CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

DIRECTOR: Valentín Ugalde
MAYO 2011 / Nº 70 / AÑO VI

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

CEHAT y 'la Caixa' firman un acuerdo para impulsar la actividad del Sector Hotelero

CEHAT ha presentado recientemente el acuerdo alcanzado con 'la Caixa', que permitirá a los establecimientos hoteleros del país acceder a una amplia oferta de productos y servicios. El convenio, vigente hasta finales de 2012, muestra la confianza de la entidad financiera en la industria hotelera y supone un impulso fundamental a su actividad.

CEHAT y 'la Caixa' han firmado un convenio de colaboración de gran importancia para el Sector por el impulso que supondrá a su actividad en un momento decisivo. Gracias a este acuerdo, firmado hace varias semanas, 'la Caixa' pondrá a disposición de todos los establecimientos hoteleros españoles una amplia oferta de productos y servicios para dar respuesta a sus necesidades financieras, con rapidez y flexibilidad.

El acuerdo, que tendrá una vigencia de dos años, muestra la confianza de la entidad financiera en la industria hotelera como sector decisivo en la economía española, y se trata de un convenio que llega pocos meses después de que las fundaciones de ambas entidades firmasen un acuerdo de colaboración por el que la Fundación CEHAT se sumó al programa Incorpora de Fomento de la Ocupación de la Obra Social 'la Caixa'.

Entre las soluciones financieras a las que podrán acceder los establecimientos gracias a este acuerdo destacan el "Plan Renove" para la mejora de instalaciones o equipos tecnológicos, el servicio de *confirming*, que permite anticipar el cobro de las facturas, o un amplio abanico de servicios relacionados con la gestión *online* de ventas. Además, 'la Caixa' pone a disposición de las empresas del sector hotelero una línea que agrupa las diferentes necesidades de la empresa en materia de financiación del circulante, y permitirá a las empresas poder acceder a la Línea ICO Liquidez o a los servicios de *factoring*.

La firma del acuerdo de colaboración entre la CEHAT y La Caixa.

A fin de dar a conocer con mayor profundidad las ventajas de este acuerdo a todos los empresarios hoteleros del país, 'la Caixa' y CEHAT organizarán una serie de reuniones a lo largo del año en diferentes capitales españolas con el objetivo de potenciar la difusión de las ventajas de este convenio y darlas a conocer a todos los establecimientos hoteleros del país.

Asociaciones / Pág. 30

Se cumplen las buenas expectativas reflejadas en el Observatorio del primer cuatrimestre de 2011

Los resultados obtenidos por los hoteles españoles en la pasada Semana Santa han confirmado las previsiones del Observatorio de la Industria Hotelera Española para el primer cuatrimestre del año, que presentaron hace varias semanas el secretario general de la CEHAT, Ramón Estalella, junto a Álvaro Klecker y Juan Pérez de Lema, socio y director del Grupo de Turismo de PwC, respectivamente. Además, el Observatorio reflejaba unas mejores expectativas del Sector Hotelero que los primeros meses.

El indicador OHE Hotelero, que recoge las perspectivas de los empresarios hoteleros asociados a CEHAT, se ha situado por primera vez desde 2008 en valores que indican perspectivas de mejoría para el periodo de Semana Santa, que se han confirmado con datos de ocupación del 80% en la mayoría de las Comunidades Autónomas, que llegó al 95% en los días centrales.

Esta significativa recuperación de las expectativas responde, principalmente, a las previsiones de los hoteleros en materia de pernoctaciones, precio medio y rentabilidad, que también experimentan una importante mejora respecto a años anteriores.

El Observatorio recogió expectativas especialmente notables en materia de pernoctaciones en Semana Santa respecto a años anteriores, situándose en 71 puntos, 56,9 más que hace dos años. Estas expectativas se cumplieron en la mayoría de las Comunidades Autónomas, especialmente en los destinos de mayor tradición en estas fechas: Canarias, Castilla y León, Extremadura, Barcelona y Benidorm.

Ramón Estalella y Álvaro Klecker durante la presentación del Observatorio.

En lo referente a la rentabilidad, el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, apuntó que a pesar de estar lejos de los resultados obtenidos en 2007, durante este ejercicio los hoteles se empiezan a recuperar debido a una contención de los costes. Concretamente, el 42% de los hoteleros encuestados creen que la rentabilidad aumentará.

Estudio / Págs. 10 y 11

NOTICIAS EN BREVE

Absentismo por incapacidad temporal

Carlos Sedano, asesor laboral de CEHAT, aborda el problema que supone al empresariado el auge de la utilización de la incapacidad temporal como excusa para el absentismo laboral. Las cifras arrojadas por el Ministerio de Trabajo son elevadas y graves.

Tribuna Laboral / Pág. 6

Entrevista a Alicia Senovilla

Alicia Senovilla, uno de los rostros más populares de la televisión española, explica su actual momento profesional y aborda sus preferencias a la hora de viajar, su visión de los hoteles españoles y su opinión respecto a España como destino turístico.

Entrevista / Pág. 8

SUMARIO

Editorial / Tribuna..... 3
Garrigues 4
Laboral.....6
Informe.....12
Actualidad.....13
Asociaciones.....25-30

Saeco PHEDRA HORECA

PHEDRA HORECA es una máquina automática de café y bebidas calientes que garantiza un elevado rendimiento en un espacio muy reducido. Gracias a sus avanzadas prestaciones, permite adaptarse a diferentes usos y emplazamientos. Es perfecta para establecimientos Horeca, restauración rápida, buffets desayuno y auto-servicio, y pequeñas localizaciones.
Su área de erogación más espaciosa y elegante de acero inoxidable, permite trabajar con tazas de mayor tamaño ofreciendo de esta manera más posibilidades a los establecimientos. Y con su teclado personalizable y de fácil lectura, permite que cada consumidor pueda seleccionar de una manera rápida y sencilla su bebida preferida.

Está disponible en dos versiones: Cappuccino, para bebidas elaboradas con leche fresca; e Instant, que puede dispensar hasta 8 bebidas diferentes directas.
Disponible también con frigorífico o contenedor para mantener la leche fresca en todo momento.

Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona
Tel: 934740017 Fax: 934740434
Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo,
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
e-mail: saeco.saecoiberica@philips.com Web: www.saeco-iberica.com

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

DIRECTOR
Valentín Ugalde

DIRECCIÓN EDITORIAL: José Arquero
COORDINACIÓN: Mónica González

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

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

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

EDITORIAL

CEHAT suma nuevos servicios

BASADA EN LA unidad de nuestros miembros a la hora de enfrentar los retos actuales y en el convencimiento de que el sector del turismo es un pilar económico y social para nuestro país, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos ha sumado nuevos servicios que aportan eficacia y continuidad al desarrollo de nuestra actividad.

Estos servicios son posibles gracias a la firma de acuerdos estratégicos con diferentes instituciones que apuestan por la seriedad de los hoteleros españoles. Así, CEHAT ha creado el Observatorio Hotelero en colaboración con PwC. Los datos recogidos a través de este estudio, que analiza las perspectivas de los empresarios hoteleros asociados a la Confederación, ya se han consolidado como un referente para los medios de comunicación, así como en un indicador fiable para los hoteleros españoles.

Por otro lado, el Instituto Tecnológico Hotelero ha suscrito un acuerdo con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, para la difusión de los programas Biomcasa, Solcasa, Geotcasa y GIT. Estos programas ofrecen la financiación de instalaciones de energías renovables en edificaciones hoteleras como fuente de energía térmica para su uso en agua caliente sanitaria, calefacción y climatización.

La Caixa también ha creado una oferta de productos y servicios para apoyar a la Hotelería, a través de un nuevo convenio de colaboración con CEHAT. Éste da respuesta a necesidades financieras del Sector, y pone a disposición de los hoteleros una amplia oferta de productos y servicios, tales como planes para la mejora tanto de instalaciones como de equipos tecnológicos, acceso a financiación del circulante, a la Línea ICO Liquidez o los servicios de factoring y los de confirming.

Por último, el acuerdo entre Gas Natural Fenosa y el ITH posibilita impulsar conjuntamente soluciones energéticas eficientes en los establecimientos hoteleros españoles, y se concretará con la ejecución de varios proyectos de eficiencia energética en hoteles.

Se trata sólo de cuatro ejemplos que confirman el compromiso de CEHAT con el Sector Hotelero español, que necesita, para mantener una posición de liderazgo en un panorama internacional cada vez más competitivo, del máximo apoyo público y privado. A ello estamos firmemente decididos desde CEHAT, con un proyecto cada vez más sólido con el que buscamos servir de manera eficaz a los intereses de nuestro Sector.

TRIBUNA HOTELERA

¿Podemos ser optimistas?

Juan Molas / Presidente de CEHAT

LOS BUENOS DATOS del Sector Hotelero en la pasada Semana Santa, pese a las inclemencias del tiempo en algunas Comunidades autónomas y a la todavía complicada situación económica del país, nos permite ser moderadamente optimistas respecto a la mejora de la actividad turística tras tres años consecutivos de grandes dificultades. Los datos de ocupación registrados demuestran que la industria hotelera es sólida y ha sabido hacer frente a los retos actuales en un periodo enormemente complicado para la actividad económica de nuestro país.

El turismo es indiscutiblemente uno de los pilares básicos de la economía española, y en él el Sector Hotelero tiene un papel fundamental, tanto en lo económico como en lo social: al beneficio económico para nuestro país hay que sumarle el compromiso social demostrado por los empresarios hoteleros en estos años. A pesar de las dificultades nuestro Sector ha realizado un esfuerzo muy importante no sólo por mantener sino también por generar empleo.

Gracias a este esfuerzo afrontamos este ejercicio con esperanza, tras los buenos datos de ocupación que nos han facilitado nuestros asociados. Nuestros hoteles han alcanzado esta Semana Santa tasas de ocupación por encima del 80% en la mayoría de las Comunidades autónomas, y en algunos destinos se ha superado el 95%, datos que confirman las buenas previsiones reflejadas por el Sector en el Observatorio de la Industria Hotelera que facilitamos desde la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y ponen de manifiesto una sustancial mejora de la actividad en contraste con las cifras registradas en temporadas anteriores.

En esta significativa mejora de la ocupación ha influido notablemente la recuperación económica del continente europeo, que ha propiciado una mayor llegada de turistas extranjeros; y paradójicamente también la crisis española, que ha hecho que muchos españoles que antes viajaban fuera optaran por quedarse estos días en España. Aun así, hay que achacar igualmente estos buenos resultados cosechados hasta la fecha a la competitividad de la Hotelería española, que ha sabido afrontar una crisis extraordinariamente complicada y de la que parece saldrá fortalecida en el futuro.

Pero para lograr una auténtica recuperación es fundamental que nuestro Sector siga poniendo todos los medios que le permitan afrontar los retos del nuevo entorno. En este sentido desde CEHAT anunciamos en el último pleno celebrado en Madrid, un acuerdo de suma importancia para nuestros hoteles, y que en este número compartimos con vosotros: el nuevo convenio de colaboración con La Caixa, que supone un impulso fundamental a la actividad hotelera. Este acuerdo permite poner a disposición de los establecimientos hoteleros españoles la más amplia gama de productos y servicios para dar respuesta a sus necesidades financieras con rapidez y flexibilidad, una de las mayores dificultades para el Sector en estos momentos. Desde CEHAT y La Caixa organizaremos varias presentaciones en diferentes provincias españolas con el fin de profundizar con las asociaciones en las ventajas del acuerdo y poder beneficiar a todos los establecimientos hoteleros del país. Desde la Confederación estamos convencidos de que así será.

Pero es imprescindible no olvidarnos de los errores que hemos cometido en el Sector Hotelero en el pasado y rectificar o planificar actuaciones que beneficien al turismo en su conjunto.

En primer lugar, reclamamos un Pacto de Estado, para que de una vez por todas el turismo sea considerado un "sector estratégico prioritario", planificando unas conexiones aéreas acordes a las necesidades actuales.

En segundo lugar, debemos apoyar la promoción, transformación y mejora de nuestras zonas turísticas dentro del Plan Litoral propuesto por el Consejo Español de Turismo, impulsando un total compromiso con la calidad. Todo ello reforzando nuestra apuesta por la innovación y el desarrollo, sin olvidarnos de los procesos de formación continuos, cuyos ejes son la mejora y la estabilidad en el empleo.

Debemos, en definitiva, celebrar que al fin nuestro Sector muestre signos positivos, pero hacerlo de manera comedida y sin perder de vista que estamos todavía lejos de cifras previas a la crisis. La recuperación de la economía española debe venir de la mano del turismo, ya que se trata de un sector estratégico y la industria hotelera ha demostrado ser sólida y con un papel decisivo de cara al futuro.

'La recuperación de la economía española debe venir de la mano del turismo, la industria hotelera ha demostrado ser sólida y con un papel decisivo de cara al futuro'

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

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

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

Un cordial saludo.

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

La revalorización de destinos turísticos 'maduros' también supone un planteamiento legal y tributario

El litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario iniciaron la industria turística hace más de 50 años

Algunas zonas turísticas, como el litoral mediterráneo o el archipiélago balear y canario iniciaron su actividad hace más de medio siglo, convirtiéndose así en los denominados 'destinos maduros', necesitados de un paquete de medidas y una serie de cambios legales y tributarios que puedan mejorar su competitividad y su servicio, ya que los consumidores son cada vez más exigentes, y reclaman una serie de valores añadidos a su experiencia en el viaje, como por ejemplo la relación entre calidad-precio.

JOSE MANUEL CARDONA

SOCIO DE GARRIGUES PALMA

En los últimos tiempos se está consolidando con firmeza el amplio consenso sobre la necesidad (ya urgente) de acometer medidas que mejoren la competitividad de nuestras zonas turísticas, sobre todo aquéllas que se han venido a denominar "destinos maduros". En este sentido, es de reseñar la aceptación unánime que a principios de abril tuvo entre responsables políticos y representantes del sector el 'Plan Turismo Litoral Siglo XXI', conjunto de medidas que el Consejo Español de Turismo ha decidido impulsar, promovido por el Gobierno central y que cuenta con el apoyo de Comunidades Autónomas y agentes económicos de la industria.

'Hay que destacar la aceptación unánime entre responsables políticos y representantes del sector del conjunto de medidas 'Plan Turismo Litoral Siglo XXI''

En plena coherencia con el Plan Turismo 2020, que también perseguía como objetivo la recualificación de destinos maduros, la administración turística ha articulado hasta la fecha tres importantes iniciativas: a) la creación del Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas (FOMIT); b) El Plan de Renovación e Instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo); y c) el establecimiento de tres iniciales proyectos extraordinarios de recualificación de destinos maduros: Platja de Palma, Costa del Sol Occidental y San Bartolomé de Tirajana.

'La administración ha iniciado la creación del Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas y el Plan Renove Turismo'

No hemos de olvidar que el litoral mediterráneo peninsular y los archipiélagos balear y canario son las zonas donde se inició la industria turística de nuestro país hace algo más de medio siglo, y que todavía hoy en dichas áreas se localiza más del 80% del gasto total de turistas extranjeros. Parte importante de dichas zonas constituyen "destinos maduros" y requieren de una actuación inmediata, que los pueda reubicar en el mercado frente a un nuevo modelo de consumidor cada vez más exigente y experto, que reclama un mayor valor añadido a su experiencia del viaje, que otorga gran relevancia a la relación calidad/precio y que, a través del uso de las nuevas tecnologías de la información, tiene un mayor conocimiento de los canales de compra y de las ofertas que otros destinos puedan ofrecerle.

'El Plan de Turismo 2020 contará con diversas medidas como la recualificación de Platja de Palma, Costa de Sol Occidental y San Bartolomé de Tirajana'

'A través de un consenso entre los agentes económicos (públicos y privados), hay que diseñar y aplicar una estrategia común de revalorización de destinos'

Estamos todos de acuerdo en que hemos de avanzar en un nuevo modelo de desarrollo turístico para nuestro litoral y que, a través de un consenso absoluto entre todos los agentes económicos (públicos y privados), hay que diseñar y aplicar una estrategia común de revalorización de los destinos turísticos maduros que cuente además con el respaldo de los agentes sociales.

'El legislador ha de ser capaz de que estas zonas pasen a ser un punto de atracción de inversión pública y privada que pueda fluir en diferentes sectores'

Además de esa firme voluntad común (ese "pacto de Estado") necesario para acometer tal gran proyecto, también la Ley ha de jugar un papel relevante en el diseño e implantación de los concretos planes de revalorización de los destinos turísticos maduros.

El papel de la ley

El legislador ha de ser capaz de que las zonas turísticas en reconversión pasen a ser un punto de atracción de inversión pública y privada que pueda fluir de forma natural hacia todos los sectores involucrados en el proceso de reconversión; a saber: sector de alojamiento turístico, sector de la oferta de ocio y restauración, sector comercial y también hacia el sector residencial.

Es evidente que la consecución de los objetivos perseguidos depende de la iniciativa privada empresarial y de la iniciativas de los particulares, por ello, se hace ineludible establecer reformas legislativas, mediante la implantación de un conjunto de medidas urbanísticas fiscales, financieras y sociales de apoyo y estímulo a los agentes privados para la realización de las inversiones y actuaciones a acometer en los proyectos de revalorización.

En la imagen, una de las playas de Mallorca, considerada destino 'maduro'.

Medidas fiscales

En lo que a fiscalidad se refiere, dichas medidas legislativas deberían encaminarse, principalmente a la consecución de los siguientes objetivos: a) atenuar la carga fiscal que los contribuyentes ya establecidos en la zona y que vayan a ver reducidos sus ingresos durante el periodo de ejecución del proyecto por paralización temporal de sus actividades empresariales o bien por reducción de las mismas; b) hacer atractiva la reinversión privada por parte de las empresas y ciudadanos residentes en la zona mediante la aplicación de una "neutralidad tributaria" a cierto tipo de operaciones inmobiliarias de modo que la fiscalidad no constituya un elemento disuasor para acometer dichas inversiones; c) hacer atractiva la inversión a la participación en el proyecto a nuevos inversores mediante la instauración temporal de incentivos tributarios a través de ciertas deducciones y bonificaciones en los impuestos estatales y locales aplicables a la ejecución de inversiones y actividades económicas; y d) fomentar aquéllas inversiones congruentes con unos destinos turísticos sostenibles y que a la vez puedan dar cobertura a necesidades tecnológicas del perfil del turista actual (deducciones incrementadas para inversiones medioambientales y en desarrollo e innovación tecnológica).

'Los sectores involucrados son el alojamiento turístico, de oferta de ocio, restauración, sector comercial y también hacia el sector residencial'

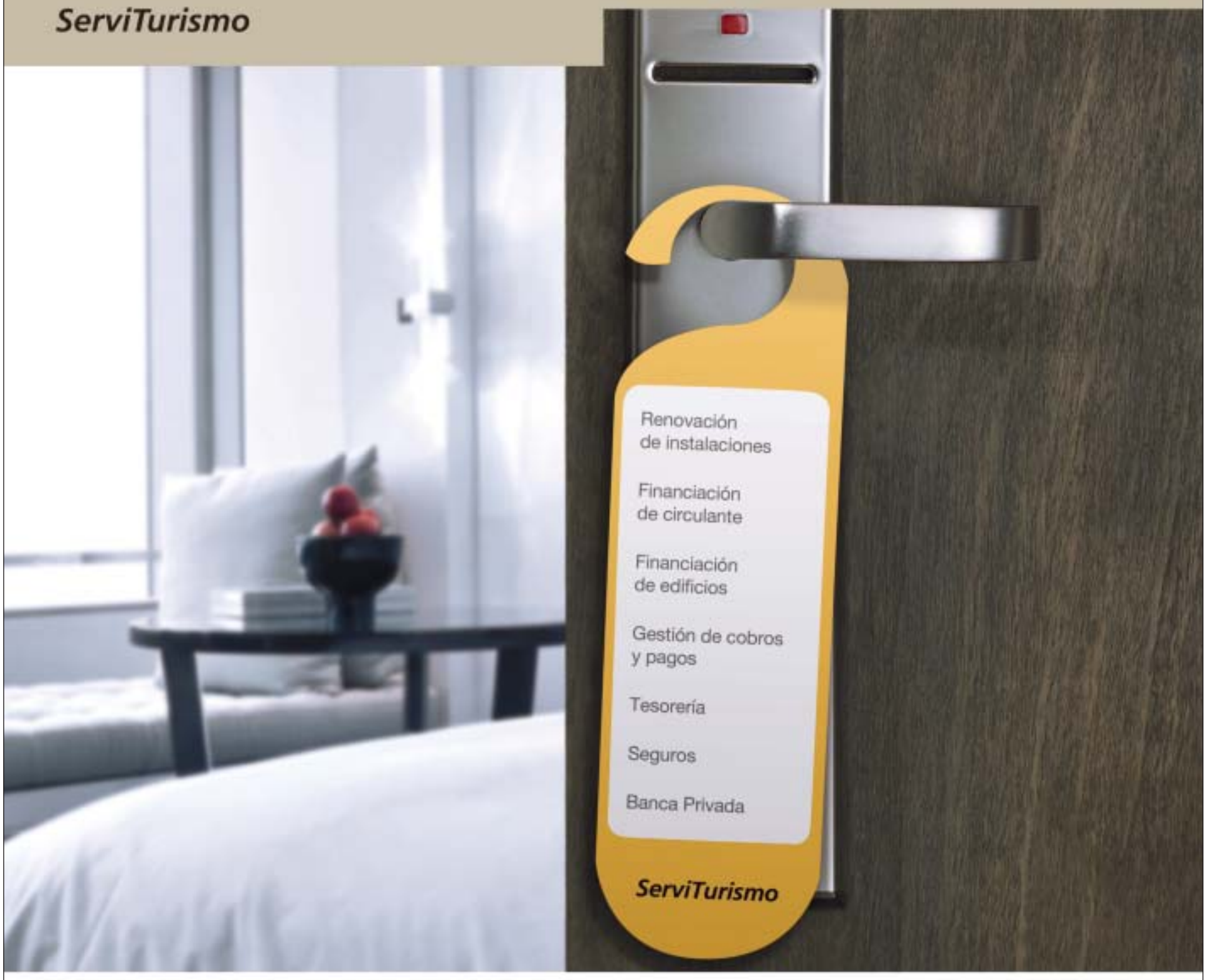
'Se necesita un conjunto de medidas urbanísticas, fiscales, financieras y sociales de apoyo y estímulo a los agentes privados para efectuar inversiones'

Dunas de Artola, situadas en la próxima zona recualificada de la Costa del Sol.

Dunas de Maspalomas en el municipio de San Bartolomé de Tirajana.

CaixaEmpresa

ServiTurismo



Soluciones para el sector hotelero

En "la Caixa", a través de **ServiTurismo**, ponemos a su disposición productos y servicios financieros específicos para el sector hotelero. Entre otros, le ofrecemos el **Plan Renove de instalaciones** a través del *renting* y el *leasing*, así como el Crédito Abierto y las líneas ICO. Le explicaremos, por ejemplo, cómo **gestionar su tesorería** a través del *Cash Pooling* y cómo simplificar sus **cobros y pagos** con CaixaFactura y con las prestaciones de nuestros TPV. Todo ello, unido a nuestra amplia **red de oficinas**, donde le darán las respuestas que su negocio requiere. **Impulso al sector hotelero.**

¿Hablamos?

NRI: 72-2011/9681

www.laCaixa.es/empresas

"la Caixa"

El absentismo por incapacidad temporal es usado como excusa frecuente para el ausentismo laboral

Un millón y medio de trabajadores se ausentan cada día de su empleo sin causa pero con justificación formal

El nuevo presidente de la CEOE, Joan Rosell, asistió a una conferencia en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza, donde abordó temas como el absentismo laboral en la sociedad española. Las cifras arrojadas por el Ministerio de Trabajo referentes al año 2010 son altas y graves tanto para la empresa como para la Seguridad Social. Una posible solución para paliar este problema sería la colaboración conjunta de los servicios médicos de empresas, Mutuas y Seguridad Social.

CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

El pasado 29 de marzo el nuevo y flamante Presidente de la CEOE, Joan Rosell, pronunció una conferencia en el foro de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Zaragoza. Fueron varios los temas expuestos por éste pero, entre ellos, destacó uno que cuando se expone públicamente se suele pasar de puntillas por las susceptibilidades personales, políticas, sociales…, que pudieran acarrear. No fue éste el caso del Presidente de la CEOE al abordar el tema del absentismo laboral en la sociedad española. Distinguió entre absentistas reales y absentistas ilegales. Sobre estos últimos, los "profesionales de la baja", afirmó que había que ponérselo más difícil y de manera más activa. Refirió en términos estadísticos, el hecho de que un millón y medio de trabajadores se ausentan cada día de su empleo sin causa pero con justificación formal, proponiendo la participación de las empresas a una relación "mucho más activa" con las Mutuas y estudiar otras medidas de tal manera que "el que no sea absentista real, que sea ilegal".

Hemos acudido a las estadísticas facilitadas por el Ministerio de Trabajo correspondientes al año 2010 en materia de absentismo laboral y hemos tomado como única referencia las cifras referidas a la situaciones de incapacidad temporal (IT) en el régimen general de la Seguridad Social (trabajadores por cuenta ajena), desechando el absentismo de los regímenes especiales, o bien las bajas por accidentes de trabajo correspondientes a la Mutuas de Accidentes de Trabajo. La razón de la remisión a esa única situación es sencilla, primero porque la IT en el régimen por cuenta ajena es el más conocido y, en segundo lugar, porque de incluir lo desechado haría de este artículo un compendio de números, situaciones y porcentajes que acabarían con la paciencia de los lectores de este artículo.

Así pues, las estadísticas del Ministerio de Trabajo correspondientes al pasado año 2010, nos dicen que la duración media de los procesos por IT fue de 40,40 días; la incidencia por cada mil trabajadores fue de un 24,03 (esto es, el 2.4% de trabajadores estuvieron de baja) y el número medio de procesos iniciados mensualmente fue de 367.365 trabajadores.

Galicia tiene la tasa más alta en la duración media de los procesos con un total de 59,07 de días. Navarra la tasa más alta de incidencia por cada mil trabajadores, con un total de 36,64 (3.6% trabajadores caen de baja) y Cataluña tiene con 75.351 tiene la tasa más alta de procesos iniciados mensualmente. De todos modos estos números referidos a Cataluña no son porcentuales dependiendo de la mayor o menor población activa que tuviera cada Comunidad.

Navarra, que tiene la tasa más alta de procesos por cada mil trabajadores, es la más baja en cuanto al número de duración de días en esa situación, con una media 27,66 días. Extremadura tiene la menor incidencia por cada mil trabajadores, con un 14,98. Finalmente Melilla tiene la tasa más baja de inicio de procesos con una media de 442 trabajadores mensuales (también aquí depende del mayor o menor número de población activa de cada comunidad).

> ***'La duración media por incapacidad temporal fue de 40,40 días, y la incidencia por cada mil trabajadores fue de 24,03, es decir, un 2,4% estuvieron de baja'***

Para el presente año, sólo obra el ejercicio estadístico correspondiente a enero de 2011, con un resultado de 37,11 días de duración media de cada proceso; 30,94 de incidencia por cada mil trabajadores y 177.322 procesos de IT iniciados en ese periodo.

Las cifras, como vemos, son altas y muy gravosas, ya no solo para la empresa (como examinaremos más adelante), sino para la Seguridad Social que corre con el 75% del salario del trabajador que está de baja a partir del decimosexto día (los primeros días los tiene que abonar el empresario). Como se comprenderá, la incidencia en las cuentas es enorme.

Hoy en día existen mecanismos y medidas que necesitarían ser reforzados, hacerlos más activos y eficaces en la lucha contra el absentismo ilegal. Así, se debería facilitar e incrementar el control y seguimiento de las situaciones de incapacidad por los servicios médicos de la empresa, de los servicios públicos de salud, de la sociedad y de las Mutuas. El empresario también es parte activa en este proceso y puede hacer uso, cuando sospechase o conociera de situaciones de absentismo ilegal, de lo dispuesto en el artículo 20.4 del Estatuto de los Trabajadores que le autoriza a verificar el estado de salud de los trabajadores a cargo de personal médico. Medidas, para esa lucha, que también encontramos en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales a través de los servicios de vigilancia de la salud. La colaboración conjunta de los servicios médicos de empresa, Mutuas y Seguridad Social sería esencial para esa lucha pero, hoy por hoy, no existe una eficaz normativa al caso y la colaboración conjunta está viciada de un corporativismo innecesario entre sí.

De todos modos, cualquier actuación en ese sentido debe ir acompañada de la necesaria concienciación del trabajador. No es permisible a estas alturas escuchar expresiones tales como: "me voy a pedir la baja"; "voy a que me den la baja"; o "mañana vuelvo con la baja". La baja no se pide, la autoriza el médico de los servicios públicos de salud. La "picaresca profesional" es incuestionable. Así, la innecesaria prolongación de la situación de IT; acudir al servicio de salud alegando una simulada situación para así obtener un justificante por la no asistencia al trabajo de ese día forma, desgraciadamente, parte de esa pillería que no se acaba ahí.

La participación de la empresa también se convierte en esencial. El estudio del clima laboral en el centro de trabajo proporcionará datos para disminuir el absentismo. Si una empresa evalúa, euro a euro, el coste de la cotización a la Seguridad Social del ausente, el abono a éste de los complementos establecidos en el convenio colectivo, su íntegro derecho al disfrute de sus vacaciones (según la última jurisprudencia) que se ve afectado por esa situación, la sustitución del trabajador ausente mediante un contrato de interinidad duplicando así, prácticamente, el coste del puesto de trabajo del ausente, se dará cuenta, solamente con la suma de esos conceptos, del alto precio que le supone toda situación de incapacidad. A ello cabrá añadir sus efectos sobre el resto del personal, pues suplir su ausencia obligará a repartir su trabajo entre sus compañeros e, incrementarles su ritmo de trabajo, con más irritabilidad, con mayor cansancio y otras consecuencias.

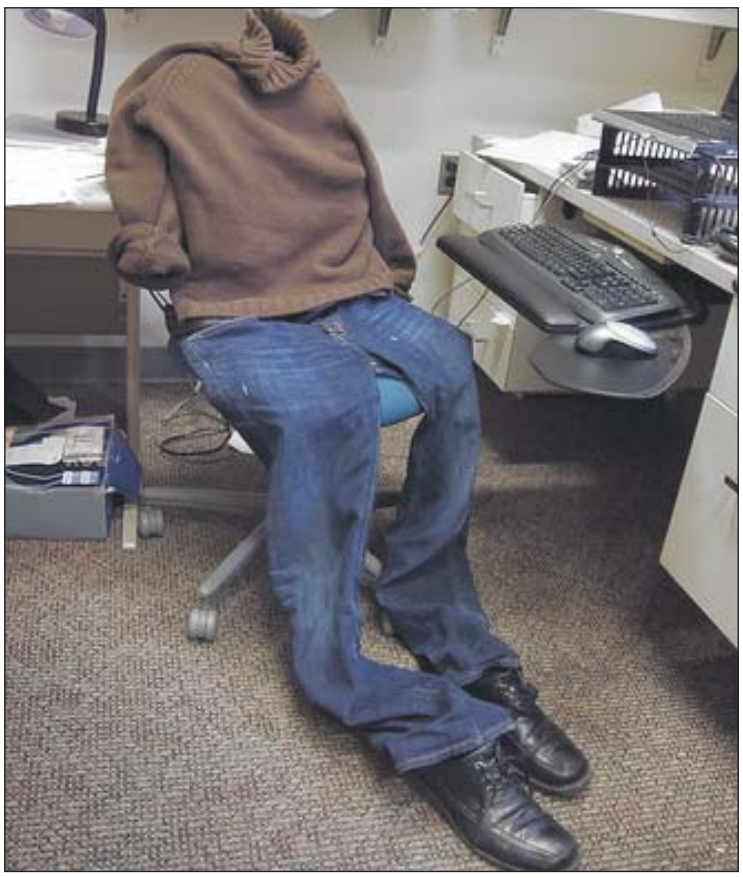


Imagen que ironiza sobre el ausentismo laboral en la sociedad española.

Junto a esas medidas, el empresario tiene en sus manos otras medidas para atajar el absentismo ilegal. La primera está en el artículo 52.d) del Estatuto de los Trabajadores que autoriza la extinción del contrato por faltas de asistencia al trabajo, aún justificadas pero intermitentes, que alcancen el 20% de las jornadas hábiles en dos meses consecutivos, o el 25% en cuatro meses discontinuos dentro de un periodo de doce meses, siempre que el índice de absentismo total de la plantilla del centro de trabajo supere el 2.5% en los mismos periodos de tiempo. Ahora bien el cálculo de esos índices de absentismo tiene toda una serie de excepciones que convierten en la práctica a esa extinción de difícil aplicación, lo que se demuestra de las escasas sentencias estimatorias de esta medida.

> ***'La colaboración de los servicios médicos de empresas, Mutuas y Seguridad Social será esencial para esta lucha, pero hoy no existe una normativa eficaz'***

El artículo 54.2.d) del Estatuto de los Trabajadores autoriza que ese absentismo ilegal, probado y acreditado sea causa de despido procedente por fraude, deslealtad y abuso de confianza. Nos estamos refiriendo en gran medida a esas situaciones en que el trabajador, encontrándose de baja, es descubierto realizando actividades incompatibles con su situación siendo el caso más típico cuando trabaja, por cuenta propia o ajena, sin impedimento alguno a pesar de estar en situación de incapacidad. Ese fraude tiene hasta connotaciones penales, pues ya no solo el empresario cotiza innecesariamente por el trabajador sino que, además, el 75% aproximadamente de su salario corre a cuenta de los fondos públicos los que no tienen por qué subvencionar comportamiento que supone ilegal.

Esperemos que la última petición de la CEOE en la negociación de la reforma de la negociación colectiva , de estudiar y atajar en la medida de lo posible el absentismo laboral, desenmascaren a la cantidad de personajillos carnavalescos que pierden el tiempo hablando de ligar el crecimiento de los salarios a la productividad. Sin menos personajes de vodevil en este escenario, seguro que podríamos seguir hablando de revisiones salariales ligadas a la inflación, tal vez desligándolas del coste del petróleo, y definiendo de una vez por todas que piensa casa uno que es la productividad.

En el próximo número espero poder hablar de la reforma de la negociación colectiva, aunque albergo mis serias dudas de que algo profundo se reforme, sino, al tiempo, y ojalá me equivoque.

Gran Interés del sector Hotelero en las Energías Renovables

Las energías renovables para usos térmicos en edificación, son consideradas de alto interés para todo consumidor energético basado en fuentes fósiles (gasóleo, gas, GLP, carbón) por ofrecer la única alternativa sostenible, económica y fiable, dada la incontrolable escalada de precios que nos afecta especialmente a los países con elevada dependencia energética del exterior, ya insostenible, lo que motiva un cambio urgente de modelo energético al margen de estas fuentes, que no únicamente son costosas sino que no nos ofrecen garantías de suministro por ser agotables y dependientes de factores socio-políticos.

Hoteles y Alojamientos turísticos, por ser grandes consumidores energéticos somos un sector especialmente vulnerable a estos factores, por lo que nos apremia la implantación de medidas en esta materia. Nos beneficiaremos al reducir la partida de costes que nuestros propios negocios deben soportar por la electricidad, el ACS, la calefacción y la climatización, sangrante ya en muchos casos, sin olvidar la mejora en nuestra imagen corporativa -mejor calificación energética- y más fácil cumplimiento de la normativa sobre certificación energética de edificios, que pronto será extensiva también a la edificación existente.

¿Qué es la Biomasa?

La biomasa incluye, entre otras, "la materia orgánica, de origen vegetal y los materiales que proceden de su transformación natural o artificial, como los residuos procedentes de las actividades agrícolas y forestales, así como los subproductos de las industrias agroalimentarias y de transformación de la madera".

Estos materiales combustibles son especialmente eficientes para usos térmicos en edificios, para calentamiento de ACS, calefacción y climatización para lo cual se instalan desde salas de calderas propias de cada edificio o para usuarios adyacentes hasta centrales de generación térmica y suministro mediante redes a los usuarios -los llamados disctrict heatings-. Los tipos de biomasa más extendidos para estos usos son los pelets, las astillas de calidad, los huesos de aceituna y las cáscaras de almendra.

En cuanto al suministro y almacenamiento, existen diversas posibilidades, adaptados según las características y necesidades energéticas de cada cliente. En entornos urbanos la biomasa se distribuye hasta el silo de almacenamiento mediante sistemas estancos de descarga neumática, desde el cual la biomasa es transportada de forma automática hasta la caldera -normalmente a través de tornillos sin fin- donde se produce su combustión, lo que permite al sistema garantizar el mismo confort que cualquier otro combustible.

	Biomcasa	Solcasa	Geotcasa	GIT
	BIOMCASA Biomasa Térmica en Edificios	SOLCASA Solar Térmica en Edificios	GEOTCASA Energía Geotérmica en Edificios	Grandes Instalaciones Térmicas (Biomasa, Solar Térmica y Geotermia en Edificación)
BOE	4718, 13 Marzo 2009	8064, 13 Mayo 2010	8063, 13 Mayo 2010	PTE
Dotación Económica Programa	6000000 + 3.000.000 €	5.000.000 €	3.000.000 €	17.000.000 €
Puntuación Mínima Criterios habilitación	80 puntos	80 puntos; 50% min en cada uno de los 7 criterios	80 puntos; 50% min en cada uno de los 7 criterios	80 puntos; 50% min en cada uno de los 7 apartados
Costo Máx. Financiable Proyecto	hasta 350.000 €	desde 20.000 € hasta 250.000 €	hasta 350.000 €	GIT BIOMCASA: desde 350 K€, hasta 5 M€ GIT SOLCASA: desde 350 K€, " GIT GEOCASA: desde 350 K€, "
Límite Máximo de Financiación Acumulada en el Programa	1.800.000 €	1.000.000 €	1.000.000 €	5.000.000 €
Régimen Ayudas Aplicable	**Mínimis** 200 K€ máx (17% máx del coste Financiado)	Reglamento General de **Exenciones** por Categorías 17% coste proyecto hasta 45-55-65% vs Tamaño Empresa	Reglamento General de **Exenciones** por Categorías 17% coste proyecto hasta 45-55-65% vs. Tamaño Empresa	**Comunicadas** Aprobación de cada proyecto dela Comisión Europea: 50-60-70% vs. Tamaño Empresa
Condiciones Financiación a la ESE	Plazo Máx. 10 años EURIBOR +1,5% Sin comisiones Apertura, Estudio, Amortización o Cancelación 1 año carencia opcional	Plazo Máx. 10 años EURIBOR +2,2% Sin comisiones Apertura, Estudio, Amortización o Cancelación 1 año carencia opcional	Plazo Máx. 10 años EURIBOR +2,2% Sin comisiones Apertura, Estudio, Amortización o Cancelación 1 año carencia opcional	Plazo Máx. 10 años EURIBOR +2,2% Sin comisiones Apertura, Estudio, Amortización o Cancelación 1 año carencia opcional
Garantías Exigidas a cada proyecto	Pignoración Derechos de Cobro en favor de IDAE	Pignoración Derechos de Cobro en favor de IDAE	Pignoración Derechos de Cobro en favor de IDAE	Pignoración Derechos de Cobro en favor de IDAE Aval (u otra garantía real aprobada por IDAE) por el 20% Financiado

Cuadro resumen de los servicios energéticos renovables.

¿Qué es la Solar Térmica?

Sistemas de captación solar, muy extendidos en edificación, que convierten la radiación solar, la principal fuente de energía de la Tierra, en fuente de calor para calentamiento de ACS y piscinas, así como calefacción e incluso refrigeración, consiguiéndose sustanciales ahorros de energía fósil y reducción las emisiones del edificio -puede llegar a cubrir hasta el 80% del total de la demanda de ACS de un edificio y el 100% de la demanda de piscinas climatizadas-.

Los captadores solares, los principales componentes de una instalación solar térmica, absorben la máxima radiación solar posible a través de superficies absorbentes y vidrios especiales para minimizar las pérdidas de la energía captada mediante un correcto aislamiento.

Existen en el mercado diversos modelos de captadores de diferentes tecnologías que pueden adaptarse a todo tipo de aplicaciones. Entre los más utilizados se encuentran los captadores solares planos, los solares de tubo vacío y los acumuladores, utilizados en aplicaciones de ACS con el fin de mejorar su eficiencia. En viviendas multifamiliares suelen instalarse acumuladores que resultan de muy fácil instalación y adaptación.

Si además se pretende dar apoyo a las instalaciones de calefacción, el ahorro de combustible puede llegar al 50%.

¿Qué es la Geotermia?

En países como España, con niveles altos de radiación solar, la temperatura del subsuelo a profundidades de más de 5 m es de alrededor de 15 ºC durante todo el año, por lo que en verano el subsuelo está considerablemente más fresco que el ambiente exterior y en invierno considerablemente más caliente.

Mediante un sistema de captación adecuado y una bomba de calor geotérmica se transfiere el calor de esta fuente, de 15 ºC a otra de 50 ºC, y utilizar esta última para la calefacción, refrigeración y calentamiento del ACS y piscinas.

El esquema y funcionamiento es similar a una bomba de calor convencional -aire-aire- para aire acondicionado, sólo que en lugar de utilizar el aire exterior como fuente de intercambio se utiliza la tierra, con una temperatura mas constante, lo que mejora su rendimiento generando unos ahorros cercanos al 60% frente a las convencionales.

Servicios energéticos de IDAE

Los beneficios derivados del uso de estas fuentes renovables son excepcionales para sus clientes, en economía, aplicabilidad y confort eficiente frente a las convencionales, especialmente cuando las instalaciones térmicas son diseñadas, instaladas y mantenidas por las denominadas Empresas de Servicios Energéticos -ESE-, capaces de ofrecer garantías de servicio a bajos precios contratados a largo plazo.

Para la promoción de este nuevo modelo de actuación, IDAE promueve varias líneas de impulso de Energías renovables en edificación: Biomcasa, Solcasa y Geotcasa y un cuarto programa aprobado recientemente por IDAE, el denominado GIT -Grandes Instalaciones Térmicas- especialmente indicado para redes de calefacción distribuida como las requeridas por grandes complejos turísticos.

Promueven instalaciones en todo tipo de edificación, públicos y privados de toda índole, especialmente indicados para grandes consumidores térmicos como Hoteles, comunidades de vecinos, edificios de la administración, polideportivos, universidades y colegios, residencias, hostelería, centros comerciales, etc.

Existe un presupuesto inicial para cada programa a partir del cual se financian proyectos ejecutados por las ESE previamente habilitadas por IDAE, una vez han acreditado disponer de solvencia técnica y económica y modelos de facturación al cliente por todos sus servicios, en base a la energía térmica que realmente consuman, garantizando, por contrato, al menos un 10% de ahorro de coste con respecto de la factura energética a partir de combustible fósil, incluyéndose el pago financiado de la instalación.

El cliente no sólo obtiene garantías de servicio eficiente de calidad a bajo precio, sino que, además, una vez ha firmado el contrato con la ESE, no debe desembolsar ninguna cantidad económica hasta su puesta en marcha y arranque de servicio. Al finalizar el contrato, que se firma por un máximo de 10 años en la componente de amortización, la instalación ha sido ya amortizada totalmente por el cliente, por lo que partir de ese momento, si continua con la ESE, los ahorros económicos son muy superiores, al desaparecer la componente amortización de la factura energética.

La oferta de Empresas habilitadas es cuantiosa en cada una de las tres tecnologías promovidas, pudiendo darse ya cobertura en cualquier localidad a todo lo largo y ancho de nuestra geografía.

Más información sobre estos programas, en la web de IDAE http://www.idae.es y su página de Facebook "La Energía de tu casa".

Un ejemplo de energía producida por biomasa.

Un sistema de captación solar en una edificación.

Generación de calor mediante un sistema de geotermia.

En un hotel busco discreción, tranquilidad y buena atención / Me gusta Madrid para vivir, Cádiz para desconectar, Galicia para comer y Toledo para pasear / Siempre recurro al servicio de habitaciones porque forma parte de la comodidad del viaje

«Cuando viajo por trabajo busco hoteles más funcionales, que tengan Internet y buen servicio de habitaciones»

Alicia Senovilla. Presentadora de televisión

LA PRESENTADORA DE televisión Alicia Senovilla reflexiona sobre su trayectoria profesional, haciendo balanza de su periplo televisivo. En la actualidad, dirige A Tu Vera, un programa dedicado a la copla y emitido los domingos por la noche en Castilla La Mancha Televisión. Además, hace un análisis del Sector Turístico en España, relatando sus propias experiencias personales y sus gustos y preferencias a la hora de elegir un destino de vacaciones y un establecimiento hotelero.

Pregunta: Tras un tiempo dedicada a los suyos ha decidido volver a la televisión con un concurso de talentos en Castilla-La Mancha ¿echaba de menos la pequeña pantalla?
Respuesta: Echaba de menos hacer un programa en directo, para toda las edades, con una gran orquesta, con personas deseando cumplir un sueño, con sorpresas, con sentimientos, con emociones y con el mejor equipo.
P: ¿Y el teatro? ¿Volveremos a verla en un escenario?
R: El teatro ha sido una experiencia estupenda. He tenido la gran suerte de conocer las tablas del teatro de la mano de uno de los grandes dramaturgos de comedia de este país como es Juan José Alonso Millán, con el que he aprendido a reir y llorar, y espero volver a repetir la experiencia.
P: Su trayectoria profesional la ha convertido en uno de los rostros más conocidos del panorama audiovisual, como presentadora de programas míticos, ¿cuál recuerda con más cariño?

'Echaba de menos hacer un programa en directo, para toda las edades, con una gran orquesta, con personas deseando cumplir un sueño, con sorpresas...'

R: Todos y cada uno de los programas que he presentado han sido importantes para mí, unos más divertidos, otros más informativos, otros más problemáticos. De todos guardo muchas anécdotas pero me siento muy a gusto hablando con gente anónima porque evitan que te alejes de la realidad. Por eso recuerdo con cariño Como la vida, La Buena Gente, Las Mañanas de Alicia o Tarde Redonda.
P: ¿Cuáles son sus próximos proyectos?
R: No suelo hacer planes a largo plazo, el programa A Tu Vera todavía no ha llegado a su ecuador y ahora solo quiero disfrutarlo.

'He tenido la gran suerte de conocer las tablas del teatro de la mano de uno de los grandes dramaturgos de comedia de este país como es Juan José Alonso'

P: El programa que presenta actualmente en Castilla La Mancha Televisión está arrasando en la cadena, ¿cuál cree que es la clave?
R: Principalmente que está hecho por y para los castellano manchegos. Es un programa familiar, donde se viven muchas emociones en vivo y en directo. Hay una orquesta que acompaña en directo a los concursantes que cantan coplas que todos hemos oído alguna vez y que forman parte de nuestra cultura, y todo esto aliñado con mucho cariño y respeto.
P: A lo largo de su trayectoria ha trabajado para diferentes televisiones, lo que le ha permitido viajar por diferentes lugares de España, ¿con qué destino español se queda?
R: Depende para qué. Me gusta la playa y la montaña, el sol y la nieve. Me gusta Madrid para vivir, Cádiz para desconectar, Galicia para comer, Toledo para pasear por su casco antiguo. Opino que España está llena de rincones para explorar.
P: ¿Qué es lo que más valora de un hotel cuando viaja?
R: Que sea acogedor, tranquilo, discreto y limpio.
P: ¿Qué tres atributos debería tener un establecimiento hotelero para hacerle sentir cómoda?
R: Discreción, tranquilidad y buena atención.
P: ¿Cree que la hospitalidad española ayuda a diferenciar a nuestros hoteles de los del resto del mundo?
R: Sin lugar a dudas, los españoles somos más amigables, más cercanos y muy respetuosos.

'Me siento muy agusto hablando con gente anónima porque evitan que te alejes de la realidad, por eso recuerdo con cariño Como la Vida o La Buena Gente'

'En verano me escapo a las playas de Alicante con mi hijos por la temperatura del agua, la limpieza de las playas y la tranquilidad de la zona en general'

P: ¿Suele recurrir al servicio de habitaciones cuando está alojada en un hotel?
R: Siempre, forma parte de esa comodidad tan necesaria cuando viajas.
P: ¿Aprovecha sus vacaciones para quedarse en España o prefiere viajar al extranjero?
R: Me gusta seguir explorando nuevos territorios dentro de nuestras fronteras aprovechando que tengo dos niños para los que un viaje supone una gran aventura llena de experiencias por descubrir.
P: ¿Qué escapada tiene pendiente?

'Me gusta seguir explorando nuevos territorios dentro de nuestras fronteras aprovechando que tengo dos niños para los que un viaje supone una gran aventura'

R: Tengo un viaje pendiente pero programado. Viajaré a Cádiz en Semana Santa para disfrutar del sol, la playa, la familia y el Nazareno de Cádiz al que visito todos los jueves Santos desde hace casi 20 años.
P: ¿Y en verano, con qué destino español se queda? ¿Qué valora más de ese destino?
R: En verano me escapo a las playas de Alicante con mis hijos por la temperatura del agua, la limpieza de las playas y la tranquilidad de la zona en general, aunque siempre me escapo a Cádiz (capital) por añoranza (trabaje allí 11 años), por familia (mi marido es gaditano) y porque es una ciudad que enamora cuando paseas por su casco antiguo e hipnotiza cuando lo haces por sus playas de arena fina. Es una ciudad mágica a la que siempre vuelvo con la esperanza de quedarme.

'Cádiz es una ciudad que enamora cuando paseas por su casco antiguo e hipnotiza cuando lo haces por sus playas de arena fina. Es una ciudad mágica'

P: ¿Prefiere disfrutar de sus vacaciones en temporada alta o procura escaparse en periodos de menor turismo?
R: No me gusta la temporada alta porque no me gusta la aglomeración de gente. Yo prefiero fechas más tranquilas y pasar más desapercibida. Al fin y al cabo en mis vacaciones busco tranquilidad.
P: ¿Por qué tipo de hotel se decanta para disfrutar de un descanso? ¿Y para un viaje de trabajo?
R: Para descansar en familia prefiero hoteles con encanto, acogedores y familiares, como los Paradores, y cuando viajo por trabajo busco hoteles mas funcionales y que me permitan trabajar desde sus instalaciones (conexión a Internet) con un buen servicio de habitaciones porque nuestros horarios no siempre nos permiten comer o cenar en el horario habitual.
P: ¿Qué servicio considera indispensable en un hotel español? ¿Echa en falta algún servicio?
R: Creo que los servicios se ofrecen en función de la categoría de los hoteles. Aunque puedo decir que en todos los hoteles donde he estado (y han sido muchos) si algo no me ha convencido, el personal del hotel ha hecho siempre lo necesario para subsanar el problema a fin de hacerme la estancia lo mas cómoda posible. En España tenemos hoteles maravillosos donde podemos vivir experiencias inolvidables gracias al personal cualificado que está siempre a tu servicio con amabilidad y discreción, que en mi caso es imprescindible.

'En España tenemos hoteles maravillosos donde podemos vivir experiencias inolvidables gracias al personal cualificado que está siempre a tu servicio'

La externalización puede ser usada como un arma para competir entre empresas del Sector Hotelero

Esta práctica está tradicionalmente circunscrita a áreas como la lavandería o las infraestructuras tecnológicas

El socio director de Auna Turismo, Eduardo Olano, señala que, ante la creciente competitividad la externalización puede ser una buena herramienta para marcar la diferencia dentro del sector hotelero, cuya externalización de servicios suele estar relacionada con prácticas como la lavandería o las infraestructuras tecnológicas, pero hay varias áreas como el mantenimiento, la limpieza de pisos y el gestor energético, que son servicios más atípicos pero pueden ser relevantes para el coste y el crecimiento.

EDUARDO OLANO
SOCIO DIRECTOR DE AUNA TURISMO

La externalización de servicios no estratégicos viene desarrollándose en las principales economías mundiales desde hace décadas alcanzando en la actualidad hasta el 70% de empresas que externalizan alguna de sus actividades en los mercados anglosajones. En España este porcentaje se sitúa por debajo del 30% quedando muy lejos del resto de potencias vecinas, pese a ello en el 2010 este sector facturó cerca de 3.000 millones de euros. Dentro del negocio hotelero nacional, la externalización de servicios también es limitada y tradicionalmente circunscrita a áreas de relativa poca importancia como puede ser la lavandería o las infraestructuras tecnológicas. A lo largo de los últimos años y en parte fruto de la caída en rentabilidades del sector, desde nuestra experiencia estamos asistiendo a un desarrollo importante de la externalización en determinadas actividades hoteleras cada vez más relevantes de la cuenta de explotación de los hoteles. Sin entrar en las tendencias también crecientes de este fenómeno en la actividad de la comercialización (revenue management, call center, etc) y centrados en las áreas de coste como hacemos siempre dentro de esta sección, procedemos a desarrollar las posibilidades de aplicación de estas herramientas en nuestro sector.

'En España este porcentaje se sitúa por debajo del 30% quedando lejos del resto de potencias vecinas, pese a ello en 2010 se facturaron 3.000 millones de euros'

Fin de la externalización

De manera general la externalización de ciertos servicios persigue como objetivo principal la reducción de costes. Si bien en el negocio hotelero el precio siempre es una exigencia, sobre todo en los últimos años, habría que recalcar la importancia de la variabilización de costes que permite este modelo. Estamos viendo esta misma temporada como las expectativas de ocupación son bastante superiores a las del año pasado pero sabemos que tras este buen año pueden venir caídas ante la presión de los mercados competidores como ha ocurrido en años anteriores. Así mismo, las oscilaciones en ocupación a lo largo de la temporada (sobre todo fuera de los meses de temporada alta) son mucho más significativas que en el pasado, complicando más aún la gestión diaria de los recursos. Otras razones por las que optar por este sistema es la especialización que exige cada vez más ciertas actividades, la transparencia de los costes o la homogenización de la calidad de productos y servicios.

¿Cuándo Externalizar?

Desde nuestra experiencia las variables clave para el estudio de una potencial externalización son principalmente dos: el cálculo real del coste actual comparado con la simulación del coste futuro una vez externalizado y la calidad de las empresas y servicio prestado por estas. Respecto a la primera de las variables, en general cualquier hotelero realiza sus cálculos antes de tomar una decisión de este tipo pero es muy habitual que este cálculo no recoja todos los costes reales. Poniendo como ejemplo la lavandería, en muchos casos analizados no se imputa el coste de la amortización de la lavadora y secadora, su mantenimiento, la media gobernanta que, a parte de revisar habitaciones, dedica unas horas a la lavandería, los consumos reales (incluidas las expectativas de subida de coste de la energía y agua), etc. En cuanto al segundo de los puntos, es fundamental que el área que estemos estudiando externalizar tenga un número importante de proveedores consolidados y con referencias reales en el sector. Esto nos dará tranquilidad en cuanto a la posibilidad de cambiar de proveedor, competitividad en precios y ciertas garantías de solidez en el servicio gracias a las referencias que estos puedan acreditar. Uno de los factores limitadores más habituales de cara a la externalización de servicios ajenos a los dos anteriormente mencionados es la existencia de costes hundidos, ya sean de maquinaria y equipos o de personal con mucha antigüedad. Sin embargo, al margen que estos existan, el cálculo correcto debe proyectar los ahorros generados a medio plazo contrapuestos con los costes que puedan suponer vender la maquinaria o tener que recurrir a algún despido y conocer el periodo de amortización resultante. No tendrá sentido mantener un sobre coste en un área del hotel indefinidamente cuando exista una solución que, aunque tarde 2-3 años en ser rentable, generará un incremento de competitividad a largo plazo.

'Una de las razones por las que optar por este sistema es la especialización que exige cada vez más ciertas actividades o la transparencia de los costes'

En la imagen, un *call center*, uno de los servicios más externalizados por las empresas.

'Esta temporada las expectativas de ocupación son bastante superiores a las del año pasado pero sabemos que pueden venir caídas ante la presión'

Áreas Externalizadas

Profundizando en la externalización de servicios algo más atípicos pero más relevantes desde el punto de vista del coste y en claro crecimiento, podemos destacar los siguientes:

-Mantenimiento Integral: el mantenimiento de las instalaciones se trata de un área que aglutina muchos proveedores, facturas, contratos, intervenciones de cumplimiento legal, correctivos, etc. La unificación de proveedores bajo un mantenedor integral puede ser una herramienta sobre todo de organización y transparencia dentro de un epígrafe muy difícil de controlar. Existen cada vez más proveedores especializados en el sector hotelero que conocen sus particularidades. Es especialmente aplicable para propietarios de varios hoteles.

-Limpieza de Pisos Externalizada: los "dientes de sierra" que se producen en la ocupación de un hotel urbano exigen contar en muchas ocasiones con una plantilla de camareras de piso superior a la eficiente o la necesidad de gestionar permanentemente la contratación de trabajadores temporales, generando un sobre coste importante. Para aquellos hoteles con una plantilla fija reducida o de nueva gestión, se puede acudir a una fórmula de pago fijo por habitación limpiada que incluya el personal, cotizaciones sociales y seguros, así como productos de limpieza, con la consiguiente variabilización de un coste muy relevante para cualquier hotel.

'Los hoteles tienen mucho recorrido de mejora a través de algunos servicios externalizados que redundarán en la competitividad cada vez más creciente del sector'

-Gestor Energético: el incremento en el coste de la energía unido a la existencia de múltiples comercializadoras eléctricas, tipología de contadores y facturas, tecnologías o subvenciones en eficiencia energética, han motivado que muchos hoteleros deleguen en un especialista la gestión total o parcial de esta área. El gestor energético engloba todas las variables clave y su coste en general queda ampliamente amortizado dada la importancia que ha adquirido paulatinamente esta partida.

'La necesidad de gestionar permanentemente la contratación de trabajadores temporales puede generar un sobrecoste bastante importante para el hotel'

Cadenas hoteleras como Sol Meliá o Iberostar han puesto en marcha recientemente algunas de estas medidas que hemos aplicado también con éxito en cadenas menores u hoteles independientes. No hay ninguna de estas soluciones que sea perfecta o aplicable de forma general en cualquier hotel pero sí creemos que la planta hotelera nacional tiene mucho más recorrido de mejora a través de algunos servicios externalizados que redundarán en la competitividad del sector y que se hacen cada vez más imprescindibles ante un futuro crecientemente competitivo.

OBSERVATORIO DE LA INDUSTRIA HOTELERA ESPAÑOLA 2011

El Sector Hotelero se muestra optimista con los resultados de la pasada Semana Santa

El índice hotelero para el primer cuatrimestre de 2011 se sitúa por primera vez en tres años en valores positivos

El Sector Hotelero se muestra optimista con los resultados de la pasada Semana Santa, donde la ocupación hotelera registrada en este periodo ha alcanzado el 80%. El Observatorio de la Industria Hotelera Española para el primer cuatrimestre del año se sitúa por primera vez después de tres años en valores que muestran una clara mejoría, con un índice que registra los 65,37 puntos, lo que representa un incremento del 49% con respecto a 2010 y de un 83% con respecto a 2009. No obstante los hoteleros son prudentes.

Tras tres años de expectativas negativas, el sector hotelero recupera este año un poco de optimismo con los resultados obtenidos en Semana Santa, según se desprende del Observatorio de la Industria Hotelera Española (OHE) , elaborado por CEHAT y PwC para el primer cuatrimestre del 2011. Aún así el sector se muestra prudente y subraya que es prematuro hablar de una verdadera recuperación de la industria. El informe fue presentado por Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, Álvaro Klecker, socio del Grupo de turismo de PwC y por Juan Pérez de Lema, director del Grupo de Turismo de PwC.

'Las pernoctaciones en Semana Santa se sitúan en torno a los 71 puntos, 56,9 más que en 2009, repartidos entre el mercado internacional y el nacional'

'Es previsible que la crisis contribuya a que el turista español se quede en el país, y unido al arraigo de la Semana Santa, harán que aumenten los clientes'

El indicador OHE Hotelero, que recoge las perspectivas de los empresarios hoteleros asociados a CEHAT, representante de 64 asociaciones y 1.500.00 plazas, se sitúa por primera vez desde 2008 en valores que indican perspectivas de mejoría para el periodo de Semana Santa de este año, con un índice que registra los 65,37 puntos, lo que representa un incremento del 49% con respecto al mismo período de 2010, y de un 83% respecto a 2009. Esta significativa recuperación de las expectativas responde, principalmente, a las previsiones de los hoteleros en materia de pernoctaciones, precio medio y rentabilidad, que también registran un incremento respecto a los últimos años.

Así, las expectativas de los hoteleros hacia las pernoctaciones en Semana Santa experimentan una notable mejoría respecto a los últimos años, situándose en 71 puntos, 56,9 más que en 2009. En relación a los mercados de origen, existe un equilibrio entre los encuestados que estiman que el mercado extranjero y el nacional crecerán y los que piensan que ambos se mantendrán. Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, ha señalado en este sentido que es previsible que la crisis contribuya a que el turista español se quede en el país durante este periodo, lo que, unido al gran arraigo que tiene la Semana Santa en España, contribuirá a un aumento de clientes españoles. El índice también recoge expectativas positivas acerca de la llegada de turistas alemanes (65,5 puntos), franceses (63,5 puntos) y nórdicos (61,1 puntos). En lo referente a la rentabilidad , el secretario general de CEHAT, apuntó que a pesar de estar lejos de los resultados obtenidos en 2007, durante este ejercicio los hoteles se empiezan a recuperar debido a una contención en los costes. Concretamente, el 42% de los hoteleros encuestados creen que la rentabilidad aumentará.

'Otro de los factores positivos es el precio medio, ya que un 53% de los encuestados creen que aumentará, frente a un 12% que afirma que descenderá'

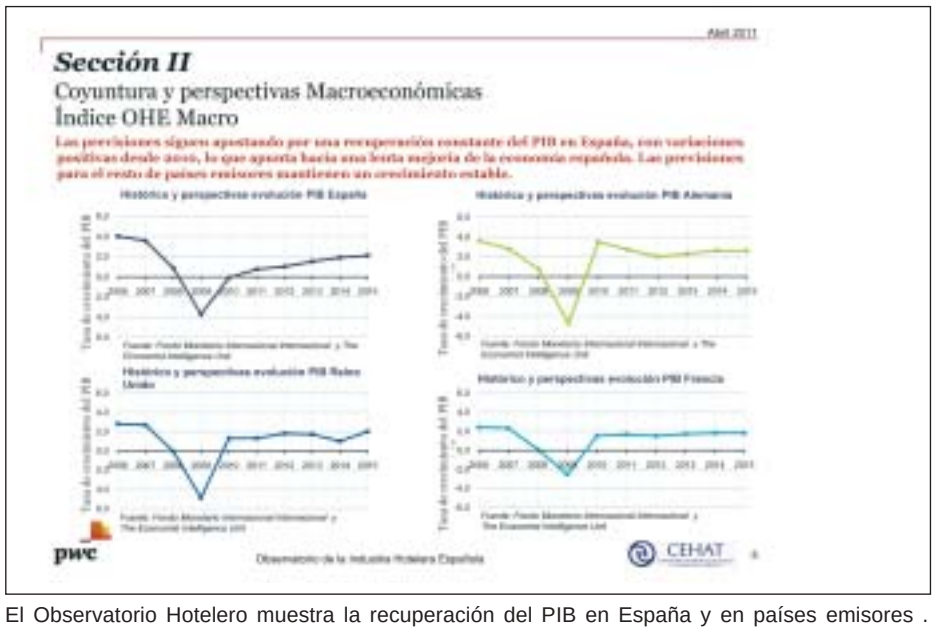
No obstante el informe puntualiza que no se espera que la mejora prevista se produzca de manera homogénea en todos los establecimientos españoles.

Otro de los factores con un mayor impacto positivo en el OHE Hotelero de Semana Santa de 2011 es el precio medio, que registra valores positivos por primera vez en tres años, con una mejora de 32 puntos con respecto a las expectativas registradas por el sector en 2009, hasta situarse por encima de los 70 puntos. Así, un 53% de los encuestados creen

'El Sector se muestra escéptico con respecto a la estancia media. La mayoría estima que será igual que otros años, con una duración inferior a tres días'

Informe del primer cuatrimestre de 2011 del Observatorio de la Industria Hotelera Española.

El índice hotelero muestra la clara recuperación del Sector Turístico para esta Semana Santa.



El Observatorio Hotelero muestra la recuperación del PIB en España y en países emisores .

El Observatorio Hotelero muestra el cambio de comportamiento, indicando mejoras en el Sector.

que el precio medio aumentará durante este período, frente a un 12% que considera que la rentabilidad seguirá bajando.

La mejora de las previsiones en pernoctaciones y precio medio también influyen en el ascenso de las expectativas de rentabilidad del sector, factor que se incrementa por primera vez desde 2008, con un índice que se sitúa en 64,7 puntos, lo que marca un cambio con los 18,8 puntos registrados en 2009. En este sentido el 56% de los hoteleros prevé que los ingresos del sector mejorarán y el 42% que lo hará la rentabilidad. Según el 51% de los empresarios encuestados, los costes se mantendrán en los próximos tres meses.

A pesar de estas previsiones optimistas, el sector se muestra escéptico con respecto a la estancia media. Así, la mayor parte de los encuestados considera que la estancia se mantendrá en los mismos niveles que los registrados en los últimos años, con una duración media de la estancia inferior a los 3 días.

En cuanto a oferta de plazas, el sector estima mayoritariamente que se mantendrá la oferta actual (75% de los encuestados), con sólo un 7% de los hoteleros que creen que será menor. Las provincias en las que se espera un aumento de plazas disponibles durante este periodo son: Valladolid, Salamanca y Segovia. También se esperan un incremento de plazas en Girona, Barcelona, Álava, Granada y las islas Baleares y Canarias. Según Ramón Estalella, esto se debe a la falta de deseo inversor por parte de los hoteleros y a la escasez de financiación que reciben aquellos empresarios que si se decantan por construir nuevos establecimientos. No obstante matizó que a pesar de que el crecimiento es muy plano, se está produciendo mucho movimiento de compra venta hotelera.

En cuanto a canal de distribución, las respuestas manifiestan que el sector que el canal de venta directa evolucionará positivamente (un 61% de los encuestados lo prevé así en referencia al mercado español y un 50% con respecto al extranjero), mientras que el canal de venta indirecta se mantendrá.

'El índice macroeconómico refleja un empeoramiento de las perspectivas de la evolución económica del país respecto al 2010, con una caída del 16%'

'Las provincias que esperan un aumento de plazas disponibles son Valladolid, Salamanca, Segovia, Girona, Barcelona, Álava, Granada y las islas'

El secretario general de la CEHAT, Ramón Estalella, durante su intervención en la rueda de prensa.

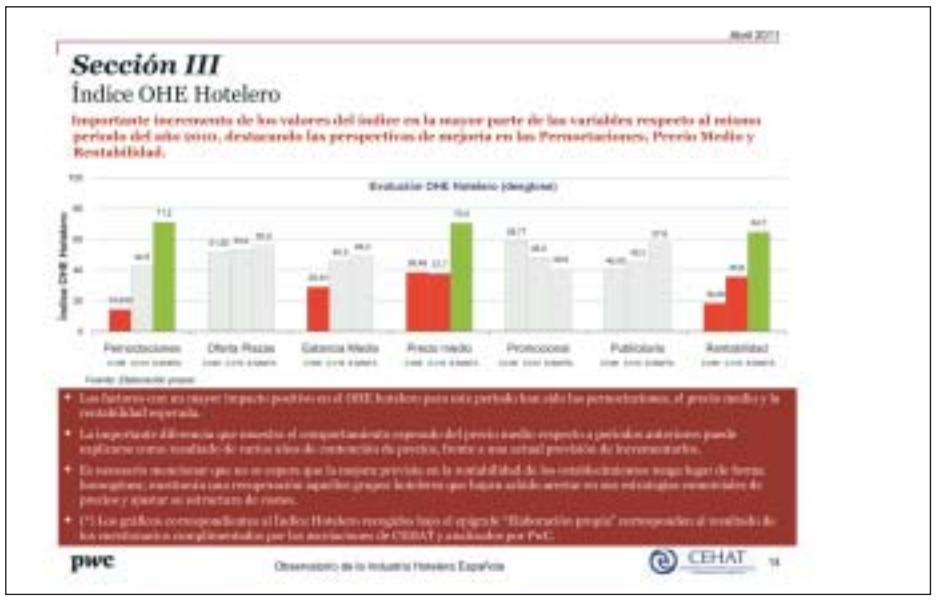
El sector subraya la importancia de la promoción para la mantener el ritmo de recuperación de su actividad, aunque el Observatorio registra una reducción de las perspectivas hoteleras en referencia al esfuerzo promocional de las administraciones públicas de 18 puntos con respecto a 2009, por lo que se sitúa en los 40,9 puntos.

Incertidumbre económica

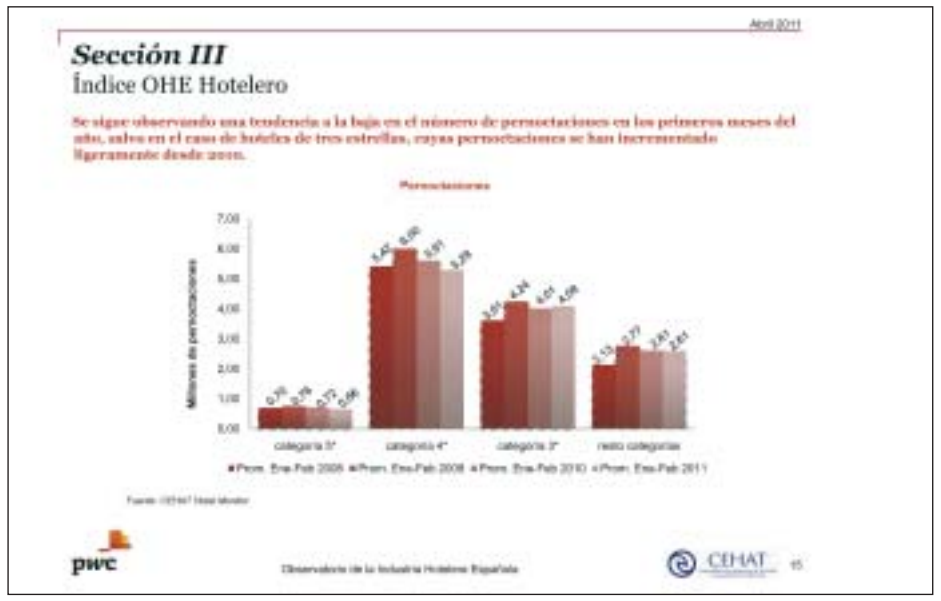
El índice OHE Macroeconómico del Observatorio de la Industria Hotelera Española, en el que están incluidas las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones, sin embargo refleja un empeoramiento de las perspectivas de la evolución económica del país respecto al 2010 (caída del 16%) aunque recupera en un 30% las perspectivas del 2009.

Más del 50% de los expertos entrevistados coinciden en que durante este periodo la economía europea mejorará, aunque sólo el 38% piensa que también lo puede hacer la española.

La percepción sobre la economía española sigue siendo de esta manera menos positiva que la de todo el conjunto de la Unión Europea. Un 58% de los encuestados por el Observatorio de la Industria Hotelera Española, sigue pensando que España permanecerá igual en los próximos meses.

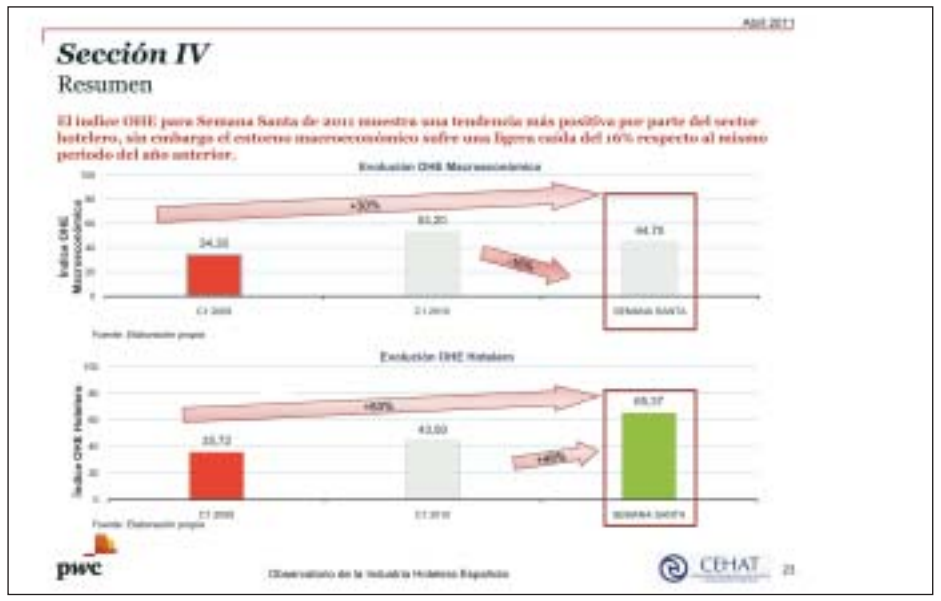


Las pernoctaciones, el precio medio y la rentabilidad aumentan en Semana Santa.



Los hoteleros creen que salvo en los hoteles de tres estrellas las pernoctaciones han bajado.

El Observatorio Hotelero también refleja la evolución de la oferta hotelera por provincias.



A pesar de la evolución hotelera, el entorno macroeconómico disminuye un 16%.

El BOE publica una ley que busca facilitar en España la aplicación del proceso europeo monitorio

Busca resolver las reclamaciones de asuntos transfronterizos relativos a créditos pecuniarios no impugnados

La exposición de motivos del Reglamento (CE) 1896/2006 por el que se establece un proceso monitorio europeo opcional y alternativo a otros procedimientos de derecho interno contiene dos importantes declaraciones: por un lado, el cobro rápido y eficiente de los créditos que no son objeto de controversia jurídica es de vital importancia en la comunidad, según asegura Servisegur Consultores, y por otro, el proceso monitorio juega un papel muy relevante en la consecución para conseguir tal propósito.

Todos los estados miembros han intentado resolver el problema del cobro masivo de créditos no impugnados y esta diferencia de legislaciones procesales nacionales ofrecía dificultades a la utilización de estos diversos cauces procesales, es por lo que se promulgó esta norma que es vigente en toda la Comunidad Europea y que trata de resolver las dificultades de reclamaciones de asuntos transfronterizos relativos a créditos pecuniarios no impugnados.

El objeto de este procedimiento, al igual que el de nuestro procedimiento monitorio nacional, no es otro que simplificar, acelerar y reducir los costes de litigar, permitiendo la circulación de los requerimientos europeos de pago a través de todos los estados miembros, y, por tanto, facilitando las actuaciones económicas transnacionales de los empresarios de la Unión Europea.

'El objeto es simplificar, y reducir los costes de litigar permitiendo la circulación de los requerimientos europeos de pago a través de los estados miembros'

El proceso debe basarse, en la mayor medida de lo posible, en el uso de formularios para cualquier comunicación entre los órganos jurisdiccionales y las partes, con el fin de facilitar su administración y permitir el procesamiento automático de datos. Además se establece el ámbito de aplicación de éste proceso limitándolo a los asuntos transfronterizos en materias civil y mercantil (donde surgirán los mayores problemas en el cobro de operaciones documentadas en facturas o albaranes, tan habituales en el tráfico mercantil comunitario).

'Los mayores problemas surgirán en materia civil y mercantil con el cobro de operaciones documentadas en albaranes o facturas en el tráfico mercantil'

Los requisitos

De forma sucinta, cabe destacar los siguientes aspectos de este instrumento:

1. Respecto al concepto mismo de asuntos transfronterizos, se entenderá que estamos ante los mismos cuando al menos una de las partes esté domiciliada (o tenga su residencia habitual) en un Estado miembro distinto de aquel al que pertenezca el órgano jurisdiccional ante el que se haya presentado la petición (por ejemplo, se presenta la petición en España y la parte requerida al pago tiene su domicilio en Reino Unido). Se estará al momento en que se presente la solicitud de requerimiento europeo, considerándose a efectos de domicilio de cualquier mercantil, el lugar donde se encuentre su sede estatutaria, administración central o centro de actividad principal.

2. Corresponde al Juzgado de Primera Instancia español, de forma exclusiva y excluyente, el conocimiento de la solicitud del proceso monitorio europeo.

3. No se limita la cuantía por la que puede acudirse a este procedimiento (en nuestro país se limita a 250.000 euros. Para aquellas sociedades que no tengan la consideración de entidades de reducida dimensión de acuerdo con lo previsto en la normativa reguladora del Impuesto sobre Sociedades (cifra de negocio en el período inmediatamente anterior, inferior a 10 millones de euros) se devengará una tasa de 90 euros en el momento de la presentación.

Las empresas nacionales necesitan integrarse en el espacio europeo aprovechando las oportunidades de Bruselas.

4. El órgano jurisdiccional ante el que se presenta deberá examinar el formulario correspondiente para comprobar que se cumplan los requisitos que se exigen y si la petición resulta fundada. Se contempla la posibilidad de que el solicitante pueda completar o rectificar su escrito de petición.

'El procedimiento monitorio nacional ve día a día como aumenta el número de peticiones, pero el monitorio europeo sigue resultado un procedimiento extraño'

5. Si fuese correcto este análisis, se tendrá que expedir un requerimiento europeo de pago lo antes posible, y como regla general en los 30 días siguientes a partir de la fecha de la presentación de la petición solicitada.

6. Una vez notificado, el deudor podrá optar por las tres posturas clásicas: oponerse, pagar o guardar silencio.

7. El demandado podrá oponerse en el plazo de 30 días desde la notificación valiéndose del formulario que se le remitirá junto al requerimiento europeo de pago. En este caso el proceso continuará ante los órganos jurisdiccionales del Estado miembro de origen (en España: el Juzgado de Primera Instancia, de lo Mercantil o de lo Social que corresponda), a menos que el demandante haya solicitado expresamente que, en este caso, se ponga fin al proceso.

'El proceso debe basarse principalmente en el uso de formularios para cualquier comunicación entre los órganos juridisccionales y las partes que lo soliciten'

8. Si no existe ninguna oposición, el requerimiento se convertirá en ejecutivo y deberá ser ejecutado a instancia de parte. Un requerimiento europeo de pago que haya adquirido fuerza ejecutiva en el Estado miembro de origen será reconocido y ejecutado en los demás Estados miembros sin que se requiera ninguna declaración de ejecutividad y sin tener ya ningún tipo de posibilidad de poder impugnar su debido reconocimiento.

9. La competencia para la ejecución en España de un requerimiento europeo de pago que haya adquirido fuerza ejecutiva corresponde de manera única al Juzgado de Primera Instancia del domicilio del demandado.

10. Las cuestiones procesales no previstas en el Reglamento (CE) n.º 1896/2006 para la expedición de un requerimiento europeo de pago se regirán por lo previsto en nuestra Ley de Enjuiciamiento Civil para el proceso monitorio.

La realidad es que este instrumento que pretendía tener una amplia aplicación, ha resultado, siempre entre comillas, un verdadero fracaso. Si bien el procedimiento monitorio nacional ve día a día como aumentan el número de peticiones iniciales, el monitorio europeo sigue resultando un procedimiento "extraño" y cuya regulación, si bien exonera de la necesidad de acudir con abogado y procurador, resulta ciertamente complicada para aquellos profesionales no versados en materia jurídica. Quizá sea la necesidad final de instar la ejecución en el tercer país lo que haya dificultado el "éxito" de este procedimiento, si bien la posibilidad de poder reclamar un crédito vencido sin necesidad de acudir a los, en muchos casos, más gravosos profesionales y órganos de otros Estados miembros, debería dar una segunda oportunidad al monitorio europeo.

Entre las necesidades imperiosas que las empresas nacionales atesoran en el actual escenario de crisis, aparece la necesidad de superar el ámbito nacional e integrarse en el espacio europeo, aprovechando las posibilidades "reales" y soluciones en el sector que desde Bruselas nos llegan y que ofrecen alternativas. La necesidad de facilitar las reclamaciones intracomunitarias de cantidad, en estricta y directa relación con la consecución del Mercado Único, ha venido ocupando un lugar preeminente en la mente del legislador comunitario que debe fortalecer la seguridad jurídica en las relaciones transfronterizas que los empresarios comunitarios mantienen.

'Entre las necesidades imperiosas que las empresas nacionales atesoran aparece la de superar el ámbito nacional e integrarse en el espacio europeo'

El BOE publica la Ley 4/2011 que modifica a la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Nace H3E un grupo hotelero familiar e independiente repartido por España

El director del Hotel San Lorenzo, CarlosTardáguila, reflexiona sobre el nuevo grupo

Un grupo de hoteles de tres estrellas repartidos por España decidió unirse para crear H3E, con la idea común de dar un servicio a los clientes de manera familiar y lo más acogedora posible, para que su estancia sea lo más parecido a estar en casa.

Pregunta: ¿Qué es H3e?
Respuesta: Un grupo de hoteles de tres estrellas, independiente y familiar con menos de 100 habitaciones, repartidos por toda España y unidos por un objetivo común de servicio a los clientes y trato familiar, para que su estancia sea lo más parecida a estar como en su casa.
P: ¿Cómo Se fundó?
R: En Julio del 2009 un hotelero catalán tuvo una genial idea: unificar hoteles de la misma categoría (3 estrellas), familiares y con los mismos fines e inquietudes. Se mantuvo una primera reunión el 5 Octubre 2009 en el Hotel Tryp Atocha de Madrid, y, sin conocernos de nada, asistimos a la misma 48 personas de 35 Hoteles Familiares de toda España. De ésta reunión salieron 25 boletines de subscripción a la nueva Asociación de Hoteles Independientes de tres estrellas, teniendo una posterior reunión en Barcelona, el 23 Noviembre 2009, dónde se constituyó legalmente el Grupo Hotelero, con 21 hoteles Asociados.
P: ¿Quiénes lo componen actualmente?
R: Ya somos 31 socios: hotel glories (barcelona), hotel nouvel (barcelona), hotel moli de la torre (bigues i riells), hotel abadia camino de santiago (burgos), hotel terradets (cellers-lleida), hotel selu (cordoba), hotel meridional (guardamar del segura-alicante), hotel las batuecas (la alberca-salamanca), hotel la estancia (la muela-zaragoza), hotel playa de la laxe (laxe-a coruña), hotel bufon de arenillas (llanes-asturias), hotel caballero errante (madrid), hotel san antonio de la florida (madrid), hotel bahia malaga (malaga), hotel don paco (malaga), hotel rey don jaime (morella-castellon), hotel norat (o grove-pontevedra), hotel emperatriz (ocaña-toledo), hotel monestir de les avellanes (os de balaguer-lleida), hotel araxa (palma de mallorca), hotel la serrana (piornal-caceres), hotel san polo (salamanca), hotel castro (santiago de compostela), hotel san carlos (santiago de compostela), hotel san lorenzo (santiago de compostela), hotel fiz de vilapedre (sarria-lugo), hotel subur (sitges-barcelona), hotel villarreal (valencia), hotel cesar (vilanova i la geltru), hotel casa arcas (villanova-huesca) y el hotel palacio de elorriaga (vitoria-gasteiz-alava)
P: ¿Cómo funcionan?
R: Tenemos unos Estatutos, Apoderado y un Consejo de Administración encabezada por nuestro Presidente y promotor de la idea: Ignacio Guerrero. Estamos haciendo reuniones periódicas para la captación de nuevos socios. Nuestro objetivo es tener cuantos más socios mejor, así podremos ofrecer mayores ventajas. El domicilio social está en Barcelona (Hotel Glories c/ Padilla, 173 - 08013 Barcelona y el Comité Comercial en Santiago de Compostela (Hotel San Lorenzo c/San Lorenzo 2 15705 Santiago de Compostela).
P: ¿Qué ofrece a sus socios y clientes?
R: El grupo H3e ofrece a nuestros socios la posibilidad de contar con una Central de reservas corporativa, donde todos son socios propietarios en igualdad de condiciones, con derecho a voz y voto, además de una página web con un motor de reservas propia, un pago directo del cliente en el hotel, promocionarse en las redes sociales, como Facebook o Twitter..A nuestros clientes, un servicio y un trato familiar, la posibilidad de conseguir estancias gratis en cualquier hotel de nuestro grupo, estar informado periódicamente de nuestras ofertas, descuentos especiales, detalle de bienvenida y salida del hotel posterior a las 12 horas de la mañana.

Una de las habitaciones del hotel Eurostars Berlín del grupo Hotusa.

Hotusa inaugura su primer hotel de lujo en Alemania

La capital de Alemania da la bienvenida al nuevo hotel de lujo Eurostars Berlin 5 estrellas, el primer establecimiento gestionado directamente por el Grupo Hotusa en la ciudad, a través de su cadena hotelera Eurostars Hotels. Con esta apertura, la compañía consolida su presencia en el país, donde ya gestiona el Eurostars Grand Central y el Hotel Regent, ambos en Múnich, y el Eurostars Park Maximilian, en Regensburg, todos ellos de cuatro estrellas.

Ubicado en pleno centro de la ciudad, en el barrio de Mitte, el Eurostars Berlin 5* es un espectacular hotel de nueva construcción, que destaca por su imponente arquitectura y su impactante diseño interior. El establecimiento cuenta con 221 habitaciones -incluyendo una suite presidencial, 6 suites y 8 junior suites-, un elegante restaurante gastronómico, un lobby bar de diseño, piscina climatizada, fitness center y 900 m2 para la celebración de eventos.

El presidente del Grupo Hotusa, Amancio López Seijas, ha destacado que "la apertura de este nuevo establecimiento responde a la estrategia de Eurostars Hotels de posicionarse en las principales capitales europeas. A día de hoy, Berlín es uno de los destinos más atractivos para el turismo de ocio y business. Por su distinción, emplazamiento y confort, queremos convertir el Eurostars Berlín en un referente en la ciudad".

El hotel está situado en la principal arteria comercial de Berlín, a pocos minutos a pie de las principales atracciones turísticas de la capital, como la Puerta de Brandenburgo, el Reichstag o la Isla de los Museos. Asimismo, se halla justo en frente de uno de los núcleos de transporte más importantes de la ciudad (Friedrichstrasse), pudiendo conectar con el aeropuerto de Schönefeld en 30 minutos, y con el centro internacional de convenciones (ICC Messe Berlin) en 15.

Tras esta apertura alcanza ya los 62 establecimientos y ya gestiona más de 6.400 habitaciones en 12 países diferentes.

Hoteles Elba nombra director para el Elba Estepona & Thalasso Spa

Hoteles Elba tiene el honor de presentar su última incorporación, Gian Carlo Porcu, nuevo director del hotel Elba Estepona & Thalasso Spa 5 estrellasGL.

Gian Carlo Porcu tiene una larga trayectoria profesional de más de veinte años en el sector turístico. El italiano de 41 años ha trabajado como Director General en grandes hoteles, el último de ellos el CastaDiva Resort, un hotel de cinco estrellas lujo ubicado en Lago Como, situado en la región de Lombardia, Italia

El director de Elba Estepona.

Su experiencia en hoteles de categoría Gran Lujo y en hoteles de las Islas Canarias, le han aportado muchos de los conocimiento del sector y del perfil que tienen el turista que ama y visita las islas.

Fue director general del hotel Iberostar Anthelia en Tenerife en 2009 y director general del hotel Atlantis Bahía Real de Fuerteventura en 2008.

El Hotel Elba Estepona & Thalasso Spa se encuentra en primera línea de mar, sus detalles en decoración, servicio, gastronomía, tranquilidad y ubicación, destacan sobre el resto de hoteles que se ubican el la Costa del Sol.

Situado literalmente al borde del Mediterráneo y a un paso de numerosos campos de golf, reuniendo así, la esencia Andalucía. Desde su apertura en 2004 es un hotel de reconocido prestigio en el sector de Convenciones e Incentivos, sin olvidarnos del centro de talasoterapia., con el efecto del agua del mar.

Castilla y León destina un millón de euros para promoción turística

Busca divulgar y enseñar los atractivos turísticos que tiene la Comunidad

La Junta de Castilla y León va a destinar casi un millón de euros para la promoción turística de la Comunidad, que estarán repartidos entre los Patronatos provinciales de Turismo, el de la Comarca de El Bierzo y la Federación de Iniciativas Turísticas.

El Consejo de Gobierno de la Junta de Castilla y León ha aprobado subvenciones por valor de 977.105 euros para financiar acciones de promoción turística que se repartirán entre los Patronatos Provinciales de Turismo y el de la Comarca de El Bierzo, que recibirán 601.100 euros, y la Federación de Centros de Iniciativas Turísticas, Fecitcal, que contará con 376.000 euros.

Se destinarán 601.100 euros a los patronatos provinciales de Turismo de Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid, Zamora y al de El Bierzo para financiar las acciones de promoción turística.

Cada patronato recibirá 60.110 euros para actividades como la asistencia a Ferias Nacionales de Turismo, la edición, distribución y difusión de material promocional gráfico o audiovisual, los gastos e inversiones de las oficinas y puntos de información turística, la apertura de los edificios de mayor relevancia histórico-artístico, viajes de familiarización o inventarios provinciales de recursos turísticos.

También se ha aprobado una subvención de 376.000 euros a la Federación de Centros de Iniciativas Turísticas de Castilla y León para promocionar y divulgar los atractivos turísticos de la comunidad de Castilla y León. Entre las actividades a las que se destinará esta subvención se encuentran la edición y distribución de material promocional, la creación de puntos y sistemas de información turística de carácter local, como casetas móviles y la realización de otras actividades de impacto turístico.

Página web de Castilla y León, que informa y promociona la Comunidad.

El volumen de inversión hotelera del 2010 desciende en España un 35% con respecto al ejercicio anterior

El mercado de inversión registra 17 transacciones en las que se vendieron 20 hoteles por 515 millones de euros

Durante el año 2010, el mercado de inversión hotelera en España registró 20 ventas de hoteles por un importe total estimado de 515 millones de euros, según afirma la asociada de Irea, Laura Hernando. Si se compara estas cifras con los datos del 2009 representa una caída cercana al 35%, y lo sitúa en niveles de inversión similares a los registrados hace una década, cuando se sufrió la última recesión hotelera en general. No obstante, las perspectivas para 2011 dejan pistas de un repunte de la inversión.

LAURA HERNANDO
ASOCIADA DE IREA

El dato más destacable en el 2010 es la falta de operaciones relevantes de cartera en las que un único inversor adquiera un número significativo de hoteles. En este sentido, 2009 contó con dos protagonistas, Hotasa y Rosu Hoteles que adquirieron 8 y 6 hoteles respectivamente por un valor aproximado de 240 millones de euros. Si comparamos el volumen de inversión de 2009 (excluyendo estas dos operaciones) y 2010, observamos que la inversión hotelera en este último año se mantuvo en niveles muy similares a las de 2009.

La prolongación de la actual crisis ha favorecido que algunos propietarios de hoteles cambien de opinión y hayan decidido vender finalmente activos singulares a precios atractivos para determinados grupos inversores cada vez más enfocados en buscar oportunidades en este sector.

Analizando las transacciones hoteleras que se han llevado a cabo en nuestro país en el último año, podemos destacar las siguientes conclusiones:

-Los **activos singulares** han vuelto a recuperar el protagonismo que perdieron en 2009 y han atraído a la mayor parte de los recursos invertidos. El Husa Princesa, el Husa Moncloa, el Gran Hotel la Florida, el Hotel Miramar, Los Monteros o el Tryp Ambassador son sólo alguno de los ejemplos de los numerosos activos emblemáticos que han cambiado de dueño en 2010.

-El **segmento urbano** ha concentrado el 70% de la inversión, batiendo un record de protagonismo frente al históricamente preferido segmento vacacional. En este sentido sorprende que únicamente se hayan registrado cuatro operaciones de productos vacacionales: la compra de Westmont del hotel Los Zocos a Morgan Stanley dentro de una operación de cartera, la compra del Hilton SA Torre de T3 a Drachotels, el Hotel los Monteros adquirido por el empresario marroquí Judas Azuelos y el Sol Pelícanos Ocas vendido por Meliá a BBVA Renting.

-En el segmento urbano **Madrid y Barcelona** han sido, con diferencia, los destinos preferidos por los inversores, llegando a acaparar conjuntamente cerca del 60% de la inversión (ver gráfico 2).

-Por **categorías el** segmento **5 estrellas** ha acaparado cerca de un 50% de la inversión (frente a un 24% en 2009) repartido en seis hoteles: Husa Princesa, Gran Hotel la Florida, Hotel Miramar, Hilton Barcelona, Hilton SA Torre y Los Monteros. El resto de la inversión se reparte de forma más o menos homogénea entre los segmentos de hoteles de 4 y 3 estrellas (ver gráfico 3).

-Las **operaciones de cartera** han tenido poco peso con tan solo un máximo de 2 activos en cada transacción, aunque con un claro protagonista del mercado: CPI Investment, propiedad del empresario libanés Joseph Boutrous El-Khoury. CPI adquirió conjuntamente el Husa Princesa (5*-275 hab) y el Husa Moncloa (4*-148 hab) en una operación conjunta del complejo "Triángulo Princesa" en el que se integran ambos hoteles, parking, zona comercial y oficinas. La inversión ascendió a 122 millones de euros de los que aproximadamente 90 podrían asignarse a los hoteles. El mismo grupo inversor adquirió a Area Property Partners (filial del fondo Apollo Management) el Gran Hotel la Florida y el Hotel Miramar que pasarán a ser gestionados por la cadena Husa. Por último, Westmont compró a Morgan Stanley una cartera de hoteles de los que dos de ellos se ubicaban en España (el Hilton Barcelona y Los Zocos en Lanzarote).

-Las **operaciones "distress"** por fin han tenido el protagonismo que se esperaba ya en 2009. Dentro de este concepto global de operaciones realizadas en un contexto de gran presión para el vendedor puede englobarse en torno al 40% de la inversión si consideramos bajo este epígrafe a las adquisiciones hechas por CPI tanto a Metrovacesa como a Apollo, la venta también de Metrovacesa del Hotel NH La Maquinista a Grupo Onix a principios de año, la venta del Hilton SA Torre por parte de Drachotels y especialmente la venta de Los Monteros de Banif (Grupo Santander) a Judas Azuelos después de meses en el balance de la entidad financiera.

-Las operaciones de ***sale & leaseback*** también han adquirido la relevancia que se anticipaba en el pasado ejercicio y que en 2009 sólo tuvo reflejo en la adquisición por BBVA Renting del Hotel Meliá Princesa a Sol Meliá. Replicando esta operación, Sol Meliá ha vendido en 2010 a la misma entidad el Sol Pelícanos Ocas de 795 habitaciones en una operación con un montante de 73.750.000 euros. En esta misma línea, la cadena Abba ha vendido a Grupo Millenium el Abba Castilla (4*-228 hab) por 33.000.000 euros y Reyal Urbis ha cedido a la Caixa Renting el 83% de la propiedad del Tryp Ambassador en Madrid por 23.000.000 euros.

-Las **cadenas** han disminuido notablemente su protagonismo desde el lado inversor, representando únicamente en torno al 10% de la inversión repartido en 5 operaciones de tamaño reducido: adquisición del hotel Casa del Trigo (4* - 48 hab en Granada) por parte de Maxi Hoteles, compra de Ayre a Pontegadea del antiguo Occidental Sevilla (4*) , compra de AC Hotels del 50% restante de su hotel de 4* AC Ciudad de Gijón, adquisición del Hotel Balneario Augas Santas (4* - 105 hab en Lugo) por parte de Oca Hotels y la compra de Hoteles Globales del hotel que la cadena F&G tenía en San Sebastián de los Reyes (Madrid).

Adicionalmente a las transacciones hoteleras analizadas en 2010, Meliá y AC han sido protagonistas de dos alianzas de gran transcendencia debido a diferentes estrategias creadas.

Perspectivas para 2011

El comportamiento del año 2010 nos ha dejado pistas claras de lo que puede ser 2011 en términos de inversión. En términos generales, cabe esperar un cierto repunte de la inversión por el cierre de operaciones iniciadas en los meses previos y que siguen la misma pauta de las inversiones de 2010: activos emblemáticos de categoría superior, ubicados en ciudades prime (huída drástica del vacacional), gestionados por cadenas hoteleras y en manos de propietarios o entidades financieras muy presionadas por obtener liquidez.

En este sentido, hemos sido testigos en las primeras semanas del año del cierre de operaciones relevantes como la venta del Meliá Lebreros (4*- 437 hab en Sevilla) por parte de Sol Meliá de nuevo a BBVA Renting, la venta de Rayet a In Hotels de su emblemático hotel Selenza de Madrid o la compra por CPI Investment del Hilton Valencia (5* - 304 hab) al banco adjudicatario (Eurohypo) en una operación de gran repercusión mediática en los últimos meses y en la que finalmente incluye como protagonista a Meliá como nuevo arrendatario del inmueble.

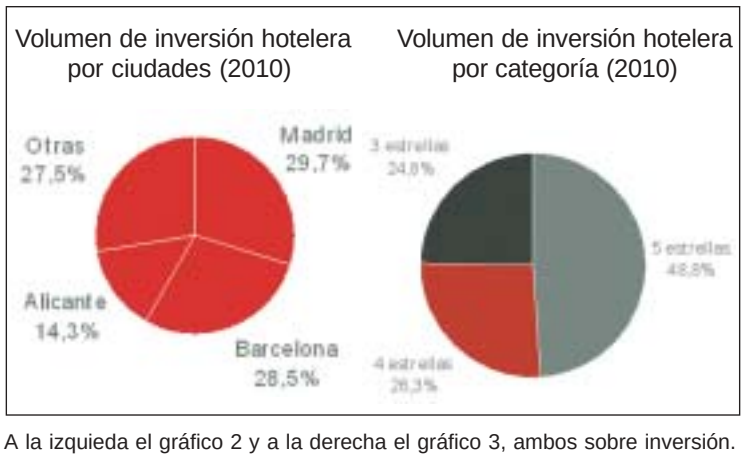
Escudándose en el comportamiento negativo de la economía a nivel global, los inversores van a seguir buscando activos refugio en los que se ofrezcan máximas garantías: periodos de obligado cumplimiento por parte del gestor/arrendatario lo más largos posibles, rentas de mercado (ajustadas ya a la baja para evitar el riesgo de renegociaciones en el corto plazo), pago de rentas garantizado con avales bancarios, avales personales e incluso, si fuera posible, con garantías cruzadas de otros activos, gestores de reconocido prestigio y con positivo track record.

Por último, debemos de anticipar que las yields o rentabilidades exigidas van a incrementarse como consecuencia de la subida de los costes financieros de la deuda (spreads) que ha sufrido España desde las últimas semanas del año 2010.

La combinación de estos factores provocará que alguna transacción de activos individuales acabe frustrada (principalmente porque el precio ofertado no logre cubrir el nivel de deuda que llevan asociada) pero es de esperar que otras muchas vean la luz, fruto de la reflexión de propietarios que empiecen a reconsiderar el valor de sus activos teniendo en cuenta la capacidad real de generar flujos de caja a futuro y olvidando la inversión que tuvieron que desembolsar o, en el caso de las entidades financieras, el valor al que se lo tuvieron que adjudicar.

En la imagen, la entrada principal del Hotel Husa Princesa de Madrid.

El gráfico 1 muestra el descenso de la inversión hotelera desde el año 2005.



A la izquieda el gráfico 2 y a la derecha el gráfico 3, ambos sobre inversión.

Seis playas canarias entre las diez mejores de España, según Tripadvisor

El portal alcanza 45 millones de reseñas publicadas en sus distintas páginas web

Seis playas canarias han sido seleccionados entre las diez mejores de España, según Tripadvisor. El listado ha sido elaborado con el índice de popularidad de las opiniones de los usuarios del portal que acaba de alcanzar la cifra de 45 millones de reseñas en sus páginas web.

El portal de viajes más importante del mundo, Tripadvisor, publica en su página web las diez playas de España mejor consideradas por los millones de usuarios de este sitio de Internet. Entre las seleccionadas se encuentran seis playas canarias, dos de las cuales además forman parte de las 25 mejores de Europa.

Las playas canarias seleccionadas son Playa del Inglés (Gran Canaria), Corralejo (Fuerteventura), las playas de Pájara (Fuerteventura), Puerto del Carmen (Lanzarote), Maspalomas (Gran canaria) y Mogán (Gran Canaria).

En la primera página del Tripadvisor aparece el listado de estas playas. Este portal es visitado diariamente por millones de personas que buscan un destino para sus próximas vacaciones o quieren hacer una reseña de sus experiencias como viajeros o turistas. De estas seis playas canarias, dos de ellas, Playa del Inglés y Corralejo, además forman parte del listado de las 25 mejor consideradas en el continente europeo.

El listado agrupa bajo los citados nombres la playa de referencia y otras cercanas o adyacentes. Así por ejemplo dentro del municipio de Pájara destaca Playa Sotavento y Playa Cofete, en Corralejo incide en Grandes Playas, en Puerto del Carmen nombra a Playa Grande, Playa de Matagorda y Los Pocillos, junto a Maspalomas cita Playa de San Agustín, y Amadores junto a Playa de Mogán. Los usuarios que accedan a este listado pueden además consultar los principales atractivos del lugar propuesto, y enlazar con todo tipo de establecimientos y servicios en el destino. Junto a los enlaces aparecen las opiniones de los viajeros que ya han estado en esa zona o establecimiento turístico.

El listado de las diez mejores playas de España y las 25 mejores de Europa ha sido elaborado a partir del índice de popularidad entre las opiniones de los usuarios de este sitio de Internet que acaba de alcanzar la cifra de 45 millones de reseñas publicadas en sus páginas web. El sitio fue fundado en el año 2000 y en la actualidad contabiliza 40 millones de usuarios en todo el mundo y dos millones en España.

Una de las playas seleccionadas en la isla de Fuerteventura.

Andalucía recibirá cuatro millones para el desarrollo de tres proyectos

Andalucía recibirá más de cuatro millones de euros de incentivos económicos regionales para el desarrollo de tres proyectos hoteleros, cuya inversión total suma 40,2 millones de euros. Estos establecimientos estarán ubicados en El Ejido (Almería), Granada y Écija (Sevilla).

Los incentivos económicos regionales pueden cubrir hasta un 30% del coste total de cada iniciativa.

El hotel de El Ejido será un cinco estrellas de 299 habitaciones, que contará con equipamientos de salud y belleza, piscina climatizada, hidromasaje y zona de juegos. Cuenta con un presupuesto de 35,9 millones de euros, de los que se subvencionarán 3.592.123 euros, el 10%, y estará promovido por Splash International 21 SL. Se prevé la creación de 46 nuevos puestos de trabajo.

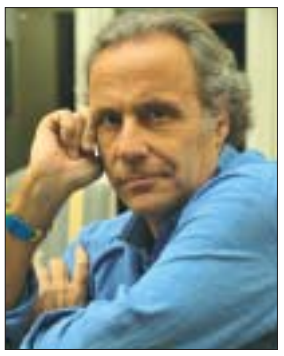
En Granada el proyecto contempla la modernización y reclasificación a cinco estrellas del hotel Alhambra Palace, ampliando la oferta complementaria, creando seis suites e instalando un nuevo sistema de climatización. Esta actuación tiene una inversión prevista de 2,5 millones de euros, de los cuales corresponden a incentivos 175.000 euros, un 7% del coste, y se estima que creará ocho puestos de trabajo, que se sumarán a los 79 ya existentes.

Por último, en Écija se ha aprobado el proyecto de rehabilitación de un edificio del siglo XVIII para su explotación como hotel de cuatro estrellas. Contará con 12 habitaciones que sumarán 26 plazas, spa, solárium y salón de reuniones, entre otras instalaciones. Promovida por Jaqueira Blue SL, esta actuación prevé una inversión de 1,8 millones de euros, de los que se subvencionará el 14% (252.000 euros), y supondrá la creación de siete puestos de trabajo.

Los incentivos económicos regionales constituyen una línea de ayudas que concede el Ministerio de Economía y Hacienda y cofinanciadas con fondos FEDER, que van dirigidas a fomentar la actividad empresarial y a corregir desequilibrios territoriales y reforzar el potencial de desarrollo socioeconómico de las regiones. Estas ayudas cubren hasta un 30% del coste total de cada iniciativa y se instrumentan a través de subvenciones a fondo perdido.

OPINIÓN

El éxito empieza a llegar al nuevo Turismo



DOMÈNEC BIOSCA I VIDAL
PRESIDENTE DE EDUCATUR

Por fin, tanto los actores del sector turístico, tanto los públicos como los privados, ya se han convencido de que a lo que llamaron crisis era un cambio de modelo por el veloz tránsito del facilón mercado de demanda donde el cliente no podía escoger teniéndose que conformar con ESTAR pudiendo quejarse como máximo en la recepción al nuevo y complejo mercado de oferta súper competitivo, mediático y global donde los clientes pueden escoger y en consecuencia ser más exigentes en su deseo de premiarse pudiendo opinar en las redes sociales.

Una vez algunos de los mercados emisores empiezan a superar la crisis económica, los ciudadanos vuelven a querer salir a premiarse bajo sus nuevas exigencias, es decir, su talla, no la talla única, conformando un nuevo modelo turístico convertido en "la gestión del tiempo libre", versus la gestión del ocio "sin ocio no hay negocio turístico", recordando que en el facilón, lujuriosos y olvidado mercado de demanda, los clientes reservaban primero el alojamiento, luego el desplazamiento, finalizando con la reserva del ocio. En el nuevo mercado de oferta, el orden se ha revolucionado, pasando a primer lugar, la reserva del ocio, manteniéndose en segundo lugar la búsqueda del transporte, cayendo la reserva del alojamiento del primer lugar al último, lo que ha invitado especialmente a los hoteleros, que son los que se juegan sus hipotecas, a formarse para dominar los nuevos cambios y sus estrategias para conseguir el nuevo éxito.

Para facilitarle al lector el nuevo cambio, le invito a que reflexione con estos nuevos hábitos:

- El cliente pagará más por las ofertas con identidad.
- Por su calidad deseada, es decir, "su talla".
- Por las reservas globales, mediáticas, fáciles y cómodas.
- Por las ofertas personalizadas.
- Por las ofertas que satisfagan sus hobbies.
- Por las ofertas con las mejores opiniones de otros clientes.
- Está aumentando la planificación de las escapadas para premiarse con su ocio personalizado para obtener las mejores ventajas.
- Volverán las reservas de alta calidad tipo business , suites, restaurantes con estrellas, porque el éxito personal siempre quiere ser visible.
- Se exigirá una excelencia basada en la amabilidad.
- Se exigirá la máxima comodidad y confortabilidad.
- Se exigirá una seguridad total.

Cuando hace cuatro años avanzábamos estas reflexiones se nos premiaba con el consabido "Son utopías". Ahora toca a todos los implicados fuese cual fuese el nivel jerárquico, la ubicación y misión a formarse para ser "los mejores haciendo más y mejor", evitando que "la excelencia sea vista como un chiste". "Que la posventa asesine la venta".

No espere a llegar tarde al nuevo éxito, no se crea que los clientes ahora prestados por las circunstancias ajenas le serán fieles, por lo que le invito a subirse a la nueva ola que irá creciendo si no nos preparamos para ser los mejores líderes. Aquellos que forman a su gente convirtiéndolos en un equipo eficiente y alineado en los valores de las buenas personas, generando la máxima confianza, tanto dentro de la empresa como en el mercado, potenciando su marca, recordando que sin una marca mediática solo obtendrá precios de subasta. Defina, popularice y potencie la misión de su empresa para que todos tengan una única partitura y consigamos que la visión de los clientes coincida con la misión escogida.

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

El hotel H1898 en Great Hotels of the World

El hotel H1898 ha pasado a integrar la lista de selectos miembros de Great Hotels of the World – Premium Collection. El establecimiento barcelonés perteneciente a Núñez y Navarro Hotels ha sido escogido por sus excepcionales instalaciones para la celebración de eventos de todo tipo. Fruto del acuerdo, el H1898 formará parte de la próxima edición del Great Hotels of the World Meetings, Incentive & Corporate Travel Collection Directory, una lujosa publicación que reúne los mejores establecimientos para la organización de eventos de todo el mundo.

Con sede en Reino Unido, Great Hotels of the World ofrece servicios de reservas, ventas y marketing a un exclusive portafolio de establecimientos independientes en todo el mundo, especializados en nichos de mercado muy concretos. Para convertirse en miembro de GHO es necesaria una invitación que únicamente se cursa a aquellos excepcionales hoteles que cuenten con un reconocido posicionamiento en segmentos de alto nivel. Los directorios de GHO, de gran formato, se renuevan año a año.

Situado en la emblemática Rambla de Barcelona, el H1898 consigue armonizar su fuerte personalidad histórica y su pasado arquitectónico con la modernidad propia del siglo XXI. El H1898 cuenta con 169 habitaciones de seis tipos distintos (clásico, superior, privilege, deluxe, junior suite y tres suites coloniales con terraza y piscina privada. Además, ofrece siete salones de época, cinco salas de reunión, bar cafetería, restaurante, una biblioteca, gimnasio y spa.

Fachada del hotel H1898, situado en el corazón de Barcelona.

Sigue la actualidad del ICTE día a día en www.Calidad turística hoy.es

Noticias con Q de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Mayo 2011

36 nuevos establecimientos obtienen la Marca

Con estas nuevas incorporaciones ya son 2.230 los establecimientos certificados con la 'Q' de Calidad Turística

Estas certificaciones corresponden a los siguientes sectores: hoteles y apartamentos turísticos (16 nuevos establecimientos), servicios de restauración (ocho), Oficinas de Información Turística (OIT) (ocho), alojamientos rurales (dos), servicios turísticos de intermediación (uno) y espacios naturales protegidos (uno).

Hoteles y apartamentos

El sector hotelero suma un total de 542 hoteles y apartamentos turísticos certificados en toda España, situándose en segunda posición en lo que a número de establecimientos certificados se refiere, por detrás únicamente de los restaurantes, que ascienden a 631 Restaurantes con la 'Q' de Calidad Turística.

Entre los nuevos hoteles certificados, destaca la red de Hospederías de Extremadura, la cual ha certificado a toda la cadena, compuesta por seis hospederías.

En la provincia de Cáceres se encuentra el Hotel Hospedería Conventual de Alcántara, Hotel Hospedería Hurdes Reales, Hotel Hospedería Parque de Monfragüe, Hotel Hospedería Valle del Ambroz y Hotel Hospedería Puente de Alconétar; mientras que el Hotel Hospedería Mirador de Llerena, se sitúa en la provincia de Badajoz.

Los otros diez hoteles certificados se reparten de la siguiente forma: Andalucía: Hotel de Naturaleza Rodalquilar; Baleares: Hotel Laguna; Canarias: Apartamentos Casas Pepe 2LI e Hibiscus Hotels; Castilla y León: Hotel Atrio y Hotel Termal Burgo de Osma; Cataluña: Felix Hotel y Hotel Silken Diagonal; País Vasco: Hotel Conde Duque y Larramendi Torrea.

Servicios de restauración

Cuatro de los ocho nuevos restaurantes certificaciones corresponden al País Vasco. Restaurante Baserri Maitea, Restaurante Eneperi Jatetxea, Restaurante Landatxueta y Restaurante Miramar son los nuevos restaurantes vascos que ostentan la 'Q' de Calidad Turística, que se suman a los 76 que existían en esta Comunidad hasta esa fecha. Por su parte, la Comunidad andaluza cuenta con tres nuevos restaurantes certificados, el Restaurante Judeolosan, La Abacería Casa de la Tapa Cordobesa y el Restaurante Losan 97. Galicia suma un nuevo restaurante certificado, el Restaurante la Tagliatella Vigo.

De esta forma, los servicios de restauración alcanzan las 631 certificaciones, situándose como el sector con mayor número de establecimientos certificados.

Por Comunidades autónomas, Andalucía se sitúa en primer lugar, con 99 restaurantes certificados, seguida de Madrid con 83 y País Vasco con 80.

Oficinas de Información Turística

Los servicios turísticos municipales continúan su apuestan por la Marca 'Q', certificando ocho nuevas OIT.

En estos momentos, ya son 134 las OIT que cuentan con el distintivo 'Q' que las acredita de estar en posesión de los cumplimientos de la norma UNE 187003:2008 para Oficinas de Información Turística.

Las OIT de Castellón, Elda y dos en Villajoyosa en la Comunidad Valenciana; de Almería y Lepe en Andalucía; de la Unión en Murcia y la Segurako Turismo Bulegoa en Guipúzkoa han obtenido recientemente la 'Q' de Calidad Turística para sus oficinas.

El sector público, una vez más en su apuesta por la calidad de sus servicios turísticos, ha incrementado en un 24% las certificaciones con respecto al año 2010.

La Comunidad Valenciana continúa como líder destacada con 42 oficinas certificadas, le siguen la Comunidad andaluza con 23 y 17 el País Vasco.

Esta norma, avalada por la Marca 'Q', establece los requisitos de calidad que deben cumplir las oficinas de información turística en su proceso de acogida de los visitantes de un destino turístico, los relacionados con el aprovisionamiento y *marketing* de los servicios de información, así como las infraestructuras y el mantenimiento de las instalaciones en las que se prestan los servicios de información y acogida.

Alojamientos rurales y servicios turísticos de intermediación

Estos nuevos establecimientos incorporados al Sistema de Calidad Turístico Español corresponden a las Comunidades de Castilla-La Mancha y Castilla León, que cuentan con 111 y 92 establecimientos certificados, respectivamente.

Las nuevas Marcas 'Q' se han otorgado a Casas Rurales Los Olivos y El Refugio de Cristal, en Castilla-La Mancha, y Viajes Rosymar en Castilla y León.

De esta forma, Castilla-La Mancha se afianza como la segunda Comunidad autónoma con más alojamientos rurales certificados, 47, después de Galicia que cuenta con 54.

Espacios naturales protegidos

El parque natural de Las Batuecas-Sierra de Francia, situado en la comarca de La Alberca, provincia de Salamanca, ha obtenido recientemente la 'Q' de Calidad.

Con este ya son nueve los parques naturales certificados en la Comunidad de Castilla y León.

Castilla y León es la Comunidad autónoma con más parques naturales certificados con la 'Q' de Calidad Turística.

La norma de espacios naturales contempla aspectos importantes sobre legislación, así como gestión ambiental, seguridad, prevención de riesgos, limpieza, información, atención al visitante, educación ambiental e interpretación del patrimonio.

En la actualidad 26 parques naturales se encuentran certificados y cumpliendo los requisitos de la norma UNE 187002, situándose nueve de ellos en Castilla y León, cuatro en Cataluña, tres en el Principado de Asturias, dos en Aragón, Murcia y Navarra y uno en Andalucía, Comunidad Valenciana, Galicia y La Rioja.

La Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo, ANETA, y la Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos, CEACNA, se incorporan al ICTE

Con estos nuevos miembros, ya son 16 organizaciones turísticas de ámbito nacional las representadas en el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), además de la Secretaría General de Turismo, las Comunidades autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

La aprobación por parte de la Junta Directiva del ICTE en su última convocatoria de la Asociación de Empresas de Turismo Activo (ANETA), y la Confederación Española de asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA) a los órganos de gobierno del ICTE, ha sido debida a la petición por parte de los mismos de normalizar sus sectores turísticos, colaborar en la edición de sus normas de calidad correspondientes e impulsar la certificación de sus sectores, así como apostar decididamente por un sistema de calidad regulado y avalado tanto por las organizaciones empresariales como por las Administraciones nacionales, regionales y locales.

Recordemos que el pasado año se certificaron las primeras empresas de turismo activo, Alúa Turismo Activo en Andalucía y Troka Abentura en el País Vasco, después de desarrollar la implantación de la norma y posterior auditoría externa.

Igualmente el sector náutico recibió sus primeros galardones durante 2010, siendo el Club Náutico de Torrevieja, en la Comunidad Valenciana, la primera instalación certificada y, posteriormente, Alcudiamar Puerto Turístico Deportivo en Mallorca.

Miembros

Confederación Española de Hoteles (CEHAT); Asociación Empresarial de Agencias de Viaje Españolas (AEDAVE); Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE); Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV); Federación Española de Hostelería (FEHR); Federación Española de Empresarios de Camping y Ciudades Vacaciones (FEECYV); Asociación para la Calidad del Turismo Rural (ACTR); Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM); RDO Spain; Europarc España; Federación Española Empresarial de Transportes de Viajeros (ASINTRA); Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL); Real Federación Española de Golf, (RFEG); Asociación Nacional de Empresarios por la Calidad del Ocio (ECO); Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA); Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA), la Secretaría General de Turismo, Comunidades autónomas y FEMP.

Junta Directiva del ICTE.

ICTE participó en la Jornada de Competitividad en destinos turísticos españoles de la Universidad Nebrija

Defendió la importancia de la calidad cuando se habla de competitividad en el sector turístico español

El pasado 31 de marzo, la sede de la Fundación Antonio Nebrija organizó una jornada abierta donde representantes del mundo del turismo y alumnos de dicha Universidad, así como de otras instituciones debatieron la actual situación de España como destino turístico competitivo. En la mesa de debate el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) defendió la importancia del sector turístico español en el compromiso que adquiere aunando esfuerzos en torno a las normas de Calidad asociadas a la Marca 'Q', para dotar a los empresarios de herramientas de gestión.

El director de Normalización del ICTE, junto a los demás ponentes en la jornada organizada por la Universidad Nebrija.

El director de Normalización del ICTE, apuntó que "para ser competitivos nuestras empresas implantan sistemas de calidad en sus organizaciones a través del cumplimiento de las normas publicadas, que tienden especialmente a gestionar los costes, apostar por la formación del personal y rentabilizar al máximo los procesos derivados de las actividades y servicios ofertados al cliente".

Anivarro subrayó que "la calidad no es sinónimo de lujo, que nuestro deber desde la institución es representar los intereses del sector y en España el sector es muy diverso, por eso la norma establece requisitos para los establecimientos en función del cumplimiento de las expectativas de los clientes, no todos los turistas tienen las mismas necesidades, nosotros debemos cubrirlas y desde el Instituto velar porque se cumplan las normas".

El director de Normalización del ICTE concluyó afirmando que "el termino competitividad va ligado intrínsecamente al concepto de Calidad y el Instituto es la herramienta puesta por el sector turístico y está a disposición del mismo".

El ICTE prosigue con su compromiso con el colectivo sordo a través del proyecto Consignos

El proyecto piloto se está desarrollando en el hotel Intur Palacio San Martín, que cuenta con la "Q" de Calidad
Participa en el consorcio para la creación y reproducción automático de lengua de signos española

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), la Universidad Po-litécnica de Madrid, la Universidad de Castilla La Mancha, Ambiser, EMT Madrid, la Fundación CNSE e Indra Software Labs —ésta última como coordinadora del proyecto—, han firmado en el marco del Plan Avanza, la creación de un consorcio para el desarrollo y puesta en funcionamiento de un avatar reconocedor de voz y traductor a Lengua de Signos Española (LSE) que pueda ser utilizado en distintos servicios, como el transporte y el turístico.

Si bien existen otros sistemas similares de traducción a otras lenguas (inglés) a través de agentes animados, con este proyecto, que tendrá una duración de dos años, se desarrollará el primer prototipo innovador de traducción a Lengua de Signos Española.

El ICTE, que aporta su experiencia en el sector turístico y participa activamente analizando las necesidades de los clientes sordos en alojamientos turísticos, ha contado con la colaboración del Hotel Intur Palacio San Martín, para la recogida de datos y análisis de la situación de partida del proyecto.

Los miembros del Consorcio han podido visitar sus instalaciones y realizar entrevistas al personal con el fin de extraer conclusiones que permitan dotar al agente animado de información adecuada para la posterior traducción.

El Hotel Intur Palacio San Martín está ubicado en Madrid y cuenta con la 'Q' de Calidad Turística desde 2004, pertenece a la cadena valenciana Intur Hoteles, que cuenta con todos sus hoteles certificados: Intur Alcázar de San Juan (Ciudad Real), Intur Orange, Intur Azor, Intur Castellón, Intur Bonaire (Comunidad Valenciana), Intur Palacio San Martín (Madrid).

Galicia destina 300.000 euros en ayudas para la certificación de la 'Q' de Calidad

La Xunta de Galicia destinará 10 millones de euros en ayudas al sector turístico, de los que, 300.000 euros serán destinados para la certificación de la 'Q' de Calidad Turística que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en establecimientos durante el periodo 2011-2012. Con carácter bianual, la Xunta destinará 1.500.000 euros para incentivar el turismo activo; 1.500.000 euros para la mejora de hoteles y creación de oferta complementaria de establecimientos hoteleros; 1.000.000 de euros para la creación de aldeas de turismo rural y la creación o mejora de la oferta complementaria en los mismos; 1.000.000 de euros para la mejora de restaurantes y; finalmente, 4.000.000 de euros para la creación de hoteles balneario y hoteles talaso en la comunidad gallega.

ICTE se presenta en la Universidad de Sevilla

De izquierda a derecha: Irene Rodríguez (ICTE), Rafael Periáñez (Universidad de Sevilla) y Zulema Vigistain (ICTE).

Invitado por la Facultad de Turismo y Finanzas, las directoras de formación y de relaciones institucionales del instituto, Irene Rodríguez Gayo y Zulema Vigistain, respectivamente, participaron en las mesas redondas sobre 'Gestión de Calidad y Calidad Turística' que tuvieron lugar en la Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla, el 11 y 12 de abril.

A estas sesiones acudieron más de 150 personas, entre profesores adscritos al centro de Administración de Empresas y Marketing, así como los alumnos de los grupos de mañana y tarde matriculados en la asignatura 'Gestión de la Calidad del Sector Turístico' correspondiente al tercer curso de la Diplomatura en Turismo.

Para el Instituto es muy importante y gratificante poder compartir la experiencia del sector turístico español en calidad, y contribuir a la formación de futuros profesionales de la industria turística.

APPLUS+ comienza a homologar auditores en las Normas de Calidad Turística

Del 4 al 7 de abril tuvo lugar en el ICTE el primer curso de homologación de auditores de APPLUS+ en las normas: UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos, UNE 167000:2006 Servicios de Restauración, UNE 183001:2009 Alojamientos Rurales y UNE 187001:2008 Playas.

A través de este curso, el ICTE formó a auditores de APPLUS+ para que obtuvieran los conocimientos necesarios para auditar bajo el esquema de estas normas UNE.

Desde febrero de 2011, APPLUS+ entró a formar parte de las auditoras homologadas por el ICTE para realizar auditorías de concesión, renovación y seguimiento de la Marca 'Q' Calidad Turística, uno de los distintivos más prestigiosos de servicios y productos turísticos en nuestro país. Con este curso, sus auditores estarán preparados para comenzar a realizarlas.

BREVES:

- El ICTE prepara su participación en Expovacaciones 2011

En esta importante feria del sector, el ICTE tendrá la ocasión de hacer entrega de la certificación a Troka Abentura, la primera empresa de turismo activo en conseguir la 'Q' de Calidad Turística.

Al mismo tiempo, el ICTE informará, tanto a profesionales como al público asistente, sobre el Sistema de Calidad Turístico Español y la Marca 'Q' a través de su estand. Expovacaciones celebrará su XXXII edición, del 5 al 8 de mayo de 2011 en Bilbao Exhibition Centre, confirmándose como uno de los encuentros de negocios y de ocio del sector turístico del norte de España.

- El Consejo Español de Turismo se compromete a impulsar el 'Plan Turismo Litoral Siglo XXI'

En ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, presidió el pasado 31 de marzo el Pleno del Consejo Español de Turismo (Conestur), órgano en el que están representados, además de la Administración general de Estado, las Comunidades autónomas, entes locales, Cámaras de Comercio, empresas turísticas y agentes sociales, junto a profesionales de reconocido prestigio en el ámbito del turismo, entre los cuales se encuentra el presidente del ICTE, Miguel Mirones Díez.

Esta iniciativa revitalizará y modernizará zonas turísticas maduras en el litoral mediterráneo y de los archipiélagos de Baleares y Canarias.

El plan pretende dinamizar la adaptación del turismo español a los nuevos modelos turísticos en base a un fuerte compromiso colectivo y la cooperación de todas las administraciones y agentes implicados.

- El Gobierno aprueba la tercera edición del Plan FuturE con 300 millones de euros para la mejora de las infraestructuras turísticas

Serán financiables las inversiones encaminadas a la implantación de Sistemas de Calidad. Con esta tercera edición del plan, se habrán puesto a disposición del sector un total de 2.100 millones de euros.

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 8 de abril la normativa de la tercera edición del Plan FuturE, destinado al actual año 2011. Con este plan se busca la mejora de la calidad de las infraestructuras turísticas de la totalidad del sector, incluyendo alojamiento, restauración, oferta complementaria y agencias de viajes.

- La Cámara de Comercio de Cuenca organizó el pasado 5 de abril una jornada sobre implantación de la 'Q' de Calidad Turística

La Cámara de Comercio de Cuenca, delegación territorial del Instituto para la Calidad Turística Española, organizó una jornada de sensibilización para implantar la 'Q' de Calidad Turística el pasado día 5 de abril, en la sede institucional.

Con esta jornada se intentó sensibilizar a las empresas turísticas de Cuenca sobre los beneficios y ventajas para la gestión del empresario que tiene implantar esta norma de calidad.

El director general del ICTE, Fernando Fraile, asistió a esta jornada con la ponencia 'El Sistema de Calidad Turístico Español: la 'Q' de Calidad'.

El futuro del IVA

La Unión Europea podría acabar imponiendo un único tipo de IVA armonizado para todos los bienes y servicios

El Director de Asuntos Europeos de CEHAT, Didac García, analiza el futuro del IVA. Si en principio son los gobiernos nacionales quienes deciden la cuantía de los impuestos, no pasa lo mismo con el Impuesto sobre el Valor Añadido. Debido a su importancia para el correcto funcionamiento del mercado único y la competencia leal en la Unión Europea, es el ECOFIN quien decide los limites a los distintos tipos aplicables de IVA. La Comisión Europea ha iniciado un periodo de consulta acerca del funcionamiento del sistema actual del IVA y la forma que debería reestructurarse en el futuro que podría tener consecuencias nefastas para la hostelería.

DIDAC GARCÍA CARRETÉ

DIRECTOR ASUNTOS EUROPEOS CEHAT

El impuesto sobre el valor añadido (IVA) se introdujo por primera vez en Europa, concretamente en Francia, en 1954. En 1967, los Estados miembros de la Comunidad Económica Europea de entonces acordaron sustituir sus sistemas nacionales de imposición sobre el volumen de negocios por un sistema común de IVA. Desde entonces, el IVA se ha introducido en aproximadamente 140 países de todo el mundo.

En 2008, los ingresos procedentes del IVA representaban el 21,4% de los ingresos tributarios nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea (incluidas las cotizaciones a la seguridad social) registrándose un aumento del 12% desde 1995. El IVA constituye una importante fuente de ingresos para los presupuestos nacionales, y en muchos Estados miembros es la fuente principal. Los ingresos por IVA representaron en 2008 el 7,8% del PIB de los Estados miembros de la Unión Europea.

"La crisis ha planteado difíciles retos para la hacienda pública de muchos países europeos, que han aumentado su IVA o están estudiando esta posibilidad"

La crisis económica y financiera ha planteado difíciles retos para las haciendas públicas de muchos países europeos. Teniendo en cuenta la caída de los impuestos directos y de los impuestos sobre la propiedad a causa de la reciente recesión, es más que probable que la parte que representan los ingresos por IVA en el total de ingresos haya seguido aumentando en la mayoría de los Estados miembros. Además varios países han aumentado recientemente sus tipos de IVA o están estudiando esta posibilidad, ya sea por necesidades derivadas de la crisis o por un cambio de orientación a largo plazo de la imposición directa hacia la imposición indirecta.

En Diciembre del año 2010, la Comisión Europea inició un amplio periodo de consulta acerca del funcionamiento del sistema actual del IVA y de la forma en que debería reestructurarse en el futuro. Esta revisión a fondo del IVA es uno de los grandes retos de la Comisión Europea, ya que la actual legislación marco al respecto data de 1992 y las medidas adoptadas entonces fueron catalogadas como "provisionales" hasta que se alcanzara un acuerdo entre los Estados miembros para dotarse de un sistema definitivo de IVA. Partiendo de las conclusiones que puedan sacarse del presente debate, y según lo anunciado en su programa de trabajo para 2011, la Comisión Europea presentará a finales del presente año una Comunicación en la que se establecerán las áreas prioritarias en las que se realizarán cambios legislativos a nivel europeo.

Lo más seguro es que después de este baile de cifras mareantes y la introducción de la consulta sobre el futuro régimen del IVA que realiza la Comisión Europea más de uno se esté preguntando ¿Cuál es el régimen jurídico del IVA y por qué es tan importante lo que se decida en Europa acerca de este impuesto indirecto? ¿Cómo puede afectar esta futura reforma a la hostelería española? Vayamos por partes. En principio son los Gobiernos nacionales, y no la Unión Europea, quienes deciden la cuantía de los impuestos. Pero toda regla tiene excepciones, y en política fiscal, una de ellas, es el impuesto sobre el valor añadido que requiere de la intervención de la Unión Europea. Esto se debe a la importancia fundamental del IVA para el correcto funcionamiento del mercado único y la competencia leal en toda la Unión. De ahí que sea la Unión Europea, y en concreto, el Consejo de Ministros de Economía (ECOFIN), quien fija los límites máximos y mínimos a los tipos aplicables. Además, las normativas y tipos del IVA deben respetar el principio básico de la Unión Europea de que las decisiones fiscales se toman por unanimidad. El ECOFIN autoriza excepciones a los tipos normales de IVA, por ejemplo, para bienes y servicios que no compitan con los de otro Estado miembro o productos básicos de consumo cotidiano, a los que se les permite aplicar los conocidos como "tipos reducidos" o "tipos súperreducidos" de IVA.

Ahora la Unión Europea quiere reformar enteramente el IVA con vistas a reforzar su coherencia con el mercado interior y su capacidad como fuente de ingresos, mejorando su eficiencia económica y reduciendo al mismo tiempo los costes de cumplimiento de la normativa y de recaudación del impuesto. En el Libro Verde que acompaña la Consulta se establece que la solución ideal para maximizar la eficacia económica sería aplicar un único tipo de IVA a todos los bienes y servicios. Para la Comisión Europea, aunque la heterogeneidad actual de los tipos normales dentro de la Unión Europea y de los tipos reducidos aplicados por algunos Estados miembros (por ejemplo España aplica tipo reducido del 8% a los servicios prestados por hoteles y restaurantes) no parecen perturbar el mercado único, sí que aumentan su complejidad. Por ejemplo, las operaciones transfronterizas con bienes y servicios gravadas a un tipo reducido crean costes de cumplimiento de la normativa e inseguridad jurídica para las empresas.

En la imagen, una reunión del Consejo de Ministros de Economía de la Unión Europea (ECOFIN).

"La revisión del IVA es uno de los retos de la Comisión Europea, ya que la actual legislación data de 1992 y las medidas adoptadas fueron catalogadas de 'provisionales'"

"La reforma del IVA que se está debatiendo es mucho más profunda y va mucho más allá de una simple armonización de los tipos aplicables del IVA"

La Unión Europea se está armando de razones para justificar un IVA con un único tipo normal para todos los bienes y servicios, y reducir al máximo la lista de bienes y servicios que puedan beneficiarse de un tipo reducido que también deberá ser el mismo en toda la Unión Europea.

No hace falta ser un genio en matemáticas para darse cuenta que si España aplica un 18%, uno de los tipos normales de IVA más bajo de la Unión Europea, cualquier armonización de los tipos de IVA a nivel europeo significará un aumento de este impuesto. Sólo Chipre y Luxemburgo con un 15% tienen un tipo normal de IVA inferior a España. Y, ¿qué pasará con el tipo reducido de IVA, que es del que se está beneficiando la hostelería española?. En primer lugar, no es seguro que los servicios prestados por hoteles y restaurantes conserven la posibilidad de seguir aplicando un tipo de IVA reducido, que también será armonizado al alza.

Pero la reforma del IVA que se está debatiendo es mucho más profunda y va más allá de una simple armonización de los tipos normales y reducidos del IVA: Se plantea abolir algunas exenciones; dificultar las deducciones cuando el servicio que se está intentado deducir también se use para fines particulares (por ejemplo, comida de negocios en restaurantes o viajes de negocios); fortalecer la armonización del impuesto usando Reglamentos europeos de aplicación directa a las legislaciones nacionales de los países miembros en lugar de Directivas que dejan demasiado margen de maniobra a los Estados miembros; reducir la burocracia y el papeleo; favorecer a las pequeñas empresas (las empresas con un volumen de negocios anual inferior a un determinado umbral tendrán derecho a una exención del IVA); revisar como se recauda el IVA y la implantación de un sistema de "autoridad única".

Hace unos días me llamó una periodista americana y me preguntó cuál era la posición de la hostelería europea ante la futura reforma del IVA. Le comenté que HOTREC, la patronal europea de la hostelería de la que CEHAT es miembro, presentará en breve a la Comisión Europea la posición oficial de nuestro sector ante los múltiples cambios que se plantean, y que en el caso de los tipos aplicables y en las dificultades de deducción, serían tan perjudiciales para nuestro sector. Le comenté a la periodista, que si de algo adolece la Comisión Europea es de realizar estudios del impacto económico que tienen sus propuestas legislativas. Un aumento significativo del tipo de IVA aplicable a los servicios de hotelería y restauración europeos conllevaría un aumento considerable del precio de nuestros servicios y una gran pérdida de competitividad en relación a otros destinos turísticos. Las dificultades a las deducciones del IVA para viajes o comidas de negocios también nos perjudicarían gravemente. Son las contradicciones que nos llegan desde Bruselas. Un día sacan una comunicación catalogando el turismo como un sector clave para la creación de empleo y la recuperación de la economía europea, y al día siguiente están planteando hundirte con una drástica subida del IVA. Para entendernos, a Dios rogando y con el mazo dando.

"Un aumento significativo del IVA de los servicios de hostelería conllevaría un aumento considerable del precio y una gran pérdida de competitividad"

No quiero ser pesimista pero tampoco les quiero llevar a engaños. Me da mucho miedo la Comunicación de la Comisión Europea que esperamos para finales de año y la consiguiente futura propuesta del Reglamento o Directiva.

En España cada año fallecen más de 25.000 personas por problemas de corazón / Esas muertes se pueden evitar con un desfibrilador cerca / Es un aparato muy sencillo de manejar/ En Comunidades autonómas como Cataluña son obligatorios

«La colocación de desfibriladores en hoteles empieza a ser un aspecto diferencial a la hora de escoger alojamiento»

Eduardo Carbonell Mediara. Director de Anek S-3

EL DIRECTOR DE ANEK S-3, Eduardo Carbonell comenta una serie de temas que tratan sobre los desfibriladores y su posible utilidaden el sector hotelero.

El cartel con el lema de la empresa Anek S-3 es 'Hotel Cardio Protegido'.

En la imagen, un desfibrilador colocado en un lugar público.

Pregunta: Cada vez estamos viendo más desfibriladores en todos los lugares públicos. ¿Para qué sirve un desfibrilador?

Respuesta: Buenas tardes, en pocas palabras, es un aparato que mediante una descarga eléctrica reinicia el latido del corazón cuando falla, es un aparato que puede salvar muchas vidas. No olvidemos que en España cada año fallecen más de 25.000 personas por problemas cardíacos, muchas de esas muertes pueden evitarse si contamos con un desfibrilador cerca, en estas situaciones la rapidez en la atención al accidentado es fundamental, de ahí la importancia de disponer de un desfibrilador.

P: ¿Puede usarlo cualquiera?

R: Efectivamente, son aparatos especialmente diseñados para que los utilice personal no sanitario, su uso es muy sencillo. Además contamos en Anek-S3 con un departamento de formación homologado para impartir cursos en todas las Comunidades Autónomas, de esta manera podemos cubrir todas las necesidades de formación del personal de cada establecimiento. Son cursos impartidos por instructores y monitores con una gran experiencia y con todo el material de prácticas necesario

De todas formas el aparato es sencillísimo de manejar, nos va guiando a través de todo lo que tenemos que hacer mediante instrucciones sonoras y visuales, además el aparato desfibrilador monitoriza al accidentado y controla su estado en todo momento.

En todo caso es muy útil disponer de uno puesto que los primeros servicios de emergencias como policía local, médicos, etc. puedan disponer de él.

P: ¿Es seguro su uso?

R: Absolutamente, el aparato nunca se equivoca pues solamente da la descarga si, una vez analizado el ritmo cardíaco del accidentado le puede ayudar, jamás da una descarga que no sea necesaria

P: ¿Por qué deberían instalarse en un hotel?

R: Y no sólo en los hoteles, también se deberían colocar en restaurantes, etc.De hecho en munchos países de nuestro entorno como Francia, Alemania, Inglaterra, etc muchos hoteles ya cuentan con desfibriladores, para los turistas extranjeros es algo a lo que están acostumbrados y, es más, en muchos lugares empieza a ser un aspecto diferencial a la hora de optar por un alojamiento u otro.

P: ¿Qué establece la legislación al respecto?

R: En Cataluña ya resultan obligatorios, en el resto de España existe una recomendación para su instalación en lugares donde haya concurrencia de gente. Este es un proceso imparable, en España tenemos que instalar cinco veces más desfibriladores de los que tenemos para homologarnos a los países europeos de nuestro entorno. Todo hace indicar que a este primer paso en la obligatoriedad que ha dado Cataluña le van a seguir muy pronto el resto de Comunidades Autónomas. Tenemos que ver al desfibrilador como un instrumento más para nuestra seguridad como lo pueden ser los extintores, y ya vemos la cantidad de extintores que hay en los edificios siendo que al año mueren muchísimas personas menos por incendios que por problemas relacionados con el corazón.

> ***'En España hay que instalar cinco veces más desfibriladores de los que tenemos para homologarnos a los paises europeos de nuestro entorno'***

P: ¿Algún requisito necesario para su instalación?

R: En cuanto a la normativa nosotros nos ocupamos de realizar los trámites administrativos para inscribir al establecimiento que adquiera un desfibrilador y para registrar igualmente al personal autorizado para manejarlo

P: ¿Cómo pueden los hoteles que lo deseen contratar un servicio de cardioprotección ?

R: Pueden contactar con nosotros llamando al 911 250 500, o en la web wwww.aneks3.com. Tenemos una oferta especial en la que por 1.200 € pueden adquirir un desfibrilador, además de una vitrina homologada para colocarlo y publicidad ilimitada en la web www.hotelescardioprotegidos.com, en esta web aparece un mapa interactivo de España donde se pueden ver todos los hoteles en los que hay un desfibrilador y su ubicación y modo e contacto. Tenemos también todo la señalética oficial para que el hotel o establecimiento que tenga un desfibrilador puedan anunciarlo sus clientes. Se trata de una oferta especialmente pensada para los hoteles y demás establecimientos del sector de la hostelería, en el marco de colaboración que tenemos con la CEHAT.

P: ¿Algún aspecto más que quiera destacar?

R: Hay que tener en cuenta que por un coste muy pequeño estamos hablando de la posibilidad de salvar vidas, lo cual tiene un valor incalculable. Tenemos que concienciar a la gente de la importancia de estos aparatos. Actualmente estamos trabajando con la Fundación Española del Corazón para tratar de que todo el mundo se involucre en esta importante cuestión.

ENTIDADES COLABORADORAS

AON
Aon, Correduría de Seguros y Consultoría de Riesgos, líder en el mercado español, ofrece tanto soluciones aseguradoras tradicionales como la Póliza Marco contra Quiebras e Impagos.
Contacto 91.454.91.00

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

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

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

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

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

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

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

VODAFONE
A todas las empresas asociadas a CEHAT se les ofrecerán condiciones económicas ventajosas en su migración a la oferta de Plan Todo en Uno. La oferta no se centra sólo en un precio por minuto o tarifa competitiva sino en una oferta global en VOZ y SERVICIOS. Se ofrecerán descuentos en función del importe de su factura de telefonía. Para más información: 91 129 43 62
jose.picazo@vodafone.es

ANEKS3
AnekS3 es una empresa de suministros médicos que se ocupa de la distribución de desfibriladores en todos los espacios públicos, especialmente hoteles. Si desean más información pueden contactar con Eduardo Carbonell en el 670930333 o en el 902760604. Igualmente, pueden consultar nuestra *web*: www.aneks3.com y consultar cualquier duda en www.ecarbo-nell@aneks3.com.

La Fundación CEHAT participa en la presentación del Estudio de la RSE de las empresas turísticas de Málaga

El informe es una herramienta pionera y eficaz que aporta propuestas concretas en las áreas de mejora

La Fundación CEHAT ha participado en la presentación del estudio de la RSE en las empresas turísticas de Málaga encargado por el Observatorio de Recursos Humanos en el Sector Turístico de Andalucía y la Cámara de Comercio de Málaga. El informe, que 'radiografía' el nivel de conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas turísticas de la provincia de Málaga, es una herramienta pionera y eficaz que aporta propuestas concretas en las áreas de mejora.

El Observatorio de los Recursos Humanos en el Sector Turístico de Andalucía, dependiente de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía , y la Cámara de Comercio de Málaga han presentado el "Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas turísticas de la provincia de Málaga", un informe que analiza la actual implantación de las "acciones de RSE" en la industria, así como la percepción que tienen los agentes económicos y los clientes con respecto a esta nueva filosofía de gestión. El estudio describe las fortalezas y áreas de mejora que deben aplicar instituciones, empresas y profesionales en relación a la Responsabilidad Social Empresarial.

Ante una nutrida representación de empresarios, profesionales y expertos del sector, el estudio realizado fue presentado en las instalaciones de Ciomijas, con la participación del presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero; José Gutiérrez, gerente del Consorcio Ciomijas, y Cristina Guerrero, directora del Observatorio.

También intervinieron en el acto Patricia Fernández, directora general de la Fundación CEHAT, José Joya Roldán, director general de la consultora especializada en Responsabilidad Social Roadmap, quien presentó los resultados este estudio y Andrés Alcántara, del Comité Español de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.

Patricia Fernández tuvo ocasión de comentar ante el auditorio los objetivos y fines de la Fundación CEHAT, la experiencia acumulada en el desarrollo de los distintos proyectos de formación e integración laboral llevados a cabo con entidades del sector como Sol Meliá, High Tech y Petit Palace Hoteles y Grupo Vips, y de explicar cómo la Fundación CEHAT puede ayudar a las empresas del sector a poner en marcha acciones de RSE en materia de integración laboral de personas en situación o en riesgo de exclusión. Y en particular explicó el proyecto de formación e integración laboral de 10 mujeres en riesgo de exclusión que se va a iniciar el día 2 de mayo en Benalmádena con la participación de Holiday World Hoteles y el Observatorio de los Recursos Humanos en el Sector Turístico de Andalucía.

Una herramienta pionera

Los ponentes coincidieron en señalar que se trata de "una herramienta útil e importante tanto para los sectores empresariales como sociales de la provincia, llevado a cabo gracias a la eficaz colaboración conjunta entre corporaciones e instituciones malagueñas, en este caso el Observatorio de los Recursos Humanos en el Sector Turístico de la Junta de Andalucía y la Cámara de Comercio".

Esta iniciativa, pionera en la región, se ha planteado desde dos líneas de estudio concretas: una desde la visión de cómo integran las empresas el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y, la otra, en qué forma los consumidores valoran este criterio en su decisión de compra y elección del destino preferido.

Entre las conclusiones derivadas del estudio cabe destacar la que señala que "el concepto de sostenibilidad, en su sentido más amplio, es una preocupación recurrente en el sector turístico, y forma parte del debate y del interés de todos los agentes que participan en el sector".

Asimismo, "la Responsabilidad Social Empresarial es un concepto ligado íntimamente al de la sostenibilidad, pues su aplicación en las empresas del sector contribuyen, en gran medida, a que esta sostenibilidad del sector turístico se produzca".

Trabajo de campo

Las empresas del sector turístico de la provincia de Málaga han contestado en un 41% que conocen el concepto de la RSE. Y en relación a las ventajas que reporta la RSE destacan que su aplicación contribuye al desarrollo sostenible (95%) y a la imagen del destino turístico (94%), la competitividad en aspectos relacionados con la preparación para el futuro (93%), mayor aceptación de la comunidad (81%), mejor clima laboral (79%), mejoras en la gestión (75%), mejora las ventas (73%), los beneficios (72%), y en menor medida atrae inversiones (67%) o mejora la capacidad de atraer talento (64%).

En cómo ven el futuro de la responsabilidad social empresarial, las empresas creen mayoritariamente que su importancia será mayor en los próximos años (73%), e igual que ahora en un 24%.

La directora de la Fundación CEHAT, Patricia Fernández, actuó como ponente.

En la percepción del destino turístico "Costa del Sol" como destino socialmente responsable, un 52% considera que no lo es, y que el compromiso de las empresas del sector es insuficiente (59%). De forma positiva podemos indicar que un 85% consideraría la aplicación de la RSE si se realizara con un enfoque colaborativo.

Por último, la mayoría de las empresas que han participado en el estudio creen que la responsabilidad social de las empresas turísticas es un factor que influye en la elección del destino de los principales grupos de interés que son los clientes (77%), agencias de viajes (73%), touroperadores (72%), y por último los medios de comunicación (73%).

Hoteles de Holiday World se unen al proyecto de la Fundación CEHAT para la integración laboral

El complejo se adhiere al proyecto HORECA en el marco del programa Incorpora de la Obra Social de 'la Caixa'

En el marco del programa Incorpora de la Obra Social "la Caixa", en julio de 2010 la Fundación CEHAT firmó un convenio estratégico de colaboración con la Fundación "la Caixa" con el objeto de fomentar la integración laboral de personas en situación o en riesgo de exclusión social en el sector hostelero español, naciendo así el proyecto HORECA, de manera que la Fundación CEHAT actúa como puente entre las 245 entidades sociales que integran el programa Incorpora y el sector hostelero español.

El programa Incorpora se dirige a empresas que desean integrar prácticas sociales a su comportamiento empresarial diario sin renunciar por ello a la profesionalidad y la competitividad de los empleados que integran su plantilla.

Los primeros resultados ya se han producido. Así, el Hotel Holiday Village y el Hotel Holiday Polynesia, del complejo Holiday World, sitos en la localidad malagueña de Benalmádena, han sido los primeros hoteles en firmar sendos convenios de colaboración en el marco del programa Incorpora, que les convierte en establecimientos pioneros dentro del sector y pone de manifiesto el compromiso de Holiday World en favor de la inserción laboral de las personas que tienen más difícil su acceso al mercado de trabajo, promoviendo de esta manera sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial en materia de inserción laboral.

En particular, el programa Incorpora, a través de la Fundación CEHAT, ofrecerá a los hoteles Holiday Village y Holiday Polynesia información y asesoramiento especializado sobre subvenciones, ayudas a la contratación y otras ventajas por la contratación de personas con especiales dificultades de inserción, así como fomentará la incorporación en sus plantillas de personas de colectivos desfavorecidos, entre los que se incluyen personas con discapacidad, mujeres víctimas de violencia de género y jóvenes en riesgo de exclusión.

Según María Remedios Miralles, Directora de Recursos Humanos de Holiday World, "para nosotros este acuerdo supone la consolidación de nuestro compromiso como Empresa Conciliadora. Estamos certificados como 'Empresa Familiarmente Responsable' por AENOR , además de ser uno de nuestros pilares principales y sobre la que tenemos una clara intención de profundizar y mejorar". Por otro lado, Holiday World y Fundación CEHAT, con la colaboración del Observatorio de los Recursos Humanos del Sector Turístico de Andalucía, van a poner en marcha a principios del mes de mayo un curso de formación e integración laboral dirigido a 10 mujeres en riesgo de exclusión social formadas como camareras de pisos.

María Remedios Miralles Linares.

El programa Incorpora aúna el mundo social y el de las empresas/ No es tan importante integrar 1000 personas sino que el trabajo que se haga sea de calidad, donde el mundo social pueda trabajar en grupo / En el mundo empresarial hay mucha alma

«Con la crisis ha aumentado el número de personas que entran en estadios de vulnerabilidad o riesgo de exclusión»

Jaume Farré. Subdirector del Área de Integración Social de 'la Caixa'

JAUME FARRÉ, SUBDIRECTOR del Área de Integración Social de la Fundación 'la Caixa', reflexiona acerca del proyecto Incorpora y de los beneficios que se pueden conseguir, así como de la importancia de la integración laboral de personas en riesgo de exclusión social. Además, hace un análisis de la relevenacia que tiene en la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial.

Pregunta: ¿Qué es el programa Incorpora de "la Caixa" y cómo funciona?

Respuesta: El programa Incorpora es un programa de intermediación laboral que nace con el objetivo de unir dos mundos: por un lado el mundo social donde encontramos a las personas con vulnerabilidad o discapacidad en las entidades sociales, y por otro lado el mundo de la empresa. Sin las empresas este programa no tendría sentido ya que todo este gran trabajo que se hace en el mundo social carecería del resultado final.

¿Qué ha hecho Incorpora? Basándonos en el aspecto de la proximidad en el territorio, en la cercanía entre el mundo de la empresa y el social, Fundación la Caixa potencia, por sexto año consecutivo, la capacidad de inserción de las entidades sociales y su organización territorial para facilitar su trabajo conjunto y en red entre sí.

Cada una de estas entidades es especialista en uno o varios colectivos de personas y sus profesionales trabajan con estas personas diseñando y facilitando itinerarios personalizados de integración, desde la formación, el empoderamiento y la preparación necesaria para dar el pase importante a una vida normalizada que es a través del trabajo en empresa.

'La Fundación La Caixa potencia, por sexto año consecutivo, la capacidad de inserción de las entidades sociales, su organización territorial y en red entre sí'

Incorpora potencia la figura del técnico de inserción laboral, como la figura clave que recibe formación específica para hablar el mismo idioma que la empresa, conocer sus expectativas y detectar sus necesidades de perfiles profesionales. De esta forma será capaz de ofrecer una bolsa de candidatos/as de diferentes colectivos adecuados a los puestos de trabajo requeridos. Este es el punto más importante, que la empresa cuente con un único interlocutor en el territorio que le ponga en contacto con una red de entidades sociales y de personas preparadas para acceder a un puesto de trabajo.

'El hotel es socialmente responsable con las personas que tienen especiales dificultades de integración, lo cual le da un valor muy importante en su territorio'

También es muy importante que ese técnico de inserción laboral asesore a las empresas en materia de tipos de contratos, de la LISMI, de cláusulas sociales, en fin, que le sirva de asesor, sobre todo cuando pensamos en el pequeño y mediano empresario, y que colabore con el responsable de recursos humanos en materia de integración sociolaboral.

Pero lo más importante de Incorpora es que en este proceso de integración laboral dentro de la empresa no se deje solo al empresario sino que se esté a su lado para que esa integración sea un éxito. Y ahí es donde van los esfuerzos del programa Incorpora, en esa figura del técnico de inserción laboral y en ese trabajo de calidad. No es tan importante integrar mil personas sino que el trabajo que se haga sea de calidad, en que el mundo social trabaje en grupo, cumpla y persiga nuevos estándares de calidad, trabajar en el mismo lenguaje que el empresario para que la integración de esas personas sea un éxito. Y todo esto se enmarca dentro de la empresa con algo que hoy en día es importantísimo: la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En este sentido, el sector hotelero es puntero en temas medioambientales, de reciclaje, de sostenibilidad… Con Incorpora le ponemos a su disposición otro recurso en un tema social de proximidad con las personas vulnerables de su entorno. Así, el hotel es socialmente responsable con las personas que tienen especiales dificultades, lo cual le da un valor muy importante en su territorio. En definitiva, yo lo resumiría así: Incorpora es un recurso de RSE para las empresas en materia de integración sociolaboral de personas vulnerables.

P: ¿Cómo valora el convenio que se ha firmado entre Fundación "la Caixa" y Fundación CEHAT? ¿Cómo ve el papel de Fundación CEHAT en Incorpora?

R: Para nosotros Fundación CEHAT es un elemento clave ya que es una fundación que nace con esta vocación de trabajo por las personas vulnerables en materia de integración sociolaboral, y además es realmente la fundación del sector. Esta colaboración es importante porque se van a poder beneficiar muchas personas pertenecientes al programa y también creo que puede ser un impulso muy importante para Fundación CEHAT en su misión de ofrecer recursos a sus asociados en materia de Integración sociolaboral.

'Fundación CEHAT es un elemento clave ya que es una fundación que nace con esta vocación de trabajo por las personas vulnerables en materia de integración'

P: ¿Qué elemento innovador ve a la entrada de Fundación CEHAT en el programa Incorpora? ¿Cree que puede ser un camino nuevo a explorar dentro de Incorpora a nivel de especialización por sectores?

R: Veo muchísimos puntos innovadores, sobre todo porque nos va a permitir conocer mucho más de cerca el sector turístico y Fundación CEHAT puede aportar muchísimas cosas a las entidades sociales de Incorpora como son: conocer las necesidades formativas a medida de las empresas del sector, profundizar en materia de necesidades laborales así como en habilidades sociales para asegurar el éxito del proceso de integración, y por supuesto, actuar como puente entre ellas y los hoteles.

De aquí pueden nacer muchas líneas nuevas de cooperación innovadoras, incluso a niveles formativos y sobre todo a niveles de relación entre la empresa y los agentes sociales del territorio.

P: Hay hoteles que nos comentan que ya colaboran con una entidad social y les surge la duda de si eso entra en conflicto con Incorpora.

R: No, al contrario puesto que el objetivo es sumar esfuerzos. El ejemplo es el convenio que hemos firmado con Fundación CEHAT. Para el hotel, el relacionarse con una entidad que está en el programa Incorpora le da acceso al resto de entidades sociales de su territorio, al resto de colectivos vulnerables del territorio, a una bolsa de empleo mucho más amplia que podrá dar mejor respuesta a sus necesidades. Si estamos hablando de que el hotel tiene relación con una entidad social que trabaja con personas con discapacidad, si esa entidad está en Incorpora al hotel se le podrá ofrecer no sólo personas con discapacidad sino también de otros colectivos que al final hará más fácil encontrar a aquella persona adecuada para ese puesto de trabajo que el hotel ofrece.

P:¿Cómo ha notado desde el punto de vista de Incorpora la crisis económica en cuanto a integraciones laborales, a la actitud de las empresas, y qué perspectivas ve de cara al futuro? ¿Lo ve de manera optimista en materia de implantación de políticas de RSE y en el crecimiento del propio programa?

R: Evidentemente, la crisis se nota a nivel empresarial pero sobre todo a nivel de personas y beneficiarios. Cada vez son más las personas que debido a su situación entran en estadios de vulnerabilidad, o en riesgo de exclusión, y son más las personas que acuden a las entidades sociales. Incluso perfiles que jamás habían acudido a una entidad social están llegando, y en materia de enfermedad mental también hemos notado un incremento notable.

Por otro lado, y esto es positivo, creo que en el mundo empresarial hay mucha alma. Las empresas están pasando un momento complicado pero hay un tema que está vivo aun con la crisis, que está en el ADN de las empresas, y es el tema de la RSE. Por ello, enfocar este programa como un elemento de responsabilidad social, si se hacen las cosas bien, si se facilitan todos los procesos al empresario, si se hace con profesionalidad, realmente hace que se incremente el número de empresas que participan en Incorpora. De hecho, hemos notado un aumento importantísimo de empresas que participan en el programa. Concretamente, del año 2009 a 2010 se han vinculado al programa más de un 20% de empresas nuevas que quiere involucrarse, lo cual pone de manifiesto que esa RSE en temas sociales está muy clara en el ADN de todas las empresas.

'Con la crisis acude gente con perfiles que jamás habían acudido a una entidad social y en materia de enfermedad mental también se ha notado un incremento'

CEHAT y el ITH están a la cabeza de la aplicación de las energías renovables de la mano del IDAE

El objetivo del acuerdo es implantar soluciones energéticas eficientes en los establecimientos hoteleros españoles

El Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) han firmado un acuerdo de colaboración para la difusión de los programas Biomcasa, Solcasa, Geotcasa y GIT promovidos por el IDAE. El convenio tiene como objetivo la promoción y difusión conjunta a todas las asociaciones de hotelería y alojamientos de España, así como a sus asociados, de los programas promovidos por IDAE.

Estos programas ofrecen la financiación de instalaciones de energías renovables en edificación como fuente de energía térmica para su uso en agua caliente sanitaria (ACS), calefacción y climatización.

Hoteles, sector clave

Hoteles y Alojamientos turísticos son responsables de gran parte del consumo energético del sector Servicios, que concentra el 9,3% del total de la energía primaria consumida en España -gran parte empleada en ACS y climatización- lo que le convierte en uno de los sectores con más potencial en materia de ahorro y eficiencia energética e implantación de energías renovables.

El interés de este sector clave en la economía de España en los programas promovidos por el IDAE pone de manifiesto el compromiso de nuestro país con el ahorro energético y la conservación del medio ambiente.

Acuerdo firmado

Para llevar a cabo este proyecto de difusión CEHAT, ITH e IDAE se han comprometido a realizar varias acciones conjuntas, entre ellas:

- La co-organización entre IDAE e ITH de 5 jornadas de divulgación sobre eficiencia energética en climatización a través de los "servicios energéticos";
- La participación del IDAE en el Congreso CEHAT que se celebrará en 2012;
- La publicación de artículos, reportajes, banners, publicidad,… en los canales y soportes de comunicación de CEHAT: periódico mensual; circulares dirigidas a los socios de CEHAT; banners, links… en las webs de CEHAT e ITH, etc.

La firma de este convenio y la puesta en marcha de estas acciones suponen una clara apuesta del sector hotelero y turístico español por la implantación de las energías renovables en sus edificios.

Empresas de Servicios Energéticos, financiación con ahorros garantizados.

Las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs), acceden a la financiación del IDAE una vez han sido habilitadas dentro de cada programa y son éstas las que diseñan, ejecutan y mantienen las instalaciones en casa del cliente -tanto en edificios públicos como privados- debiendo garantizar al menos un 10% de ahorro de coste con respecto de la factura energética a partir de combustible fósil, incluyéndose el pago financiado de la instalación, sin que el cliente tenga que desembolsar ninguna cantidad económica hasta el arranque del servicio. Al cabo de un periodo de tiempo no superior a los 10 años, la instalación -ya amortizada- pasa a ser propiedad del usuario.

Juan Molas, presidente de CEHAT, y Alfonso Beltrán García-Echániz, director general de IDAE.

El ITH celebra las III Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero: Servicios energéticos, Climatización y ACS

La primera de las jornadas será el 14 de junio en Benidorm y seguirán en Cádiz, Madrid, Tarragona y Las Palmas

Lograr que el sector hotelero español conozca las posibilidades existentes y los productos y servicios mas competitivos en un entorno con una amplia oferta, ayudándoles a decidir cómo abordar medidas en materia de sostenibilidad y eficiencia energética en el sector hotelero para dar a conocer a todos los asistentes las nuevas oportunidades de ahorro que se ofrecen a través de las empresas de servicios energéticos y de la aplicación de energías renovables a través de los programas puestos en marcha por el IDAE.

Para ello se les informará, de manera muy práctica, de los programas del IDAE para fomentar el uso de las energías renovables para la climatización y la producción de a.c.s. y acometer inversiones en este ámbito, de los distintos contratos de servicios energéticos existentes en el mercado, las ventajas de su aplicación en los establecimientos hoteleros, las tecnologías aplicables mediante estos contratos, así como de la conveniencia de la aplicación de auditorías energéticas neutrales dirigidas a facilitar la ejecución de estos contratos.

La primera de las jornadas será el 14 de junio en Benidorm y seguirán en Cádiz, Madrid, Tarragona y Las Palmas.

El programa provisional

10:00 h. Inauguración y apertura de la Jornada, ITH, IDAE, Presidenta Asociación Hotelera Local colaboradora, Gas Natural Fenosa y Autoridad Organismo Local invitado.

10:15 h. Ponencia ITH introductoria de la mesa redonda, en la que se expondrá la experiencia del ITH en materia de ahorro y eficiencia energética en el sector hotelero y se harán las recomendaciones al sector para invertir en un área que reviste un potencial ahorro de costes con una buena gestión.

10:30 h. Exposición de IDAE sobre las líneas de Financiación en relación con los Servicios Energéticos Renovables Térmicos, promovidos por IDAE a través de los programas BIOMCASA, SOLCASA, GEOTCASA y GIT. Se emitirá el material audiovisual preparado por IDAE.

10:50 h. Exposición de Gas Natural Fenosa sobre los distintos modelos de contrato y servicios energéticos de la compañía, experiencia y su adaptación en el entorno hotelero.

11:10 h. Coffe-Break

11:30 h. Mesa redonda moderada por el ITH en la que participarán:

- Gas Natural Fenosa: Empresa Servicios Energéticos y suministradora de energía.
- IDAE - Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía o Bosch - Buderus: Fabricante de calderas biomasa, baja temperatura, fotovoltaica, cogeneración y geotermia, entre otros, con amplia experiencia en el sector hotelero.
- TÜV Rheinland: Empresa certificadora de auditorías energéticas. Servicios de consultoría, gestión y divulgación en los campos de la eficiencia energética, el ahorro energético y las energías renovables.
- Hotel que aporte la experiencia visión práctica, las necesidades a las que se enfrenta el sector y la experiencia en la gestión energética de sus establecimientos con preferencia de aquéllos que ya tienen experiencia directa en el diseño, instalación, mantenimiento, etc, de ACS, calefacción y/o climatización a partir de biomasa, solar térmica y/o geotérmica.
- Empresa u organismo local que contribuya a la aportación de experiencia en las áreas tratadas sobre instalaciones en Hoteles.

Mediante el modelo de mesa redonda, queremos fomentar el debate entre los participantes, dirigido a introducir al público asistente en el funcionamiento de las empresas de servicios energéticos, de los distintos modelos de contratos existentes dirigidos a la adopción de medidas de ahorro energético mediante la aplicación de renovables en las áreas de climatización y agua caliente sanitaria de un establecimiento hotelero.

13:30 h. Opcional. Ponencia: Financiación de las medidas y actuaciones de ahorro y eficiencia energética: Ayudas y subvenciones aplicables al sector. Con objeto de ayudar a los hoteleros a buscar la financiación para la implementación de las medidas descritas anteriormente, se informará sobre la multiplicidad de ayudas al desarrollo sostenible, tanto a nivel nacional como provincial, enfocados no sólo al turismo sino desde una perspectiva más general, involucrando para ello a organismos nacionales o autonómicos. Igualmente, se les haría entrega de un mapa de ayudas diseñado específicamente para las zonas en las que se desarrollen las jornadas.

13:45 h. Clausura y Lunch-Cóctel que permita fomentar el diálogo entre los participantes.

Organización de las jornadas

Las jornadas están organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero en colaboración con el IDAE y con Gas Natural Fenosa como patrocinador principal del evento y están co-patrocinadas por Bosch-Buderus y la multinacional TÜV Rheinland Ibérica, S.A.

Para la organización y difusión de las mismas se contará con la colaboración de HOSBEC.

La innovación en el Turismo tiene que reflejarse en la cuenta de resultados, según varios expertos

Las jornadas de innovación han contado con la colaboración de la Asociación de Hostelería y Turismo de León

La innovación en el sector turístico tiene que reflejarse en la cuenta de resultados, ya sea por el valor del precio o el producto, ya sea por el precio, según las conclusiones a las que han llegado los expertos participantes en la Jornada 'Innovación, clave para el turismo del SXXI', organizadas por SEGITTUR y el ITH en León. La plataforma tecnológica del Turismo www.thinktur.org es un foro común en el que los usuarios comparten información y conocimiento sobre la aplicación de la tecnología y la innovación para resolver problemas del sector turístico.

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

Durante la Jornada, se han repasado los diez pasos a seguir para innovar, que pasan por mirar alrededor, convertir ideas en valor, dar valor al cliente, ir más allá, estar presente en toda la cadena de valor, compartir conocimiento, tener actitud, pensar en el cliente, no obsesionarse con hacer I+D y por último pensar siempre en por qué no poner en marcha esa idea que tienes.

Asimismo, se ha destacado la importancia de trabajar en red para hacer frente a los nuevos retos que tiene el sector turístico. Por este motivo, se ha creado la Plataforma Tecnológica del Turismo, www.thinktur.org, un foro común en el que los usuarios comparten información y conocimiento sobre la aplicación de la tecnología y la innovación para resolver problemas del sector.

Tras analizar el nivel de competitividad de la empresa familiar turística y las soluciones que existen para mejorar la actual situación, se han celebrado cuatro talleres prácticos enfocados a la sostenibilidad y la eficiencia energética, la mejora de los procesos operativos del hotel y cómo vender más y mejor.

En cuanto a la mejora de los procesos operativos del hotel, los expertos han expuesto las vías para introducir la innovación en la gestión y operativos de los negocios turísticos con el objetivo de incrementar la productividad, mejorar los ingresos y reducir los costes de explotación.

Respecto a cómo mejorar la eficiencia energética, se ha apuntado que es fundamental maximizar el uso de la naturaleza, reducir las potencias y las horas de funcionamiento. Todo ello, permitirá un menor consumo de energía.

En el taller dedicado a cómo vender más y mejor, El ITH ofrece unas fórmulas eficaces basadas en las nuevas tecnologías, y en especial Internet que nos ofrecen un nuevo canal de comunicación para conocer mejor las necesidades de nuestros clientes, y en consecuencia nos ayudan a dar un mejor producto.

Esta jornada ha sido la segunda de una serie de seis que recorrerá la geografía española a lo largo de los próximos meses, y en la que se dará cabida a destinos costeros como Cádiz y Murcia, y de interior, entre los que se incluyen Zaragoza y Bilbao.

Un momento durante las jornadas sobre innovación en León.

Fachada del Parador Hostal San Marcos de León, donde se celebró la jornada de innovación en el turismo.

El Instituto Tecnológico Hotelero celebra junto a TripAdvisor sus talleres de reputación on line

Los talleres de Reputación On Line son una herramienta complementaria para el plan de formación de los hoteles

El Instituto Tecnológico Hotelero organiza junto al portal TripAvisor sus talleres de Reputación On Line. Estos talleres son una herramienta complementaria para el plan de formación de todos los hoteles, muy necesaria en estos tiempos donde la reputación online de los hoteles afecta directamente a las reservas que efectúan nuestros clientes.

El objetivo principal de los talleres es proporcionar una formación práctica y eficaz en el ámbito de la reputación online, y conseguir que los participantes se sensibilicen sobre la importancia de Internet como canal de información y validación del hotel seleccionado por parte de sus clientes, así como de la aplicación de herramientas para la promoción y fidelización de las empresas y la utilización del marketing en medios sociales en el entorno turístico. En definitiva, apoyar al hotelero con estrategias que le ayuden a vender más y mejor y fidelizar a sus clientes, optimizando al máximo los costes de promoción y gestión.

Para el mayor aprovechamiento del taller, consideramos que lo más conveniente es condensar la formación a lo largo de media jornada, con el fin de interrumpir el mínimo tiempo posible en las agendas de los profesionales asistentes.

Dada la temática de los talleres, el perfil del asistente será un profesional perteneciente al sector hotelero, y que desempeñe labores de dirección o puestos de responsabilidad en los departamentos de Marketing, Publicidad, Calidad, Alojamiento o Relaciones Públicas; en definitiva, todo departamento encargado de monitorizar los comentarios de los clientes.

- Introducción al concepto Reputación Online.
- Descubrir el potencial de Internet y las Redes Sociales aplicadas al turismo y al sector hotelero.
- Sensibilización sobre la importancia del contenido generado por los usuarios.
- Aprender a gestionar los comentarios y opiniones de los clientes (positivos y negativos).
- Fomentar la fidelización de los clientes aprovechando el potencial de la comunicación directa en entornos virtuales.
- Fomentar la prescripción de los establecimientos por parte de los clientes fidelizados.
- Aprender estrategias innovadoras de para el posicionamiento de marca.
- Aprender a utilizar herramientas gratuitas para la monitorización de los comentarios o contenido publicado en Internet que esté relacionado con el hotel, y que pueda afectar negativamente a la imagen de marca.
- eBook para el sector hotelero sobre gestión de la Reputación Online.
- eBook buenas prácticas en el sector hotelero en Reputación Online.

LOCALIZACIONES PREVISTAS	
Baleares	**Canarias**
Palma de Mallorca	***Gran Canaria***
18 de Mayo	24 de Mayo
Ibiza	***Lanzarote***
19 de Mayo	25 de Mayo

Expertos coinciden en que la innovación es una palanca para mejorar la competitividad del sector turístico

Estas jornadas han contado con la colaboración de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Castellón

Los expertos que participaron en la Jornada 'Innovación, clave para el turismo del SXXI', organizadas por SEGITTUR y el ITH en Peñíscola (Castellón), coincidieron en que la innovación es la palanca para la mejorar la competitividad del sector turístico y la única respuesta en entornos de incertidumbre. Esta jornada forma parte del acuerdo de colaboración suscrito entre SEGITTUR y el ITH, e impulsado por la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

Para el vicepresidente del ITH, Jesús Gatell, es fundamental aprovechar las oportunidades que Internet en general, y las redes sociales, en particular, ofrecen al sector hotelero y saber atender las quejas en este entorno permite responder a las necesidades de nuestros clientes.

Por su parte, el director de Investigación, Desarrollo e Innovación de SEGITTUR, Carlos Romero, destacó que la innovación debe tener un impacto en la cuenta de resultados del turismo, bien desde el punto de vista del valor del bien o el servicio, o bien, en el aspecto económico.

Asimismo, recalcó la importancia de trabajar en red para hacer frente a los nuevos retos a los que se enfrente el sector turístico, para lo que se ha creado la Plataforma Tecnológica del Turismo ThinkTur. Sus miembros pueden beneficiarse, entre otros aspectos, del acceso al portal de ayudas Ayudatur.es, así como al sistema de información científica en turismo SICTUR.

Para el presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Castellón, Carlos Escorihuela, en esta época de cambios de modelo y cambio de hábitos de los turistas, los empresarios tienen que apostar por la mejora continua y aprovechar lo que ofrecen las nuevas tecnologías.

Tras analizar el nivel de competitividad de la empresa familiar turística y las soluciones que existen para mejorar la actual situación, se han celebrado cuatro talleres prácticos enfocados a la sostenibilidad y la eficiencia energética, la mejora de los procesos operativos del hotel y cómo vender más y mejor.

En este último, se ha explicado al sector hotelero cómo se está transformando la manera de vender y comprar a través de nuevas estrategias de Internet, prestando especial atención a las redes sociales como nuevo canal de comunicación y comercialización de su producto y buscando nuevos nichos de mercado.

En el taller de mejora de procesos de operaciones en alojamientos, los expertos han expuesto las vías para introducir la innovación en la gestión y operativos de los negocios turísticos con el objetivo de incrementar la productividad, mejorar los ingresos y reducir los costes de explotación.

Esta jornada ha sido la primera de una serie de seis que recorrerá la geografía española a lo largo de los próximos meses.

Los expertos que participaron en la Jornada 'Innovación, clave para el turismo del Siglo XXI', organizadas por SEGITTUR y el ITH en Peñíscola (Castellón).

El Instituto Tecnológico Hotelero integra a dos nuevas empresas como socias

Una de ellas está especializada en consultoría de dirección, mientras que la otra lo es en servicios energéticos

Estrategia y Dirección (E&D) es una compañía de servicios profesionales con casi 20 años de experiencia en el mercado nacional dedicados a la consultoría de dirección, a la mejora de la productividad y a la mejora organizacional ayudando a la gestión hotelera y mejora de resultados tanto económicos como de satisfacción del cliente a través de las personas, y la optimización de sus procesos y recursos, para que sean eficaces y eficientes aplicando sistemas innovadores como filosofía procedimental LEAN.

Entre las colaboraciones ya emprendidas fruto de esta asociación, cabría destacar la colaboración de estrategia y dirección en los talleres "La innovación clave para el turismo del s. XXI" que Segittur y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) están realizando en la actualidad por diferentes puntos de la geografía española.

Igualmente, la experiencia y saber hacer de E&D servirán para aportar al sector nuevas formas de gestionar y aplicar procedimientos a los departamentos operativos de los hoteles pertenecientes a las Confederación Española de Hoteles (CEHAT).

Home Hotel Energy

Por su parte, Home Hotel Energy es una empresa de servicios energéticos, empresa líder en España en los campos del estudio, implantación e instalación de tecnología LED en Hoteles y establecimientos turísticos, con más de 100 proyectos "llave en mano" ejecutados en el pasado año 2010.

Asimismo, es distribuidor exclusivo para el sector turístico en España y Portugal, de la marca MV Visión, líder en tecnología LED a nivel mundial (con mas de 16.000 referencias en catálogo y tres años de garantía en sus productos) y cuyo ámbito de actuación abarca no sólo la comercialización, sino también, ofrece un real y amplio estudio de implantación y ahorro de gran ayuda para la toma de decisiones de los gestores hoteleros.

Entre las acciones a emprender fruto de esta asociación, cabe destacar un proyecto cuyo objetivo último consiste en la ejecución de pruebas reales de implantación de tecnología led en zonas completas y concretas en hoteles, así como a la certificación de la situación de consumos previa y posterior de la implantación del nuevo sistema de luminaria led.

Pantallazo de la página web de la empresa Estrategia y Dirección.

HOSBEC extiende su margen de actuación en el territorio valenciano

Celebraron una Asamblea General para realizar el repaso técnico y económico

HOSBEC ha celebrado la Asamblea General en donde se han aprobado las cuentas anuales de 2010, los presupuestos económicos y la memoria de actividades. Además, han acordado extender el radio de actuación en todo el territorio de la Comunidad Valenciana.

La Asamblea General de HOSBEC se celebró en las instalaciones de Terra Mítica para realizar el repaso anual por el funcionamiento de la organización durante los últimos 12 meses tanto en su aspecto técnico como económico.

En el apartado económico, se aprobó una liquidación del ejercicio económico de 2010 que se eleva a algo más de 1'9 millones de euros, se aprobó también un presupuesto económico para 2011 de 1'4 millones de euros.

En la parte técnica, la asamblea centró su atención en hacer un repaso exhaustivo de todas las actividades y actuaciones que se han llevado a cabo en los últimos 12 meses. Se destacó el importante crecimiento en el número de empresas asociadas y de plazas representadas, alcanzado un nuevo record de afiliación con 214 empresas y 68.834 plazas asociadas y situándose como la asociación más representativa de toda la Comunidad Valenciana. En el último año fueron 19 empresas las que solicitaron la incorporación en la asociación, destacando la importante gestión llevada a cabo con los hoteles de Alicante Sur.

Como cada ejercicio, se aportó también un completo balance de información sobre la relevancia turística de Benidorm y de la Costa Blanca, los datos de evolución de mercado británico y el estudio de coyuntura turística 2010 que recoge el informe global de los diferentes índices de ocupación elaborados desde el departamento de estudios de HOSBEC (ocupación hotelera de Benidorm, de la Costa Blanca, ocupación de apartamentos turísticos y ocupación de campings).

En esta misma convocatoria se celebró también una Asamblea General Extraordinaria cuyo objetivo era la modificación de los Estatutos de HOSBEC en relación con su ámbito territorial. Con el cumplimiento de los quórum de asistencia y voto favorable, se aprobó ampliar el territorio de actuación de la Asociación a toda la Comunidad Valenciana. La denominación de la Asociación desde el momento en que se inscriban los nuevos estatutos será Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunidad Valenciana, conservando el acrónimo de HOSBEC.

El presidente de HOSBEC, Antonio Mayor, realizó su informe anual a la Asamblea centrando la actualidad en el debate político motivado por las próximas elecciones municipales y autonómicas y en la importancia del turismo como sector económico. Mayor ha agradecido a todas aquellas personas que se dedican a la política "su implicación y dedicación en una profesión que está denostada y criticada". Pidió a todos los partidos que elaboren buenos equipos en sus listas electorales pues "ahora más que nunca es necesario que estén los mejores".

Se refirió también al Plan de Actuación elaborado por HOSBEC donde se recogen como principios de la gestión pública la transparencia, la austeridad, la eficiencia y al prioridad de necesidades. Antonio Mayor recordó que "lo sostenible ya no es opcional, es obligatorio. No es una moda, sino una responsabilidad".

Sobre el futuro más inmediato, el presidente de HOSBEC se mostró optimista. "Lo que viene del exterior es bueno y nos va a traer una mejora importante de la temporada. Es posible que disfrutemos de alegrías inesperadas".

En el acto de clausura de la Asamblea estuvieron presentes el Alcalde de Benidorm, Agustín Navarro, la directora general del Patronato de Turismo, Gema Amor y la Consellera de Turismo Belén Juste con una amplia representación de espectro político, económico y social de Benidorm y de la Provincia de Alicante.

Potente buscador en la web de los hosteleros de Toledo

La Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo (AHT) ha integrado en su nueva e inovadora web de Internet (www.hosteleriadetoledo.com) una ágil y potente herramienta de comercialización, un motor de reservas que permitirá a los usuarios realizar reservas on line de hoteles de Toledo y provincia. Esta integración del motor de reservas en la web de la AHT ha sido posible gracias al acuerdo que la Asociación tiene con TRADYSO (Travel Dynamic Solutions), empresa que ya ha dispuesto los sistemas de reservas de las cadenas hoteleras de la mayor relevancia en nuestro país.

Esta central de reservas permite que sean los propios establecimientos quienes oferten directamente aquellas promociones que les parezcan más interesantes, decidiendo tipo de habitación, clase de estancia, etc. La versatilidad de la herramienta es tal que resulta práctica tanto para los grandes hoteles como aquellos más pequeños, ofreciendo así al usuario un abanico más amplio de posibilidades donde elegir.

En un principio, el motor ha arrancado con las mejores ofertas procedentes de 41 establecimientos hoteleros, pudiendo ir agregándose todos los asociados que así deseen hacerlo .

Nueva página *web* de la Asociación Hostelería y Turismo de Toledo.

España web TV difundirá videos de promoción de Sevilla y Huelva

La Federación de Hoteles de Sevilla y Huelva, a través de su producto turístico 'Multiplica la Luz', firman un convenio con la plataforma España en la Web TV para la creación y difusión de videos, con el objetivo de promocionar el sector hotelero.

España en la Web TV, un medio pionero en España, reconocido como Mejor Medio de Comunicación e Información Turística del Foro Eusa Empresas en 2010, ha suscrito un convenio con la Federación de Hoteles de Sevilla y Huelva, con el propósito de contribuir al desarrollo de este tejido empresarial, ofreciendo nuevas herramientas para la promoción del sector hotelero, con el ánimo de apoyar un sector emergente en la industria de ambas provincias, como es el del turismo andaluz.

Europrogrammes ofrece la difusión de estos videos en la plataforma de televisión en Internet España en la Web TV (www.españaenlawebtv.tv), que se abre internacionalmente a través del dominio propio www.spainwebtv.tv, con la posibilidad de emitir contenidos tanto en español como poder hacerlo también en inglés..

De este modo, el resultado de la propuesta se convertirá en una herramienta estratégica de comunicación y publicidad para promocionar los destinos de Sevilla y Huelva, con el fin de aumentar el turismo.

'Multiplica la luz' firma un convenio con la plataforma España Web TV.

Los hosteleros gaditanos denuncian las pérdidas de la Ley del Tabaco

Los hosteleros gaditanos celebraron la XXXIV Asamblea General en donde destacó la nefasta influencia de la Ley del Tabaco, con datos que cifraban las pérdidas en torno a un 88% de los negocios relacionados con la hostelería en Cádiz.

Los hosteleros gaditanos celebraron en el Hotel Bahía Sur de San Fernando (Cádiz) su XXXIV Asamblea General bajo un ambiente de convivencia, pero con las nefasta influencia que sobre sus 739 asociados está teniendo la Ley del Tabaco.

En su detallado informe presidencial, Antonio de María Ceballos hizo un balance del ejercicio 2010 del que hay que sacar conclusiones positivas -a nivel económico pesar de la crisis. La patronal gaditana se congratuló del acuerdo alcanzado por las instituciones públicas para que el Gran Premio de Motociclismo se siga celebrando en el Circuito de Jerez los próximos cinco años.

Por lo que respecta a las celebraciones del Bicentenario de la Constitución en la provincia, De María destacó que hay que incentivar la promoción turística de cara al 2012 y que las ayudas públicas del 'Doce' han resultado hasta la fecha "un fiasco". También lamentó el presidente de los hosteleros gaditanos que muchos ayuntamientos siguen haciendo la vista gorda en cuestiones tan significativas para el sector como son las acampadas ilegales y la competencia desleal, que tanto daño hacen y sobre las que HORECA seguirá en alerta.

La Ley del Tabaco mereció un apartado especial por su influencia y se ofrecieron datos que hablan de pérdidas en un 88% de los negocios relacionados con la hostelería. Añadiendo Antonio de María que la caída de la facturación, desde la puesta en marcha de la normativa el pasado 2 de enero, se sitúa entre un 20 y un 30%. Entre las medidas a tomar, se recordó a los asociados que está prevista una macro manifestación en Madrid en mayo y que se está estudiando una a nivel andaluz en Sevilla. El alcalde de San Fernando, Manuel de Bernardo, apoyó con su presencia a un sector que resulta tan importante para la población gaditana. Al término de la Asamblea, en la que se realizaron elecciones estatutarias para la provisión de vacantes en cuatro asociaciones de HORECA, se efectuó una visita a una muestra de hostelería patrocinada por distintas firmas que apoyan al sector.

Al término del almuerzo de convivencia, llegó el momento de homenajear a los asociados que se jubilan, a los que cumplen años en el seno del consejo de administración y, especialmente al antiguo alcalde de Chiclana, José de Mier y al delegado provincial de Turismo y colaborador de HORECA y Antonio de María, Manuel González Piñero.

Hosteleros gaditanos en la celebración de la XXXIV Asamblea General.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera

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

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

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

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

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

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

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

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

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

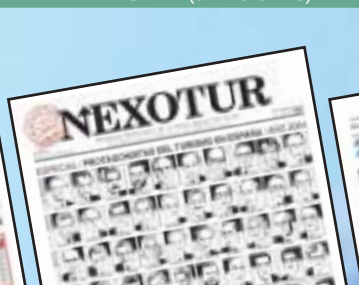
NOTICIEROPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

destinomadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICION)

NEXOHOTEL
PROVEEDORES DE HOTELES
ANUARIO (1 EDICION)



Ranking
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)

Protagonistas
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

TurnexO
SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional

Placa al Mérito Turístico del Estado Español

Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

GRUPO **Nexo**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ALTA RELOJERÍA — RELOJERIA DE ALTA GAMA — CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

GOLD&TIME DOSSIER — DE JOYERIA ESPAÑOLA — MENSUAL (10 EDICIONES)

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

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

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

Obra Nueva — ENSEÑANZA DE JOYERIA — MENSUAL (11 EDICIONES)

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

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

Michelin Camión — TRANSPORTE MERCANCIAS — CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM — ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

NEXOTIME FORO — FORO ANUAL DE LA RELOJERIA ESPAÑOLA

AEJ — ENGASTADO DE JOYAS — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA — METALES PRECIOSOS — PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO editores s.a.

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

Uso del marketing para que Estepona se sitúe en el mercado internacional

Sol, playa y amabilidad son las principales bazas que quieren explotar

El Vicepresidente de AECOS por Estepona y Director del Hotel H10 Estepona Palace, Pablo Tejero, intervino en el I Congreso de Turismo de Estepona organizado por el Concejal de Turismo de la ciudad, Carlos Rodríguez, con el fin de promocionar el destino.

El Congreso fue inaugurado por el Consejero de Turismo de la Junta de Andalucía, Luciano Alonso, quien resaltó la importancia de la Amabilidad del destino y las señas de identidad que definen a cada municipio, como factor fundamental a respetar para la fidelización del cliente. "Hay que generar un turista con mayor capacidad de gasto" comento Alonso durante su ponencia.

Pablo Tejero, realizó un breve resumen del "Quienes Somos" de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) para introducir la importancia que la misma tienen a nivel nacional y la representación que supone al contar con más del 85% del total de la planta hotelera de la Costa de Sol.

Estepona cuenta con una planta hotelera joven, muy bien preparada y adaptable al mercado cambiante de hoy en día. Es importante mantener la orientación del Sol y Playa y la Amabilidad de la gente hacia el clientes, es un factor fundamental que ayuda a la fidelización de un destino, pero también hay realizar nuevas estrategias comerciales y buscar mercados alternativos para asegurar el futuro turístico de Estepona." así lo expresó también Pablo Tejero, apoyando lo enunciado por el Consejero de Turismo.

Pablo Tejero continuo su exposición comentando que "para mejorar es importante evitar actuaciones puntales sobre las playas y si hacer un mantenimiento continuo y permanente". También resaltó que es importante actuar sobre la oferta complementaria y generar eventos de calidad. Según Pablo Tejero, el Turismo de Incentivos, Reuniones y Congresos (MICE), está en fase de recuperación y es un importante generador de beneficios para todo un municipio. "Hemos podido comprobar la importancia del segmento deportivo, porque junto a los equipos se desplazan los esponsors y los fans, que visitan el destino y suele tener un nivel de gasto elevado" afirmaba el presidente de AECOS por Estepona.

En su ponencia resaltó los segmentos de Golf y Salud, como una especialización del municipio de Estepona con una alta competencia local y exterior por lo que considera importante basar las estrategias en complementar estas actividades con el turismo de interior fomentando la riqueza natural que ofrece Sierra Bermeja, El Parque de los Pinsapos y Mirador Antonia Guerrero entre otros.

Asi mismo hizo mención al turismo de Cultura apoyado por la

En la imagen, Pablo Tejero.

variedad de museos y resaltando el de Corominas donde los conciertos en directo han creado un evento cultural sin precedente en la zona costera.

El vicepresidente de AEHCOS en Estepona, puntualizó la importancia que tiene el turismo como generador de empleo para el municipio, por lo que considera que un equipo humano no solo debe estar formado sino que también tiene que estar motivado para vender Andalucía y Estepona. "Empresa Pública y Privada deben trabajar juntos desde para desarrollar nuevos proyectos a base de ideas como puede ser una escuela de Turismo en Estepona, para descargar de impuestos a los hoteleros dado que el IBI que actualmente se soporta se propuso en épocas de burbujas inmobiliarias y no corresponde con la actualidad" añadía Pablo Tejero.

El consejero de Turismo de Tenerife es homenajeado

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), rindió homenaje al vicepresidente del Cabildo de Tenerife, consejero de Turismo y Planificación del Cabildo de Tenerife y vicepresidente primero de Turismo de Tenerife, José Manuel Bermúdez Esparza, por su dedicación y defensa de los intereses del sector turístico de la Isla durante los años ocho años que ha estado al frente del Área de Turismo.

En el acto, celebrado en el hotel Taburiente, en Santa Cruz de Tenerife, intervinieron el presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero; el titular de la Corporación Insular, Ricardo Melchior; la vicepresidenta del Parlamento de Canarias, Cristina Tavío, y el presidente de Ashotel, José Fernando Cabrera. Todos resaltaron la trayectoria profesional de José Manuel Bermúdez, quien ha logrado consolidar la imagen de Tenerife, gracias a la promoción y a su contribución en la regeneración de los espacios públicos turísticos.

Arropado por más de un centenar de personas, entre las que se encontraban numerosas personalidades del mundo empresarial y político de Canarias, José Manuel Bermúdez, compartió con los asistentes sus vivencias como consejero de Turismo y Planificación del Cabildo Insular y vicepresidente de Turismo de Tenerife.

En el transcurso de este homenaje, la vicepresidenta de Ashotel en la zona centro, Esther Medina, regaló a José Manuel Bermúdez, en nombre de la patronal turística tinerfeña, un libro con numerosas fotografías que ilustran su trayectoria y sus años de dedicación al sector turístico.

José Fernando Cabrera hace entrega de la placa a Bermúdez .

La III Jornada de Turismo AT se celebra con éxito de convocatoria

El pasado martes 12 de abril se celebró con un destacado éxito tanto de asistencia como de valoración final, la III Jornada de Turismo organizada por la Asociación de Apartamentos Turísticos de la Costa Dorada.

La jornada se inició con la inauguración por el presidente de la Asociación, Josep Grasset y el presidente de la Federación Catalana de Apartamentos Turísticos, Lluis Torrent, los cuales comentaron el trabajo hecho desde Federatur y resaltaron la participación de la directora general de turismo, que se incorporaría algo más tarde.

Acto seguido, un colaborador de Annop System, Luis Urralde, hizo la presentación oficial de la nueva página web AT Costa Dorada y mostró el nuevo formato, aunque a falta de unos pocos matices ya está prácticamente acabada. El objetivo de la renovación es que sea más dinámica, competitiva y éste mejor posicionada. También explicó los puntos principales que debe tener una web para que funcione en todos los sentidos y no se quede estancada.

A continuación, Elisabeth Rodríguez, de la correduría Attis, junto con Inés de Santiago, de Mondial Assistance, explicaron sus productos a las empresas asociadas, así como el seguro de cancelación de estancias y suspensión de los viajes .

Celebración de la III Jornada de Turismo de la Costa Dorada.

AQUAGEST Y HOSBEC colaboran para gestionar recursos hídricos

AQUAGEST LEVANTE y HOSBEC han firmado un convenio para promocionar a las empresas que forman parte de ambos grupos, así como para actuar de manera conjunta en el estudio y el fomento de la tecnología e innovación de gestión del agua.

AQUAGEST LEVANTE y HOSBEC han suscrito un convenio para promocionar las relaciones entre las empresas que forman parte de HOSBEC y los diferentes servicios y productos de AQUAGEST y Aguas de Barcelona (AGBAR), así como para poder ejecutar actuaciones conjuntas de información, estudios y estadísticas y fomento de la tecnología e innovación en materia de gestión del agua en su ciclo integral.

AQUAGEST se incorpora de esta manera como socio colaborador de HOSBEC y proveedor preferente del sector hotelero y alojamiento turístico. En este marco de colaboración adquiere especial relevancia el intercambio de información que ambas entidades realizarán sobre consumos y ocupación, que permitirá llevar un seguimiento exhaustivo de la gestión del agua en este destino turístico, dentro del principio de sostenibilidad.

El presidente de HOSBEC Antonio Mayor y la directora Territorial de AQUAGEST LEVANTE, Coral Robles han suscrito este documento de colaboración que incorpora además condiciones preferenciales para la suscripción de servicios y productos que preste tanto directamente AQUAGEST, como a través de las empresas de AGBAR.

Entre estos productos y servicio destacan: captación y distribución de agua; potabilización: ósmosis inversa, descalcificadores, etc.; control de Calidad y Bioseguridad: Legionella, DDD, APPCC, etc.; evacuación de Aguas Residuales: control de vertidos, etc.; sistemas contra incendios; telelectura de contadores de agua; software de gestión informatizada del mantenimiento; sistemas de telemando y Telecontrol; auditorías energéticas y auditoría sistemas de calidad y medio ambiente; productos específicos para campos de golf y formación específica a un diverso número de trabajadores.

Antonio Mayor ha destacado la gran implicación que tiene AQUAGEST con la ciudad y con el sector turístico, y la excelente relación que mantiene con HOSBEC.

Firma del convenio por parte de AQUAGEST Y HOSBEC.

LA COMPAÑÍA PERFECTA PARA SUS VIAJES DE NEGOCIOS.

VIAJES El Corte Inglés

España, Francia, Italia, Portugal, Bélgica, EE.UU, México, Chile, Argentina, Cuba

902 400 454

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

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

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

www.viajeselcorteingles.es

VIAJES El Corte Inglés

902 400 454

CEHAT celebra con todos sus asociados el primer Pleno del año para abordar las principales novedades

Uno de los puntos destacados fue el convenio firmado entre la Confederación Hotelera y 'la Caixa'

CEHAT celebró con todos sus asociados el primer Pleno del año con el objetivo de abordar las principales novedades, y presentar el nuevo convenio firmado con 'la Caixa'. Este pleno contó con la asistencia del Secretario General de Turismo, Joan Mesquida, quien hizo un análisis de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del sector, así como de la estrategia que debería seguir.

El pasado miércoles, 13 de abril, CEHAT celebró con sus asociados el primer Pleno de este año con el objetivo de abordar las principales novedades y líneas de trabajo de la Confederación.

Uno de los puntos destacados del Pleno fue la presentación del nuevo Convenio de colaboración entre "la Caixa" y CEHAT debido a la importancia que el mismo comporta para el sector. Este acuerdo permite poner a disposición de los establecimientos hoteleros españoles una amplia gama de productos y servicios para dar respuesta a las necesidades financieras con rapidez y flexibilidad. Además, Juan Molas, presidente de CEHAT, anunció que "la Caixa" y CEHAT organizarán una serie de presentaciones a las diferentes asociaciones hoteleras con el objetivo de potenciar la difusión de las ventajas de este convenio y así darlas a conocer a todas los hoteleros miembros de la Confederación .

En su intervención, el secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, presentó los resultados del trabajo que viene realizándose desde la Confederación en materia de armonización de la clasificación hotelera.

Conclusiones del estudio

El estudio, realizado por la consultora independiente Magma Turismo, se ha realizado a partir de las respuestas obtenidas de empresarios hoteleros de todas las categoríasy toda la geografía española, y ha dado lugar a una propuesta integradora y con visión de futuro. El trabajo contiene una valoración detallada de los activos hoteleros españoles frente a los europeos, lo que ha permitido ratificar de manera contundente la calidad de la oferta hotelera española. Además, esta propuesta, tal y como explicó Ramón Estalella, es fácilmente adaptable a los criterios de cada Comunidad Autónoma y podría posicionarse como un referente para la nueva normativa europea HotelStars.

Por último, Ramón Estalella aprovechó para invitar y animar a los presentes a asistir a la próxima Convención de Asociaciones Hosteleras, que tiene como objetivo mejorar el conocimiento mutuo de todas las personas que integran las asociaciones. El encuentro se celebrará los próximos 16 y 17 de junio en Madrid, y en él se abordarán, entre otros temas, el Marketing aplicado, las relaciones humanas en la empresa, el trabajo en equipo, la cooperación entre organizaciones, la comunicación y la importancia que adquieren las redes sociales en un economía tan globalizada e interconectada.

Como ya es habitual, Joan Mesquida, secretario general de Turismo, acudió como invitado al encuentro celebrado el pasado 13 de abril por CEHAT para dar a conocer las principales novedades del año, por ello, aprovechó para presentar, los objetivos que debe de tener el sector y la metodología del nuevo Plan de Marketing.

Plan de Marketing

Durante esta exposición, el secretario general de Turismo describió de una manera breve las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que están detrás del sector del turismo español; para luego describir los principales objetivos que tiene este trabajo, entre los que destaca fortalecer el posicionamiento.

En la imagen, el Pleno celebrado por Cehat para abordar las últimas novedades en el sector.

En el centro, el secretario general de Turismo, Joan Mesquida, en su intervención en el Pleno.

'la Caixa' crea una oferta de productos y servicios para apoyar al Sector Hotelero

Con el convenio firmado con CEHAT se pretende dar respuesta a las necesidades financieras del Sector Hotelero

La Caixa ha firmado un convenio de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) para poner a disposición de todos los establecimientos hoteleros españoles la más amplia oferta de productos y servicios creada específicamente para dar respuesta a sus necesidades financieras, con rapidez y flexibilidad.

El acuerdo fue firmado por Juan Antonio Alcaraz, director general adjunto ejecutivo de "la Caixa", y por Juan Molas, presidente de CEHAT. Con la firma de este convenio, "la Caixa" muestra su confianza en un sector muy importante para la economía española. Está previsto que CEHAT y "la Caixa" organicen varios actos a nivel nacional durante los próximos meses para difundir los detalles del acuerdo entre las asociaciones de la fundación CEHAT.

Entre las soluciones financieras destaca el "Plan Renove" para la mejora tanto de instalaciones como de equipos tecnológicos. Para ello "la Caixa" ofrece diferentes modalidades de financiación: renting, leasing, préstamos o líneas ICO.

Para la financiación del circulante, "la Caixa" pone a disposición de las empresas del sector hotelero una línea que agrupa las diferentes necesidades de la empresa: descuento comercial, anticipo de créditos comerciales, comercio exterior, avales y póliza de crédito. A través de "la Caixa", las empresas también pueden acceder a la Línea ICO Liquidez o a los servicios de factoring. La entidad ofrece tanto a las empresas hoteleras como a sus proveedores el servicio de confirming, que permite anticipar el cobro de las facturas.

Otro de los servicios destacados es el de cobros a través de TPV (Terminal en el Punto de Venta). "la Caixa" ofrece el Cyberpack o TPV Virtual, que permite las ventas por Internet con un sistema de pagos seguro. Los TPV de "la Caixa" permiten el cobro en divisas, el cobro de propinas y el servicio de pre autorizaciones, que efectúa una retención en el límite de crédito de la tarjeta por el importe de la operación, con el objeto de asegurar el pago de la misma.

También se incluyen otros servicios como la gestión on-line de cheques y pagarés, el servicio de facturación CaixaFactura o el servicio para rentabilizar las puntas de tesorería. La oferta se completa con una amplia gama de seguros, de interés tanto para las empresas del sector como para sus empleados. Este convenio tendrá vigencia hasta el 31 de diciembre del año 2012.

A la izquierda Juan Antonio Alcaraz y a la derecha Juan Molas.

EXPOFOODSERVICE

DE RESTAURACIÓN NEWS
8 Y 9 DE JUNIO DE 2011

PALACIO DE CONGRESOS DE MADRID
PASEO DE LA CASTELLANA, 99

Organizado por:

RESTAURACIÓN NEWS

expo foodservice DE RESTAURACIÓN NEWS

Patrocinado por:

Duni

SALICA

TEMPLO CAFÉS

Findus

Fripan la vida tiene miga

PAELLADOR GROUP

Hero FOOD SERVICE

TORK

En 2011 tenemos el mejor condimento para su negocio.

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

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

Para más información:

bceron@restauracionnews.com
www.expofoodservice.com

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
Orense, 32. 28020 Madrid / 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO

INTERMEDIACIÓN I VALORACIÓN I CONSULTORÍA I INVERSIÓN Y DESARROLLO

Christie+Co
BUSINESS INTELLIGENCE

Algunas propiedades disponibles

www.christie.com

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15 Oficinas en el Reino Unido

PIRINEO CATALÁN

En venta
€ 5.400.000
HOTEL 4E
+ A pocos kilómetros de Puigcerdá y Andorra
- 60 habitaciones (dobles, triples, suites)
- Acceso directo a campo de golf y spa
- Varias salas de eventos equipadas
Oficina de Barcelona Ref 92/40068

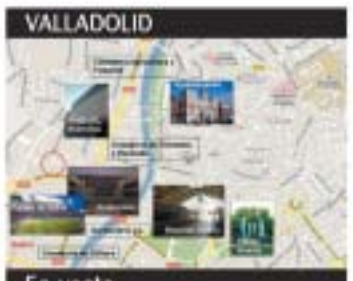
HUELVA

En venta
Consulte precio en nuestra oficina
ISLANTILLA GOLF RESORT 4E
+ A sólo 5km del Aeropuerto de Faro, Portugal
- 204 habitaciones totalmente equipadas
- Campo de Golf propio de 27 hoyos
- Varios salones para eventos
Oficina de Barcelona Ref 92/01298

PROVINCIA DE TARRAGONA

En venta
€ 900.000
HOTEL 2E – ENOTURISMO
+ Ubicado en el centro de El Priorato
- 13 habitaciones totalmente equipadas
- Licencia aprobada para 4E
- Restaurante con capacidad máxima para 80 pax
Oficina de Barcelona Ref 92/01278

VALLADOLID



En venta
Consulte precio en nuestra oficina
SOLAR URBANO
+ En zona de gran desarrollo Villa del Prado
- 4.072 m2 edificables: Planta baja + 2
- Uso hotelero, terciario u oficinas
- Proyecto básico para Residencia Tercera Edad
Oficina de Barcelona Ref 92/40065

MADRID CENTRO

En venta
€ 8.300.000
PROYECTO HOTELERO
+ Edificio a reformar con licencia
- Excelente ubicación cerca Plaza Callao
- Planta baja + 5 + sótano
- Superficie construida de 2.454,25 m²

Oficina de Barcelona Ref 92/90001

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

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