

Antonio Mayor, reelegido presidente de HOSBEC

Antonio Mayor ha sido reelegido presidente de HOSBEC hasta el año 2020.



pág. 25

Elecciones y Turismo

El presidente de CEHAT, Juan Molas, escribe un artículo exigiendo que el turismo debe considerarse Política de Estado.



pág. 11

Luis Callejón sustituye a José Carlos Escribano en AEHCOS

José Carlos Escribano deja la presidencia de AEHCOS tras agotar las dos legislaturas.



pág. 25

DIRECTORA: Mónica González. MAYO 2016 / Nº 125 / AÑO XI

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

CEHAT alerta a la CNMC sobre la falta de regulación de la economía colaborativa

La CEHAT ha remitido a la CNMC una contestación a la consulta sobre la economía colaborativa. CEHAT considera que es indudable que este aligeramiento produciría graves efectos

en las garantías y protección del consumidor, la lucha contra el fraude fiscal, la protección del medio ambiente, del entorno urbano y los objetivos de política social.

La Confederación Española de Hoteles opina que los postulados de las sugerencias contenidas en el borrador de este estudio "se basan en principios teóricos sin contrastar en España ni su impacto posterior en el sector turístico".

La realidad, según la Confederación, es que "la prestación de servicios de alojamiento turístico en viviendas cada vez responde menos a los principios de la economía colaborativa, y ha pasado a ser una actividad profesional, lucrativa y permanente". CEHAT considera que "actualmente el sector turístico está hiper regulado y las Administraciones públicas siempre han justificado las normativas por su protección al consumidor y por preservar determinados valores y derechos. Lo que es contradictorio es que estos valores fundamentales sólo deban ser protegidos por una parte de los prestadores de servicios, por lo que nunca debe implicar que determinados sectores de la actividad de alojamiento tengan la obligación de cumplirlos y otros no". **Pág. 5**



CEHAT no está de acuerdo con la CNMC en sus conclusiones sobre la economía colaborativa.



Registrar la jornada de los trabajadores

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, explica dos recientes sentencias que obligan a las empresas a registrar la jornada de los trabajadores para controlar su cumplimiento. **Pág. 6**



Marina Lorente

A propósito del concurso necesario de un hotel. **Pág. 4**





CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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



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



INSTALACIONES HOTELERAS

Financiación de sus inversiones

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

ADO

Patrocinador del
Equipo Olímpico

www.CaixaBank.es/empresas

 **CaixaBank**
Empresas

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

EDITOR: **Valentín Ugalde**

DIRECTORA
Mónica González

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

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

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

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

CEHAT, el Periódico de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, es la Publicación Oficial de la Hotelaría Española / © CEHAT es una Marca Registrada por la Confederación Hotelera © Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización) / Depósito Legal M-31312015 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Elogio de los Socios Colaboradores

Los Socios Colaboradores de CEHAT no son solo proveedores recomendados de nuestra Confederación y aliados leales de la Hotelaría y del Asociacionismo sectorial. Nuestros Socios Colaboradores han sido y son empresas clave de los diversos sectores productivos de la Economía española, además de partícipes fundamentales y socios del Asociacionismo para el desarrollo de importantes proyectos en el Sector Hotelero. Este apoyo y compromiso permanente de los Socios Colaboradores con CEHAT permite establecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre estas selectas empresas y las Asociaciones que forman la Confederación Hotelera. Por ello, nuestros Socios Colaboradores son merecedores no ya del reconocimiento por su compromiso con la Confederación, sino del público elogio por su valiosa aportación a la eficiencia y mejora de la Hotelaría española.

- **Dyrecto, Consultores.** El mejor camino para obtener subvenciones y líneas de financiación.
 - **Escuela Profesional de Hostelería de Jerez.** Un centro emblemático en formación hotelera.
 - **Gas Natural.** El socio para la viabilidad del suministro, instalaciones y el ahorro energético.
 - **GAT, Gestión de Activos Turísticos.** Soluciones eficaces en la gestión de establecimientos.
 - **Generya, Energy Management.** Cómo aumentar competitividad y reducir gasto en energía.
 - **Grupo Cosentino.** Superficies innovadoras para establecimientos de hotelaría y restauración.
 - **Impuestalia.** Los expertos en la revisión de valores catastrales hoteleros a efectos impositivos.
 - **InterMundial, Correduría de Seguros.** Broker líder especializado en seguros para la hotelaría.
 - **CaixaBank.** Soluciones específicas financieras y atención especializada para nuestros hoteles.
 - **Linguaserve.** Líder en diseño, desarrollo e implantación de soluciones GILT de última generación.
 - **Lumelco.** Expertos en climatización hotelera y agente exclusivo de Mitsubishi Heavy Industries.
 - **MyProvider, Business Community.** Primera comunidad online exclusiva de la hotelaría española.
 - **Nestlé Professional.** Gama de productos para hoteles del número uno mundial en alimentación.
 - **Pikolin.** Las mejores condiciones para la adquisición y la renovación de colchones en hoteles.
 - **Rockwool.** Soluciones eficientes y sostenibles de aislamiento con lana de roca para la hotelaría.
 - **ST, Sociedad de Tasación.** Valoración fiable e independiente de activos inmobiliarios hoteleros.
- Las marcas de garantía y proveedores recomendados de CEHAT.

Nuevas tecnologías para clientes

Ramón Garayar / Consejero Delegado de GAT Gestión de Activos Turísticos

Las nuevas tecnologías hacen que la experiencia del cliente comience bastante antes de que este lo sea, antes de la decisión de compra y antes de pensar en nosotros. Además, hacen que termine mucho más tarde de su salida, puede incluso perdurar para siempre.

No vamos a entrar a detallar las aplicaciones que hay para saber del destino, del producto o de la logística para llegar a nuestra zona de prestación de servicio, pero no por ello podemos olvidar que ahora el mundo está en la mano de cada cliente con un dispositivo móvil.

Para un hotel es básico existir en el mundo virtual. Nuestro impacto dura segundos, la viralidad y el reenvío del momento que están viviendo nuestros clientes, por lo general hiper informados, expresa lo ansiosos que están por vivir experiencias diferentes y contarlas.

Vamos a suponer que ya tenemos al cliente cerca del destino elegido. Una vez que llega al aeropuerto, puerto o está a una hora del hotel en carretera, es momento de hacerle llegar un mensaje personalizado diciendo que le esperamos y que tenemos preparado lo que ha solicitado. Si quiere algo más, es momento de pedirlo para que a su llegada esté todo a su gusto. Asimismo, le podemos mandar un transporte o su código para la apertura de puerta de la habitación asignada por si desea ir directo sin pasar por recepción.

Al llegar a su habitación encontrará lo solicitado: room service, flores, almohadas, o cualquier otro amenitie que nos haya pedido, además de la música que nos ha seleccionado previamente y el ambiente de color deseado.

A estas alturas se puede personalizar la habitación a través de sensores y pantallas de todo tipo, haciendo que una habitación estándar pueda ser una cueva, una nave espacial o un castillo medieval.

Evidentemente se acabó el papel en las habitaciones, excepto el higiénico, que por cierto desde hace unos años



la tendencia es ponerlo de color negro. El resto de información no estará ni tan siquiera en la televisión, sino en la app del propio hotel que el cliente se descargará a cambio de wifi gratuito y de alta velocidad. En dicha app, tendremos los canales de televisión, los menús de los restaurantes, la carta de room service y toda la información sobre el hotel en tiempo real, con promociones, ofertas, paquetes y demás servicios que pueden complementar la estancia del cliente y, de paso, empezar a hacer caja al hotelero.

El pago en todos los puntos de venta será vía móvil y no tendremos más que hacer un clic para que nos traigan a la tumbona desde un cóctel hasta una fisioterapeuta.

La televisión de la habitación será meramente una gran pantalla que muestre aquello que enviamos vía bluetooth desde nuestro dispositivo y, que a su vez, sea el espacio donde ver nuestras series, programas o películas que tenemos en nuestra nube particular.

Habrán aparatos que desaparecerán de la habitación, como el teléfono o el mando a distancia. También nos evitaremos contar con un minibar lleno de referencias que el cliente no demanda y con papeleería de escritorio que nadie utiliza.

Históricamente los hoteles han ido por delante en cuanto a novedades y servicios comparados con las casas particulares. Ahora, en muchas ocasiones, estamos por detrás de cualquier vivienda media, por lo que la constante evolución y el cambio permanente es imprescindible para seguir siendo objeto de deseo de nuestra sociedad actual y futura. Los niños y no tan niños lo primero que preguntan al llegar a un hotel o a un restaurante es la clave de wifi, y si la velocidad o la calidad de la red no es buena (queja segura y pérdida de cliente).

El presente y el futuro es el internet de las cosas, que nos monitorice la cama para saber que tal hemos dormido y nos lo mande a nuestra app de salud, además de saber el número de vueltas que hemos dado durante nuestros sueños e incluso los periodos de menor calidad de descanso cuanto han durado. Y de ahí a los aseos inteligentes, donde “el pis” de la mañana se convierte en datos de análisis automático que nos indica qué debemos desayunar, en qué orden y con qué medida.

Como se puede apreciar, cada vez se nos complica más el trabajo y hace que o estamos al día o estamos muertos. Eso sí, si hay algún fallecido seguro que nos montan vía app un cortejo fúnebre, con las flores elegidas previamente, la música y la temperatura del horno, quizás hasta se puedan contratar plañideras, aunque creo que ahora ya ni tan siquiera los entierros van de ese “palo” (empieza a ser un momento de celebración como los divorcios, permítanme la desafortunada comparación).

Alertas e innovadores, no hay otra, eso sí, que no nos fallen los servicios básicos como wifi, climatización, pantalla de televisión.... porque en el segundo siguiente tenemos 2.000 impactos en redes que nos pueden dejar noqueados en un abrir y cerrar de ojos.

Quién iba a pensar que un cliente disgustado podría “matar” un negocio. El poder es de quién consume el servicio y no de quién

lo presta, por lo que tenemos que hacer el hotel para el cliente y no al revés.

Es necesario que empecemos por implementar en nuestro trabajo diario todas las herramientas que nos ofrecen plataformas de tecnología hotelera para poder estar a la altura y lograr volcarnos en lo que el cliente está buscando, no en gestionar servicios internos que tienen nula repercusión directa en la experiencia cliente.

Ahora el mundo está en la mano de cada cliente con un dispositivo móvil



Marina Lorente
Asociada senior de Garrigues Madrid

A propósito del concurso necesario de un hotel

La Ley Concursal permite a un acreedor instar la declaración de concurso de su deudor insolvente siempre que consiga acreditar que se da alguno de los hechos reveladores de dicha insolvencia recogidos en el artículo 2.4. El reciente auto del Juzgado Mercantil

número 11 de Madrid de 16 de marzo de 2016, que declara el concurso necesario de un hotel por entender que existe un sobreseimiento generalizado en los pagos, nos da las pautas a considerar para evitar llegar a tal situación de concurso necesario.

En un establecimiento hotelero, como en muchos otros tipos de negocios, el pasivo se puede clasificar en deuda de tipo financiero (aquella que proviene de la financiación concedida al hotel) y deuda que nace como consecuencia de la actividad del hotel (de los pagos a proveedores, empleados, organismos públicos, etc).

Si bien es muy importante, para que la maquinaria del hotel siga rodando, no dejar de atender los pagos organizativos de su actividad diaria, también lo es el tener la deuda financiera estructurada de forma y modo que pueda ser atendible o, si no lo es, plantear una refinanciación de la misma haciendo uso de los medios que ofrece la Ley Concursal. Veamos por qué lo decimos.

En el caso del auto del Juzgado Mercantil núm. 11 de Madrid de 16 de marzo de 2016 se declara el concurso necesario de una entidad hotelera a instancias del fondo de inversión que adquirió los créditos de la entidad financiera que ostentaba dos préstamos hipotecarios frente al hotel. Pese a la oposición de la deudora, el concurso fue declarado porque la entidad hotelera había dejado de pagar tanto a ese fondo de inversión (con quien mantenía una deuda vencida muy importante) como a la entidad titular del arrendamiento financiero suscrito sobre una de las fincas donde se asentaba el hotel, a quien le adeudaba varias cuotas, según se había confirmado, además, por sentencia judicial.

Estas dos entidades conformaban la mayoría del pasivo de la entidad hotelera y el impago no era puntual o de una simple cuota sino que era duradero en el tiempo y, por lo tanto, se consideró que cumplía los requisitos que exige la jurisprudencia para entender que existe sobreseimiento general en el pago, a saber, que aquél sea definitivo, general, completo y suponga una imposibilidad absoluta de pago.

De nada sirvieron las alegaciones de la entidad hotelera acerca de su voluntad de reestructurar la deuda financiera impagada o su manifestación de estar al corriente de pago con el resto de acreedores comerciales, trabajadores, etc. Precisamente, era el impago selectivo de esa deuda financiera lo que posibilitaba el pago al resto de acreedores porque, en definitiva, lo que la propia deudora reconocía es que el volumen de facturación no era suficiente para atender el pago de todos los créditos, lo cual era síntoma claro de la insolvencia.

Eso sí, aunque una de las consecuencias de la declaración de concurso necesario es la suspensión del ejercicio de las facultades de administración y disposición sobre el patrimonio, en este caso, el auto en cuestión acordó excepcionalmente la mera intervención de dichas facultades a la deudora, por entender que, dada la complejidad de la gestión de un negocio de este tipo, era más conveniente que la

deudora mantuviera las riendas del mismo teniendo en cuenta, además, que existían informes que, al parecer, avalaban la viabilidad del hotel y la posible existencia de inversores interesados

en el mismo. Sin embargo, el propio auto judicial aclara que el actual gestor del hotel no continuaría al frente del mismo de forma indefinida pues una vez que el administrador concursal tomara conocimiento de la situación económica en la que se encontraba el negocio hotelero podría, en su caso, y si así lo estimara conveniente, asumir las riendas y el control de la dirección del hotel.

En cualquier caso, la cuestión que se nos suscita es si el concurso necesario de la entidad hotelera podría haberse evitado y con ello alguna de las perjudiciales consecuencias que el mismo acarrea –en términos de costes legales, tiempo, reputación, impacto en la actividad diaria, supervisión judicial de la actividad, pérdida sobrevenida de la dirección del negocio hotelero, etc.-. La respuesta parece ser positiva, sobretodo atendiendo a

la existencia de informes que defendían, con mayor o menor acierto, la viabilidad del negocio. El hotel podría haberse adelantado a los acontecimientos y, a la vista de su imposibilidad de atender las cuotas

financieras adeudadas, haber hecho uso de alguna de las herramientas de reestructuración de la Ley Concursal para alcanzar un acuerdo de refinanciación que fuera razonable para sus acreedores financieros, incluso con solicitud de homologación judicial que otorgara a esos acreedores la seguridad de que, si el plan de negocio del hotel fallaba, la refinanciación no sería examinada en caso de insolvencia posterior.

El inicio de negociaciones para alcanzar un acuerdo de refinanciación, junto con el mecanismo del art. 5bis de la Ley Concursal de comunicación al Juzgado de las mismas, habría inhibido la posibilidad de que cualquier tercero instara el concurso necesario, al menos, durante el periodo de negociación. Este mecanismo del art. 5bis –popularmente conocido como “preconcurso”- habría impedido

igualmente que se instara ejecución alguna sobre el hotel en ese plazo.

Las negociaciones entre la entidad hotelera y sus acreedores podrían haber derivado, también, en una

propuesta anticipada de convenio dentro de la cual podría haberse incluido alguna fórmula de transmisión del negocio a un tercero si existía una oferta de adquisición por el mismo. Lo que está claro en estos casos es que la anticipación y la proactividad son clave, y que existen distintas fórmulas para superar definitivamente una situación de crisis estructural de la actividad hotelera.

La cuestión que se nos suscita es si el concurso de la entidad hotelera podría haberse evitado

El hotel podría haberse adelantado a los acontecimientos a la vista de su imposibilidad de pago



CEHAT contesta a la CNMC sobre el estudio de economía colaborativa

La CEHAT no es partidaria del desarrollo del alojamiento turístico en viviendas particulares aligerando las obligaciones regulatorias que estos operadores deberían cumplir en comparación con las de los operadores tradicionales. CEHAT argumenta que es indudable que aligeración, o casi eliminación, regulatoria que propone el bo-

rrador de estudio de la CNMC produce graves efectos en las garantías y protección del consumidor, la lucha contra el fraude fiscal, la protección del medio ambiente, del entorno urbano y los objetivos de política social, así como que genera condiciones de competencia discriminatorias en contra de los operadores tradicionales.

El pasado 15 de abril CEHAT presentó su escrito de observaciones a la consulta sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y economía colaborativa de la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia (CNMC).

La Confederación Española de Hoteles opina que los postulados de las sugerencias contenidas en el borrador de estudio de la CNMC, se basan en principios teóricos sin contrastar en España ni su impacto posterior en el sector turístico.

La realidad es que la prestación de servicios de alojamiento turístico en viviendas, cada vez responde menos a los principios de la economía colaborativa, y ha pasado a ser una actividad profesional, lucrativa y permanente. CEHAT opina que es indudable que la ausencia de regulación para ese tipo de servicios produce graves efectos en las garantías y protección del consumidor, la lucha contra el fraude fiscal, la protección del medio ambiente, del entorno urbano y los objetivos de política social. Asimismo, las

recomendaciones contenidas en el estudio de la CNMC son discriminatorias, ya que inducen a que unos operadores actúen en el mercado con unas reglas y otros sin ellas, por lo que favorece a unos tipos de empresarios frente a otros.

CEHAT considera que actualmente el sector turístico está hiper regulado y las Administraciones Públicas siempre han justificado las normativas por su protección al consumidor y por preservar determinados valores y derechos. Lo que es contradictorio es que estos valores fundamentales, en caso de que sean así protegidos, sólo deban ser protegidos por una parte de los prestadores de servicios. Por lo que nunca debe implicar que unos sectores determinados de la actividad de alojamiento tengan la obligación de cumplirlos y otros no.

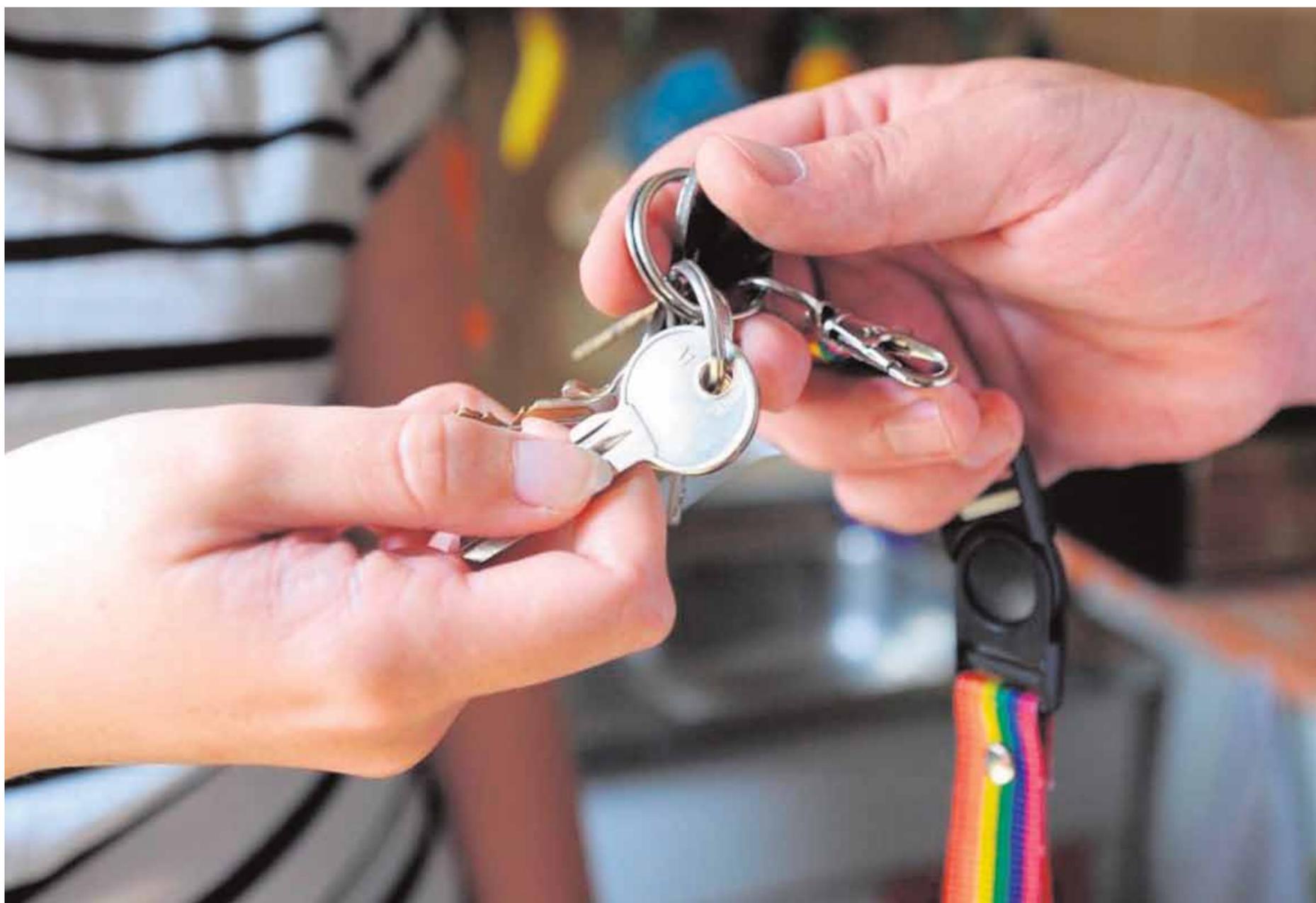
CEHAT no pretende plantear en este foro debates sobre el modelo de negocio de la mal llamada "Economía Colaborativa". El sector representado por CEHAT (Hoteles, Campings, Bal-

nearios, Turismo Rural, Apartamentos Turísticos), espera que se produzcan medidas legislativas que permitan una mayor integración de todas las actividades económicas en la sociedad, reconociendo las ventajas que supone el aumento de la oferta y la necesaria bajada de obligaciones legales para todos. Pero el sector reglado reivindica su permanente contribución a la sociedad gracias a la creación y mantenimiento del empleo, el incremento indudable de la calidad, la contribución al estado del bienestar y la adaptación permanente a los nuevos tiempos. No es casualidad que España ocupe hoy el primer puesto mundial en competitividad turística gracias a las empresas y trabajadores del sector reglado que se han movido con unas normas que han de ser modernizadas, pero que permiten la convivencia de pequeñas y grandes empresas en un mercado heterogéneo y dinámico.

CEHAT se suma a las peticiones de HOTREC (patronal europea de Hostelería

y Hostelería) que básicamente son:

- 1.- Integrar el alquiler de alojamientos privados para estancias cortas en la legislación como alojamiento turístico para que todos los operadores puedan competir en igualdad de condiciones.
- 2.- Establecer los procesos para registrarse y obtener permisos.
- 3.- Incluir este tipo de alojamiento en las estadísticas turísticas.
- 4.- Hacer cumplir los requisitos y realizar inspecciones de seguridad y vigilancia.
- 5.- Cumplir con las obligaciones fiscales.
- 6.- Verificar la identidad del cliente atendiendo a los requisitos del acuerdo Schengen.
- 7.- Proteger los derechos y beneficios de los empleados.
- 8.- Proteger la calidad de vida de los vecindarios.
- 9.- Aclarar y garantizar la adecuada distinción entre propiedad residencial y comercial.
- 10.- Controlar la dispersión de los pisos de uso turístico.





Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

La audiencia nacional obliga a registrar la jornada de todos los trabajadores

Dos recientes sentencias de la Audiencia Nacional, de 4 de diciembre de 2015 y de 19 de febrero de 2016, han interpretado el artículo 35, apartado 5, del Estatuto de los Trabajadores, relativo al registro de las horas extraordinarias, llegando a la conclusión de que la empresa tiene la obligación de registrar la jornada diaria de todos los trabajadores, realicen o no horas extraordinarias, con la

consiguiente entrega de los resúmenes diarios de jornada a cada trabajador. Según dicho Tribunal el registro diario de la jornada es el único medio idóneo para controlar los excesos de jornada y el adecuado cumplimiento de los horarios pactados, ya que en caso contrario, según su criterio, resultaría imposible saber si los trabajadores han realizado o no horas extraordinarias.

La primera de dichas sentencias, de 4 de diciembre de 2015, de la que es ponente el Ilmo. Sr. D. Ricardo Bodas Martín (cuyos argumentos son reproducidos en la sentencia de 19 de febrero de 2016), estima la demanda de conflicto colectivo interpuesta por seis sindicatos contra la entidad Bankia, cuya pretensión era que dicha empresa estableciera un sistema de registro de la jornada diaria efectiva que realiza la plantilla, que permitiera comprobar el adecuado cumplimiento de los horarios pactados, tanto en el convenio sectorial como en los pactos de empresa de aplicación en la misma. Así mismo, reclamaban que Bankia procediera a dar traslado a la representación legal de los trabajadores de la información sobre las horas extraordinarias realizadas, en cómputo mensual, de acuerdo con lo establecido en el artículo 35 del Estatuto de los Trabajadores y en la disposición adicional tercera del Real Decreto 1561/1995, de 21 de septiembre, así como en el convenio colectivo sectorial de aplicación.

Su pretensión se basaba en que la empresa demandada tenía unos regímenes horarios complejos, en los que coexistían el previsto en el convenio colectivo con otros horarios flexibles y específicos, no registrando diariamente la jornada del trabajador, ni informando a los representantes de los trabajadores, lo que impedía su control, así como sus eventuales excesos. La empresa opuso que no se realizaban horas extraordinarias y señaló que, aunque el artículo 20, apartado 3, del Estatuto de los Trabajadores faculta a la empresa a establecer un sistema de control de jornada, se trata de una opción potestativa que Bankia decidió no ejecutar, no existiendo una obligación legal o convencional que obligue a disponer de un sistema de control horario.

El artículo 35, apartado 5, del Estatuto de los Trabajadores establece lo siguiente: "a efectos del cómputo de horas extraordinarias, la jornada de cada trabajador se registrará día a día y se totalizará en el periodo fijado para el abono de las retribuciones, entregando copia del resumen del trabajador en el recibo correspondiente". La Audiencia Nacional centra el interrogante en sí, para el control efectivo de las horas extraordinarias, es preciso un registro diario de la jornada, o si dicho

registro es únicamente exigible cuando se realicen horas extraordinarias. Para despejar la cuestión acude a la jurisprudencia del Tribunal Supremo, que ha venido a establecer que la previsión del artículo 35.5 del Estatuto de los Trabajadores tiene por objeto procurar al trabajador un medio de prueba documental, que facilite la acreditación, siempre difícil, de la realización de horas extraordinarias.

Por ello establece la sentencia que, si la razón de ser de este precepto es procurar al trabajador un medio de prueba documental para acreditar la realización de horas extraordinarias, el registro de la jornada diaria sería la herramienta promovida por el legislador para asegurar efectivamente su control, pues si el registro diario de la jornada solo fuera obligatorio cuando se realizasen horas extraordinarias, se provocaría un círculo vicioso que vaciaría de contenido el precepto, ya que el presupuesto para que las horas extraordinarias tengan tal consideración es que se realicen sobre la duración máxima de la jornada de trabajo en cómputo anual; y

sin tal registro diario de la jornada sería imposible controlar su realización.

Alude, asimismo, a la existencia de diversos informes de la Inspección de Trabajo según los cuales la autoridad laboral afirmaría no tener capacidad para controlar si se superan o no los límites de la jornada ordinaria, si no consta el registro de jornada diaria regulado en el artículo 35.5 del Estatuto de los Trabajadores; señalando que los resúmenes diarios a que se refiere el precepto no tienen que reflejar horas extraordinarias, puesto que una jornada diaria puede prolongarse sin que se produzcan horas extraordinarias -que solo concurrirán cuando se supere la jornada en cómputo anual- sino reflejar día a día la jornada realizada, que es el único medio para constatar si se superaron o no los límites de la jornada ordinaria.

La existencia de múltiples horarios, como sucede en el caso de Bankia, algunos de los cuales se ejecutan de modo flexible, es otro de los argumentos utilizados, señalándose que dicha complejidad exige aún más, si cabe, el registro diario de la jornada, como único modo para compro-

bar si los trabajadores realizan la jornada pactada o la superan, en cuyo caso tendrán derecho a percibir la retribución por horas extraordinarias, o disfrutarlas como descanso compensatorio en otros días.

Se afirma incluso que el registro diario de la jornada constituiría una herramienta de modernización de las relaciones laborales, generalizada en las grandes empresas del siglo XX, y cuya omisión coloca a los trabajadores en situación de indefensión, puesto que el único medio de acreditarlas es "precisamente el control diario de la jornada cuya actualización ya no dejará dudas sobre si se hacen o no horas extraordinarias y si su realización es voluntaria".

Por último, concluye que solo con el registro diario de la jornada es factible el cumplimiento de la obligación impuesta por la disposición adicional tercera del Real Decreto 1561/1995, de 21 de septiembre, de informar a la representación legal de los trabajadores mensualmente de las horas extraordinarias realizadas en la empresa.

Establecer un sistema de registro de la jornada diaria efectiva que realice la plantilla

Su pretensión se basaba en que la empresa demandada tenía unos horarios complejos



Oracle Hospitality

ORACLE® | **micros®**

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



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

oracle.com/hospitality

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

ORACLE®

Casi el 42% de los alquileres en España no se declaran, según Gestha

La Agencia Tributaria (AEAT) ha puesto el foco en los alquileres en negro en la Campaña de la Renta de este año, en la que ha incluido un mensaje informativo a través del sistema Renta Web para los contribuyentes que tienen anunciados pisos en varios medios, sobre todo a través de Internet. Y es que, actualmente el

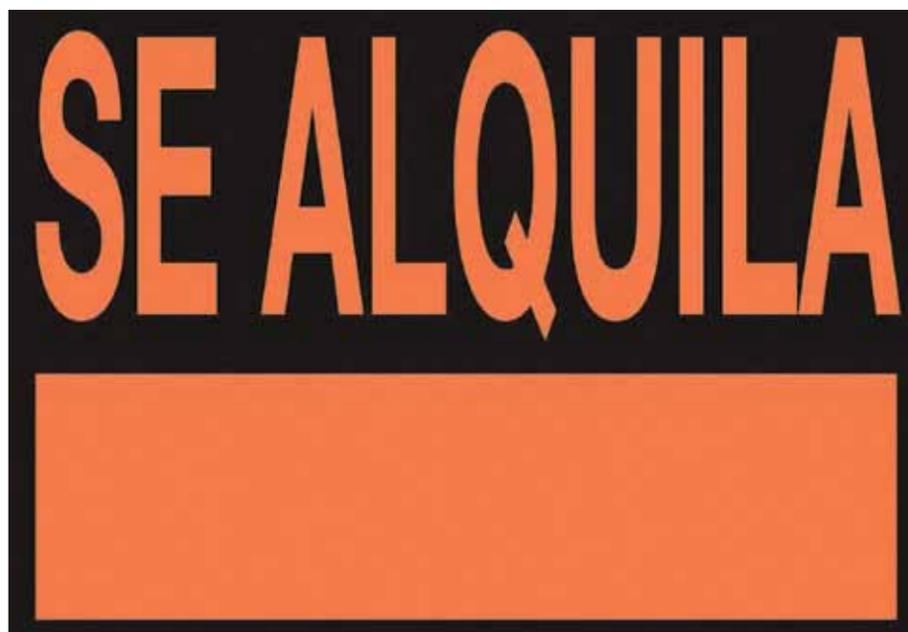
41,4% de los alquileres en España son fraudulentos, según las estimaciones de los Técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha). Por comunidades, Murcia, Canarias y Andalucía son las tres autonomías con mayor porcentaje de alquileres sumergidos, con un 61,1%, 55,6% y 55,4%, respectivamente.

De este modo, existen algo más de un millón de viviendas alquiladas que escapan al control del fisco. Además, existen otras 367.059 viviendas que se ceden de forma gratuita o a bajo precio, normalmente a familiares, las cuales en general no producen fraude porque el propietario aplica en el IRPF un porcentaje del valor catastral como renta imputada.

Los Técnicos de Hacienda clasifican a los propietarios que alquilan vivienda en España de acuerdo a dos perfiles: el grupo de caseros mayores que ya no necesitan su segunda vivienda y la alquilan para complementar la pensión y el grupo de aquellas familias que durante el 'boom' inmobiliario compraron una nueva casa y arriendan la antigua para ayudar al pago de la nueva hipoteca.

No obstante, a pesar de las estrecheces económicas que atraviesan muchos de estos propietarios que han visto caer su renta disponible, lo cierto es que el arrendamiento sumergido ha disminuido 12,6 puntos porcentuales desde 2007, año en el que los alquileres fraudulentos alcanzaban el 54,03%.

Para Gestha, este afloramiento de los alquileres sumergidos es fruto de la



conjunción de varias acciones. En primer lugar, el cruce de información de las deducciones estatal y autonómica de arrendamiento de vivienda habitual.

En segundo lugar, la reducción en el IRPF del 60% del rendimiento neto del alquiler declarado, que hasta la reforma fiscal de 2015 llegaba al 100% si el inquilino tenía entre 18 y 30 años y unos rendimien-

tos netos superiores al indicador público de renta de efectos múltiples (IPREM) que en 2013 era de 7.455,14 euros. Estas reducciones no se aplican si los arrendamientos no estaban declarados y son descubiertos por Hacienda.

En tercer lugar, la campaña de comprobaciones realizadas por la AEAT desde hace tres años en aquellas viviendas con

altos consumos eléctricos cuyos propietarios declaran estar desocupadas, pues desde el año 2010 dispone de la información del consumo de electricidad de los hogares. Mucho menor impacto tienen las visitas de la Agencia Tributaria destinadas a detectar alquileres opacos, que alcanzaron únicamente a 5.469 viviendas en 2015.

Por comunidades, Murcia, Canarias y Andalucía son las tres autonomías con mayor porcentaje de alquileres sumergidos, con un 61,1%, 55,6% y 55,4%, respectivamente. Precisamente, estas tres regiones son de las que más turistas reciben, lo que incide mucho en agravar esta clandestinidad, ya que buena parte de los alquileres vacacionales tampoco suelen declararse.

Si bien hay que precisar que la ciudad autónoma de Melilla es la que ostenta la tasa más elevada, con el 61,6% de los alquileres fuera del control de Hacienda. En el lado opuesto se sitúan Galicia, Castilla y León y Aragón, que registran las tasas de arrendamientos en negro más bajas de España: 25%, 23,1% y 21,2%, respectivamente.

Para los Técnicos de Hacienda, estas actuaciones -como la inclusión del citado mensaje en la declaración de la renta- para combatir los alquileres sumergidos.

Una tarea excepcional: moldeando el sector turístico de Barcelona

Ya hace meses que nos encontramos inmersos en una tarea excepcional, charlando, razonando, debatiendo, analizando y dando forma al futuro del sector turístico de nuestra ciudad. Un elemento clave, motor indiscutible, de la actividad socioeconómica de nuestra ciudad, que tantos y tantos réditos ha aportado en los últimos años el desarrollo de Barcelona. No en vano, pensar en el futuro del sector turístico de la ciudad es pensar, en buena parte, en el futuro de la ciudad: las implicaciones personales del día a día; la dinamización de otros sectores; la evolución de sus infraestructuras; la gestión de sus recursos y de sus espacios; la creación de empleo; la llegada de inversiones; la atención al entorno y las personas; la consolidación de los proyectos existentes y el impulso de los que tienen que llegar; la apuesta por nuestra cultura y por nuestra gastronomía; la proyección formativa del personal y así un largo etcétera de importantes activos

que deben ser tomados en consideración en todo este proceso.

El turismo es un fenómeno en expansión. La Organización Mundial del Turismo estima una evolución al alza del número de personas que viajarán a todo el mundo y, nuestra ciudad, como destino consolidado de primer orden internacional desde hace tiempo, verá como sus cifras de visitantes continúan aumentando paulatinamente.

Este hecho es una realidad y, por tanto, toda una oportunidad muy positiva para Barcelona, ya que el turismo es un valor inherente de nuestra ciudad. Tenemos un bonito reto sobre la mesa y está en nuestras manos: ¿cómo debe ser el turismo que tendremos dentro de 10 años en Barcelona?

Para que todos juntos podamos llevar a cabo esta tarea necesitamos un contexto constructivo. El turismo, insisto, es un bien positivo y debemos huir de debates enquistados. Partimos de un proyecto común que es un modelo de éxito, tanto por sus resultados como por su metodología de

trabajo. Tenemos claro que hay que poner en solfa aquellos desajustes detectados; enderezar la gestión de aspectos que la propia evolución del destino pide y, atender nuevas realidades del sector. No hay problema, hagámoslo juntos, como siempre.

Pero la continuidad de nuestro modelo turístico depende de una ciudad próspera. Una ciudad dinámica. Una ciudad donde las libertades y garantías empresariales y de las personas estén a la orden del día, gracias a un contexto de seguridad jurídica incuestionable, un aspecto indispensable para evitar el deterioro de la imagen de Barcelona y para salvaguardar su desarrollo económico en sectores y ámbitos diversos.

En este sentido, la propuesta de Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos, PEUAT, presentada hace unas semanas, no nos deja conformes y no entendemos que permita abordar con criterio constructivo y dinamizador el reto de construir el futuro del sector turístico de Barcelona (y por tanto, una parte importante del futuro de la ciudad).

El Gremio de Hoteles de Barcelona abordará la propuesta de PEUAT con una serie de propuestas bien claras, que partirán de la premisa de que se debe permitir la capacidad de crecimiento hotelero ordenado en la ciudad, buscando las fórmulas que lo hagan sostenible e integrado en los barrios, como una requisito indispensable para el mantenimiento de la calidad, tanto del destino como de los viajeros que continuarán llegando a la ciudad. Se debe entender, de hecho, como una de las herramientas fundamentales para fijar el perfil de visitante que queremos tener dentro de 10 años.

Igualmente, reclamaremos de forma muy activa que el PEUAT propicie la erradicación de los pisos turísticos ilegales, que tanto perjudican a la ciudad, a su economía y, la convivencia vecinal con la actividad turística.

Jordi Clos, presidente del Gremio de Hoteles de Barcelona



LA SOLUCIÓN DE CAFÉ QUE SE ADAPTA A TU HOTEL

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

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



www.nestle-soluciones.es · T 900 50 52 54

NESCAFÉ
Alegria



Esther Montalvá Medina
Abogada de Tourism & Law

¿Existen las cláusulas suelo en los contratos de préstamo de los hoteleros?

Por supuesto. Una cláusula suelo es aquella que, integrada en un contrato de préstamo de interés variable, con o sin garantía hipotecaria, fija un mínimo de interés a atender por el prestatario durante toda la vigencia de la amortización del préstamo, ello con independencia de que el índice referencial baje lo suficiente como para aminorar el interés (y por tanto, la cuota) por debajo

del mínimo contractualmente establecido; y también con independencia de que el prestatario sea persona física o jurídica. Recientemente, una Asociación de Usuarios de Bancos, vencía en los Tribunales de Primera Instancia a decenas de entidades bancarias, cuyas cláusulas suelo fueron declaradas abusivas por un Juzgado de lo Mercantil.

Toda cláusula suelo NO es ilícita, pues la inclusión en los contratos de una limitación a la variación de los tipos de interés se admite expresamente en la Orden Ministerial de 12 de diciembre de 1989, y por el informe del Banco de España de 7 de mayo de 2010, siempre y cuando las obligaciones de transparencia y difusión de información relevante que el cliente debe ponderar antes de la contratación de préstamos se cumplan. La Orden de 28 de octubre de 2011, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios, por otra parte, trató de especificar aún más la protección de los consumidores respecto de las cláusulas suelo, determinando que deben plasmarse en un Anexo a la Ficha de información personalizada que acompaña a los contratos de préstamo.

En 2013, se publicaba la Ley 1/2013 de medidas para reforzar la protección a los deudores hipotecarios, reestructuración de deuda y alquiler social, en cuyo artículo 6 se requiere la inclusión en el contrato, junto a la firma del cliente, de una adición manuscrita en la que el prestatario persona física manifieste expresamente haber sido informado de los riesgos derivados del contrato, caso en el que se hayan estipulado limitaciones a la variabilidad del tipo de interés. Más tarde, la Directiva Europea 2014/17/UE exigía la inclusión de los límites a la variabilidad en la ficha europea de información normalizada en los contratos de crédito con consumidores para bienes inmuebles de uso residencial.

Estamos, entonces, ante un nivel de protección que la jurisprudencia ha denominado “nivel reforzado de transparencia”.

La Sentencia del Juzgado de lo Mercantil nº11, Procedimiento 471/2010, en relación a estas cláusulas, ha sido una de las noticias más sonadas de las últimas semanas. En el asunto, incoado por la asociación ADICAE, el Juzgador declara abusivas las cláusulas de los préstamos tipo de cuarenta entidades financieras, de las que el Juez indica literalmente “la cláusula puede pasar totalmente desapercibida para el adherente”.

Tal resolución, que todavía puede ser confirmada o dejada sin efecto por la Audiencia Provincial de Madrid, es “noticia” por su volumen de implicados, pero hay no reviste novedad en tanto en cuanto no se aparta de la jurisprudencia fijada por el Tri-

bunal Supremo en Sentencia de 9 de mayo de 2013, resolución en la que se declararon por primera vez ciertas cláusulas suelo como abusivas. Se tomaron en consideración entonces dos exigencias esenciales para declarar la abusividad: que la cláusula fuese una condición general de la contratación, con todos los requisitos que se le suponen a la “condición general” (incluida en el contrato, no negociada individualmente sino prerredactada, incrustada en muchos contratos emitidos por una misma entidad con redactado “tipo”); y que no revistiese la característica de “transparencia” (creación de apariencia de que el interés variable va a beneficiar al consumidor, información escasa y poco clara, diluida con otras cláusulas, falta de información comparativa o de escenarios futuros e inexistencia de advertencia previa y comprensible sobre el coste comparativo con otros productos de la entidad).

Tras este dictamen, no todas las Audiencias Provinciales reconocieron a los afectados de igual modo sus derechos, especialmente, en cuanto a la retroactividad (momento desde el que la entidad bancaria debía resarcir al demandante los daños ocasionados por la cláusula abusiva). Así, el 25 marzo de

2015, el Tribunal Supremo dictó una Sentencia de unificación de criterios:

“Que cuando en aplicación de la doctrina fijada en la Sentencia de 9 de mayo de 2013, ...se declare abusiva, y por ende, nula la denominada cláusula suelo inserta en un contrato de préstamo con tipo de interés variable, procederá la restitución al prestatario de los intereses que hubiese pagado en aplicación de dicha cláusula a partir de

la Sentencia de 9 de mayo de 2013”

Podría entenderse que no es de aplicación esta jurisprudencia a los empresarios prestatarios de una forma totalmente análoga al

estar dictada bajo el paraguas de la normativa de consumidores. No obstante, tratándose de un contrato de crédito, que no necesariamente es especialidad del empresario hotelero, no se excluye la analogía, ni la aplicación la Ley de Condiciones Generales de la Contratación, ni el derecho común ni la regulación bancaria de control de las entidades, tal como la contenida en Órdenes Ministeriales y Circulares del Banco de España, que no hablan de consumidores del banco, sino de “clientela”.

Algunos Juzgados de Primera Instancia y Audiencias Provinciales como las de Jaén, Córdoba o Cáceres, han extrapolado ya, en base a tal pre-

supuesto, los requisitos de la Sentencia del Tribunal Supremo de 9 de mayo de 2013 a las relaciones entidad bancaria-empresario (condición general + falta transparencia), confiriendo al profesional suscriptor de cláusulas suelo idénticas garantías a las del consumidor persona física.

El pasado 26 de abril se celebró la vista oral ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en relación a las cuestiones prejudiciales que se le han planteado sobre la fecha límite de retroactividad que fijó la Sentencia del Tribunal Supremo de 25 de marzo de 2015 (9/5/2013), con el objetivo de que determine si las entidades bancarias estarán obligadas al reembolso de los intereses cobrados sin aplicación del valor real del interés variable desde mayo de 2013 o desde la fecha de suscripción del contrato con el cliente (Artículo 1303 del Código Civil español). El Abogado General del Tribunal de Justicia de la Unión Europea presentará sus conclusiones no vinculantes julio, esperándose la Sentencia para el último trimestre de 2016.

Si se detectan cláusulas suelo en los préstamos del hotel, la postura óptima y más práctica, en tanto se conoce el posicionamiento del Tribunal Europeo, será la de iniciar la negociación extrajudicial con asesoramiento experto, dirigido, al menos, a la pronta recuperación de los daños desde mayo de 2013, pero sin aceptar desistir respecto de las cantidades que puede que correspondan desde la firma del préstamo si el Tribunal Europeo así lo confirma.

El Juzgador declara abusivas las cláusulas de los préstamos tipo de cuarenta entidades





Juan Molas
Presidente de CEHAT

Elecciones Generales y Turismo

En varias ocasiones desde estas mismas paginas y también en algunos foros donde hemos participado, venimos planteando que el turismo debe considerarse POLÍTICA DE ESTADO. Ello significa plantear políticas y estrategias que sean compartidas

tanto por las administraciones públicas (comunidades, ayuntamientos, diputaciones o cabildos) así como por el Gobierno de la nación en colaboración con el sector privado, verdadero motor de la actividad turística.

A menudo se ha planteado el debate si era necesario disponer de un ministerio que solo asumiera las competencias del sector sin compartir el Ministro de turno con otras responsabilidades. Sinceramente después de varias legislaturas de diferentes opciones políticas, llego a la conclusión de que el factor diferencial es además del fondo, la forma de gestionar el modelo en cuestión.

Creo que la figura de un Secretario General dependiente del Presidente del Gobierno o en su defecto del Ministro de Economía sería más elocuente para poder visualizar que el turismo se considera política de estado.

Hemos comprobado que tras cuatro meses desde las pasadas elecciones celebradas el 20 de diciembre, en la que ningún partido político consiguió mayorías suficientes para gobernar, la actividad turística no se ha resentido desde un punto de vista del negocio diario, pero esta situación de interinidad en el ámbito turístico puede pasar factura a la

economía, al consumo y a las inversiones, al margen de la afección al propio turismo nacional que representa un alto porcentaje de actividad para muchas zonas y ciudades de España.

Cierto es también que a nuestros visitantes extranjeros poco o nada les importa la situación política del país elegido para sus vacaciones siempre que no les afecte su seguridad. Pero no es así

para los empresarios, profesionales y trabajadores del sector que perciben en esta incertidumbre política una amenaza para sus negocios y puestos de trabajo, teniendo en cuenta los riesgos que pueden incidir si se produce una desaceleración en la economía.

Esta es la razón principal para que el Turismo sea considerado POLÍTICA DE ESTADO, que establezca grandes consensos, seguridad jurídica, estabilidad y defensa de un modelo que si bien es mejorable nos ha aportado hasta la fecha grandes beneficios sociales al conjunto de los ciudadanos españoles.

Esta es la razón principal para que el Turismo sea considerado POLÍTICA DE ESTADO, que establezca grandes consensos, seguridad jurídica, estabilidad y defensa de un modelo que si bien es mejorable nos ha aportado hasta la fecha grandes beneficios sociales al conjunto de los ciudadanos españoles.

Cuando en algunos territorios se quieren implantar impuestos o tasas que gravan la actividad o a los propios visitantes, no se tiene en cuenta que probablemente dada la coyuntura de algunos de nuestros países competidores ello podrá afectar sin ninguna duda nuestra competitividad en un futuro inmediato.

Desde la Confederación Española de Hoteles, seguiremos insistiendo a los partidos políticos para que en sus programas, el turismo tenga el reconocimiento que se merece. Basta recordar la poca o nula referencia al turismo en los programas electorales de pasadas elecciones.

Con independencia de lo anteriormente expuesto, también POLÍTICA DE ESTADO es establecer acciones dirigidas a la opinión pública, que refuercen y consigan manifestar el reconocimiento social y económico del turismo si entrar en debates estériles, populistas o confusamente ideológicos que en demasiadas ocasiones distorsionan la realidad. En definitiva se trata de crear una conciencia

favorable en el conjunto de la sociedad, en los medios de comunicación, en las administraciones acerca de la importancia del turismo y su capacidad para planificar los retos que su desarrollo exige para mantener la posición de liderazgo en el concierto internacional, abordando los temas que todavía tenemos pendientes: Modernizar y adecuar los destinos maduros, diversificar los destinos y productos, alcanzar la rentabilidades suficientes, desestacionalizar los periodos, mejorar la formación profesional, acabar con la economía sumergida y obtener los niveles de calidad estimados para que el modelo de

Hay que establecer grandes consensos, seguridad jurídica, y estabilidad y defensa de un modelo

éxito turístico que hasta la fecha hemos disfrutado siga siendo una realidad.

Esta debería ser la hoja de ruta que sirviera a todos los partidos políticos para que de una vez por todas el turismo sea una prioridad, garantizando el suficiente equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación respetuosa del medio ambiente para dejar a las generaciones futuras un sector consolidado y potente.

CEHAT insiste a los partidos para que el turismo tenga el reconocimiento que se merece

Hay que establecer grandes consensos, seguridad jurídica, y estabilidad y defensa de un modelo



Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

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

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



DIRECTO

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

Contacto: 902.120.325

www.dyrecto.es



ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ

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

Contacto: 956 03 50 50

www.escuelahosteleriajerez.org



GAS NATURAL

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

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



GAT

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



GENERYA

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



imagine & anticipate

GRUPO COSENTINO

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



IMPUESTALIA

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



INTERMUNDIAL

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

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



CAIXABANK

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



LINGUASERVE

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



LUMELCO

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



MYPROVIDER

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



NESTLE

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



PIKOLIN

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



ROCKWOOL

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



ST SOCIEDAD DE TASACIÓN

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

El Catastro sevillano notifica a los propietarios las irregularidades detectadas

Sevilla ya ha comenzado a recibir las notificaciones procedentes de la Gerencia Regional del Catastro de Andalucía por la detección de obras y otras alteraciones no declaradas en sus inmuebles. Así lo informan expertos de Impuestalia, empresa especialista en la Optimización Impositiva de IBI's y otros tributos asociados a la tenencia y transmisión de bienes inmuebles, donde se han acercado ya varios contribuyentes

a revisar si en sus notificaciones existen errores de valoración por parte de Catastro. 473.197 es el número de inmuebles revisados por el Procedimiento de Regularización Catastral para aflorar la defraudación tributaria. Impuestalia estima que al menos en el 7% de los inmuebles a los que el Catastro notifique una modificación del valor catastral por la regularización, podrían existir errores.

Según Clementina Caballero, directora de gestión de Impuestalia, puede haber errores en las regularizaciones. Así, Impuestalia estima que al menos en el 7% de los inmuebles a los que el Catastro notifique una modificación del valor catastral por la regularización, podrían existir errores. "El contribuyente no debería conformarse con la resolución que reciba, pero la mayoría de las veces no se sabe a dónde acudir para comprobar estos datos. Lo ideal es revisar dicha documentación para estimar si es correcta, y poder constatar así si los datos de la nueva valoración están acorde con los factores y circunstancias reales de nuestro inmueble", declara.

A fecha 30 de julio de 2016 habrán finalizado su revisión en toda la provincia sevillana 73 municipios de los 94 dispuestos desde 2013, entre los que se encuentra Sevilla municipio; el resto se prevé que finalicen en el verano de 2017.

El motivo de dicha regularización se debe a la adopción de diversas medidas tributarias dirigidas a la consolidación de las finanzas públicas y al impulso de la actividad económica, con efectos desde el día 1 de enero de 2013. Se regula incorporar al Catastro los inmuebles urbanos y rústicos con nuevas construcciones, así como las modificaciones de sus características en el caso de que no hayan sido declaradas, con el fin de lograr la concordancia de los datos de los bienes inmuebles que posee la Administración con la realidad.

Las edificaciones que el Ministerio de Hacienda está rastreando con el fin que pretende esta regularización que entró en vigor en 2013 y que finalizará, tras las últimas publicaciones en el BOE en 2017, son, entre otras, construcciones de piscinas en patios o azoteas, cerramiento de balcones, adecuación de locales, cerrar un porche o un patio interior para agrandar el salón, etc...

Este plan tiene como objetivo sacar a la luz las variaciones inmobiliarias que se han



La directora de Gestión de Impuestalia, Clementina Caballero.

llevado a cabo en los últimos años y que no han sido declaradas, hecho que ha provocado que los algunos ciudadanos tributen menos en concepto de IBI. Esta medida, que conlleva combatir el fraude fiscal, aumentará de paso la recaudación del Ayuntamiento, ya que este exceso en el pago del IBI por parte de los ciudadanos irá a parar directamente a las arcas municipales.

En términos económicos, el coste de esta regularización será una tasa de 60 euros por cada inmueble que se detecte, que se destinará a pagar los trámites administrativos que genere. Este importe se sumará al derivado del incremento por las construcciones o modificaciones no ingresadas en los años anteriores no prescritos.

Cuando el contribuyente recibe en su domicilio la notificación se le comunica

la propuesta de regularización por las discrepancias detectadas y la tasa correspondiente a pagar. Esta modificación del valor catastral se aplicará desde la fecha en que se realizó la alteración que no se declaró, por lo que una vez adquiera firmeza, se liquidarán los atrasos pertinentes en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles.

En la notificación se incluye un Código Seguro de Verificación (CSV) que permite consultar, a través de la Sede Electrónica del Catastro, la situación de su inmueble antes y después de la regularización, para poder ver así las discrepancias detectadas.

La reclamación por disconformidad contra este informe del Catastro es una de las vías posibles y sin embargo menos exploradas. El pago de este nuevo valor aumentado que ahora reclama el Catastro se puede

prevenir si es erróneo, y ello consiste en la reclamación por disconformidad con esta notificación, asegura Clementina, "Cuando el contribuyente recibe la notificación se pone en contacto con nosotros dentro de los primeros quince días y estudiamos su caso. Sólo cobramos nuestros honorarios si hemos conseguido un ahorro para nuestro cliente.

La propuesta del Catastro no será firme hasta que no transcurra el plazo de 15 días hábiles para formular las alegaciones que los afectados consideren oportunas, presentando las pruebas que estimen pertinentes. En este plazo de tiempo, el pago de las liquidaciones complementarias quedará aplazado en previsión de un dictamen definitivo. Si finalmente la resolución es favorable, ese importe complementario será derogado o reducido.

Fitur 2017 se celebrará del 18 al 22 de enero

IFEMA convoca a la industria turística mundial, a su cita anual en la Feria de Madrid, con motivo de la 37ª edición de FITUR 2017, Feria Internacional de Turismo, que tendrá lugar del 18 al 22 de enero de 2017. Justo en estos días, el certamen ha iniciado el primer proceso de comercialización, para invitar a participar a las empresas turísticas, organismos e instituciones de todo el mundo. Con este encuentro, se iniciará el calendario internacional de ferias de turismo, sirviendo, así, FITUR de termómetro de la situación por la que atraviesa uno de los mayores motores de la economía.

Esta nueva edición arranca con las mejores expectativas, sobre todo, considerando el positivo balance registrado en la última convocatoria, celebrada el pasado mes de enero, en la que se alcanzó un nuevo récord de participación en la trayectoria de FITUR, con un total de 231.872 visitantes, incluidos 124.659 profesionales participantes (un 2% más que en 2015), y 9.605 empresas presentes, procedentes de 165 países. Asimismo, destacó una vez, el gran número de encuentros profesionales y de negocios, con la consiguiente rentabilidad de la Feria para los participantes.

Arcea hoteles incorpora nuevos hoteles al grupo

Desde principio de este año, una serie de establecimientos de reconocido prestigio se unen al grupo Arcea para participar en la distribución de esta cadena asturiana. Arcea Hoteles, con la mayor y más reconocida oferta regional se posiciona con un total

de 22 establecimientos, 625 habitaciones y una oferta superior a las 1300 camas dentro de las categorías de dos a cinco estrellas, no solo con hoteles en Asturias sino en la España verde; Cantabria, Galicia, Ruta de la Plata y Extremadura.

Estas nuevas incorporaciones, con ubicaciones únicas como las que ya conforman el grupo, son: Hotel "La Casona del Sella" en Arriendas, Hotel Casa Soto en Vegadeo, Hotel "Naranjo de Bulnes" en Arenas de Cabrales, Hotel "Villa de Gijón" en Gijón, Hotel "Quinta Duro" en Gijón, Hotel "Rio caudal" en Mieres, y dos hoteles en Extremadura, en la provincia de Cáceres, muy cerca de Salamanca; Hotel "Resort-Termal " El Salugral" en Hervás y Gran Hotel Balneario, en Baños de Montemayor. Todos estos establecimientos, están ya disponibles en el portal-web de Arcea. Así mismo el grupo prepara la reapertura del Hotel-Spa Balcón de la Cuesta en Andrín-Llanes, y la incorporación del "Eco Resort Wellness & Spa Puebloastur" en Cofiño-Arriendas.

Arcea continúa su despliegue estratégico incorporando en los próximos meses una docena de hoteles más, en la misma línea de calidad y ubicaciones especiales, como el "Molino de Tresgrangas" o el "Hotel Miera" en Liérga-



nes, unas 315 habitaciones más en total, tanto en gestión como con acuerdos comerciales, acercándose así el grupo a las 2000 camas. Estas incorporaciones se realizarán en la línea geográfica y comercial mencionada.

La apuesta por estándares de calidad precisos y reconocidos en los establecimientos con los que colabora y en los que gestiona, y su vocación de servicio y orientación al cliente hacen de este grupo un líder indiscutible de mercado.

OMT desarrolla un modelo de turismo enológico

La Organización Mundial de Turismo en colaboración con el Foro de Marcas Renombradas Españolas está desarrollando un modelo de promoción de turismo enológico. La iniciativa está basada en un prototipo de turismo enológico en el que participan las bodegas Barbadillo, González & Byass, Grupo Freixenet, Osborne y Pagos del Rey. La presentación de los primeros resultados contó con la presencia de Eunji Tae, coordinadora técnica de la Red de Conocimiento del Programa de Miembros Afiliados de la OMT, José Luis Bonet, presidente del FMRE, de Freixenet y de Alimentaria, Guillaume Rousseau, consultor del Prototipo de Enoturismo y Rodrigo Burgos, director de Pagos del Rey Museo del Vino (Félix Solís), en representación de las bodegas participantes en el proyecto.

"El objetivo principal de este proyecto es algo tan necesario como difícil de conseguir: la colaboración entre empresas competidoras así como con administraciones públicas e instituciones internacionales para conseguir un beneficio

mutuo", representa un buen ejemplo de colaboración público-privada, afirmó José Luis Bonet en su intervención.

El desarrollo de este proyecto, basado en el modelo de prototipos de la OMT, plantea una innovadora metodología en el abordaje del turismo enológico. La idea pretende ofrecer al viajero una nueva forma de recorrer España y conocer su estilo de vida a través de las bodegas que actúan como centro de interpretación de la zona o región donde están ubicadas.

El equipo de la OMT y las bodegas miembros del Foro de Marcas están trabajando en las zonas o regiones donde las bodegas involucradas en la iniciativa tienen presencia. Estas zonas son: Galicia, La Rioja, Penedés, Priorato, Ribera del Duero, Somontano, Toledo y Toro.

Según datos de Frontur del año 2015, España recibió más de 68 millones de viajeros internacionales. Como reseña la Organización Internacional de la Viña y el Vino, el país produce más de 40 millones de hectolitros y es el primer viñedo en superficie del mundo.

El ICTE estudia 152 expedientes turísticos

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) ha concluido el estudio de 152 expedientes de establecimientos y organizaciones turísticas adheridos a su Sistema de Calidad, vigente desde el año 2000 y todo un referente nacional e internacional.

Los comités evaluadores del ICTE -que se reúnen cuatro veces al año, siendo éste el primero de 2016- están formados por expertos externos de cada sector y son los encargados de revisar el estado de las infraestructuras, los equipamientos, el nivel de servicio o el sistema de gestión interno. Cada comité sectorial analiza y evalúa a los establecimientos u organismos dentro de unos plazos y proponen la concesión o renovación de la marca Q Calidad Turística, su suspensión o incluso la retirada si no hubiera superado las auditorías exigidas.

En el primer comité del año se han estudiado hasta 152 expedientes, de los cuales 29 han renovado (entre ellos varios hoteles y restaurantes, 3 alojamientos rurales gallegos y otro navarro; varias oficinas de turismo; el Campo de Golf de la Alcanada en Baleares; las agencias de viajes Europa Travel de Valencia y Viajes Olympia de Madrid; el Hotel Sicilia (Aragón); y el Camping Naturista murciano El Portús); 4 han conseguido la Q de Calidad Turística por primera vez, entre ellos, la Oficina Municipal de Turismo de Conil de la Frontera, de Cádiz.





PIKOLIN GRUPO CONTRACT

Pikolin Contract es la unidad de negocio del grupo dedicada exclusivamente al equipamiento de la industria hotelera internacional.

Razones por las que Pikolin es el mejor socio en descanso para el Contract:

- **Experiencia:** más de 65 años trabajando con hoteles y otros colectivos.
- **Capacidad de Innovación:** compañía del descanso líder en innovación y con el mayor número de patentes del sector.
- **Calidad:** producción sometida a los más estrictos controles de calidad bajo estrictas normativas internacionales IQnet.
- **Capacidad internacional:** presente en los 5 continentes.
- **Múltiples soluciones de descanso:** soluciones tecnológicas adaptadas a todo tipo de necesidades.
- **Clientes:** nuestro aval, las principales cadenas hoteleras Europeas y los mayores grupos hoteleros líderes mundiales.

Madrid y Barcelona destacarán por su rentabilidad hotelera en 2016 y 2017

Madrid y Barcelona se encuentran entre las diez ciudades europeas con mejores perspectivas hoteleras para 2016 y 2017. El informe *European cities hotel forecast*, elaborado por PwC, revela que el índice que mide los ingresos por habitación disponible –conocido por sus siglas en inglés, RevPAR– en las

dos ciudades españolas se sitúa entre los diez que más crecen de Europa. En Madrid, se prevé que aumente un 5,8% este año –cuarto mayor incremento de Europa– y un 3,8% el próximo octava posición y, en Barcelona que lo haga un 3,3% en 2016 octavo lugar y un 5,5% en 2017 –cuarta posición–.

Madrid viene de un año histórico, con un notable crecimiento de su RevPAR en 2015 un 17,6% hasta alcanzar los 64 euros; mientras que el ingreso medio diario por habitación aumentó un 10,4% el año pasado, situándose en 93 euros. En 2016 y 2017 se espera que continúe esta tendencia, principalmente impulsada por la recuperación económica en España y por la celebración de grandes eventos como el World Pride. En concreto, se espera que el RevPAR de Madrid aumente un 5,8% en 2016, sólo por debajo de Roma, Dublín y Praga, y un 3,8% en 2017. Según el informe, los nuevos proyectos hoteleros destinados a desarrollar el turismo de lujo están impulsando la imagen de la ciudad. En 2016, varios hoteles de cuatro y cinco estrellas abrirán sus puertas, como el Hotel Barceló Emperatriz, Gran Meliá Palacio de los Duques, el Double Tree de Hilton y el Hotel Auditorio de Marriot, que con sus 869 habitaciones se convertirá como uno de los hoteles más grandes en Europa.



Barcelona, por su lado, goza de un posicionamiento turístico internacional excelente y reafirma su hegemonía como uno de los destinos claves a nivel mundial. La moratoria dictada

por el Ayuntamiento de la ciudad, que paraliza la apertura de nuevos hoteles, y la serie de eventos internacionales que tendrán lugar durante el año 2016 y 2017 –como el GSMA Mobile World

Congress o el International Wine Tourism Conference–, empujará al alza al RevPAR, especialmente en 2017 con un incremento del 5,5% –sólo por debajo de Dublín, Lisboa y Oporto–, en gran medida por el aumento del precio medio por habitación. Así, se espera que el ADR –125 euros en 2015, en Barcelona, vs. 93 euros, en Madrid–, crezcan un 3,2% este año y un 4,3% en 2017.

En Europa, las expectativas se mantienen positivas para el 2016 y 2017. El crecimiento lo impulsan, especialmente, dos factores clave. La plena recuperación económica de la Eurozona, el PIB europeo ha crecido un 1,5% en 2015 y se espera que aumente un 1,6% en 2016 y un 1,7% en 2017, lo que supone la tasa de crecimiento más alta desde 2011. En segundo lugar, venimos de un año muy bueno para los hoteleros en Europa, en parte porque los turistas han preferido destinos europeos por encima de otras alternativas en Oriente Medio y el norte de África, y se espera que esta tendencia continúe en los próximos ejercicios.

La Comunidad de Madrid celebra la I Jornada de Turismo y Marketing

Fernández de Córdova ha recordado que los datos son muy favorables para la Comunidad de Madrid, que durante el pasado año recibió más de 11 millones de visitantes, lo que supone un incremento del 8,6 por ciento respecto al año anterior, además de un impacto económico de más de 6.000 millones de euros, unas cifras que se espera mejorar este año. La directora ha subrayado que estos datos apuntan a que el sector turístico es el principal motor económico y de creación de empleo en España y en la Comunidad de Madrid. “Estamos en un momento en el que se abre una nueva etapa en nuestra región en la que debemos propiciar un cambio de modelo y de actitud, y estas jornadas nos han dado claves para mejorar”, ha añadido. No obstante, Fernández de Córdova ha señalado que el objetivo del Gobierno regional es ayudar a crecer, pero no de cualquier manera, “pues priorizamos un modelo sostenible que genere bienestar para aquellos que nos visitan y con una oferta de calidad en los diferentes sectores y segmentos turísticos: compras, ocio, deporte, gastronomía, naturaleza, idiomas, ferias y congresos”. También

ha afirmado que el reto está en conocer el nuevo horizonte digital, la orientación del marketing en este entorno y potenciar la competitividad turística de los recursos territoriales. “Debemos ser capaces de poner en valor aquellos elementos que nos diferencian y sirvan de reclamo a los turistas tradicionales y a los que buscan nuevas experiencias”, ha aseverado.

Fernández de Córdova ha abogado por la modernización, la colaboración y la innovación, “que sin duda exigen un salto hacia delante que estoy segura de que vamos a dar”, y ha animado a los asistentes a la jornada a seguir trabajando por la “buena línea, pero siendo conscientes de que todavía es mucho lo que podemos ofrecer a quien visite la Comunidad de Madrid”.

El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, que ha inaugurado la jornada, ha incidido en la necesidad de que la región y la ciudad de Madrid se beneficien de tener una marca única que aúne todos los atractivos turísticos “con el fin de hacer llegar al mayor número de personas que Madrid es un destino imprescindible, lleno de propuestas y en un entorno acogedor”.



Calentando motores para el International Medical Travel Summit & Awards 2016

A falta de unos días para que Madrid se convierta en el centro mundial del turismo de salud. Durante los días 24, 25 y 26 de mayo la capital española acogerá el International Medical Travel Summit & Awards 2016 (IMTJ), el mayor encuentro de turismo de salud a nivel global y que reunirá a los expertos, líderes de opinión, ejecutivos senior y actores claves de los sectores de la salud y del turismo. Hasta entonces, el turismo de salud y los tratamientos

internacionales siguen siendo temas centrales de numerosos eventos y conferencias por toda España, especialmente en torno a la celebración del Día Mundial de la Salud 2016 celebrado el pasado 7 de abril. En este sentido, Spaincares, Clúster Español de Turismo de Salud y colaborador en la organización de esta edición de IMTJ Summit & Awards en España, ha participado en algunos de los encuentros más destacados.

Mónica Figuerola, directora gerente del clúster, ha participado en el II Foro de Turismo de Salud organizado por el diario El Mundo y celebrado el pasado 8 de abril orientado a los retos y oportunidades del turismo sanitario en la Costa Blanca. Por su parte, la consultora de comunicación Kreab presentó en Barcelona su Senior Summit, un evento que ha puesto el foco sobre el público más mayor y en el que Spaincares ha tenido una participación destacada.

Un sector en plena expansión

El turismo de salud es un sector en plena expansión y que presenta un gran potencial en España, tanto por su reconocida posición como destino turístico, como por la gran calidad de la oferta de servicios sanitarios. Ambos factores fortalecen la imagen y la marca España frente al público extranjero; un público marcado por tendencias mundiales como el envejecimiento de la población o la importancia de llevar una vida saludable. El clúster Spaincares

quiere reforzar el destino España como potencia en turismo de salud, una percepción cada vez más consolidada fuera de nuestras fronteras.

Para Keith Pollard, editor y redactor jefe de IMTJ, «el hecho de que Madrid acoga la Cumbre y los premios IMTJ 2016 refleja el peso de España en el sector del turismo de salud y sus ambiciones de cara al futuro. Como destino de turismo médico, este país cuenta con una extensa oferta y un gran potencial todavía por explorar».

Durante los tres días de encuentro, IMTJ Summit & Awards servirá como punto de encuentro para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, encuentros one to one y B2B. Además, se entregarán los Premios IMTJ, un reconocimiento al éxito y excelencia de los líderes en turismo de salud, y se podrá disfrutar de una conferencia académica en la que expertos de todo el mundo compartirán sus investigaciones. Una oportunidad única para fortalecer la Marca España como destino turístico de salud.

Sobre el IMTJ 2016

IMTJ Medical Travel Summit es el encuentro internacional de Turismo de Salud más importante a nivel mundial. Tras sus ediciones en Dubái (2014) y en Londres (2015), la tercera cumbre tendrá lugar en Madrid durante del 24 al 26 de mayo en el Hotel Meliá Avenida de América. Organizado por Intuition Communications desde Londres, el IMTJ Medical Travel Summit cuenta con la colaboración de Spaincares y de Kreab para su edición en España.

IMTJ Medical Travel Summit 2016 reunirá a las compañías líderes de sector a nivel mundial para compartir su know-how y liderazgo y debatir sobre futuras estrategias de negocio y los factores influyentes en la Industria del Turismo de Salud. Este encuentro internacional se consolida como fórum de debate, conocimiento y reconocimiento de la calidad de los operadores de turismo de salud por todo el mundo.

Colaboradores

El Clúster Español de Turismo de Salud

(Spaincares) es una alianza estratégica de los sectores del turismo y la salud en España, dos sectores de gran importancia en nuestra economía y cuya calidad es reconocida mundialmente. El Clúster nace con el doble objetivo de posicionarnos como un referente en el mercado del Turismo Sanitario y atraer flujos de pacientes hacia nuestros centros sanitarios e infraestructuras turísticas. Spaincares agrupa a las entidades turísticas y sanitarias más representativas del país, así como varias iniciativas territoriales de turismo de salud.

Los expertos reunidos en el desayuno de presentación apuntaron que, más allá de servir como punto de encuentro para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, la cumbre IMTJ se posiciona como catalizador de conocimiento científico gracias a la organización de la Conferencia Académica IMTJ, en la que académicos e investigadores de todo el mundo compartirán sus investigaciones sobre este ámbito.



IMTJ Summit & Awards servirá como punto de encuentro para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, encuentros one to one y B2B.

Mes de marzo histórico para el turismo español en todas las ciudades

El análisis de los ratios turísticos más utilizados (número de pernoctaciones, número de hoteles abiertos y grado de ocupación por plaza) arroja un resultado sin precedentes para el mes de marzo. Sin duda la recuperación de la economía de nuestro país, unido a las vacaciones por Semana Santa y la buena climatología, ha ejercido de motor de arrastre para el sector turístico. El turismo no se ha visto

afectado por la inestabilidad política, marcando buenos resultados de precios y rentabilidad en todas las zonas analizadas. Canarias, con un peso específico importante en el conjunto de la planta alojativa española, destaca por la mejora de ocupación y de rentabilidad. En el análisis de las grandes ciudades, vuelve a ser noticia Barcelona a causa del Mobile World Congress.

El mes de marzo de 2016 ha estado marcado por la celebración de la Semana Santa y por un buen clima generalizado en todo el país. Estos dos hechos, sumados también al incremento de entradas de turistas extranjeros, han hecho que las pernoctaciones marquen su máximo histórico para este mes. Por primera vez desde que comenzamos este año, el incremento relativo de pernoctaciones de residentes es superior al de los no residentes. En cualquier caso, las pernoctaciones de no residentes siguen superando a las de los residentes, aunque se acercan ya a repartirse el mercado a partes iguales.

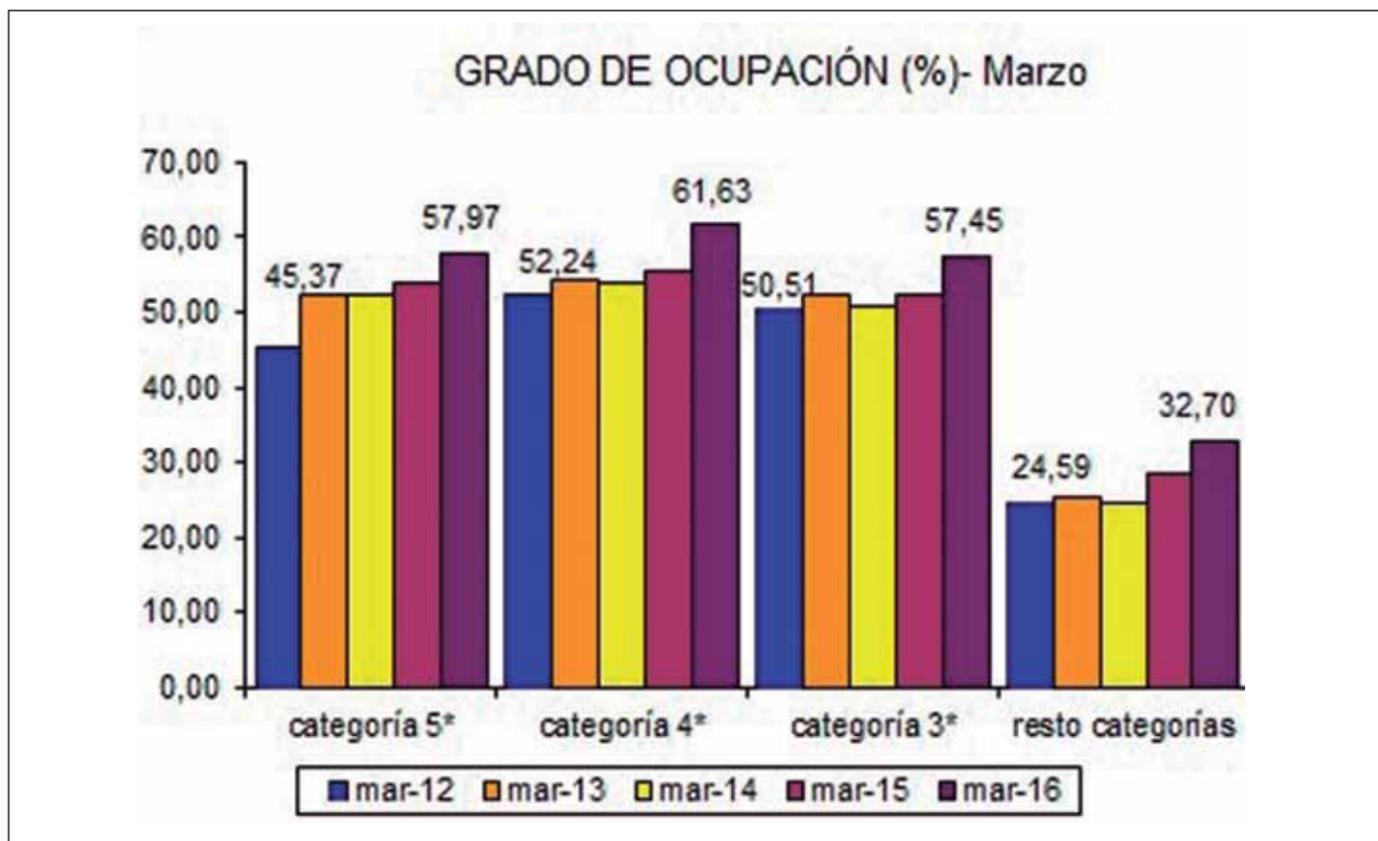
Como venimos viendo en los últimos meses, el incremento de pernoctaciones tiene más relevancia en los hoteles de mayor categoría de nuestro país, apoyando la teoría de la más pronta recuperación económica para las clases más acomodadas.

De la misma manera, el incremento en el número de hoteles abiertos para este mes, también es mayor en los hoteles de cinco estrellas, con una leve incidencia en los de tres o menos estrellas.

La media de ocupación por plaza en los hoteles españoles también ha marcado un máximo histórico, si bien el incremento respecto al mismo mes del año anterior es más pronunciado en los hoteles de cuatro estrellas que en los de categoría superior. Sin embargo, el análisis comparativo de la media de los doce últimos meses, vuelve a dar como categoría que mejor se comporta a la de más número de estrellas.

Es significativo el hecho de que los hoteles de categorías superiores tengan una ocupación media de casi el doble que las categorías de dos y una estrella.

En el análisis de las grandes ciudades, vuelve a ser noticia Barcelona a causa



del Mobile World Congress. Si en el mes de febrero asistíamos a un incremento de ratios de precios y rentabilidad por encima de lo normal, en el mes de marzo observamos el comportamiento contrario. El cambio de mes de la celebración de este congreso ha provocado unas variaciones inusuales en el comparativo del mismo mes en distintos años. De esta manera, vemos como tanto el RevPAR como el ADR pierden hasta un tercio de su valor respecto a marzo de 2015.

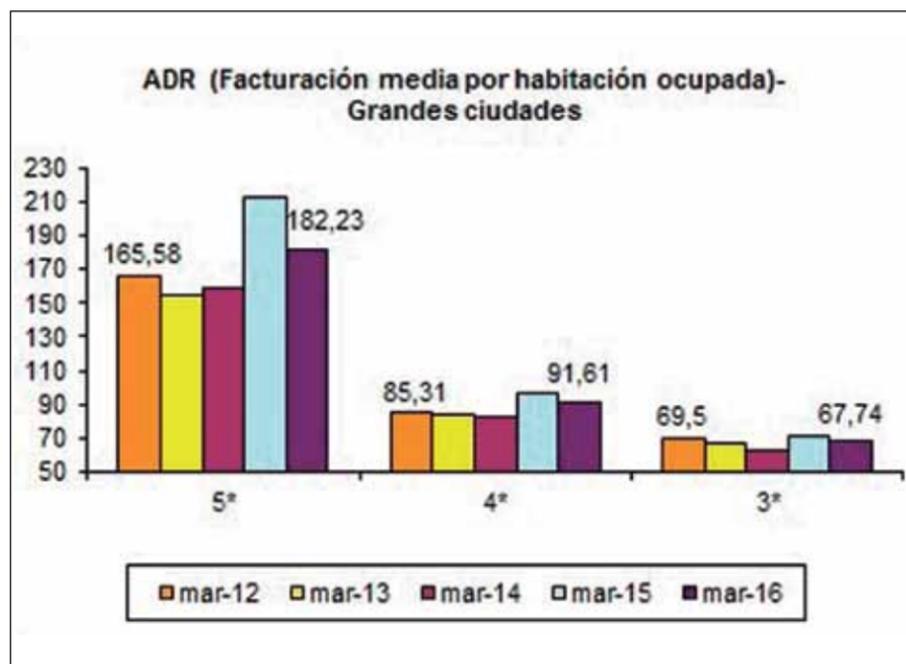
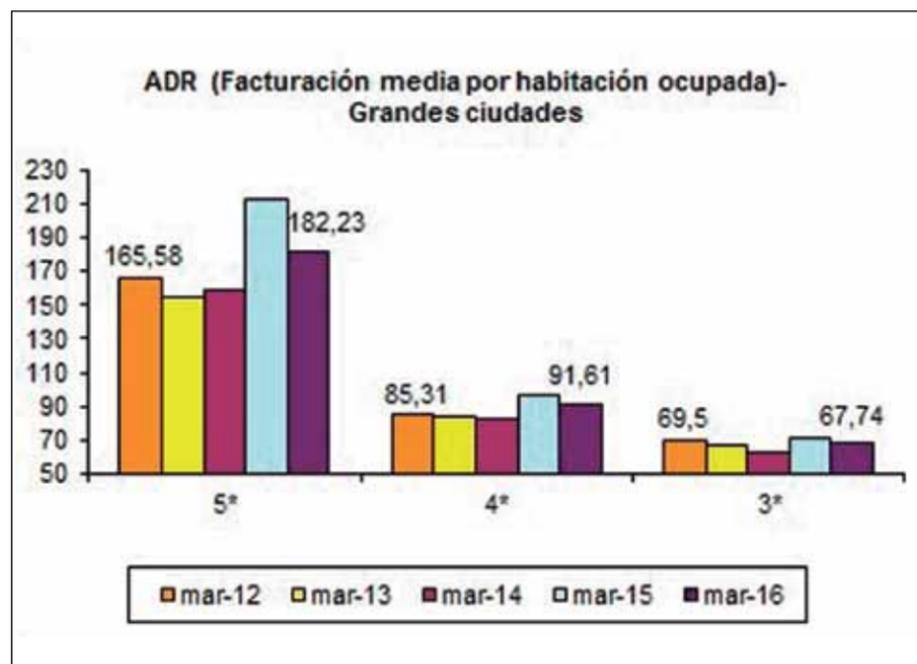
En el sentido contrario, Sevilla destaca por las mismas variaciones de ratio pero en sentido contrario: el mes de marzo de

2016 es un 30% mejor al de 2015. El buen comportamiento que veníamos observando en Zaragoza se ralentiza, aunque sigue mostrando signos de recuperación con respecto a años anteriores. Sin embargo, es Valencia quien recoge el testigo y presenta unos incrementos de ambos ratios superiores a lo habitual.

En las ciudades de tamaño medio, el efecto de la Semana Santa y el buen clima, como ya hemos mencionado anteriormente, mejoran de forma muy significativa los ratios de rentabilidad y los precios de hoteles de todas las categorías siendo más pronunciados, como también hemos visto

en la media nacional, los incrementos en los hoteles de cinco estrellas. De hecho, la media de precios de estas ciudades alcanza ya a la media de precios en Valencia, superando a Zaragoza.

Sin duda la climatología unida a los días de vacaciones lleva a los establecimientos de alojamiento de la costa española a incrementar precios y ocupación, lo cual vemos reflejado en el ADR y el RevPAR. Canarias ha sido quien ha marcado el record en precios según el análisis por zonas de España. Además, la práctica coincidencia del dato de ambos ratios refleja una ocupación cercana al 100%.



El sector hotelero afianza la recuperación en 2015

El informe "Gestión de activos hoteleros 2016" que Magma Hospitality Consulting presenta es el resultado de una encuesta realizada a 90 cadenas hoteleras, nacionales e internacionales basadas en España, que analiza tres aspectos fundamentales para el sector hotelero; cuál es la situación de estas cadenas en relación a posibles estrategias de expansión, cuál ha sido la evolución de sus modelos de negocio en cuanto a la

situación contractual entre operadores y propietarios (contratos de gestión, alquiler y franquicia) y por último, las posibles operaciones de fusión en el sector. El hecho de que durante 2015 se registraran más operaciones de compra que de desinversión demuestra también que el cambio de ciclo es sólido y que las expectativas para los próximos tienen base para el optimismo.

La industria hotelera española cerró el año 2015 batiendo récords de ocupación. Durante el pasado ejercicio también se pusieron en marcha grandes operaciones internacionales como las alianzas entre Marriott y Starwood y entre Accor y Fairmont, unos acuerdos que prometen acelerar la consolidación del sector en aras de buscar mayor volumen de negocio y economías de escala. El objetivo global de la industria debe ser mantener este excelente ritmo y, para ello, debemos ofrecer un espacio de desarrollo de negocios que sea favorable a la inversión extranjera estableciendo un marco jurídico y legal estable que proporcione seguridad a los posibles inversores.

La capacidad de la industria hotelera y turística ha quedado demostrada durante los años de la crisis que ha sido un periodo de aprendizaje y también de mejora de la productividad y eficiencia. A partir de ese conocimiento, se puede seguir trabajando hacia el futuro con optimismo, conociendo las fortalezas que tenemos que son muchas y siendo realistas en cuanto a nuestras debilidades para que cada vez estas sean menores.

Las operaciones de compra animan el mercado

Durante el 2015, el estudio de Magma HC ha observado un aumento del 9% en el número de inversiones hoteleras, así como un fuerte descenso del 18% en las desinversiones, después de varios años consecutivos en que las ventas estaban protagonizando el mercado. En este sentido, el valor medio por habitación de las operaciones de compra y desinversión se situó ligeramente por debajo de los 120.000 euros/habitación. Sobre el total de las transacciones evaluadas en el estudio, es importante destacar que el 63% han sido de compra, invirtiendo la tendencia del ejercicio 2014.

Otro aspecto que habla de la tendencia sectorial es que el año pasado ya no se produjeron prácticamente renegociaciones de renta y, de las que se realizaron, tres de cada cuatro se quedó por debajo del 10%. En una línea similar podríamos interpretar el dato que el 73% de las cadenas hoteleras encuestadas considera que se producirá alguna fusión, integración, o compraventa entre cadenas en España durante el año 2016.

Las operaciones entre 150.000 euros/habitación y 250.000 euros/habitación representaron un 18% y las operaciones de entre 250.001 euros/habitación y 300.000 euros/habitación solo representaron un

9% en el 2015, según declaraciones de nuestros encuestados.

Por otro lado, el valor medio por habitación recibido en las operaciones de desinversión en el 2015 se establece en un 57% de las operaciones en menos de 120.000 euros/habitación. Las operaciones entre 120.001 euros/habitación y 180.000 euros/habitación representaron un 14% al igual que las operaciones de más de 300.000 euros/habitación.

Los fondos de inversión inmobiliaria han liderado el grupo de los compradores en el mercado inmobiliario hotelero (en volumen de inversión) seguidos de fondos soberanos, los inversores explotadores y family offices. Los fondos inmobiliarios continúan por lo tanto una clara diversificación hacia el sector hotelero, sector que ofrece altas rentabilidades e interesantes perspectivas de crecimiento.

Por su parte, las Socimis han sido las protagonistas de la inversión hotelera este año 2015, (fundamentalmente Hispania), siendo las dinamizadoras del mercado en 2015 alcanzando un total de 302 millones de euros frente los 60 millones registrados en 2014, cinco veces más.

Modelos de gestión al alza: management y franquicia

En el 2015 las operaciones de alquiler (fijo y variable) realizadas en España han representado el 42% del total de las operaciones es globales de las cadenas encuestadas, volviéndose por tanto a un modelo de negocio que sigue siendo el más apreciado por el inversor en el mercado español.

Las operaciones bajo el modelo de alquiler variable siguen siendo las más habituales en el ejercicio 2015, pero des-

taca el incremento de las correspondientes a management y franquicia. Concretamente, en 2015 se han cerrado un 5,5% más de contratos de gestión que en 2014,

un efecto generado por la entrada de inversores de perfil anglosajón más familiarizados con esta tipología de contratos. Por su parte, los contratos de franquicia que adquirieron un papel destacado en el año 2012 representando el 20% del total de los contratos firmados, habían descendido hasta un 10% en el año 2014. Sin embargo en este último ejercicio han repuntado hasta el 13% del total, tres puntos más que al año anterior.

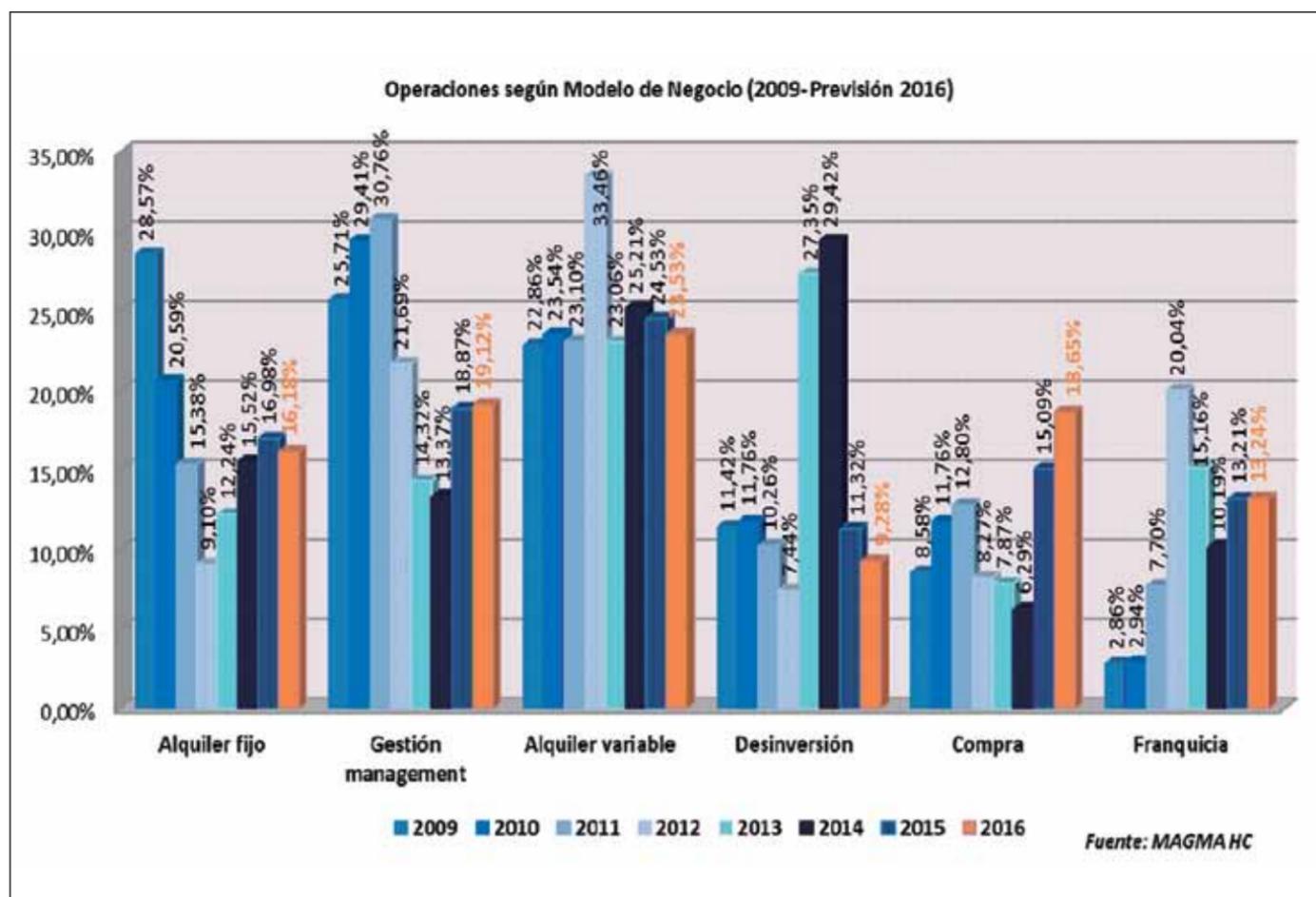
En conjunto, la consolidación del modelo de negocio basado en la renta variable junto a la tendencia al alza de los contratos de alquiler fijo, el aumento récord de las inversiones hoteleras y la recuperación de los contratos de management y franquicia, han marcado el año 2015.

El 2016 consolidará esta tendencia alcista

Las previsiones turísticas para el año 2016 son positivas, gracias a la recuperación de la demanda internacional y nacional; el desarrollo de acciones enfocadas al crecimiento turístico y la llegada de nuevos operadores internacionales.

Con la fuerte caída de los precios del petróleo y la reducción de los costos de transporte, se incrementará el turismo y la rentabilidad de las empresas de transporte. Se espera una mayor ventaja competitiva en precio para el sector turístico español hacia los mercados de origen fuera de la zona euro y al resto de competidores con precios dolarizados, gracias a la depreciación del euro frente al dólar y la libra esterlina. En cuanto a la inversión extranjera, esta aumentará en el 2016, gracias a la demanda del capital asiático que competirá por activos hoteleros en zonas prime de Madrid y Barcelona.

Los contratos de management y franquicia se incrementan por la entrada de capital anglosajón





Eduardo Olano
Director general de Balantia

Preguntas sobre el nuevo Real Decreto 56/2016 de eficiencia energética

Después de que hayan transcurrido más de dos meses desde que entrase en vigor el Real Decreto 56/2016 en materia de eficiencia energética, nos seguimos encontrando lagunas indefinidas y muchas dudas entre los afectados del sector hotelero por esta normativa. Como ya se sabe, el 13 de febrero el gobierno en funciones finalmente publicó un nuevo reglamento que regula

las auditorías energéticas en grandes empresas, el sistema de acreditación para proveedores de servicios energéticos y auditores energéticos, y la promoción de la eficiencia energética en la producción y uso de calor y frío. Sin embargo, aún quedan muchas preguntas en el aire que el director general de Balantia, Eduardo Olano, intentará resolver en este artículo.

Si mi cadena tiene varios hoteles en España cada uno de ellos con su propio CIF ¿deben pasar la auditoría o contar con un Sistema de Gestión Energética (SGE) todos los hoteles o solamente las que tengan más de 250 trabajadores?

Lo primero que se deberá observar es si tal y como está estructurada la empresa cumple el ámbito de aplicación del RD.

La obligación de realizar la auditoría energética o SGE es también de aplicación a los grupos de sociedades en su conjunto, de forma que la auditoría deberá tener en cuenta todas las sociedades vinculadas al grupo consolidado. «Existe un grupo cuando una sociedad ostente o pueda ostentar, directa o indirectamente, el control de otra u otras». Y, en particular, se presume que «existe control cuando una sociedad, que se calificará como dominante, se encuentre en relación con otra sociedad, que se calificará como dependiente, en alguna de las siguientes situaciones»:

- que posea la mayoría de los derechos de voto;
- que tenga la facultad de nombrar o destituir a la mayoría de los miembros del órgano de administración;
- que pueda disponer, en virtud de acuerdos celebrados con terceros, de la mayoría de los derechos de voto;

• que haya designado con sus votos a la mayoría de los miembros del órgano de administración, presumiendo tal circunstancia cuando la mayoría de los miembros del órgano de administración de la sociedad dominada lo sean también del órgano de administración de la sociedad dominante o de otra dominada por ésta, o altos directivos dentro de ellas.

El Real Decreto obliga a las grandes empresas a efectuar auditorías energéticas, entendiéndose por tales:

- las que ocupen al menos a 250 personas,
- las que, sin cumplir el anterior requisito, cuenten con un volumen de negocio mayor de 50 millones de euros y un balance general que sobrepase los 43 millones de euros.

Por tanto, quedan obligadas todas las grandes empresas, independientemente del sector de actividad en el que actúen. Y quedan excluidas (además el RD lo menciona de forma expresa) las microempresas y las pymes.

¿Qué puede ocurrir si se incumple las exigencias del Real Decreto?

El régimen sancionador establece tres tipologías de incumplimientos: muy graves (no realizar la auditoría o implantar el SGE, por ejemplo), graves (que no alcancen los criterios mínimos los trabajos realizados) o leves (la no comunicación en plazo de la auditoría. Al margen de que el importe de la multa pueda alcanzar hasta los 60.000 euros, lo de verdad exigente de este régimen sancionador

es que las empresas incumplidoras podrán llegar a ser inhabilitadas hasta por un periodo de cinco años.

Si el hotel que opera no es en propiedad, sino que se cuenta con un contrato de alquiler, ¿debo pasar yo la auditoría o el arrendador?

Según el preámbulo del RD, «La finalidad de este real decreto será el impulso y la promoción de un conjunto de actuaciones a realizar dentro de los procesos de consumo energético que puedan contribuir al ahorro y la eficiencia de la energía primaria consumida, así como a optimizar la demanda energética de la instalación, equipos o sistemas consumidores de energía, además de disponer de un número

suficiente de profesionales competentes y fiables a fin de asegurar la aplicación efectiva y oportuna de la citada Directiva 2012/27/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2012. En este sentido se trata también de profundizar en el desarrollo del mercado de los servicios energéticos a fin de asegurar la disponibilidad tanto de la demanda como de la oferta de dichos servicios.»

Por tanto, será responsabilidad de quien pueda gestionar las facturas y los consumos energéticos realizar las auditorías para intentar dar continuidad al Decreto y poder implantar actuaciones que contribuyan al ahorro y la eficiencia energética.

¿Puedo dar cumplimiento a la auditoría con la ISO 14001 o similar?

Artículo 3 apartado b del RD. En caso de tener aplicado un SGE o ambiental, certificado por un organismo independiente, cada cuatro años se deberá presentar en el órgano competente una declaración responsable indicando que se ha realizado la auditoría conforme a lo establecido en el RD.

El hecho de disponer de un SGE o ambiental o certificado energético facilita esta obligación, pero igualmente, se tendrá que declarar que se ha actualizado la auditoría según especificaciones del apartado 3 del artículo 3.

El objetivo es contribuir al ahorro y la eficiencia de la energía primaria consumida



iEnergy se asocia al ITH para trabajar en eficiencia y sostenibilidad

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha sumado un nuevo socio en el área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética. Se trata de la consultora energética de base tecnológica iEnergy, que dispone de una variada red de técnicos, incluyendo arquitectos e ingenieros, para resolver las consultas y

proporcionar servicios técnicos a los hoteles a nivel nacional. El acuerdo entre ambas compañías fue suscrito por Alvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, y José Antonio Alcobendas Martínez, en nombre y representación de iEnergy.

El objetivo de esta asociación es ofrecer al sector hotelero un servicio técnico de consultas gratuitas, que podrán ser resueltas por teléfono y/o por correo electrónico (oalonso@ithotelero.com). Asimismo, cada interesado dispondrá de su propio técnico asignado. De esta manera, se proporcionará a los alojamientos servicios de calidad de asesoría técnica referentes a eficiencia energética, materias en las que cada vez hay más interés en el sector, dado el alto potencial de ahorro existente. Y es que a la hora de adoptar estrategias sostenibles los empresarios hoteleros apuestan principalmente por medidas enmarcadas en esta área, que les permitan ahorrar considerablemente en su factura energética con un retorno de inversión a corto plazo.

Fruto del acuerdo alcanzado por iEnergy y el ITH, se ofrecerán también soluciones escalables y adaptables a partir de la bolsa de soluciones tecnológicas ofrecidas por los partners tecnológicos del ITH, a cada tipo de esta-



blecimiento para suplir sus principales necesidades y exigencias en materia de gestión energética, ofreciendo estándares de garantía y calidad superiores a los establecidos por normativa. Para

los hoteles que así lo requieran se dará la oportunidad de contratar servicios propios de asesoría energética "in situ" con ventajas negociadas y podrá recibir presupuestos de empresas instaladoras

y constructoras que cumplan los requisitos de formación requeridos por las marcas recomendadas por el ITH.

La eficiencia energética se constituye como una parte fundamental de las estrategias sostenibles que pueden desarrollarse tanto en hoteles pequeños como en grandes cadenas hoteleras, aunque estas estrategias tienen un recorrido más amplio que no sólo abarcan el ahorro de energía. Desde el ITH recuerdan que los objetivos para cada empresa no deben fijarse solo para periodos cortos, sino también con visión a medio y largo plazo, con indicadores de cumplimiento que permitan la mejora continua y el alcance de estos objetivos.

iEnergy es una consultora energética de base tecnológica pionera en el desarrollo de plataformas web que permiten a usuarios que no disponen de conocimientos técnicos, valorar qué medidas de mejora relativas a eficiencia energética, confort, accesibilidad y mantenimiento pueden realizar en su vivienda, negocio y/o edificio.

Subvenciones para los hoteles que cumplimenten la encuesta de ocupación

El Instituto Nacional de Estadística (INE) concederá ayudas de entre 200 y 3.000 euros a hoteles y apartamentos turísticos que envíen sus encuestas de ocupación en formato XML. Así se recoge en el Boletín Oficial del Estado del 12 de abril, donde se detalla que la dotación global de la convocatoria asciende a 490.000 euros, de los cuales 98.000 irán dirigidos a apartamentos turísticos y 392.000 a aquellos hoteles obligados a cumplimentar la encuesta de ocupación hotelera. El importe de la subvención individual se fija en 200 euros por establecimiento turístico, con un límite máximo de 3.000 euros por receptor.

Es la segunda vez que el INE convoca estas ayudas para mejorar el sistema de gestión de clientes. Pueden suponer hasta 3.000 euros en caso de cadenas con varios establecimientos. El Instituto Tecnológico Hotelero, al igual que en la convocatoria anterior, le apoya en la difusión, respondiendo así a su compromiso con el sector hotelero.

Del presupuesto global, casi medio millón de euros, la cuarta parte irá dirigida a establecimientos hoteleros. En el caso de no llegar al límite establecido en algunas de las operaciones estadísticas y habiendo

solicitudes no cubiertas en la otra modalidad, se podrá utilizar el sobrante para estas últimas hasta agotar la subvención.

Con esta orden, el Ministerio de Economía y Competitividad, a través del INE, desarrolla una orden de subvenciones

destinadas a obtener los datos estadísticos con menor coste para el INE y a reducir la carga para los informantes, mediante el uso de ficheros XML (según el formato establecido) por los establecimientos turís-

ticos obligados a dar información al INE. El plazo de presentación de solicitudes arrancó el 13 de abril y permanecerá abierto hasta el 10 de agosto. Los requisitos de las empresas que pueden optar a estas subvenciones se detallan en la resolución

estadísticas 30235 Encuesta de Ocupación Hotelera y 30236 Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos.

El beneficiario tendrá que justificar el cumplimiento de la finalidad para la que se le concedió la subvención realizando el envío de los datos estadísticos a través de ficheros XML según el formato establecido al menos durante seis meses consecutivos desde el primer envío, que deberá hacerse antes de la finalización del plazo de resolución del procedimiento.

La Encuesta de Ocupación Hotelera y la Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos del INE, que miden la evolución de la oferta y la demanda, son un trámite obligatorio con la Administración. Esta línea de subvenciones está destinada a obtener datos estadísticos a menor coste para el INE y a reducir la carga a los informantes mediante el uso de ficheros XML por los establecimientos turísticos obligados a dar esta información. Se financia así el coste que para el informante pudiera suponer la mejora del sistema de gestión de clientes.

Puede encontrar más información y acceder al procedimiento a través de esta página web: <https://sede.ine.gob.es/subvenciones>.



destinadas a obtener los datos estadísticos con menor coste para el INE y a reducir la carga para los informantes, mediante el uso de ficheros XML (según el formato establecido) por los establecimientos turís-

del 1 de abril del Instituto Nacional de Estadística, donde se incide en que el objeto es fomentar el uso de ficheros XML por parte de los establecimientos turísticos obligados a dar información al INE en las

Sostenibilidad en hoteles, una filosofía de negocio

A la hora de definir la sostenibilidad, en muchas ocasiones la conectamos con el ahorro energético. Nos referimos a medidas de eficiencia energética, reducción de consumos de agua, electricidad o gas, iluminación eficiente, instalaciones inteligentes, etc. Pero, ¿es

realmente eso lo que implica el término sostenibilidad? La respuesta rotunda es no. En este artículo, Paula Pielfort, responsable de Comunicación del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), plantea algunos aspectos referentes al alcance que debe tomar este concepto.

Cada vez hay más consciencia de la amplitud del término sostenibilidad, pero todavía existe mucha confusión al respecto. Cuando hablamos de sostenibilidad estamos hablando de eficiencia, pero también de responsabilidad corporativa, de compromiso social y local, de accesibilidad, etc.

Hay iniciativas en este sentido con las que se están logrando importantes cambios. Ilunion Hotels, por ejemplo, basa en este tipo de concepto su diferenciación afirmando distinguirse del resto por su compromiso con las personas, sello de las empresas de la ONCE y su Fundación. Otras grandes cadenas, como Meliá Hotels International o NH Hotels contemplan la sostenibilidad dentro de su estrategia de negocio. En el caso de Meliá Hotels International apuntan a que la pérdida de la identidad cultural de un destino puede desembocar en la disminución de su atractivo turístico al desaparecer la singularidad que lo hace único. “Además, la existencia de bolsas de pobreza en comunidades en las que estamos presentes es una realidad. Procurar la mejora de estas situaciones es una obligación que debemos cumplir, frente a nuestros empleados, nuestros clientes y la sociedad”. La compañía afirma trabajar desde tres pilares: el medio ambiente, el compromiso social y la cultura.

Por su parte, desde NH Hoteles afirman que su misión es consolidar una cultura de responsabilidad en todos los niveles que les permita ofrecer servicios sostenibles y excelentes. La orientación a las personas, la incorporación de la innovación para adelantarse a las necesidades de sus clientes, fomentar la responsabilidad medioambiental y dar sentido al negocio de manera que se ejecuten las acciones necesarias en coherencia con la estrategia, sus principios éticos y la responsabilidad para asegurar la viabilidad económica, la rentabilidad y la financiación de la compañía en el futuro, son algunos de los valores que incluye la cadena en este sentido.

Sostenibilidad para grandes y pequeños

Pero también compañías más pequeñas y pequeños empresarios están apostando por el desarrollo sostenible.

Jairo González, CEO de Sidorme Hotels, afirma la sostenibilidad está en el ADN de la cadena. “En cada momento intentamos poner la tecnología en el hotel que más se adapte a su ubicación”, explica, afirmando que por la propia concepción de la cadena somos muy eficientes a la hora de reducir la huella que el huésped que se queda en Sidorme deja. “Queremos que el consumo sea mínimo, pero nunca a cambio de sacrificar el confort del huésped. Y yo creo que lo estamos consiguiendo”.



Bed4U se ha embarcado en varios proyectos solidarios, dentro y fuera de España

Otro ejemplo lo tenemos en el Hostal Grau de Barcelona, que se posiciona como hotel 100% sostenible. Este establecimiento fue rehabilitado en 2012 usando en todo el proceso elementos libres de compuestos orgánicos volátiles (COV). Mónica Vallejo, propietaria del establecimiento, explica que las camas están hechas a mano, todos sus muebles son recuperados y muchos provienen de la propia familia Grau.

También en Barcelona encontramos el alojamiento Twentytú, que se autodefine como un “eco-hotel friendly”. Ignais Uñó, administrador de Twentytú Hi-Tech Hostel, explica que además de apostar decididamente por la eficiencia energética en forma de reducción de emisiones o ahorro de recursos y de su promoción por el talento local, el establecimiento está inmerso en otros proyectos que demuestran el compromiso con su entorno. Han impulsado

iniciativas con el mundo universitario y el tejido empresarial de la ciudad, así como organizando actividades para el fomento de la cultura y la gastronomía local, como la promoción de la plataforma “Poble Nou Urban District” para la difusión de la historia, el arte y la cultura del barrio. Entre otras acciones, también participan desde hace tres años en una iniciativa promovida desde una empresa constituida por cuatro jóvenes emprendedores, Bcn Moments, en la que acoge a los jóvenes con las 20 mejores notas de selectividad de Cataluña y, estando alojados en el hostel, visitan algunas de las empresas más punteras de la ciudad. “En toda esta carta de actividades que puede parecer que nos desvían del negocio original, para el Twentytú es primordial fomentar e integrar programas de ayuda social a los más desfavorecidos. Desde hace unos años colaboramos con Business



Twentytú refleja en su estrategia un fuerte compromiso con el entorno.

with value para la integración en el mundo laboral de personas discapacitadas”. La compañía ha puesto en marcha lo que ha denominado “tasa solidaria” de ayuda a la infancia, mediante la cual se destina un euro de cada reserva a colaborar con la fundación IReS, Make-A-Wish Spain o el Hospital Sant Joan de Déu, a elección del cliente. “Esto nos permite dar a conocer la labor de las tres organizaciones e implicar a los turistas, llegando incluso a recibir peticiones de estos para conocer más a fondo la causa con la que colaboran. Un primer paso que quiere ser el inicio de una colaboración de forma permanente y lo más importante, nos puede ayudar a implicar a otras empresas de nuestro entorno a poner su grano de arena”, explica Uñó.

Compromiso social

Otra empresa comprometida con la sostenibilidad es Artiem Hotels. Su presidente, José Guillermo Díaz-Montañés, preguntado por la estrategia que desarrollan en este sentido afirma: “Nosotros pensamos que trabajar para lograr la prosperidad de todos los stakeholders con los que nos relacionamos no es sólo nuestra responsabilidad como empresa, sino una forma de lograr ventajas competitivas sostenibles y duraderas. Este convencimiento es lo que tratamos de llevar a la práctica en todas nuestras decisiones y actuaciones”.

Como ejemplo de colaboración que además traspasa las fronteras encontramos el caso de Bed4U y su implicación en el proyecto solidario One two... Tree!, una organización sin ánimo de lucro que apuesta por la educación como clave del impulso del sector turístico y de la infraestructura económica de Nicaragua. La cadena se sumó a la iniciativa y una de sus directoras de hotel, Laura Ruiz, se trasladó al país para formar a los adultos. Además, el papel de Bed4U Hotels se centró también en la difusión del proyecto solidario, en facilitar material didáctico específico para los cursos a impartir y en apoyo económico. Otro de los proyectos lanzados por Bed4U Hotels en colaboración con la CEAFA es “Habitación Solidaria con el Alzheimer”, de manera que por cada reserva en este tipo de habitación, Bed4U Hotels aportará un donativo de dos euros al día.

Estos son solo algunos ejemplos de diferentes iniciativas que van desde medidas para ser más eficientes en el consumo de energía, a otras enfocadas a fomentar la responsabilidad social corporativa y proyectos para impulsar la solidaridad, pero cada vez surgen más propuestas en este sentido que son bien acogidas en el sector.

Como afirma Juan Molas, presidente de la CEHAT y del ITH, la sostenibilidad tiene que dejar de ser una asignatura pendiente para convertirse en una realidad en la filosofía de los hoteles actuales y futuros.

Sabre se une al ITH para fortalecer su desarrollo en el turismo

Sabre Corporation (NASDAQ: SABR), uno de los principales proveedores tecnológico de la industria turística internacional, ha suscrito un acuerdo de colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) identificando en esta organización su competencia para ofrecer soluciones tecnológicas y de innovación al sector

hotelero. La plataforma digital de viajes Sabre facilita la comercialización y la venta de billetes de tren, tarifas aéreas, habitaciones de hotel, coches de alquiler y otros servicios de viaje a más de 425.000 agentes de viajes y miles de empresas que la usan para buscar, reservar y gestionar viajes.

La industria hotelera es para Sabre uno de los pilares donde focalizar su inversión en innovación y desarrollo.

Sabre Hospitality Solutions da servicio a más de 24.000 hoteles de todos los tamaños y en todo el mundo, desde propiedades independientes que demandan soluciones de marketing avanzadas a cadenas globales que comprenden que contar con el socio tecnológico adecuado puede ayudarles a centrarse en lo que tiene mayor impacto en su negocio para ofrecer experiencia de cliente de primer nivel.

Nos encontramos ante un sector altamente fragmentado, especialmente en Latinoamérica y Europa, y para Sabre es muy importante abarcar un gran número de propiedades de todos los tamaños para responder a una demanda cada vez más exigente y diversa de los viajeros.

Sabre apuesta por un modelo de personalización plena a través de todos los dispositivos, portátiles, tabletas o móviles, ya que los clientes quieren un



acceso multiplataforma e inmediato. Esto incluye la disponibilidad de tarifas, fotos, inventarios, servicios extra disponibles en todos los formatos. La mejor forma de construir la lealtad del cliente y el incre-

mento de los ingresos pasa por mejorar la experiencia de cliente.

La utilidad del big data y el empleo de todas las tecnologías disponibles al servicio de la industria hotelera son retos

que destacan desde la compañía ya que ayudarán al hotelero a diferenciarse y anticiparse a las necesidades del viajero.

Según el informe realizado por Sabre y Forrester Consulting, casi dos tercios de los viajeros por placer y más de la mitad de los que viajan por negocio no tienen lealtad a una cadena hotelera concreta y la mayoría de los viajeros se muestran dispuestos a compartir sus datos personales con el hotel si les mejora la experiencia durante su estancia.

Para incrementar la lealtad de sus clientes, los hoteles deben reinventar sus programas de fidelización a través de todos los canales.

Además de apoyar su desarrollo en el negocio hotelero, la compañía está apostando por impulsar su inversión en España, combinando su conocimiento global con el local a través de su equipo en el país. Unido a la experiencia del ITH, juntos proveerán de soluciones tecnológicas e innovación a las compañías españolas con planes de crecimiento y expansión para acelerar el incremento de negocio.

El sector español, menos concienciado que otros países en eficiencia energética

Más de cien profesionales provenientes de Cataluña, Aragón, la Comunidad Valenciana, Andorra, País Vasco y Madrid asistieron a la II Jornada Hispano-Alemana de Eficiencia Energética y Energías Renovables en el Sector Turístico.

Carrillo de Albornoz señaló que actualmente, en España hay 10.000 hoteles que pertenecen a pequeñas cadenas o son independientes, y subrayó la necesidad de que “estos establecimientos vean la eficiencia energética como una oportunidad”. Asimismo, insistió en la necesidad de los hoteles de adaptarse a las nuevas tendencias de consumo responsable, que comienzan a caracterizar el comportamiento de compra de los turistas, “la industria necesita reenfoque la percepción de la sostenibilidad como valor empresarial, en función de su estrategia”.

Algunas de las conclusiones recogidas durante la jornada apuntan a que el desarrollo sostenible del turismo exige la participación de agentes relevantes, así como una estabilidad política para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. Además, el cambio climático es una realidad y un reto al que nos enfrentamos todos, tanto el empresario como el

consumidor. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

Entre los ponentes del evento se encontraban también Ainhoa García, del

Instituto Catalán de Energía (ICAEN); Carolin von Buddenbrock, jefa de asuntos económicos de la Embajada de la República Federal de Alemania; Heike Marcinek, responsable de proyectos de eficiencia energética en edificios de la Agencia Alemana de Energía (dena); Christine

Lemaitre, Consejera delegada del German Sustainable Building Council (DGNEB e.V.); y Lena Keller, en representación del Ministerio Federal de Economía y Energía (BMWi).

También participaron representantes del sector privado, como Miguel Escobosa, subdirector de Operaciones de Catalonia Hotel-Resorts, y Rodrigo Morell, gerente de CREA, que expusieron mediante casos prácticos los retos que supone llevar a la práctica las medidas de eficiencia energética.

Actuaciones específicas

Según indica la Cámara Alemana en un comunicado, la gran parte de la demanda energética en el sector se ve reflejada en la climatización y en la iluminación por lo que a nivel nacional se están generando medidas y nuevas soluciones y técnicas para la mejora de la eficiencia en edificios.

Paralelamente la Cámara de Comercio Alemana organizó los días consecutivos a la Jornada Hispano-Alemana del pasado 19 de abril, la denominada Misión Comercial en la que se concretaron 65 reuniones individuales entre las empresas alemanas y empresarios locales interesados en conocer soluciones tecnológicas eficientes.



i3i Ingeniería Avanzada, nuevo socio del Instituto Tecnológico Hotelero

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) acaba de incorporar a su red a un nuevo socio en el ámbito de Sostenibilidad y Eficiencia Energética. Se trata de la empresa especialista en sistemas de control de instalaciones i3i Ingeniería Avanzada.

El objetivo de este acuerdo es poder ofrecer soluciones personalizadas a los hoteles en el ámbito del control integral de las instalaciones de climatización, alumbrado, gestión de consumos y telegestión. Estas soluciones son adaptables a las necesidades concretas de cada tipo de cliente, desde el pequeño hotel, hasta las grandes cadenas.

i3i, el nuevo socio del ITH, es a su vez Building Premium Partner de uno de los más veteranos socios del ITH, Schneider Electric, que cuenta con amplia experiencia en el sector hotelero y productos adaptados a esta industria, como SmartStruxure y SmartStruxure Lite. “Esto nos permitirá cumplir con los objetivos más exigentes en cuanto a la eficiencia energética y a la optimización de los consumos”, explica Ignacio Fernández García, director técnico de i3i Ingeniería Avanzada, quien resume en cinco los puntos de actuación en el sector hotelero:

- Desarrollo del sistema de control en el edificio (BMS. Building Management System), adaptado a las necesidades particulares de cada cliente. Dicho sistema tendrá como prioridad el confort y bienestar del



cliente del hotel, priorizando la Eficiencia energética y el ahorro. Además nos permitirá una total flexibilidad y modularidad, de forma que siempre podremos ir creciendo con nuestro edificio.

- Desarrollo de sistemas de control de alumbrado y persianas, ligado al BMS, utilizando protocolos abiertos reconocidos en el mercado, tales como DALI, KNX, LON, etc.

- Sistemas de telegestión de instalaciones, pudiendo acceder fácilmente y de forma remota a los sistemas de control instalados.

- Sistemas de gestión de la energía, pudiendo optimizar de forma eficiente todos

los consumos y teniendo toda la información sobre estos, de cara a mejorar nuestra factura eléctrica y hacer un análisis pormenorizado de la calidad de nuestra energía.

- Puesta en marcha (commissioning), garantizando la correcta interconexión entre los sistemas, así como el correcto funcionamiento de todas las instalaciones, de forma que todo nuestro hotel trabaje como un solo equipo.

“Cada hotel es una estructura viva, con sus particularidades. Las instalaciones son los músculos que mueven el hotel; pero de nada servirán, si no somos capaces de gestionar y controlar de forma eficaz y

eficiente toda nuestra inversión”, afirma Fernández, recordando que la misión de i3i es ser el proveedor de referencia para la gestión integral de instalaciones en el sector hotelero, proporcionando todas las herramientas para la gestión eficiente del conjunto de instalaciones del edificio, comenzando por un análisis profundo del sistema y desarrollando una plataforma que permita dirigir con precisión todas las instalaciones del edificio.

Coralía Pino, responsable de Proyectos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del ITH, afirma que este acuerdo puede beneficiar a la industria hotelera dado que hay un número muy elevado de establecimientos en los que el desconocimiento y la falta de información sobre los consumos de energía que generan imposibilitan el desarrollo de medidas de mejora en eficiencia energética, la disminución del consumo con la suficiente solvencia técnica y la posibilidad de medir y verificar los ahorros buscados. Es muy importante que el hotelero mejore su conocimiento acerca del cuándo, del cómo, del dónde y de cuánta energía consumen las instalaciones de cada hotel, ya que de esa forma dispondrá de una información muy valiosa para la toma de decisiones sobre las medidas de mejora a llevar a cabo y de una herramienta real para la posterior verificación de la eficacia de las mismas.

ITH y Thinktur participan en el Primer Informe sobre Emprendimiento Turístico

Desde el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Plataforma Tecnológica del Turismo – Thinktur, conjuntamente con la escuela de negocios ESADE y la consultora Deloitte Consulting, en el marco del Aula Internacional

de Innovación Turística ESADE CREAPOLIS, se está elaborando el Primer Informe de Emprendedores en el Sector Turismo, Restauración y Ocio en España para el año 2016.

El objetivo de este estudio pionero es analizar las motivaciones, obstáculos y enfoques de negocio de las startups y emprendedores relacionados con dichos sectores.

Esta iniciativa emprendedora está determinada en gran medida por la motivación de una persona o varias para buscar e identificar una oportunidad de negocio, y posteriormente organizar los recursos necesarios para ponerlo en marcha, contando con que se enfrentan con resolución a situaciones difíciles, y están dispuestos a asumir riesgos, apoyado en algunas ocasiones con acceso a la financiación para acometer las inversiones necesarias en la creación de las empresas.

En los últimos años, el número de microempresas sin trabajadores ha crecido levemente, pasando de un 51% en 2005 a un 54% del total de empresas en 2014, según el “Informe de la situación de la Pyme 2014” publicado por el Ministerio de Economía, destacando la figura jurídica de las personas físicas (63%), siendo

Madrid, Cataluña y Andalucía las principales comunidades autónomas donde se ubican, y las microempresas relacionadas con la Hostelería suponen un 9%.

Desde ITH-Thinktur se ha difundido un cuestionario entre startups, incubadoras, aceleradoras y miembros de la plataforma, con la finalidad de conocer las opiniones y comentarios de emprendedores en el sector turístico, restauración y ocio, cuya información recogida será fundamental para elabo-

rar el estudio (dicha información será tratada de forma confidencial).

En la elaboración y difusión de este estudio también participan los principales centros tecnológicos y de innovación relacionados con el turismo, como son Invat•tur (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas), Andalucía Lab, Tecnalia Ventures, FIT Canarias, ITREM (Instituto de Turismo de la Región de Murcia), y Parque Científico Tecnológicos de Turismo y Ocio de Cataluña (PCTT).



ITH contará sus iniciativas innovadoras en la universidad

A lo largo de los próximos meses, tanto ITH como algunos de sus socios tecnológicos, estarán presentes en destacados eventos relacionados con las nuevas tecnologías y la innovación, como la IV Jornada de Nuevas Tecnologías y Turismo celebrada por la Universitat de Lleida el 27 de abril, en la cual SmartVel presentó su planificador de viajes e ITH propuso cómo la tecnología puede ayudar a la comercialización turística.

En la Jornada OCITUR 2016- Innovación y nuevas tendencias en marketing turístico, el 12 de mayo, organizada por TecnoCampus Mataró, se dará a conocer las nuevas tendencias y la innovación que las empresas turísticas están practicando en su marketing, donde Emotion Experience expondrá ITH TravelinMotion- Hotel del Futuro, e ITH participará en una mesa redonda.

Se cierra esta primera parte del año en el III Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico - IMAT 2016, organizado por ESIC, el 30 de junio y 1 de julio, participando en la mesa redonda “Conocer al Turista: Innovación y Tecnología”.

Antonio Mayor, reelegido presidente de HOSBEC en su Asamblea General

Antonio Mayor ha resultado reelegido presidente de HOSBEC hasta 2020 por una amplia mayoría de los votos emitidos en una de las asambleas más numerosas en asistencia que se recuerdan. Con 154 votos afirmativos de los 155 votos emitidos, la nueva Junta Directiva ha sido designada con una ampliación en

su número de vocales hasta los 20 para responder al importante incremento de representatividad que está experimentando la asociación. Hosbec ha batido su récord de asociados en este último año al alcanzar ya la cifra de 230 y rozar las 73.000 plazas.

Al acto de clausura de la Asamblea han asistido el Secretario Autonómico de Turismo, Francesc Colomer, el Diputado de Turismo, Eduardo Dolón y el Alcalde de Benidorm, Toni Pérez entre otras autoridades y empresarios invitados. Entre ellos el Director del Aeropuerto, Santiago Martínez-Cava, la directora de Visit Benidorm Leire Bilbao, y también representación empresarial de Cierval con su Secretario General, Javier López Mora o de la CEV con su presidente Salvador Navarro.

En su discurso, Antonio Mayor ha destacado que "tenemos que ser realistas y esta especie de 'lotería' que nos ha tocado (actos terroristas en destinos competidores, petróleo a precios bajos, nulos tipos de interés o la devaluación del euro frente a la libra) no va a ser eterna." Ha cuestionado si se lee bien la realidad para poder afirmar si verdaderamente hemos pasado la crisis. En su opinión "no cabe duda de que el turismo es la punta de lanza de la recuperación económica. Es el principal motor de la creación de em-



pleo". Ha vuelto a reclamar una política de apuesta estratégica por el turismo, y una nueva planificación de la actividad bajo la sombra del nuevo modelo 'airbnb' que tiende a una desregularización de la actividad de alojamiento. No es admisible

que se sigan haciendo inversiones con dinero público sin que nadie tenga ninguna conciencia de que retorno producirán. El tiempo de la inversión en infraestructuras basada en prioridades políticas debe enterrarse definitivamente, y ahora deben

priorizarse las inversiones de retorno contrastable y seguro".

Sobre la temporada turística de 2016, el presidente de HOSBEC ha recordado que "no son todos los datos positivos. Sigue cayendo el ingreso por turista extranjero en un 2,1% según el Banco de España y se encadenan ya 16 años de caídas. Es cierto que vienen cada año más, pero son turistas de perfiles de menor gasto diario asociado." Aun con esto datos más negativos, ha recordado que "estamos viviendo un momento de oportunidad de ampliar nuestra demanda (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia) debido a los problemas de inseguridad de nuestros competidores. No deberíamos dejar pasar esta oportunidad para hacer un esfuerzo público-privado para la promoción que mejore nuestra posición en el mercado tanto en el invierno como en el verano. Y, a pesar de la incertidumbre pública y la desaceleración mundial, la industria hotelera sigue invirtiendo y arriesgando en un acto de fe en nuestro futuro turístico y como destino".

Luis Callejón Suñé es elegido nuevo presidente de AEHCOS

José Carlos Escribano deja la presidencia de AEHCOS tras agotar las dos legislaturas que marcan los estatutos de la Asociación. Durante la Asamblea General Extraordinaria, que ha celebrado la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), ha sido elegido por unanimidad Luis Callejón Suñé como nuevo presidente de la patronal hotelera.

El nuevo presidente toma el relevo de AEHCOS con mucha ilusión y optimismo, ya que la misma goza de gran salud y está perfectamente posicionada.

Su deseo es continuar con los caminos ya iniciados y seguir apostando por las nuevas tecnologías y la calidad de los establecimientos turísticos que representa la Asociación.

Luis Callejón goza de amplia experiencia asociativa, ya que es miembro de la Junta de Gobierno de AEHCOS desde hace 15 años, habiendo sido incluso vicepresidente primero de la misma.

Como él mismo reconoce, ha casi nacido en los hoteles y vivido dentro de ellos muchos años, lo cual le aporta el conocimiento para poder ser el portavoz de los asociados. Asimismo, se han nombrado cuatro nuevos vicepresidentes

y el vocal representante de Hoteles de cinco estrellas.

Como Vicepresidente por Antequera y Comarca ha renovado su cargo Oscar Pascual Martín, en representación del Hotel Los Dólmenes.

Como Vicepresidente por Fuengirola ha renovado su cargo Rafael Albuixech López, en representación de Hotel Las Palmeras.

Como Vicepresidente por Estepona, Manilva y Casares se ha incorporado Manuel Piedra, en representación de Hotel Iberostar Costa del Sol.

Y finalmente como Vocal representante de Hoteles de cinco estrellas ha renovado su cargo Fernando Al Fark en representación del Hotel Los Monteros.

AEHCOS cuenta con más de 350 establecimientos hoteleros asociados, que representan más de 88.000 plazas de alojamiento y suponen el 85% de las plazas hoteleras de la provincia de Málaga. Con más de 37 años, se trata de la asociación hotelera más antigua de España y la más numerosa considerando el número de asociados que agrupa. Asimismo, cuenta con más de 100 empresas colaboradoras del sector del turismo, que apoyan con condiciones especiales a los asociados,



intensificando la labor de la asociación a favor de una mejora continua del destino Costa del Sol. Desde hace siete años otorga anualmente los Premios AEHCOS a tres

categorías: Trayectoria profesional del turismo realizada en la Costa del Sol, Empresa del sector turístico por la promoción de la Costa del Sol y Personaje malagueño.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO DIARIO ONLINE

CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoHotel.com
HOTELERIA Y ALOJAMIENTO
PERIODICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

CEHAT
HOTELERIA ESPAÑOLA
PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



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

EL NOTICIERO OPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
ANUARIO (1 EDICION)

DOSSIER NEXOTUR
CONVENIO LABORAL DE AGENCIAS DE VIAJES

Futuralia
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO
ANUARIO (1 EDICION)

ESPECIAL NEXOTUR
CONGRESO UNAV
ANUARIO (1 EDICION)

CONEXO
COYUNTURA REUNIONES
ANUARIO (1 EDICION)



RANKING NEXOTUR
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)

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

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

Turnexo
SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

CONEXO
PALACIOS DE CONGRESOS Y CONVENTIONS BUREAU



Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico del Estado Español



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional



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

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



Nexotrans.com
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO DIARIO ONLINE



NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE



Nexotrans
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)



Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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



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



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



EL ECO
FILATELIA Y NUMISMATICA
MENSUAL (11 EDICIONES)



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



GOLDTIME.org
JOYERIA Y GEMOLOGIA
PERIODICO DIARIO ONLINE



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



ART & VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)



PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS



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



VOLVO EN RUTA
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



MAN people
TRANPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)



MANmagazine
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



MAN WORLD
TRANPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2 EDICIONES)



AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

Centro examinador de Cambridge en Tenerife

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, y el Cambridge English Language Assessment, a través del centro examinador autorizado ES 385, ubicado en Santa Cruz de Tenerife, han suscrito recientemente un acuerdo de colaboración que persigue promover entre alumnos de la Asociación hotelera la formación necesaria para el acceso posterior a alguna de las certificaciones oficiales de los exámenes Key English Test (KET, equivalente al A2), Preliminary English Test (PET-B1), First Certificate in English (FCE-B2), Cambridge in Advanced English (CAE-C1), Certificate of Proficiency in English (CPE-C2) o Teaching Knowledge Text (TKT, para sistema educativo).

El acuerdo, firmado por el presidente de Ashotel, Jorge Marichal, y la representante del centro examinador, Sheila Merritt, reconoce públicamente por parte de la patronal hotelera las certificaciones que otorga Cambridge English como válidas para demostrar una competencia lingüística según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

Antonio de María Ceballos es reelegido presidente de HORECA

Las instalaciones de Bodegas El Cortijo, del Puerto de Santa María, acogieron la XXXIX Asamblea Anual de la Asociación, donde se aprobaron la gestión y las cuentas del año 2015 y se aprobó el presupuesto para el 2016, rea-

lizándose a continuación elecciones a la Junta Directiva, de las que resultó reelegido Antonio de María Ceballos como presidente de HORECA. El número de asistentes a la asamblea se cifra en más de 300 empresarios.

El presidente de HORECA, Antonio de María Ceballos, del Restaurante San Antonio de Cádiz, ha vuelto a ser elegido al frente de la entidad. Y como vocal la Asociación Provincial de Hoteles, Noelia Martínez Sánchez, del Hotel Spa Cádiz Plaza de Cádiz. Como presidente de la Asociación Provincial de Restaurantes y Cafeterías, Domingo Maya Maya, del Restaurante El Asturiano del Puerto de Santa María.

Dos vocales de la Asociación Provincial de Restaurantes y Cafeterías: Pepa Cueto García, del Restaurante La Pepa de Cádiz; y Domingo del Castillo Serna, del Restaurante La Cueva de Jerez de la Frontera.

Vocal de la Asociación Provincial de Cafés, Bares y Tabernas, Alejandro Aragón García, del Bar Charlotte de Cádiz.

Presidente de la Asociación Provincial de Salas de Fiesta y Discotecas, Alexis Ruiz Martín, de la Discoteca Royale del Puerto de Santa María. Y dos vocales de la Asociación Provincial de Salas de Fiesta y Discotecas, Mariano Grau Pérez, de la Discoteca Kube Club



de Algeciras; y Fernando Marín Jiménez, de la Discoteca La Galería de Jerez de la Frontera.

El número de asistentes a los actos se cifra en más de 300 empresarios, celebrándose con éxito la Feria de Muestras de Hostelería y tras ésta un almuerzo de hermandad, donde se procedió a la entrega de las distinciones del 2016. Las

Insignias de Oro a Asociados, por toda una vida dedicada a la Hostelería a su jubilación recayeron este año en Manuel Baro Andrades, de Marisquería Baro (Cádiz); José Luis Fernández Caballero, del Bar Los Arcos (Cádiz); José Gómez Díaz, del Bar Los Pabellones (Cádiz); y en José Worgenchaffc Cancelo, del Bar La Pasarela (Cádiz).

Asolan apuesta por los alojamientos sostenibles

La apuesta por la sostenibilidad y el compromiso social marcan la agenda del Grupo de Alojamientos Sostenibles de Lanzarote (GAS). Este grupo de alojamientos que integra distintos establecimientos asociados a ASOLAN, cerró el 2015 consolidando su actividad en favor del medio ambiente y la responsabilidad social empresarial.

Durante el pasado año el GAS, cuya labor ha sido reconocida por el Gobierno de Canarias, otorgándole al Grupo la "Medalla a la Excelencia Turística" y por el Cabildo Insular de Lanzarote con el "Premio Isla de Lanzarote", realizó más de una veintena de actividades encaminadas a la protección y mejora de nuestro entorno natural, al tiempo que reforzó su obra social, con la puesta en marcha de diversas campañas humanitarias.

La recogida de juguetes destinados a Cáritas Parroquiales de Lanzarote, la entrega de productos de limpieza e higiene personal a la Asociación Calor y Café, su contribución con la protectora de animales y plantas Sara o su colaboración en la iniciativa "7 islas-7 retos" en favor

de la Asociación Tinguafaya, destinado a personas con discapacidad, son solo algunas de las iniciativas promovidas desde el sector durante el pasado ejercicio en el marco de la labor que los empresarios turísticos de Lanzarote realizan dentro de la responsabilidad social corporativa de sus empresas.

A estas actividades, recogidas en su Memoria 2015, se suman las medidas adoptadas durante todo el pasado año en pro de la sostenibilidad aplicada a los establecimientos. Así, se adoptaron acciones como la instalación de equipamiento energético renovable (geotermia, solar térmica...), la sustitución de luminarias por LED, la instalación de mantas térmicas en piscinas, optimización del riego, entre otras. Asimismo, se aportó una mayor información al cliente de la importancia de la reducción de los consumos tanto energéticos como hídricos, que han dado como resultado una disminución progresiva en los consumos de gas, electricidad y agua, contribuyendo directamente a potenciar el galardón de Reserva de la Biosfera que posee la isla.

ASHAL renueva el convenio con Kerabisur

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería (ASHAL) ha renovado el acuerdo suscrito en 2015 con la empresa ejidense Kerabisur, SL, especializada en la gestión de aceite vegetal usado, con lo que se garantiza un año más el patrocinio de los eventos gastronómicos que organiza.

La renovación de esta colaboración ha sido suscrita, por el presidente de ASHAL, Diego García, y Xabier Muro, gerente de Kerabisur, que, de esta manera, patrocinará también en 2016 las distintas citas culinarias que se han previsto como las Jornadas Cocina de Temporada o el Festival 'Tapas de Película', así como la Ruta 'De Tapas por Almería'.

Por otro lado, los hosteleros asociados a ASHAL contarán también con la ayuda de Kerabisur a la hora de dar salida a los

aceites usados que se acumulan en sus cocinas y de los que deben desprenderse según la normativa ambiental que recoge la obligatoriedad de entregarlos a un gestor en planta de tratamiento que garantice la trazabilidad desde el origen al destino.

El presidente de ASHAL, Diego García ha agradecido a Muro el trabajo que durante este último año se ha llevado a cabo a través de Kerabisur y que ha servido para concienciar a los hosteleros sobre la necesidad de reciclar además de facilitarles la forma de hacerlo.



Garantía

es saber que tus vacaciones
empiezan y acaban con una sonrisa



3

3 Meses
sin intereses*

902 400 454
viajeselcorteingles.es

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

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

Ibiza rechaza el alquiler turístico ilegal

La Federación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera aplaude la votación del último pleno del Consell de Ibiza, que con el apoyo de PP y de Podem Guanyem-Eivissa, rechazó la regulación de los alquileres turísticos que promueve el Govern balear.

Los hoteleros han celebrado también el anuncio del Consell y de la Agencia Tributaria de inspeccionar los alquileres ilegales, y han destacado la posición del Ayuntamiento de Ibiza, contraria a los alquileres turísticos.

Contrasta esta actitud con la que otros Ayuntamientos señalan. No se puede dar carta de naturaleza a la alteración unilateral del destino/uso de un inmueble, por la simple voluntad de su propietario. Si es residencial, debe ser residencial. ¿Regularán/legalizarán en San Antonio toda la realidad? Es decir, taxis piratas, incumplimientos de horarios, venta ambulante y todo un rosario de actividades ilegales que se dan en el municipio en verano.

Los hoteleros reclaman el apoyo de las autoridades públicas y piden que las leyes se elaboren "con un sentido positivo, posibilitando las innovaciones que demanda un mercado turístico cada vez más exigente".

Gas Natural fomentará la eficiencia energética de las empresas de León

La compañía energética ofrece a los miembros de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de León la elaboración de un estudio para mejorar su eficiencia energética, además de condiciones ventajosas en sus factu-

ras de gas, electricidad y servicios. Asimismo, Gas Natural Fenosa ofrecerá a los hosteleros asociados la elaboración de estudios con el objetivo de mejorar sus instalaciones de producción de calefacción, agua caliente, etc.

El delegado para Castilla y León y Cantabria de Gas Natural Servicios, José Manuel Toral, y la presidenta de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de León, María Ángeles Luengo, han suscrito un protocolo de colaboración para fomentar el ahorro energético en las empresas de hostelería y turismo de León.

El convenio, vigente por un año, contempla importantes ventajas competitivas para los empresarios miembros de la asociación en sus contratos de gas, electricidad y otros servicios energéticos.

Asimismo, Gas Natural Fenosa ofrecerá a los hosteleros asociados la elaboración de estudios con el objetivo de mejorar sus instalaciones de producción de calefacción, agua caliente, climatización e iluminación con tecnología LED, con carácter gratuito.

A través de este acuerdo, la compañía energética pone a disposición del sector hostelero soluciones de gestión eficiente de la energía relacionadas con la producción de calor y agua caliente



(renovación y transformación de salas de calderas centralizadas para calefacción y agua caliente de gasoil o glp a gas natural), climatización e iluminación, asumiendo

hasta el 100% de la inversión así como su mantenimiento reglamentario y averías durante la vigencia de los contratos (Gasconfort, Climaconfort y Ledplus).

La AHT quiere un control sobre los apartamentos

La Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo (AHT) considera que este tipo de inmuebles, que suelen comercializarse a través de portales como Booking, Wimdu o Airbnb, etc., merecen la consideración legal de 'alojamiento turístico extrahotelero', y que como tal deben declararse ante diferentes órganos de la Administración Pública.

Por ello y, tras realizar las indagaciones oportunas, la AHT ha vuelto a dirigirse a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha para pedirle que exijan la inscripción de éstas viviendas en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de Castilla-La Mancha, así como el cumplimiento de la normativa básica que se contiene en la Ley de Ordenación del Turismo. En este punto, la Administración ha remitido a la Asociación al plan de inspecciones que se han de publicar para 2016.

Asimismo, ha reclamado del Ayuntamiento de Toledo que solicite a los titulares de las mismas la preceptiva declaración responsable para ejercer la actividad. También se han mantenido contactos con la Jefatura Superior de Policía al objeto de pedir la aplicación

a este tipo de alojamientos de la normativa en materia de registro de viajeros. A este respecto, hay que señalar que la AHT agradece que la Policía Nacional haya iniciado una ronda de inspecciones. Igualmente, ha habido conversaciones con la Agencia Estatal Tributaria a los fines de pedir la realización de las actuaciones establecidas en el Plan Anual de Control Tributario y Aduanero para 2016, tendentes al descubrimiento de actividades y rentas ocultas que provengan de particulares que cedan viviendas por internet u otra vía.

La AHT no está en contra de esta modalidad de alojamiento, pero exige el cumplimiento de la normativa vigente, pues de lo contrario se está generando una situación de competencia desleal frente a los alojamientos reglados.

Por último, vuelven a hacer un llamamiento a la Administración Turística Regional para que al igual que está ocurriendo en otras Comunidades Autónomas, desarrolle la Ley del Turismo de Castilla-La Mancha en esta materia, pues, es la única manera de "nivelar las reglas de juego" frente a hoteles, hostales, casas rurales, etc., que están hiperreglados.

Asamblea de Hostelería y Turismo de Aragón

El Consejero de Vertebración Territorial, Movilidad y Vivienda, el Alcalde de Huesca o el Presidente de la Federación Española de Hostelería, entre algunos de los invitados a esta cena que tuvo como motivo la Asamblea General de la Asociación de Hostelería y Turismo de Aragón.

La Asamblea General a la que estuvieron convocadas las empresas de hostelería y turismo que forman parte del colectivo empresarial, valoraron la Memoria de Actividades del pasado año 2015, conocieron el presupuesto de ingresos y gastos que este año 2016, ascienden a 260.000 euros, se aprobó una importante modificación estatutaria, así como se ratificaron 3 cargos de vocalías por la totalidad y dos representantes por las zonas comarcales de Monegros y Somontano.

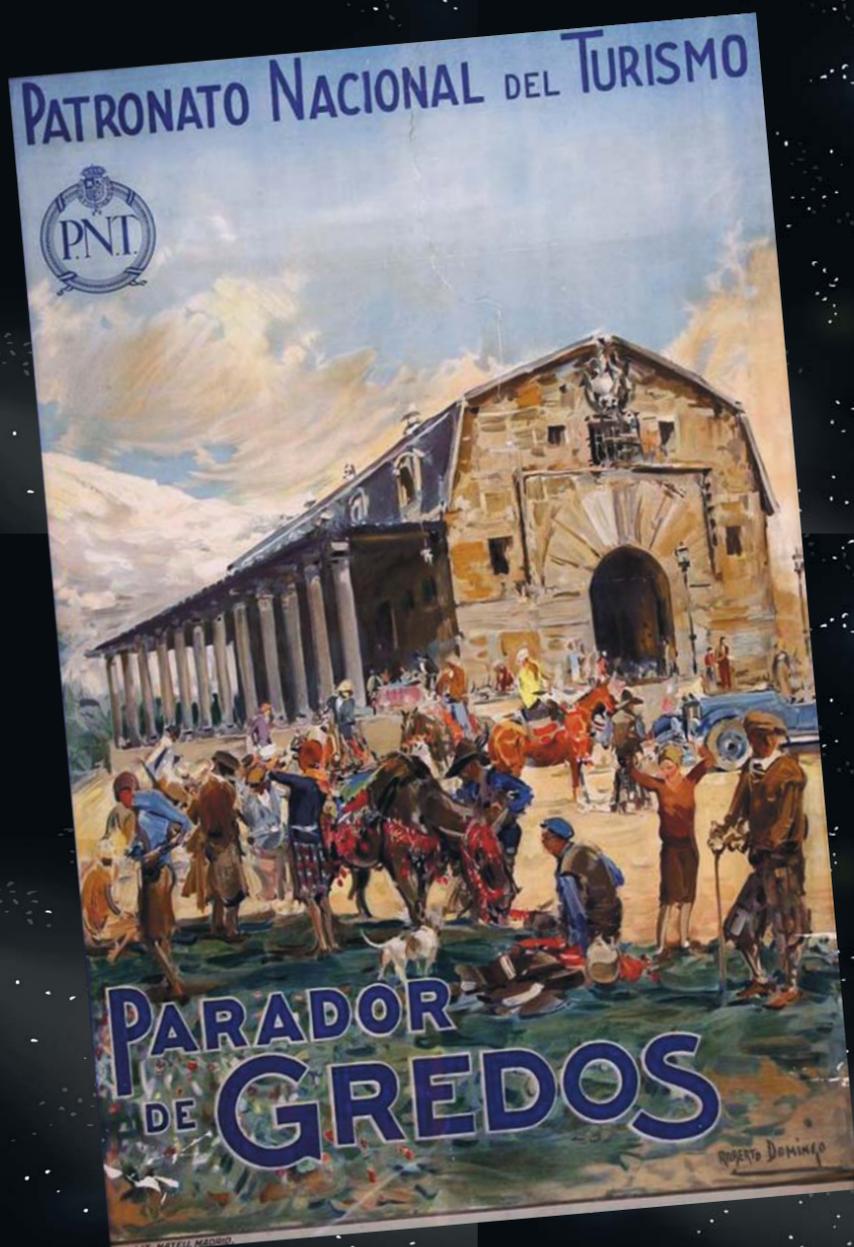
Una vez celebrada esta Asamblea, los asistentes se trasladaron al restaurante

Venta del Sotón de Esquedas, donde tuvo lugar la tradicional Cena del Socio y que contó con la presencia del Consejero de Vertebración, Territorial, Movilidad y Vivienda del Gobierno de Aragón, José Luis Soro, el Alcalde de Huesca, Luis Felipe o el Presidente de la Federación Española de Hostelería-FEHR, José María Rubio, entre otros asistentes. Durante este acto al que asistieron más de un centenar de personas, se hizo entrega de una placa al que ha sido Secretario-Gerente de la Asociación durante 38 años, Javier Peña, en reconocimiento a su labor durante este tiempo y jubilado a comienzos de este año.





El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en Nexohotel.com
Diario online de Hotelería

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

