Para su

elaboración contará "con la colaboración de la empresa C4E, que dedicará un equipo en exclusiva a recabar las últimas tendencias e innovaciones en campos como la comunicación y el marketing".

Spaincares, la marca comercial del clúster español del turismo de salud, avanzó en rueda de prensa los contenidos de su primer informe "Tendencias en turismo de salud", que recogerá toda la información que esta entidad ha estado recopilando a lo largo de los últimos años y que ya está a disposición de todas las empresas interesadas.

Según el presidente de Spaincares, Iñigo Valcaneras, "el informe será publicado con una periodicidad bianual coincidiendo con los meses de enero y julio" y se diferenciará del concepto tradicional de informe en que "será práctico, útil y asequible para las empresas interesadas".

El informe ofrecerá en cada una de sus ediciones un total de 20 noticias, que además "serán sometidas a una profunda reflexión por parte de expertos" y se complementarán con "un minucioso listado de fuentes para todos los interesados en ampliar información", añadió el presidente de Spaincares, Iñigo Valcaneras.

**Único informe de este tipo en España**  
Por su parte, la directora de Spaincares, Mónica Figuerola, precisó que "se

trata del único informe que existe en España sobre inteligencia competitiva en el mercado del turismo de salud" y sin querer desvelar demasiado sobre su contenido, porque está previsto que se ponga a la venta, ha ofrecido algunas pinceladas sobre sus contenidos con varios ejemplos prácticos. Entre ellos,

el primer número del informe analizará una novedosa app que, conocida como Citizen Health Platform, pone en contacto a pacientes chinos descontentos con su sistema sanitario con hospitales de Estados Unidos. De esta manera, pueden disponer de una segunda opinión en su propio idioma en apenas dos semanas.



El presidente de Spaincares, Iñigo Valcaneras, durante la presentación.

## Andalucía destina 420 millones al Plan de Turismo Sostenible

El plan marcará las pautas para dirigir la evolución de la industria turística y dotarla de capacidad de respuesta ante los cambios del entorno, del mercado, de la competencia y de la tecnología. Asimismo, servirá de referencia para el resto de los instrumentos futuros de planificación en la materia, como la Estrategia Integral para el Fomento del Turismo Interior Sostenible, el Plan de Fomento del Turismo Sostenible del Litoral, las Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística, el Plan Director de Promoción, los Planes de Grandes Ciudades o los Programas de Recualificación, entre otros.

Como objetivos, el documento plantea potenciar el tejido empresarial y generar empleo estable y de calidad, promover un uso óptimo de los recursos, favorecer la rehabilitación de destinos maduros, fomentar la oferta de interior, reducir la estacionalidad, impulsar la implantación de nuevas tecnologías y sistemas de calidad, reforzar la marca Andalucía, mejorar el reconocimiento social de la actividad turística y generar sinergias con otros sectores productivos.

Entre los programas con mayor financiación que incluye el plan destacan los dos dirigidos a promoción, con un presupuesto global de más de 82,7 millones de euros, y los de apoyo a la calidad y fomento de la sostenibilidad de infraestructuras (39 millones); complementariedad entre segmentos, destinos y productos (38,65); respaldo a la internacionalización empresarial (32,9), y lucha contra la estacionalidad (27,2 millones).

Además del conjunto de programas medidas con su financiación, el texto incluye también un diagnóstico de la situación del sector y de las tendencias de futuro; las orientaciones estratégicas generales y específicas; los instrumentos que se pondrán en marcha para ejecutarlas; la ordenación de la oferta y de los recursos turísticos en los diferentes destinos, y los mecanismos de seguimiento y evaluación.

La nueva estrategia, que sustituye a la planificación vigente desde 2008, forma parte del IV Pacto Andaluz por el Turismo. Su elaboración se ha desarrollado mediante un proceso participativo y ha incorporado las recomendaciones realizadas por el sector en encuentros provinciales y en la propia Mesa del Turismo.

## 24 expedientes por alquiler de viviendas en Valencia

El secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer, ha anunciado que la Agencia Valenciana de Turismo ha abierto 24 expedientes sancionadores a ocho plataformas que anuncian viviendas turísticas por Internet.

Cada una de ellas se le ha abierto un total de tres expedientes, uno por cada provincia. El motivo, en todos los casos, es publicitar en sus respectivas páginas web viviendas turísticas sin hacer constar el número de inscripción en el Registro de Empresas, lo que supone una infracción de la Ley de Turismo. Esta infracción está calificada en la Ley como muy grave, y puede ser sancionada con un máximo de 90.000 euros de multa.

Colomer ha destacado que "estas plataformas tan potentes tienen que entender que el Gobierno valenciano hace una apuesta por el alojamiento reglado". En este sentido, se ha referido tanto a hoteles, campings, alojamientos rurales y apartamentos, "pero siempre que se trate de aquellos que dan la cara, que son economía real y productiva, que generan riqueza, imagen y empleo".

De esta manera ha dejado claro que "no vamos a apostar por la competencia desleal, el intrusismo, el fraude fiscal o las rentas opacas", al tiempo que ha insistido en que "es una cuestión de entender la economía y el turismo de una forma correcta". Por eso, ha insistido también en

que "debemos hacer un gran esfuerzo de pedagogía y conseguir un gran acuerdo para que todos los operadores turísticos compartamos un modelo basado en la transparencia, la calidad y la legalidad".

Cabe recordar que esta es una cuestión que preocupa mucho al sector turístico y que ha sido uno de los principales compromisos del nuevo Consell. Durante la pasada temporada estival ya se puso en marcha una campaña de inspección turística y de sensibilización, que volverá a repetirse este año, así como la creación de una mesa de intrusismo que ya ha empezado a reunirse. A esto cabe sumar que se han mantenido algunos encuentros con estas plataformas para advertir de la necesidad de que cumplan la ley pero, pese a ello, todavía registran irregularidades.

Las empresas disponen de quince días desde la recepción de este acuerdo para realizar alegaciones. En este sentido, el acuerdo de iniciación que han recibido es únicamente una fase preliminar de un proceso que puede ser largo y en el que cabe también la posibilidad de que las empresas decidan colaborar y atender el requerimiento que se les hace y eliminar de su web los alojamientos no inscritos.



## Elite x2

# Diseñado para responsables IT, irresistible para los usuarios

Elite x2 1012, con procesador Intel® Core™ m7, le ofrece todo el rendimiento y la productividad profesional.

Intel Inside®. Para unas soluciones potentes.



### Seguridad profesional

Seguridad líder en la industria que ayuda a proteger su información en movimiento.



### Mantenimiento en sus instalaciones<sup>1</sup>

Sus expertos IT pueden intercambiar sus componentes in situ para reducir periodos de inactividad.



### Creado magistralmente

Estilo elegante con el mejor teclado profesional.

Para más información visite [www.hp.es/elite21012](http://www.hp.es/elite21012)

Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.

El teclado HP Advanced se vende por separado o como una función opcional. No están disponibles todas las funciones en todas las ediciones o versiones de Windows. Los sistemas pueden requerir la actualización o la compra por separado de hardware, controladores, software o actualizaciones al BIOS para poder aprovechar las funciones de Windows al máximo. Windows 10 se actualiza automáticamente y siempre está habilitado. Pueden aplicarse tarifas GP y requisitos adicionales con el tiempo para realizar las actualizaciones. Consulte <http://www.microsoft.com>.

<sup>1</sup> Mantenimiento por HP Support, Técnicos certificados de HP. Proveedores de servicio autorizados de HP o participantes en el Programa Self-Maintainer de HP. Vea más información en [hp.com/partners/SMProgram](http://hp.com/partners/SMProgram).

© Copyright 2016 HP Development Company, L.P. La información contenida en este documento está sujeta a cambios sin previo aviso. Windows y el logotipo de Windows son marcas comerciales o marcas registradas de Microsoft Corporation en Estados Unidos y/o otros países.



keep reinventing

# Andalucía aprueba el decreto que ordena las viviendas con finalidad turística

*El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado el decreto regulador de las viviendas con fines turísticos, que integra este tipo de alojamiento en la oferta reglada y facilita su coexistencia con el resto de modalidades, como parte fundamental del fortalecimiento del destino Andalucía. El Ejecutivo también ha acordado modificar*

*la regulación de los establecimientos de apartamentos turísticos, vigente desde 2010. El decreto, elaborado con el consenso de los agentes económicos y sociales, da cobertura jurídica a las viviendas alquiladas con finalidad turística, que tras la modificación en 2013 de la LAU habían quedado fuera de regulación y sujetas a normativas sectoriales.*

La nueva norma establece unos requisitos mínimos de calidad y confort equiparables a los del resto de alojamientos, con el fin de asegurar los derechos de los usuarios y evitar situaciones de fraude, intrusismo, clandestinidad y competencia desleal. Además, garantiza la seguridad pública al obligar a los propietarios a llevar a cabo un registro documental e informativo sobre los viajeros que utilizan este hospedaje.

Las viviendas con fines turísticos deberán disponer de licencia de ocupación y cumplir en todo momento con las condiciones técnicas y de calidad fijadas, entre las que figuran las relativas a ventilación exterior, mobiliario, refrigeración, ropa de cama, menaje y botiquín de primeros auxilios. Igualmente, han de ofrecer a los usuarios información turística de la zona y hojas de quejas y reclamaciones, así como un teléfono de contacto para atender y resolver incidencias durante la estancia.

Con su integración en la oferta reglada, estas viviendas deberán inscribirse obligatoriamente en el Registro de Turismo de Andalucía y sus titulares presentar la correspondiente declaración responsable para el inicio de la actividad. La prestación del servicio de alojamiento sin este requisito se considerará actividad clandestina y, por tanto, infracción grave. El código de inscripción en el registro habrá de indicarse en toda publicidad o promoción realizada por cualquier medio. Los servicios de inspección de la Consejería de Turismo y Deporte ejercerán las funciones de comprobación y control del cumplimiento de la norma.

De acuerdo con el decreto, se consideran viviendas con fines turísticos todas aquellas ubicadas en suelo de uso residencial donde se ofrece, mediante precio, el servicio de alojamiento de forma habitual y con fines turísticos, es decir, con comercialización y promoción a través de los canales de oferta propios de este ámbito

(agencias de viaje, empresas mediadoras u organizadoras y medios que incluyen posibilidad de reserva). La norma diferencia entre las viviendas completas, que se ceden en su totalidad y cuya capacidad máxima no puede superar las 15 plazas, y las viviendas por habitaciones, en las que deberá residir el propietario y que no podrán exceder de seis plazas.

Quedan fuera del ámbito de aplicación del decreto las viviendas que se ceden sin contraprestación económica; las contratadas por tiempo superior a dos meses continuados por una misma persona (reguladas en la LAU), y las situadas en el medio rural (que también cuentan con su propia regulación).

Se excluyen los conjuntos formados por tres o más viviendas de una misma persona titular ubicadas en un mismo inmueble o grupo de inmuebles, contiguos o no. Estos conjuntos pasan a estar regidos por el Decreto 194/2010 de establecimientos de apartamentos turísticos, texto cuya

modificación se incluye en la regulación aprobada hoy con el fin de completar la ordenación de esta modalidad de alojamiento diferenciada de las viviendas con fines turísticos.

El cambio introducido adecua la norma a la realidad del mercado turístico para dar cabida a todas las iniciativas en el ámbito de los apartamentos turísticos y facilitar su explotación y el desarrollo de la actividad económica. Se aclaran así los supuestos en los que se permite que estos alojamientos se constituyan en régimen de propiedad horizontal o figuras afines. Igualmente, se permite que los apartamentos del grupo conjuntos puedan situarse sobre suelos de uso turístico y terciario. En su nueva redacción, el decreto precisa la definición de esta modalidad, establece un régimen de exenciones, incorpora la especialidad de casas-cuevas y flexibiliza distintos requisitos relativos a la acreditación de la unidad de explotación y a la exhibición de las placas identificativas.

## Paradores renueva su acuerdo para la promoción de las ciudades teresianas

*La alcaldesa de Medina del Campo y presidenta de la Asociación de Ciudades Teresianas de España, Teresa López, y la presidenta de Paradores de España, Ángeles Alarcó, han firmado un acuerdo de colaboración mediante el cual la cadena hotelera española continuará promocionando la oferta de 'Huellas de Teresa de Jesús' con*

*rutras, descuentos y un menú teresiano, "Teresa entre pucheros" y, a su vez, Huellas de Teresa de Jesús difundirá la especial oferta de alojamiento y gastronómica de Paradores. El éxito de la iniciativa les ha llevado a renovar el acuerdo de colaboración firmado a finales de 2014.*

El objetivo de este acuerdo será continuar potenciando la gran dimensión turística de la Ruta que permite conocer España a través de las localidades más importantes del Siglo de XVI de nuestro país.

Desde finales del 2014 han sido miles los clientes que han recorrido los Paradores siguiendo las Huellas de la Santa Andariega y disfrutando del menú teresiano, uno de los reclamos más destacados por las decenas de periodistas internacionales que han visitado las localidades de Huellas para luego difundir su riqueza en los países de origen.

Una excelente idea culinaria que, además, se trasladó a la pantalla gracias a la implicación de RTVE, productora de la serie documental "También entre los pucheros anda el Señor". Esta iniciativa proyectó la imagen de las 17 ciudades y sirvió como motor para generar turismo en todas ellas, así como en los Paradores que elaboraron en sus cocinas los más suculentos platos teresianos.

Paradores y la Asociación de Ciudades Teresianas "Huellas de Teresa de Jesús",

seguirán colaborando conjuntamente en nuevas iniciativas y actividades gastronómicas, así como en la promoción conjunta de ambas instituciones, a través de acciones conjuntas destinadas a los mercados nacionales e internacionales.

A lo largo del 2016, "Huellas de Teresa de Jesús" continuará con su ambicioso plan de promoción internacional en países elegidos por varios factores como la importancia del turismo religioso y cultural, la población católica e incluso por otros aspectos como el interés por el Siglo de Oro español.

Los mercados en los que estará presente serán Irlanda, Polonia, Hungría, Reino Unido, Italia, Bélgica, México, Corea del Sur y Filipinas, entre otros.

Paradores colabora de forma fundamental, en la organización de los viajes de prensa y familiarización junto con Turespaña.

En todas las acciones promocionales programadas desde la Asociación durante 2016, se difundirá el legado arquitectónico, literario, espiritual y gastronómico, así como el potencial turístico de las 17



Teresa López y Ángeles Alarcó firmando el acuerdo de colaboración.

localidades que forman parte de la Ruta teresiana en las que Teresa de Jesús fundó conventos: Ávila, Medina del Campo, Malagón, Valladolid, Toledo, Pastrana,

Salamanca, Alba de Tormes, Segovia, Beas de Segura, Sevilla, Caravaca de la Cruz, Villanueva de la Jara, Palencia, Soria, Granada y Burgos.

# Oracle Hospitality

**ORACLE®** | **micros®**

Combinando dos visionarios con más de 35 años de experiencia. Líderes en tecnología.



**Soluciones modernas, móviles, basadas en la nube que ofrecen a los clientes experiencias excepcionales**

[oracle.com/hospitality](http://oracle.com/hospitality)

Copyright © 2015, Oracle y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

**ORACLE®**



**Eduardo Olano**  
Director general de Balantia

# ¿Cómo afecta el RD 56/2016 de Eficiencia Energética en el sector?

Tras casi dos años de retraso y un expediente abierto en la Unión Europea por el incumplimiento en plazos de la trasposición de una directiva aprobada en el 2012, el 13 de febrero el gobierno en funciones finalmente hizo oficial un nuevo reglamento que regula las auditorías energéticas en grandes empresas, el sistema de acreditación para proveedores de servicios energéticos y auditores energéticos y la promoción de

la eficiencia energética en la producción y uso de calor y frío. En concreto el impacto para el sector se limitará a la obligatoriedad que adquieren las grandes empresas en tener que realizar auditorías energéticas cada cuatro años o tener implantado y certificado un sistema de gestión energética, sin embargo, marca el camino hacia donde muy probablemente acabará convergiendo todo el sector.

**A** quién afecta y cómo lo hace  
Como hemos señalado serán las grandes empresas (más de 250 empleado o ingresos por encima de 50 millones de euros o con un balance general que exceda de 43 millones de euros) las que estarán sometidas a la obligatoriedad de cumplir en lo relativo a la realización de auditorías energéticas o implantación de un sistema de gestión energética.

Pese a que es habitual en el sector que cada hotel cuente con una sociedad específica que de manera independiente no se vería afectada por el Real Decreto, dentro de este se incluye el criterio de empresas agrupadas, de manera que si la suma de sociedades bajo una misma propiedad queda en el paraguas de gran empresa no será posible evitar la aplicación del mismo. Lógicamente sólo serán los activos en territorio nacional los sometidos a los criterios anteriores.

Estas auditorías energéticas deberán cumplir con unos requisitos mínimos en términos de calidad (deberán cumplir con la UNE-EN 16247), deberán realizarse y presentarse en un máximo de nueve meses desde la publicación del Real Decreto y deberán estar realizadas por técnicos acreditados en eficiencia energética. A partir de esta primera presentación, cada cuatro años se deberán

repetir los mismos trabajos. En el caso que en los cuatro años anteriores a dicha fecha de referencia se haya podido realizar alguna auditoría bajo el estándar UNE, podrán servir para cumplir con las exigencias del Real Decreto durante el periodo descrito. Los certificados energéticos, que probablemente muchos hoteles puedan haber obtenido en el pasado, también podrán aprovecharse pero exclusivamente como base para la realización de las auditorías.

Desde el punto de vista de los sistemas de gestión energética como opción posible para cumplir con el Real Decreto, hay que tener en cuenta que su alcance es mayor al de la auditoría puesto que por sí mismo precisa ya de una auditoría energética previa a la que hay que añadir el diseño, implantación y certificación de una norma específica de gestión energética (un ejemplo de sistema de gestión es el de la ISO 50001). Si bien esta opción puede ser en el corto plazo más costosa en términos económicos y de recursos por la necesidad de implicación por parte del propio personal de la compañía hotelera, no lo es tanto en el largo plazo por dos motivos. Por un lado, el

sistema de gestión una vez implantado exclusivamente precisará de la renovación de la certificación cada tres años, cuyo coste no es elevado frente al global de recursos que precisa el sistema. En cambio las auditorías deberán ser realizadas nuevamente al 100% cada cuatro años. Por otro lado, dado que el sistema de gestión es una herramienta de mejora continua incorporada al día de día de la organización, los resultados del mismo

pueden ser mucho mayores que los que ofrece una foto estática realizada por una auditoría en un momento concreto.

## Régimen sancionador

Pese a que no existe todavía constancia de la existencia de un cuerpo de inspección para la supervisión del cumplimiento del Real Decreto, sí que se detalla el régimen sancionador fundamentado en las siguientes premisas básicas:

a. Los posibles niveles de gravedad de incumplimiento por parte de las empresas o grupos empresariales:

i. Muy Grave: aplicado cuando no se realice la auditoría en el plazo legal requerido.

ii. Grave: aplicado cuando la auditoría realizada no cumpla con las directrices mínimas contempladas en la norma.

iii. Leve: aplicado cuando no se haya comunicado al órgano competente.

b. Los posibles niveles de sanción por incumplimiento de acuerdo a lo anterior, en resumen, serán los siguientes:

i. Muy Grave: se podrá aplicar una multa por importe de entre 10.001 euros y 60.000 euros.

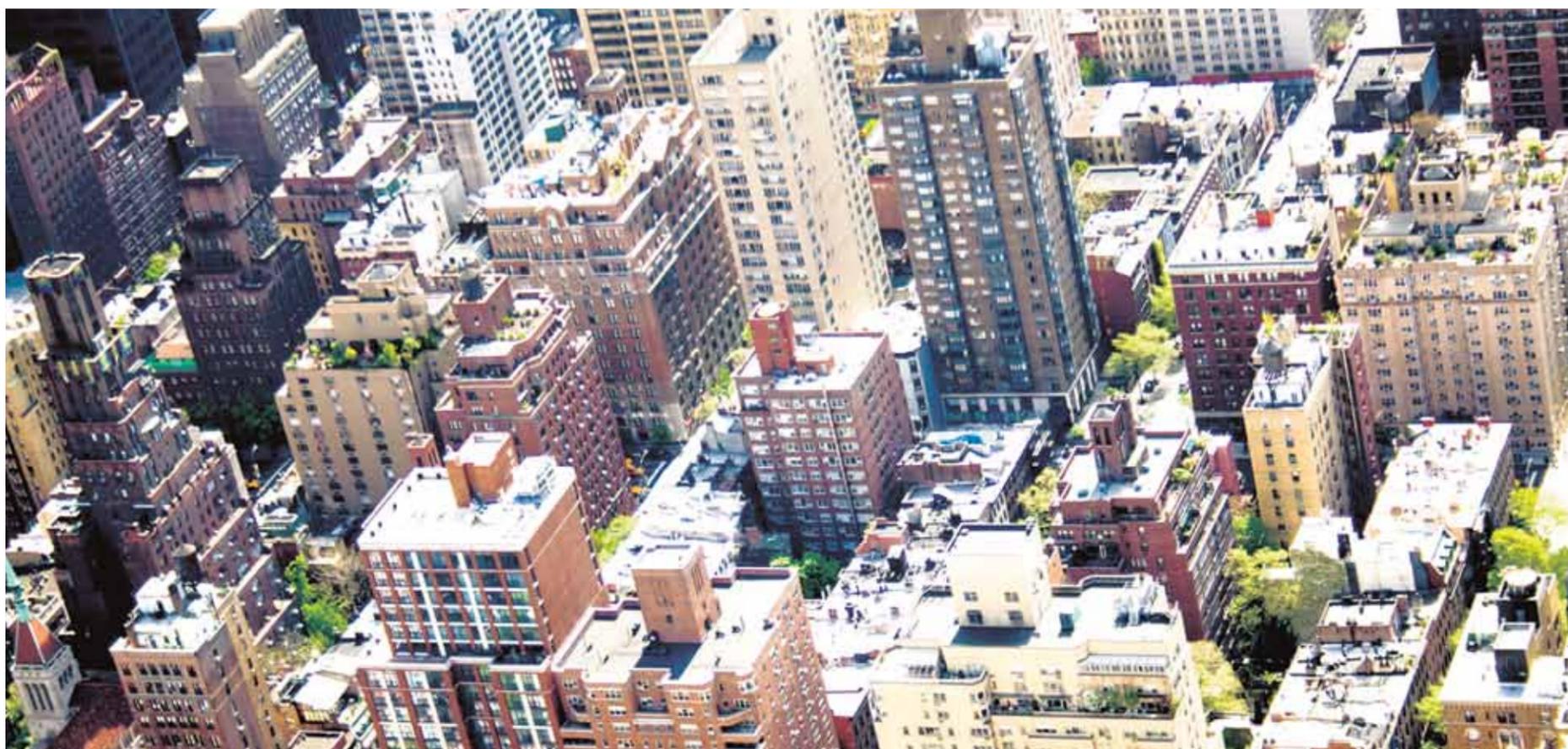
ii. Grave: se podrá aplicar una multa por importe de entre 1.001 euros y 10.000 euros.

iii. Leve: se podrá aplicar una multa por importe de entre 300 euros y 1.000 euros.

## ¿Cómo sacarle el máximo partido a la nueva regulación?

Dado que este nuevo decreto no deja de ser un coste y esfuerzo inexistente hasta la fecha, se puede afrontar con dos enfoques distintos: el de estricto cumplimiento legal con el mínimo coste o el de alinear dichos esfuerzos con los objetivos de ahorro, eficiencia y sostenibilidad de la compañía. Este segundo enfoque sin duda puede ser el más productivo y pasa por realizar una reflexión interna previa en la que muy probablemente podrán los responsables implicados identificar una orientación productiva que haga más rentable el cumplimiento del Real Decreto.

Estas auditorías energéticas deberán cumplir con unos requisitos en términos de calidad



# Las pernoctaciones hoteleras crecen en España un 8,2% en enero de 2016

Los turistas han realizado en España un total de 14.437.332 pernoctaciones en establecimientos hoteleros durante el pasado mes de enero, lo que representa un incremento del 8,2% respecto al mismo mes del año anterior, según el CEHAT Hotel Monitor, que realiza la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísti-

cos (CEHAT) de manera mensual. Este informe refleja una mejoría en las cifras de pernoctaciones para todas las categorías de hoteles analizadas. Durante este mes de enero, el 62,5% de los turistas han sido residentes en el extranjero, mientras que tan sólo el 37,5% corresponde a turistas residentes en el territorio nacional.

El incremento en pernoctaciones durante este mes de enero de 2016 ha beneficiado a todas las categorías de hoteles de nuestro país. Los turistas residentes en España han sido los protagonistas, lo cual muestra la recuperación del turismo doméstico. Sin embargo, en el análisis comparado de los últimos doce meses, observamos cómo aumentan las pernoctaciones en los hoteles de cinco estrellas el doble que en los de cuatro estrellas, estando incluso estancadas en los de tres.

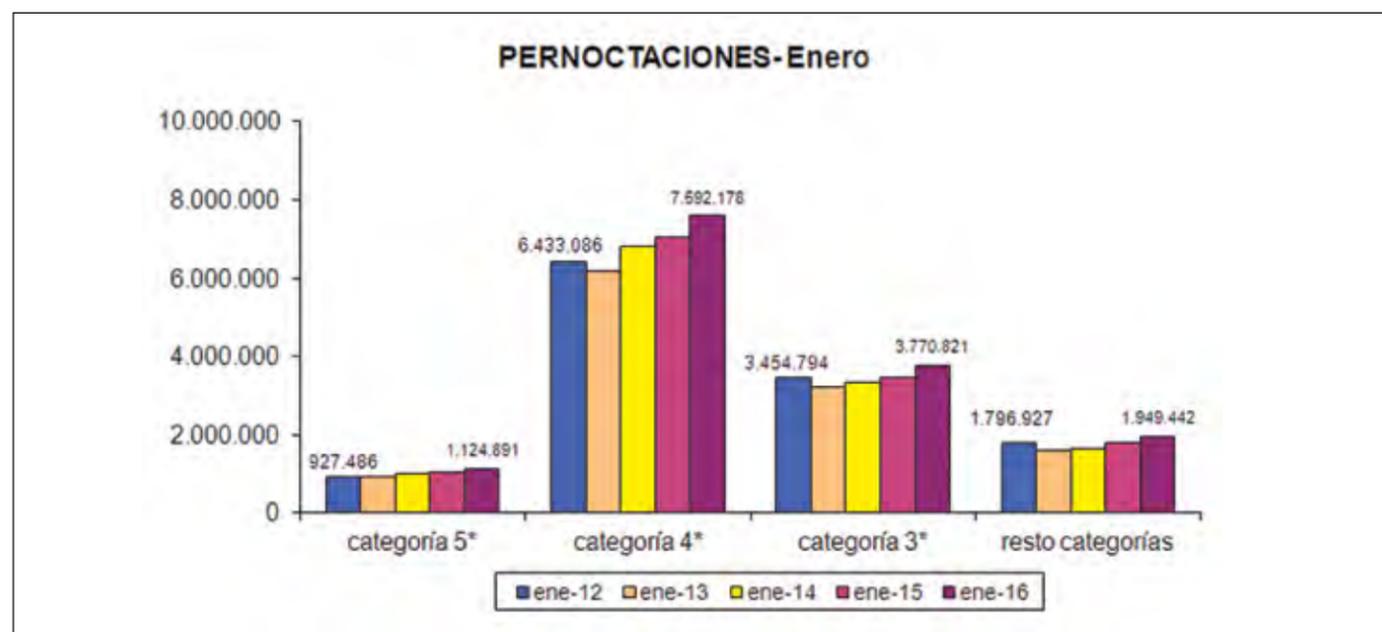
En cuanto al número de plazas ofertadas, asistimos a la estabilidad en los datos globales, siendo consecuencia del aumento de plazas en los hoteles de cinco y cuatro estrellas, mientras que se han cerrado hoteles de categorías inferiores, debido al desigual comportamiento de precios y rentabilidad entre ellos.

El grado de ocupación por plazas mejora de la misma manera de lo han hecho las pernoctaciones, con incrementos en todas las categorías. El crecimiento está siendo sostenido durante los últimos doce meses.

En las grandes ciudades el comportamiento de los precios, medidos a través del ADR, muestra una tendencia claramente favorable a los hoteles de cinco estrellas, con un aumento de precios el doble que el de categoría de cuatro y tres estrellas. Dado que, sin embargo, las evoluciones son similares en el dato del REVPAR, hemos asistido a una mejoría de ocupación en los establecimientos de categorías medias. "Los precios de hoteles de alta gama se han mantenido competitivos, sobre todo en grandes urbes, que a la vez han mejorado su atractivo turístico. Los destinos de vacaciones se han visto, además, favorecidos por la inestabilidad geopolítica de competidores como Egipto, Turquía o Túnez. Pero podemos decir que el sector ha hecho los deberes", indica el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella.

Un análisis más detallado, nos lleva a la conclusión de que, en las grandes ciudades, la evolución de los establecimientos, medidos de forma individual, es muy dispar. Esto es debido a que, cada vez más, el cliente analiza y es fiel a una marca, a un hotel, según su posicionamiento y las opiniones del mismo. No todo el destino marchará ya de la misma manera, cada establecimiento tendrá sus resultados en función de su posicionamiento y reputación. En cualquier caso, vemos como los aumentos de rentabilidad, medidos a través del REVPAR, son mayores que los de precios, (ADR), lo cual indica que los hoteleros están siendo cautos a la hora de aumentar precios hasta tener recuperadas las ocupaciones a niveles anteriores a la crisis.

En las ciudades de tamaño medio la tónica ha sido la de contención en precios (ADR prácticamente estable, salvo para cuatro estrellas) con una evolución de

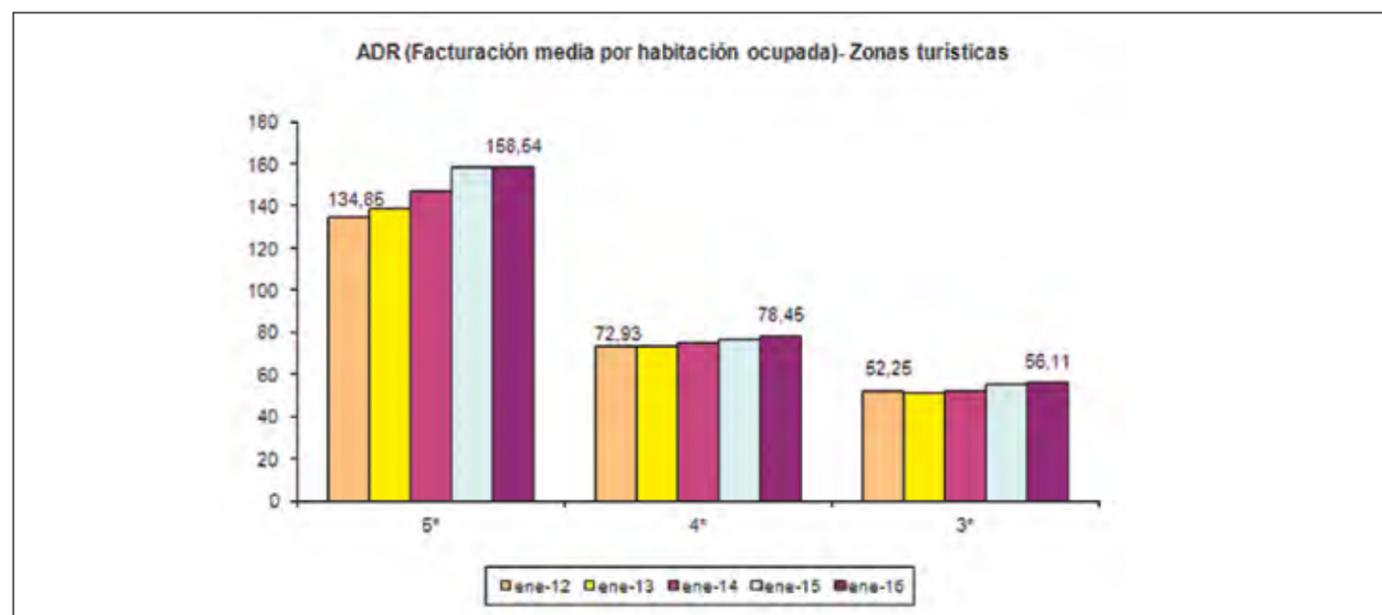
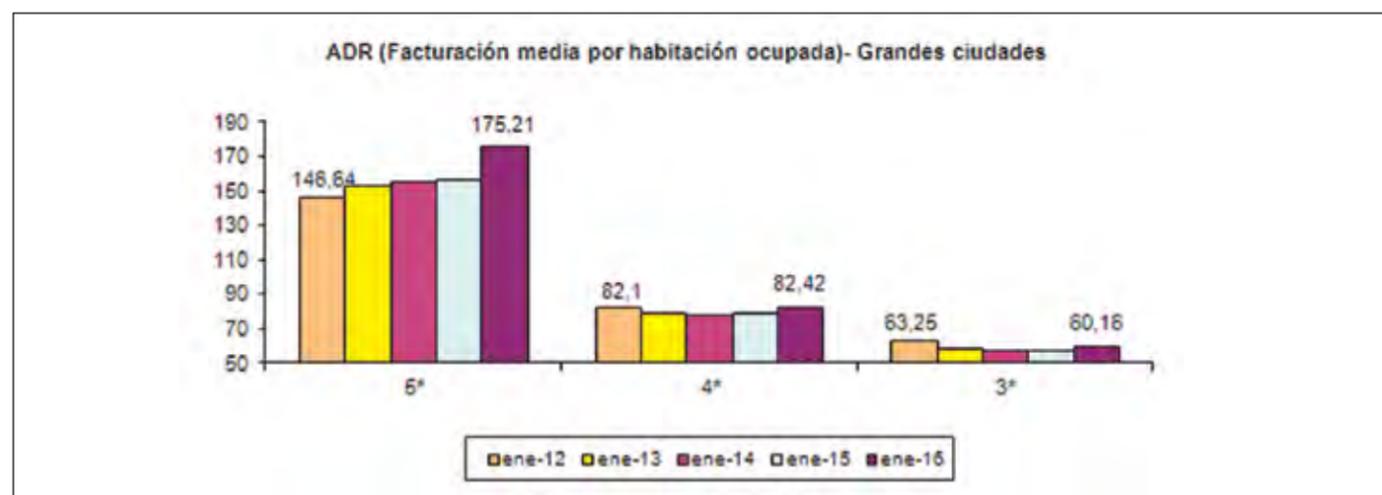


REVPAR muy favorable. Es significativo cómo, en los últimos cinco años, mientras los precios de los hoteles de cuatro y tres estrellas no han sufrido cambios, la rentabilidad por habitación no ha dejado de aumentar. Por otro lado, los hoteles de la máxima categoría han aumentado los precios desde 2012 un 13% con una repercusión en el

REVPAR del 42%. Las ciudades de tamaño medio crecen de forma significativa, y sus resultados empiezan a acercarse a las cifras de las ciudades de mayor tamaño.

Como ya viéramos al principio de este informe, son los hoteles de tres estrellas de la costa andaluza los que han presentado una mejor evolución del REVPAR,

debido al aumento de pernoctaciones. Es importante el desarrollo de las zonas de interior que, si bien no han aumentado precios durante este mes con respecto al mismo mes del año anterior, sí han mejorado en ocupación, lo cual probablemente sea debido a la recuperación del turismo de los españoles.



# ITH colabora con Transfiere para fomentar la innovación

*El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) colaboró un año más en Transfiere, Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología y Conocimiento, que se celebró entre el 10 y 11 de febrero en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), contando con más de 3.000 participantes y 5.500 reuniones de trabajo en la zona de networ-*

*king. En estos días pasaron por las instalaciones del recinto malagueño más de 500 empresas e instituciones inscritas, 1.900 proyectos tecnológicos, 190 grupos de investigación y 40 universidades. Esta colaboración responde al objetivo de ITH de mejorar la competitividad del sector hotelero a través de la innovación.*

**E**l Instituto Tecnológico Hotelero participó un año más en el Foro Transfiere, Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación, que celebró su quinta edición entre el 10 y 11 de febrero en Málaga. Esta colaboración responde al objetivo de ITH de mejorar la competitividad del sector hotelero a través de la innovación.

Juan Molas, presidente de ITH; Alvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; y Fernando Panizo, vocal de ITH y presidente de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur, son miembros del Comité Organizador de Transfiere desde su creación. Además, desde su inauguración en 2011, ITH ha estado presente con un stand en las distintas ediciones de la feria y ha participado en las mesas redondas que se organizan en los foros paralelos.

En esta edición, Alvaro Carrillo de Albornoz participó en la mesa redonda celebrada el miércoles 10 de febrero sobre Ciudades Inteligentes, donde se debatió sobre cómo la tecnología puede contribuir a conseguir ciudades más sostenibles, ante un contexto en el que la población mundial está creciendo y cada vez es más urbana. Las ciudades en Europa albergan el 68% de la población, concentran el 70% de los consumos y son responsables del 75% de las emisiones.

Carrillo de Albornoz destaca la importancia de este tipo de encuentros enfocados a analizar cómo la innovación y la I+D+i pueden mejorar el negocio turístico, aportando facilidades tanto a las empresas como a los usuarios, y recuerda asimismo la relevancia que juega también en este sentido la labor de divulgación.

## **Tecnología, financiación e investigación**

Entre los objetivos de esta quinta edición de Transfiere se encontraban reforzar la presencia de empresas demandantes de tecnología, primar la financiación y fortalecer el papel de la investigación. El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; la secretaria de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad, Carmen Vela; el consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez de Arellano; el presidente de la Diputación Provincial de Málaga, Elías Bendodo y el rector de la Universidad de Málaga y representante de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, José Ángel Narváez, inauguraron el acto.

También intervinieron el vicepresidente adjunto de Transferencia de Conocimiento del CSIC, Ángel Caballero; el director general de Endesa en Andalucía y Extremadura, Francisco Arteaga; la directora de Territorio Sur de Telefónica, María Jesús Almazor, y el presidente del Comité Organizador de Foro Transfiere y presidente de la Asocia-



ción de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE), Felipe Romera. Romera agradeció el trabajo “totalmente altruista” del Comité Organizador de Foro Transfiere, y valoró el avance que ha supuesto este encuentro anual “para el mundo de la ciencia, del conocimiento, el universitario y el de las empresas”. “Vamos a asistir a un cambio fundamental en la innovación”, avanzó, en el que las universidades, a su juicio, estarán cada vez más inmersas. Resaltó también el número creciente de empresas que apuestan por la internacionalización, aludiendo a la participación de representantes de 23 países de todo el mundo y al Foro Transfiere como “el lugar donde hay más posibilidad de interacciones estos dos días” en materia de I+D+i.

## **Datos de cierre de la quinta edición**

Felipe Romera y Francisco de la Torre fueron también los encargados de la clausura,

junto al secretario general de la Agencia Andaluza del Conocimiento, Pedro Bisbal; la subdirectora general de Transferencia de Tecnología del Ministerio de Economía y Competitividad, María Luisa Delgado; el presidente del Colegio de Periodistas de Andalucía en Málaga, Rafael Salas, y el vicepresidente ejecutivo de la Fundación Persan, Ignacio Martínez.

Felipe Romera destacó en el cierre los “más de 3.000 participantes se han dado cita en Foro Transfiere 2016 y las 5.500 reuniones de trabajo que se han llevado a cabo”, así como la participación de 120 ponentes, 1.900 perfiles tecnológicos, 40 universidades y 37 plataformas tecnológicas. Cabe resaltar que los datos de participación han aumentado un 30 % con respecto a 2015. Asimismo, explicó que ya se trabaja en los contenidos de 2017, cuando el foro se celebrará los días 15 y 16 de febrero. Durante el acto de clausu-

ra tuvo lugar la entrega del I Premio de Periodismo ‘Foro Transfiere’, que recayó en el trabajo “El robot niño aprende solo”, publicado en el diario El País y firmado por el periodista José M. Abad Liñán. También se reconoció con una mención especial al reportaje “El estrecho puente entre campus y fábricas” de Carlos Otiniano Pulido, publicado en un suplemento conjunto de El País y Cinco Días.

Foro Transfiere está coorganizado por el Ayuntamiento de Málaga a través del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), por la Junta de Andalucía y por el Ministerio de Economía y Competitividad. Además, cuenta con las empresas Telefónica y Endesa como golden partners y con Grupo Empresarial TOPdigital, que participa como silver partner al igual que las empresas municipales malagueñas Limasa, Emasa, EMT y Smassa y la Diputación de Málaga.



# 300 hoteles participarán en la segunda subasta eléctrica de ITH

*El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) organiza la segunda subasta de electricidad dirigida a hoteles que se celebra este mes de marzo. El grupo de compra inicial de la primera subasta realizada el año pasado lo conformaban 70 hoteles, cifra que ha ido aumentando considerablemente hasta los 300 establecimientos*

*y el volumen de energía acumulado es cuatro veces el alcanzado en la iniciativa anterior. Desde ITH animan a todos los alojamientos a participar en estas iniciativas, ya que pueden reportar grandes beneficios para el usuario y no suponen ningún tipo de riesgo para el hotel.*

**O**btener un gran número de establecimientos en el grupo de compra para la subasta de electricidad aumenta las posibilidades de conseguir mejores precios. Las comercializadoras interesadas en suministrar la electricidad a estos establecimientos pujan a la baja y a mayor volumen de energía acumulada, las tarifas suelen ser más competitivas.

El sector hotelero es cada vez más consciente de los beneficios que esto les puede aportar. De hecho, el número de establecimientos que se han adherido al grupo de compra para esta subasta ha experimentado una gran subida en comparación con los que se sumaron a la subasta celebrada en 2015, en la que participaron 70 hoteles cuantificados en 53GWh. Esta cifra ya se ha cuadruplicado con 300 establecimientos adheridos y se espera conseguir un ahorro considerable.

Es una buena oportunidad para todos aquellos hoteles que tengan interés en reducir sus costes energéticos. Los establecimientos que participen en la iniciativa no están obligados a contratar con la comercializadora que gane la subasta si las tarifas obtenidas no le mejoran los resultados respecto a sus precios actuales.



Esta iniciativa nació con el objetivo de reducir los costes energéticos de los hoteles españoles y así mejorar su competitividad, que es la misión principal del ITH. En la búsqueda del ahorro de los costes energéticos se puede trabajar tanto reduciendo el consumo mediante acciones y medidas de eficiencia energética, como pagando un precio menor por la energía que se consume. Es esta última variable,

el precio, la que se intenta reducir a través de esta iniciativa.

El proceso es sencillo. Los hoteles que forman parte del grupo aúnan sus consumos energéticos, que son subastados entre las comercializadoras invitadas a tal efecto. Las comercializadoras pujan a la baja sobre el precio al que venderán la energía, en concreto sobre su margen de comercialización, siendo la ganadora

aquella que ofrece un precio menor. Aquella que oferta más bajo será la encargada de vender la totalidad del cupo energético al grupo. El proceso se realiza en una plataforma online para subastas, de manera limpia y transparente.

## Resultados de iniciativas anteriores

En la primera subasta de electricidad para el sector hotelero, realizada en marzo de 2015 fueron invitadas a participar 15 de las principales comercializadoras y se obtuvieron tanto precios fijos como precio indexado (alineado con el mercado) para ofrecer al hotelero la opción que más se ajustase a sus necesidades y características. Los hoteles participantes obtuvieron ahorros medios del 9% en el término de energía.

Aparte de la compra colectiva de electricidad, ITH también fue pionero en lanzar la primera subasta de gas para el sector hotelero. Esta subasta se realizó en el mes de octubre de 2015 y se consiguieron unos resultados extraordinarios con ahorros medios del 24% en el término variable.

Aquellos interesados en formar parte de estas iniciativas pueden ponerse en contacto con ITH a través del correo [oolonso@ithotelero.com](mailto:oolonso@ithotelero.com) o en el teléfono 914171246.

## ITH y Segittur probarán productos y servicios innovadores en hoteles

**L**a Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) probarán productos y servicios turísticos innovadores financiados con la línea Emprendetur en una selección de hoteles. El objetivo de esta iniciativa es analizar el impacto económico del uso de esos productos y servicios, así como la calidad percibida por el cliente y la mejora de la gestión en recursos y procesos. Esta iniciativa forma parte del acuerdo de colaboración suscrito entre el presidente de Segittur, Antonio López de Ávila, y el presidente del ITH, Juan Molas.

El acuerdo suscrito por Segittur y el ITH prevé la selección de productos y servicios desarrollados por emprendedores y empresas turísticas, que han sido apoyados por la línea de financiación Emprendetur, para la puesta en marcha de proyectos piloto en una selección de hoteles en los que se implantarán las soluciones a testar.

Los proyectos piloto en los hoteles seleccionados tendrán una duración de tres

meses en los que se analizarán el impacto económico del uso de esos productos y servicios turísticos innovadores, así como la calidad percibida por el cliente y de la gestión de los recursos y procesos. Por último, con la información obtenida se elaborará un informe de conclusiones.

Para el presidente de Segittur, este acuerdo permitirá conocer los beneficios de las distintas iniciativas desarrolladas por los emprendedores para el sector hotelero, así como para mejorar aquellos aspectos que los hoteles hayan detectado, lo que repercutirá en nuevas oportu-

nidades de negocio para empresas y emprendedores.

En definitiva, constituye una acción de colaboración público-privada en la que todos tenemos mucho que aportar con el objetivo de incrementar la competitividad del sector turístico en general, y del hotelero en particular.

Por su parte, el presidente del ITH ha destacado que la incorporación de estos productos y servicios en la industria hotelera supone un paso más en la mejora del negocio hotelero, que se ve actualmente más obligado que nunca a reconvertirse y aplicar las tecnologías que tiene a su alcance para adaptarse a las exigencias de la Era Digital.

Los resultados de los proyectos pilotos realizados se convertirán asimismo en una valiosa información para los hoteles, sirviendo de ejemplo para futuros desarrollos. Su difusión encaja en otra de las principales líneas de actividad de ITH: la divulgación del conocimiento entendida como una vía para fomentar la competitividad del sector.



# La computación cognitiva es la tecnología del año para el turismo

*Phocuswright, organismo líder en la investigación de la industria del viaje, apuntó en el marco de la celebración de Fiturtech 2016 a la computación cognitiva, con sus numerosas aplicaciones en la industria del turismo, como*

*la tendencia tecnológica del año. Con la proliferación de una gran cantidad de pequeños dispositivos, cada vez es más común usar la automatización para emular el proceso del pensamiento humano.*

**E**jemplos de computación cognitiva son las aplicaciones para la gestión de viajes personales que permiten a los proveedores saber las preferencias de los viajeros y en consecuencia automatizar los cambios de itinerario.

Así se puso de manifiesto durante la presentación de Phocuswright sobre tendencias y oportunidades tecnológicas y globales en Fiturtech 2016 que se celebró en Madrid del 20 al 22 de enero de 2016. La sesión, "Tendencias tecnológicas turísticas globales" detalló las mayores tendencias de consumo que las compañías de viajes necesitan considerar para triunfar en cualquier mercado.

La directora de Ventas y especialista en mercado Europeo y EMEA de Phocuswright, Florence Kaci, compartió las claves de un estudio sobre las innovaciones tecnológicas y sus efectos sobre el sector turístico. El estudio, basado en el informe de Phocuswright "Travel Innovation and Technology Trends 2015", mira hacia las expectativas crecientes de los viajeros, nuevos dispositivos, contenido social y los retos de desarrollar un modelo de negocio efectivo para monetizar el valor de esas innovaciones.

"Estamos encantados de tener a Phocuswright presentando su investigación en Fiturtech", afirma Patricia Miralles, responsable de Fiturtech, que añade:



*La directora de Ventas y especialista en mercado Europeo y EMEA de Phocuswright, Florence Kaci, participó en Fiturtech 2016.*

"El mercado europeo de los viajes está en constante crecimiento y en continua evolución, las ideas de Phocuswright sobre este ritmo de cambio, sobre todo en términos de avances tecnológicos e innovaciones, es muy valiosa para nuestros asistentes".

Phocuswright ofrece un reciente estudio que incluyen un examen del mercado de viajes online español, que abarca la dinámica del mercado y la información en todos los segmentos clave, y un análisis detallado de los hoteles independientes en Europa y los Estados Unidos.

## Primera edición de la Spain Tourism Tech Week

**I**CEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica Comercial de España en Los Angeles, con apoyo de Segittur, han convocado la primera edición de Spain Tourism Tech Week, promoción de empresas tecnológicas, que se celebrará en San Francisco-Silicon Valley del 12 al 15 de abril.

Se trata de una iniciativa que surge como acción de promoción específica dirigida a las empresas tecnológicas para el sector de turismo. Esta acción, puesta en marcha por primera vez por ICEX en Silicon Valley, el entorno americano tecnológico más dinámico del mundo, tiene una doble vertiente, formativa y comercial. Para ello se desarrollarán una serie de actividades, como visitas a aceleradoras, incubadoras e inversores en proyectos tecnológicos relacionados con el sector Travel Tech, visitas a empresas americanas punteras donde las españolas tendrán la oportunidad de conocer y profundizar en las estrategias que han desarrollado, y conocer nuevas tecnologías emergentes, sesiones de networking con otros emprendedores e inversores con experiencia en Silicon Valley, y contactos comerciales.

Esta convocatoria está dirigida a empresa española pyme de base tecnológica, desarrolladora de TIC's para el sector turístico, con desarrollo de producto propio y alto componente innovador, así como potencial internacional.

# ITH y The Hotels Network ofrecen soluciones para la venta directa

*El hotelero persigue la mayor rentabilidad en la distribución directa y la inversión realizada en motores de reserva supera la inversión en channel managers, según el informe "Factores clave de la distribución hotelera" realizado por ITH. Se puede afirmar que los objetivos de los hoteles se dirigen con más intensidad a la venta directa;*

*sin embargo, las valoraciones incluidas en dicho informe indican que las expectativas que depositan en este canal no se ven siempre cumplidas con las soluciones actuales. Ante esta situación el Instituto Tecnológico Hotelero ha decidido poner en marcha un acuerdo con The Hotels Network para ayudar a mejorar el proceso de reserva directa.*

**T**he Hotels Network es una compañía tecnológica basada en Barcelona y San Francisco que se ha incorporado como nuevo socio del ITH, con el objetivo de ayudar a los hoteles a competir por los clientes online. The Hotels Network ofrece las herramientas para que los hoteles aumenten la conversión en su web y atraigan nuevos clientes.

Desde Hotels Network señalan que los viajeros visitan hasta 38 webs diferentes antes de completar la reserva de su viaje. Ante este aparente caos de comparaciones y dudas, es fundamental entender el proceso de decisión del usuario y ofrecerle la información que

necesita en cada momento, para que tome una decisión con la que se sienta cómodo y satisfecho. Este proceso de decisión incluye decidir entre varios hoteles, encontrar el mejor precio y las mejores condiciones, y comprar en el momento adecuado. Las herramientas de The Hotels Network, instaladas en la web propia de un hotel, ayudan al usuario a comparar valoraciones (reviews) de ese hotel en múltiples plataformas, garantizan que el hotel ofrece el mejor precio disponible (mediante un "price widget") y le animan a reservar cuanto antes para garantizar la mejor oferta.

Su actividad se divide en dos áreas. Por un lado, trabaja en el aumento de

reservas directas en la web del hotel mediante un conjunto de herramientas que mejoran la conversión: 32% de reservas adicionales, simplemente añadiendo una línea de código a la web. Por otro lado, incrementa el tráfico de la web, combinando retargeting y personalización. El objetivo es atraer a los usuarios que no llegaron a reservar en su primera visita y personalizar la web cuando vuelven para cerrar la venta.

Como comenta Juanjo Rodríguez, CEO de la compañía, "los hoteleros buscan productos que les ayuden a competir en igualdad de condiciones con las grandes agencias online, tanto en tecnología como en marketing. La inversión en

mejorar la conversión de la web propia muestra resultados inmediatamente y es una de las mejores formas de potenciar la rentabilidad a corto plazo."

Alvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, coincide en considerar la mejora de conversión de la web propia como una de las exigencias para el hotelero actual, si bien recuerda la importancia de saber establecer una estrategia correcta para cada tipo de establecimiento y optimizar todas aquellas inversiones que se realicen en distribución, ya sea directa o indirecta, sin descuidar aquellos canales que sean más adecuados para el perfil de cliente identificado como objetivo en la estrategia de comercialización.

## Hostal Grau, habitaciones libres de radiaciones

**E**l Hostal Grau ha lanzado el nuevo concepto de habitación OFF ROOM, junto a Green Room Hotels, con el que quiere calificar aquellas estancias casi libres de radiaciones. Lo ha desarrollado con ayuda de otros colaboradores en una de sus estancias.

Mónica Vallejo, propietaria del establecimiento, explica que este proyecto de habitación casi 100% libre de radiaciones electromagnéticas responde al objetivo de proporcionar el mejor descanso posible a sus huéspedes.

Entre las medidas ejecutadas se incluye la creación de una pantalla a través de un revestimiento de pintura de carbono por las radiaciones electromagnéticas de alta frecuencia como las señales exteriores de

telefonía móvil o de redes wifi. También han instalado aparatos que hacen desaparecer los campos electromagnéticos de baja frecuencia cuando no se utilizan los interruptores o los enchufes de la habitación o un punto de acceso a Internet que permite la conexión por cable ethernet o utilizarlo como antena wifi, con un ajuste individual y único para la habitación que permite ajustar la potencia al mínimo imprescindible y que tiene una posición de reposo con emisión casi nula de radiaciones en ausencia de demanda de conexión. Además, la cama está fabricada con materiales 100% naturales y orgánicos libres de cualquier componente metálico y de sustancias químicas o sintéticas.



## Skyscanner avanza en la búsqueda turística por voz

**E**l comparador global de vuelos, hoteles y alquiler de coches Skyscanner presentó en Fiturtech 2016 lo que supone la inteligencia artificial en las búsquedas turísticas y, en concreto, los pasos que el metabuscador está dando en las búsquedas por voz.

“Sin tener la sensación de hablar con una máquina o un contestador, sino de la forma más natural” –señaló David Low, portavoz de Skyscanner y responsable del proyecto “los viajeros podrán hacer sus búsquedas de vuelos y planificar sus viajes aún con mayor agilidad y mediante una conversación”. La integración de voz es una característica importante para la industria de

viajes, y en el mundo digital en general. De hecho, la integración conversacional está cada vez más presente en todo, desde los ‘wearables’, a los coches o incluso las aplicaciones móviles, y esto es algo que refuerza que las conversaciones y la mensajería se están convirtiendo en corrientes principales.

Alexa ha sido una plataforma, que ha permitido que Skyscanner haga esa búsqueda de vuelos por voz realidad. Para ello, Skyscanner ha construido una API de búsqueda de vuelos personalizada, que permite que los viajeros hagan búsquedas de vuelos vía Skyscanner a través cualquier dispositivo que adopte la plataforma de Amazon, incluyendo Amazon Echo y Fire TV.



# Clausuradas las Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos

*Córdoba ha sido la ciudad elegida para cerrar la segunda edición de Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos que organiza el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) con el patrocinio de Repsol. El evento, bajo el lema “Soluciones térmicas de alta eficiencia y ahorros de costes energéticos”, se celebró*

*el jueves 25 de febrero en el Hotel Córdoba Center reuniendo a numerosos profesionales del turismo interesados en conocer cómo gestionar de manera más eficiente sus establecimientos, así como a un gran número de ingenierías, instaladores y mantenedores locales que prestan servicio a dicho sector.*

**E**ste segundo ciclo de jornadas ha pasado por otros puntos de España, como Vielha (Val d’Aran) y Salamanca, reuniendo a más de 300 asistentes hasta su clausura en Córdoba. Está previsto que la tercera edición arranque la próxima primavera de 2016.

En Córdoba, la jornada fue inaugurada por Carmen María Gómez Navaja, delegada de Turismo y vicepresidenta del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, José Fernández Linares, gerente del Consorcio de Turismo de Córdoba, y Manuel Fragero, presidente de la recién creada Asociación de Empresas Hoteleras de Córdoba (AEHCO), que estuvieron acompañados por Coralía Pino, responsable de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del ITH, e Ignacio Leiva, gerente Soluciones Energéticas de Gas GLP España de Repsol.

Tras la presentación, Coralía Pino hizo un resumen a grandes rasgos del perfil de consumo de los alojamientos andaluces y se basó en el Decálogo del Hotel Eficiente en 10 pasos para definir estrategias concretas



dirigidas a los establecimientos hoteleros. Asimismo, presentó algunas de las ayudas que están a disposición de los empresarios turísticos, como el Plan de Rehabilitación de Edificios Existentes (PAREER-CRECE) del IDAE, con subvenciones de hasta el 30% a fondo perdido que permite acortar los retornos de la inversión.

Ignacio Leiva recordó que existe un importante potencial de ahorro que a veces no se percibe en el sector. Va creciendo

el número de huéspedes que percibe la apuesta por la sostenibilidad como éxito del propio hotel, contribuyendo ello a generar una buena imagen social del sector. “Nosotros apostamos por la integración de servicios energéticos e intentamos dar mucho más que energía facilitando todo lo necesario para poder implantar las soluciones”, afirmó, centrando su intervención en explicar cómo mejorar la competitividad y sostenibilidad de los establecimientos

a través de medidas como el cambio de combustible a gas propano o la modernización de las instalaciones con soluciones técnicas de alta eficiencia.

También participaron en las jornadas aportando soluciones y alternativas eficientes Ferrán González, director Nacional de Ventas de Bosch-Buderus, Santiago de la Fuente, consejero de Absorsistem, S.L., Juan Ruiz, country manager España de Girbau Group, y Jose María Pujol, delegado Renting Zona Este de Banco Sabadell.

Para la organización y difusión del evento en Córdoba se ha contado con el apoyo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), el Patronato de Turismo de Córdoba, el Consorcio de Turismo de Córdoba y la Federación Española de Empresarios de Camping (FECC). Las jornadas están organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero con Repsol como patrocinador principal del evento y están co-patrocinadas por Bosch/Buderus, Absorsistem, Banco Sabadell y Girbau.

# Instrumentos de Trabajo Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



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

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

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

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



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

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

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

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



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

**EL NOTICIERO OPC**  
ORGANIZADORES CONGRESOS  
ANUARIO (1 EDICION)

**DOSSIER NEXOTUR**  
CONVENIO LABORAL DE  
AGENCIAS DE VIAJES

**Futuralia**  
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO  
ANUARIO (1 EDICION)

**ESPECIAL NEXOTUR**  
CONGRESO UNAV  
ANUARIO (1 EDICION)

**CONEXO**  
COYUNTURA REUNIONES  
ANUARIO (1 EDICION)



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

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

**CIMET**  
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

**Turnexo**  
SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

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

**CONEXO**  
PALACIOS DE CONGRESOS Y CONVENTIONS BUREAU



Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico del Estado Español



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional



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

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



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

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

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

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



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

**GOLD&TIME**  
JOYERIA, GEMOLOGIA, ORFEBRERIA  
REVISTA SEMESTRAL (2 EDICIONES)

**NEXOTIME & ALTA RELOJERIA**  
RELOJERIA E INDUSTRIAS AFINES  
PERIODICO BIMESTRAL (6 EDICIONES)

**EL ECO**  
FILATELIA Y NUMISMATICA  
MENSUAL (11 EDICIONES)



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

**GOLDTIME.org**  
JOYERIA Y GEMOLOGIA  
PERIODICO DIARIO ONLINE

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

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

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

**IGE & MINAS**  
INST. GEMOLOGICO ESPAÑOL  
MENSUAL (11 EDICIONES)



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

**MAN people**  
TRANPORTE MERCANCIAS  
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

**MANmagazine**  
TRANPORTE MERCANCIAS  
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

**MAN WORLD**  
TRANPORTE MERCANCIAS  
SEMESTRAL (2 EDICIONES)

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

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

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

**NEXO**  
editores s.a.

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

## ‘Economía colaborativa: ¿quién gana y quién pierde?’

El responsable de asuntos europeos del Gremi d'Hotels de Barcelona, Didac García, formó parte del debate "Economía colaborativa: ¿quién gana y quién pierde?", organizado por el Colegio de Economistas de Barcelona.

Comenzado el debate, el catedrático Joan Subirats, profesor de Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Barcelona y doctor en Ciencias Económicas, se posicionó a favor de la economía colaborativa.

En su intervención, Didac García reflexionó sobre qué debe entenderse como economía colaborativa y clarificar lo que no lo es. Asimismo, pidió sentido común y regulación para nivelar las reglas de juego entre todos los diversos agentes económicos que ofrecen servicios de alojamiento para evitar así la competencia desleal que bajo el paraguas de falsa economía colaborativa, está perturbando el mercado y perjudicando a los negocios que sí cumplen las leyes.

Didac García aprovechó su intervención en el debate para dar a conocer a los asistentes el documento de CEHAT y HOTREC, "Nivelando las reglas de juego", que fue distribuido entre todos los presentes.

## Ávila celebra el VII Convite de los Campings de Castilla y León

*Casi la totalidad de los campings asociados a ASECAL participaron tanto en la reunión de la Asociación, como en el posterior workshop de proveedores y la cena final, acompañados por una nutrida representación de socios del sector del camping, presidentes de la federación española de empresarios de campings y de asociaciones de campings de regiones limítrofes, medios de comunicación y autoridades.*

El VII Convite de los Campings de Castilla y León se celebró en el hotel Palacio Los Velada de Ávila, con la asistencia de más de 60 personas. Cabe destacar la presencia de importantes autoridades como el director general de turismo de Castilla y León, Javier Ramírez, el teniente de alcalde y concejal de turismo de Ávila, Héctor Palencia, el diputado provincial de turismo de Ávila, Rafael Pérez y la presidenta de la Federación Española de Empresarios de Campings (FEEC), Ana Berrián,

En esta reunión se presentó a los Asociados el nuevo logo de ASECAL, un logo que refresca y moderniza la imagen de la asociación. Enrique Laorden, presidente de la asociación, junto al anterior presidente, Alejandro Sanz, y el vicepresidente, Emilio Valle, explicaron los temas en los que la asociación trabaja en estos momentos, principalmente la elaboración del nuevo decreto de Campings de la Comunidad. Se ha procedido a una modificación de la Ley regional de turismo que contempla la categorización de los establecimientos por estrellas.

Se resumieron las actuaciones conjuntas con la FEEC y se presentó un nuevo programa de formación para los trabajadores de los establecimientos asociados.

Más tarde, los empresarios tuvieron la oportunidad de conocer las novedades en equipamiento y accesorios para camping en un workshop con 11 empresas.

Tras las jornadas de trabajo tuvo lugar una cena de gala en la que el director general de turismo de Castilla y León, Javier Ramírez y Enrique Laorden presidente de ASECAL comentaron en sus discursos los retos que el sector del camping tiene por delante así como la situación del turismo regional.



Enrique Laorden durante la celebración del Convite de ASECAL.

## Grupo Caparros y ASHAL renuevan su convenio

Grupo Caparrós y ASHAL han renovado el convenio suscrito hace un año por el que la empresa de comercialización hortofrutícola se compromete a patrocinar los eventos gastronómicos que organiza a lo largo del año ASHAL. La renovación de la firma fue realizada por el presidente de la asociación hostelera, Diego García, y Antonio Gázquez, en nombre del gerente del Grupo Caparrós, Pedro Caparrós. Diego García ha mostrado su satisfacción ya que esta nueva firma "refuerza las relaciones del sector hostelero y uno de los grupos más importantes del sector hortofrutícola de Almería. El apoyo que recibimos de esta entidad es para nosotros muy valioso pues nos permite afianzar numerosas iniciativas que, de esta manera, se consolidan y van confeccionando ese perfil de turismo gastronómico que estamos buscando para la provincia de Almería".

Grupo Caparrós patrocinará este año también la Ruta 'De Tapas por Almería', las Jornadas Cocina de Temporada, de junio; la Feria del Mediodía, de agosto; el Día Mundial de la Tapa, de septiembre; o el Festival 'Tapas de Película', en noviembre / diciembre.

La comercializadora hortofrutícola de Almería se compromete a entregar lotes de productos a los ganadores de los diferentes eventos así como a ofrecer descuentos preferenciales para los establecimientos de ASHAL. Por su parte, la asociación hostelera difundirá entre sus socios las ofertas y promociones que en cada momento programe Grupo Caparrós y distribuirá información de esta empresa a través de los medios con que cuenta, tanto página web, revista como la propia sede. De la misma manera, promoverá la instalación de un stand o punto informativo de esta empresa en los diferentes eventos siempre que sea posible.



## Acuerdo entre AEHC y Aldro Energía

*El director de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC), Pedro Vega-Hazas, y el director nacional de Aldro Energía y Soluciones, Eduardo Pérez, han firmado un acuerdo de colaboración para contribuir al ahorro energético.*

Tal y como ha explicado el director de la Asociación "se trata de un convenio beneficioso para nuestros empresarios, ya que la factura del suministro eléctrico es un problema para muchos establecimientos". De este modo, "y a través de una empresa cántabra, que nos parece importante, el 90 por ciento de nuestros socios verá mejoras en las facturas y conseguirá un ahorro óptimo".

Por lo tanto, el objetivo de esta firma es, según Pedro Vega es "poder dotar a todos los miembros de nuestra Asociación de unas ventajas económicas en la contratación del suministro eléctrico". Pedro Vega-Hazas ha subrayado que "este proceso se realizará, además, de la manera más cómoda y menos intrusiva para el hostelero, puesto que la contratación se llevará a cabo a través de call center".

La oferta tiene un período de vigencia hasta el 31 de diciembre del presente ejercicio. En la misma se contemplan dos variables: Oferta Alta Tensión (para aquellos clientes que dispongan de tarifas de acceso de alta tensión, a los que se realizará un estudio de su contrato

de manera que se puedan adecuar las tarifas al mayor ahorro posible) y Oferta Indexada, que será ajustada para obtener el mejor precio.

Con la firma de este acuerdo de colaboración con Hostelería de Cantabria, Aldro Energía se suma al resto de empresas que confían en la actividad de la Asociación, como El Dromedario, Solares, Camarsa, Panusa, Sedano, El Diario Montañés Multimedia, Hogar-Hotel, Lavandería Alba, Grupo Sercozan, Sealco, Bactenor, Prodat, AJM Asesoría & Proyectos Energéticos, Bureau Veritas, Seguros AGR y Codelse.

Aldro Energía es una comercializadora energética fundada en julio de 2014 en Cantabria, a raíz de la liberalización del mercado de la energía eléctrica y el gas. La compañía está integrada dentro del Grupo Pitma, con más de 20 empresas de muy distintos sectores (telecomunicaciones, seguridad, energía, comercial y servicios a empresas) y compuesta por más de 3.000 profesionales. En 2015, fue reconocida por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) como la comercializadora libre de gas con mayor incremento de clientes.

# Seguridad

es estar a 4.000 km de tu hogar  
y sentir que estamos cerca de ti



3 Meses  
sin intereses\*

902 400 454  
viajeselcorteingles.es

VIAJES **El Corte Inglés**  
Una sonrisa de ida y vuelta

\* No aplicable sobre importes de tasas de embarque ni cuota de servicio / propinas. Intereses subvencionados por Viajes El Corte Inglés, S.A. Financiación sujeta a aprobación de Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiados en función del importe de la venta: desde 3€ hasta un máximo de 12€. Ejemplos a 3 meses sin intereses: Importe: 300€, 101,67€/mes, TIN 0%, TAE 10,44%, gastos de gestión 5€, importe total del crédito/adeudado 305€. Importe: 3.000€, 1.004€/mes, TIN 0%, TAE 2,42%, gastos de gestión 12€, importe total del crédito/adeudado 3.012€. Consulta condiciones. C.I.C.MA.59, HERMOSILLA 112 - MADRID

## Acuerdo entre Quirónsalud Sagrado Corazón y los hoteleros sevillanos

**E**l Hospital Quirónsalud Sagrado Corazón y la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia han firmado un convenio de colaboración con el fin de prestar una atención sanitaria de la más alta calidad a los huéspedes que lo precisen, tanto en los establecimientos hoteleros como en el centro hospitalario, con especial atención al turista internacional, que será atendido por personal que hable inglés. Además, el acuerdo fija que los miembros de la organización empresarial podrán beneficiarse de servicios especiales de salud en todos los centros que Quirónsalud tiene en Sevilla en condiciones preferentes.

En la firma han estado presentes Manuel Otero Alvarado, presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, y Pilar Serrano Moya, directora gerente del centro hospitalario y directora gerente territorial del Grupo Quirónsalud en Andalucía.

## Popular y Hostelería de Navarra firman un acuerdo

**E**l acuerdo beneficia a más de 600 asociados. Sector que da empleo a más de 16.000 personas en Navarra. En 2015, en Navarra, Popular aumentó la contratación de crédito a pymes y autónomos un 9,3%, hasta alcanzar los 223 millones de euros. Popular cuenta en Navarra con un total de 69.666 clientes, de los que 12.732 son pymes y autónomos.

Popular y la Asociación de Hostelería de Navarra han firmado la renovación del acuerdo de colaboración para facilitar el acceso a la financiación de todos sus asociados. El acuerdo ha sido firmado en Pamplona por el director de la Territorial Norte de Popular, Fernando Merino y la presidenta de la Asociación de Hostelería de Navarra, Ana Beriáin. A través de este acuerdo los asociados se podrán beneficiar de una extensa selección de productos individualizados y servicios diseñados a su medida en condiciones económicas favorables, entre los que destacan la Cuenta Pyme, la Cuenta de Crédito o el Préstamo / Leasing para financiación a corto y medio plazo.

Popular cuenta en Navarra con un total de 69.666 clientes, de los que 12.732 son pymes y autónomos. En

## El Gremi d'Hotels de Barcelona presenta la especialización "Monument"

*El Gremi d'Hotels de Barcelona ha presentado la nueva especialización Monument, a través de la cual se reconocerán los hoteles que aportan un valor añadido al patrimonio arquitectónico de la ciudad. Actualmente, hay doce*

*hoteles que ya cuentan con este reconocimiento: 1898, Arai, Bagués, Casa Fuster, Claris, España, Granados 83, Grand Hotel Central, Le Méridien Barcelona, Mercer, Monument Hotel y Neri.*

**E**l Gremi d'Hotels de Barcelona, a raíz del Pla d'Usos de Ciutat Vella del 2010, trabajó en el desarrollo de la "Guía de hoteles exquisitos de Ciutat Vella de Barcelona" con el objetivo de dinamizar el crecimiento de la planta hotelera de calidad del barrio. Ahora, el proyecto ha dado un paso más recuperando la especialización "Monument", a través de la cual se reconocen los hoteles que aportan un valor añadido al patrimonio arquitectónico de la ciudad. Este reconocimiento responde a la necesidad de dotar a los hoteles de un elemento diferenciador, que responda a las necesidades del turismo actual.

Los hoteles que ya cuentan con la especialización han colaborado en la recuperación del patrimonio arquitectónico de Barcelona, permitiendo que edificios con una dilatada historia vuelvan a formar parte de la oferta arquitectónica de la ciudad, poniendo en valor sus elementos más destacados y permitiendo que sean disfrutados por los ciudadanos.

Asimismo, la nueva especialización hotelera permitirá una mayor diversifica-

ción de la planta hotelera de Barcelona, aportando, a la vez, herramientas de fidelización para los visitantes que busquen un tipo de alojamiento concreto. Los establecimientos contarán también con una nueva herramienta de promoción, formando parte de las acciones específicas que desarrolle el Gremi d'Hotels y las que fomente con otras entidades.

Los establecimientos hoteleros, que contarán con una distinción visible, deberán cumplir con ciertos requerimientos: formar parte de los listados del inventario

de Patrimonio Arquitectónico de Catalunya y/o de Patrimonio Arquitectónico del Ajuntament de Barcelona y/o de Bienes culturales de interés local o nacional. Además, también deberán cumplir con los criterios de calidad determinados por el Comité Ejecutivo del Gremi d'Hotels de Barcelona: certificación que el estado de conservación del edificio reúna unas condiciones excelentes y que mantenga en perfectas condiciones los elementos arquitectónicos que lo hagan optar a la especialización "Monument".



## Los campings de Asturias subrayan la tendencia al alza

*Los campings de Asturias celebraron en el municipio de Llanes su gala anual. Esta gala contó con la asistencia del presidente de la Asociación de Campings de Asturias, Ramón Álvarez, la presidenta de la Federación Española de Campings (FEEC), Ana Beriáin, y los presidentes de las Asociaciones de Campings de Madrid y Cantabria, Fernando Ahijón y Pablo Alonso.*

**E**l presidente de la Asociación de Empresarios de Campings y Parques de Vacaciones de Asturias, Ramón Álvarez, destacó que el sector del camping está "fuerte", tiene "salud" y afronta el futuro "con ilusión". Álvarez reconoció que la crisis no afectó tanto a este sector como al hotelero y, de hecho, no cerró ningún camping en España durante la crisis, resaltó.

Durante la velada se hizo entrega de una placa conmemorativa a Juan Cipriano Bravo Noriega, «Pano», propietario del Camping Entre Playas de Llanes, por su trayectoria profesional.

Asimismo, se contó con la presencia del Director General de Turismo, Julio González, el alcalde de Llanes, Enrique Riestra, el Presidente de Hostelería y Turismo de Asturias (OTE), José Luis Álvarez Almeida y el Director General de la Federación Asturiana de Empresarios (FADE), Alberto González.

Por su parte, el Director General de Turismo, Julio González, habló del camping en Asturias como "un sector muy comprometido con el territorio y uno de los nichos más importantes de atracción

del turismo internacional a la región" y animó a los empresarios a fijar bien el producto turístico y afianzar la imagen que distingue a la marca "Asturias, paraíso natural" hacia el resto de regiones y de cara al exterior.

El sector registró el año pasado una tendencia al alza que rompe con el estancamiento vivido en los años anteriores a causa de la crisis, y esta temporada, según reconoció Ramón Álvarez, los esfuerzos de la asociación se centrarán en la promoción y en la profesionalización de un sector que cuenta en la actualidad con 45 campings asociados.



# CIMET 2016 promueve la internacionalización en Iberoamérica de las empresas turísticas españolas

La XIX Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET) abrió el pasado 19 de enero el programa oficial de la Feria de Turismo de Madrid, Fitur 2016. El evento, organizado por el Grupo NEXO en colaboración con el Consejo de Turismo

de CEOE, ha servido una edición más de punto de encuentro de empresarios turísticos españoles y responsables públicos de Turismo de los principales destinos iberoamericanos. CIMET 2016 ha sido clausurada por la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego.

Tras la inauguración oficial, se ha celebrado el tradicional debate entre ministros de Turismo y empresarios del Sector Turístico español. Cada ministro participante ha expuesto durante su intervención de cinco minutos aspectos de los planes e incentivos que ofrecen sus respectivos gobiernos.

Por su parte, los empresarios españoles han tenido la oportunidad de formular preguntas relacionadas con la implantación de hoteleros y operadores en Iberoamérica. Han estado presentes el viceministro de Turismo del Gobierno de Bolivia, Jaime Ernesto Rossell; el ministro de Turismo del Gobierno de Brasil, Henrique Eduardo Lyra; el ministro de Turismo del Gobierno de El Salvador, José Napoleón Duarte; la secretaria de Estado de Turismo del Gobierno de España, Isabel Borrego; y la viceministra de Turismo del Gobierno de Guatemala, Maruja Acevedo.

Tras finalizar el debate abierto entre ministros y empresarios turísticos,



se ha impuesto la Insignia de Oro y Brillantes de CIMET al fundador y presidente de Politours, Manuel Buitrón. De este modo, se incorporan a la Galería de Próceres del Turismo. Tras la lectura del panegírico a cargo del copresidente de CIMET, Carlos Ortiz, y la intervención de Buitrón recordando los hitos más importantes de los 40 años de historia de Politours, ha sido el turno de los presidentes de las principales Organizaciones empresariales del Sector. Además del propio Joan Gaspart, han intervenido el presidente de CEAV, Rafael Gallego; y el presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Miguel Mirones.

La clausura de la XIX edición de CIMET, ha corrido a cargo de la secretaria de Estado de Turismo del Gobierno de España, Isabel Borrego, y el director general de Ifema, Fermín Lucas Giménez.

## Tecnología de vanguardia *vs* Actitud de Servicio

El Sr. Manuel A. Ruiz Sotillo, Director General del Hotel Mayorazgo, en su condición de principal artífice e impulsor del sorprendente proyecto que comenzó a liderar hace tres años, expone a continuación una de las claves de ese ideario diferenciador que viene siendo sinónimo de éxito en la Gran Vía madrileña.

En un mundo donde la tecnología adquiere cada vez más importancia y los avances técnicos son una valiosa herramienta que facilita la logística de nuestro sector con PMS profesionales, Channel Managers que nos ayudan con la gestión de tarifas, Webs que soportan análisis competitivos e infinidad de todo tipo de elementos informáticos que abren al turista una ventana infinita para informarse y contratar servicios dentro de la ciudad, me pregunto qué papel juegan las Personas en este nuevo mercado dinámico, global, a tiempo real y cada vez más exigente donde el cliente tiene la llave del negocio y se niega a hacer "colas".

Los hoteleros nos esforzamos en tener cada día los medios técnicos más actualizados e incorporar las últimas tendencias a nuestro establecimiento para ofrecer lo mejor a nuestros clientes. Indudablemente, dependiendo del tipo de mercado y el target de cliente que cada hotel tenga, habrá una mayor o menor necesidad de implicación tecnológica.

Pero lo que es indudable, lo que es incuestionable, es que todos, absolutamente todos, ofrecemos servicios de alo-

jamiento, restauración... en definitiva, servicios donde la actitud del personal y su capacidad de emocionar y generar experiencias inolvidables es, sin duda, el Valor añadido más importante y yo diría que la base que sustenta los cimientos de nuestro sector turístico, un sector que, no lo olvidemos, es de servicio y por tanto servicial y receptivo.

No hay ninguna aplicación, ni programa informático capaz de transmitir esa ilusión que, como ineludible elemento consustancial, debe formar parte de cualquier experiencia a nivel humano, más allá de que ésta se defina con un carácter más profesional, vacacional, familiar...

De ahí que la formación de los mejores profesionales y su dominio lo más amplio posible de todas esas nuevas técnicas sea un elemento necesario, pero no suficiente. La empatía, la capacidad de transmitir emociones, el deseo de ilusionarse e ilusionar a los clientes, son aspectos fundamentales que deben formar parte del código deontológico de todo buen profesional que se dedique a la Hostelería.

Gente feliz que haga felices a sus clientes. Recepciones que sean Boutiques de Felicidad. Empleados que ayuden a comprar y fidelicen a toda

aquella persona que visite la ciudad. Y sonrisas... Porque, no lo olvidemos, una sonrisa puede iluminar más que una central eléctrica.

Porque una buena Actitud de Servicio es capaz de superar cualquier incidencia, por terrible que ésta sea, generada por un error informático.



**M**  
HOTEL  
**MAYORAZGO**  
Más Madrid

# @CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

*Desayuno con encanto*

*Palacete*

*Vista al Patio*

*Espectáculo de Nochevieja*

*resort en la nieve*

*Día de la*

*Piscina junto al Mar*

*momento rural*

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

**CEHAT**

## CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:

[www.cehat.com](http://www.cehat.com)