

## Juan Molas aboga por desarrollar alternativas al sol y playa durante el I Foro Ibérico Empresarial

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, abogó en el I Foro Ibérico Empresarial por alternati-

vas al sol y playa, que representa un 25% del total del sector en el Estado, desarrollando clusters turísticos y productos y potenciando marcas. Esta situa-

ción requiere de inteligencia, voluntad y de ser capaces de definir qué tipo de productos turísticos son los necesarios para las zonas de interior, indicó.

El Foro, celebrado en Badajoz, estuvo compuesto por cuatro paneles de debate: energía, transporte y logística, turismo, y agricultura y alimentación; en el cual intervinieron ponentes de relevancia en el mundo económico y empresarial. Este encuentro ofreció una oportunidad para que empresarios de ambos lados de la frontera puedan analizar mercados, identificar opciones de inversión y negocios en sectores prioritarios, así como para buscar alianzas y procurar fórmulas de cooperación, arrojando diferentes conclusiones de gran calado.

El presidente del Gobierno de Extremadura, José Antonio Monago, destacó durante la clausura que Extremadura se consolida como nexo de unión estratégica entre España y Portugal frente a la Unión Europea y al resto del mun-

do. Ambos países están llamados a desarrollar estrategias compartidas que permitan aprovechar todo el potencial que presentan ambas economías. Y en esa unión, "Extremadura quiere y debe jugar un papel protagonista, porque somos el puente natural entre ambos países", subrayó Monago.

El peso del turismo en la economía de ambos países puede "ir más allá", según los organizadores, adoptando las políticas "adecuadas" y para ello es necesario establecer también en este sector fórmulas de cooperación luso-hispano-extremeñas para competir en el mercado internacional.

El Foro Ibérico Empresarial nace con el objetivo de convertirse en una cita anual de referencia en las relaciones empresariales hispano-portuguesas. Este primer encuen-



El presidente de CEHAT durante su intervención en el I Foro Ibérico Empresarial.

tro ofreció una oportunidad para que empresarios de ambos lados de la frontera puedan analizar mercados, identificar opciones de inversión y negocios en sectores

prioritarios, así como para buscar alianzas y procurar fórmulas de cooperación, arrojando diferentes conclusiones de gran calado.

**Actualidad / Pág. 14**

### Empresarios y administración renuevan su compromiso con la calidad en CICTE2013

Las Palmas de Gran Canaria se convirtió en el epicentro del turismo de calidad gracias a la celebración de la II Edición del Congreso Internacional de Calidad Turística organizado por el ICTE: Cerca de 400 profesionales y empresarios del sector turístico se dieron cita para debatir sobre la calidad de destinos, servicios y productos turísticos.

El presidente de CEHAT, Juan Molas, participó junto a Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR, y Miguel Mirones, presidente del ICTE en la mesa redonda 'Evo-

lución del mercado turístico. Producto de oferta o demanda y sus consecuencias en la calidad'. Molas defendió la importancia de darle mayor difusión a la 'Q', para diferenciarla de otros sellos con un carácter más industrial y solicitó que se internacionalizara la marca para se reconozca fuera de España, alabó el papel de las auditorías internas que realizan las empresas certificadoras porque ayudan a las empresas y a los trabajadores a mejorar la gestión y la actividad.

**Actualidad / Pág. 20**

### Los líderes del Sector Turístico participan en el foro de NEXO

Los líderes del Sector Turístico solicitaron una mayor "complicidad institucional" en la mesa redonda del Foro '25 años de NEXO', celebrado en el auditorio de la Real Casa de la Moneda. El evento, con el que el Grupo NEXO ha conmemorado su 25º aniversario, reunió en una misma mesa a los máximos representantes del empresariado turístico, permitiendo a los más de 200 asistentes conocer de primera mano su análisis de la situación actual del Turismo, así como sus previsiones.

La gran mayoría de los participantes coincidieron al señalar la importancia de una mayor implicación de la Administración central y de los Gobiernos autonómicos con el Turismo. El presidente de la

Mesa del Turismo, Abel Matutes, sostuvo que "si ayuntamientos, Comunidades y Gobierno central no tienen conciencia de lo importante que es el Turismo, poco podemos hacer". Remarcó que "es decisivo que se pongan en marcha buenas políticas", además de un aumento de la dotación. Para Matutes, "el Turismo debe ser un objetivo de Estado".

**Actualidad / Pág. 17**



Celebración del Foro '25 años de NEXO'.

#### NOTICIAS EN BREVE



#### El contrato fijo discontinuo

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza el contrato fijo discontinuo, de esencial trascendencia en la Hostelería, tanto en las actividades estacionales como en las permanentes, pues fue reconocido como una modalidad contractual.

**Tribuna Laboral / Pág. 6**



#### Jornadas de Garrigues y CEHAT

Garrigues y CEHAT celebrarán el 21 de noviembre, en el Auditorio Garrigues de Madrid, las Jornadas 'Estrategias y retos actuales: internacionalización y franquicia hoteletras'. Un año más las jornadas esperan congregarse a un gran número de asistentes.

**Programa / Pág. 19**

#### SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Garrigues.....	4
Actualidad.....	5
Laboral.....	6
Informe.....	10
Asociaciones.....	28



**El mejor calor para tus clientes.**

Con el acuerdo entre CEPSA y CEHAT disfrutarás de unas excelentes condiciones para la compra de Gasóleo Calefacción CEPSA.

Además, con Gasóleo Calefacción CEPSA Rendimiento, tendrás la garantía de un combustible de calidad superior que alarga la vida de la caldera y optimiza su rendimiento.

Realiza tu pedido llamando al **91 337 94 92.**  
o enviándonos un e-mail  
a [recepcion.pedidos@cepsa.com](mailto:recepcion.pedidos@cepsa.com)

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





**Caixa**Empresa

 **"la Caixa"**  
Banca de Empresas

### **En los negocios, siempre estamos a su lado**

Nuestro equipo de expertos en gestión de empresas le aportará soluciones financieras innovadoras que se adapten a su perfil: servicios transaccionales de pagos y cobros, productos de financiación y de tesorería, coberturas de riesgo financiero... Y, por supuesto, el servicio de banca *on-line* líder\* en España, Línea Abierta.

\*Calificaciones otorgadas por AQmetrix, sociedad independiente que trimestralmente califica los servicios de banca *on-line* de las principales entidades nacionales para empresas, pymes y comercio exterior. NRI 206-2011/9681. [www.laCaixa.es/empresas](http://www.laCaixa.es/empresas)



Mejor Banco  
de España  
2012

SAI FINANCE  
GLOBAL BANKING  
INNOVATION  
AWARDS™ 2011

Banco más  
Innovador  
del Mundo



Sello de Oro  
EFQM a la  
Excelencia  
Europea



24 selecciones, 80 partidos,  
todas las estrellas del básquet mundial



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

DIRECTOR  
**Valentín Ugalde**

COORDINACIÓN CEHAT: Mónica González  
COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

**NEXO**  
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / Apartado de Correos 10119. Madrid / ☎ 91 369 41 00 (20 líneas)

☎ Fax: 91 369 18 39 / ✉ E-mail: monica@cehat.com

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## EDITORIAL

### Más complicidad institucional

LOS HOTELEROS RECLAMAN al Gobierno un apoyo más decidido al Turismo. El presidente de CEHAT, Juan Molas, aprovechó el Foro '25 Años de NEXO' para trasladar a las instituciones públicas su malestar por los continuos recortes presupuestarios sufridos por el Sector en los últimos años. Aunque agradece la entrada del sector privado en TurEspaña a través del consejo asesor, advierte de que "es absolutamente imposible promocionar el destino y buscar nuevos mercados con el presupuesto de 2014", que se situará en 69 millones de euros, un 16,7% menos que en 2013 y un 68% menos si se compara con la partida de hace cinco años.

Según reconoce, los hoteleros "estamos francamente decepcionados y no entendemos los recortes permanentes en los presupuestos de Turismo". Así, pese a afirmar que "entendemos las obligaciones que tiene el Gobierno español", subraya que "hay partidas que no pueden recortarse más". Por todo ello, en representación del sector hotelero demanda al Ejecutivo "mayor complicidad institucional" con uno de los sectores de la economía española que está demostrando mayor fortaleza.

Al margen del recorte "incomprensible" en los Presupuestos Generales del Estado de 2014, el máximo responsable de CEHAT también denuncia que "la presión fiscal ha llegado a límites insostenibles". "Se han producido incrementos de hasta el 300% en los Impuestos sobre Bienes Inmuebles (IBI) de algunos municipios", asegura. Por tanto, aboga por "controlar que las Administraciones públicas hagan sus deberes".

Sobre la evolución del Turismo en 2013 desde la perspectiva hotelera, frente a la euforia de la Administración pública basada en los datos de entrada y gasto de turistas internacionales, Molas reconoce que "hay luces y sombras". Mientras que "en las zonas vacacionales ha sido uno de los mejores veranos de la historia", los destinos urbanos "están sufriendo un mal ejercicio", a excepción de ciudades como Barcelona y San Sebastián. Además, el líder de los hoteleros reconoce que "las previsiones para las ciudades que no dependen del 'sol y playa' no son nada halagüeñas".

Finalmente, aboga por trabajar en "ser aún más competitivos" para captar el crecimiento del Turismo internacional, que según previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), podría pasar de los 1.000 millones de viajeros actuales a 2.000 millones en 2050. "Lo primero es reconvertir los destinos maduros antes de que se caigan de la red", subraya Molas, al mismo tiempo que destaca el "esfuerzo" que están haciendo los hoteleros en este sentido.

## TRIBUNA HOTELERA

# Turismo de Salud, un valor añadido para la dimensión hotelera española

Íñigo Valcaneras de Roda / Presidente del Clúster Español de Turismo de Salud

EL PASADO 4 de julio se creó el Clúster Español de Turismo de Salud, formado por la Federación Nacional de Clínicas Privadas (FNCP), la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), la Federación Empresarial de Asistencia a la Dependencia (FED) y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

La existencia de este Clúster supone la unión de Turismo y Salud en un pacto basado en el reconocimiento mutuo de las capacidades que cada una de las partes puede aportar a la cadena de valor del turista de salud que puede visitar nuestro país.

El sector de la salud reconoce la capacidad del sector turístico para crear productos especializados, líderes en el mercado internacional. España es una de las principales potencias turísticas mundiales y año tras año se coloca como uno de los destinos favoritos del mundo, debido a nuestro clima templado y la calidad de nuestras infraestructuras turísticas.

Por otra parte, en España contamos con un gran sistema de salud. Nuestros hospitales, balnearios y centros de atención a la dependencia ofrecen servicios de salud de altísima calidad a un coste muy competitivo. Estos dos factores nos dejan en una situación privilegiada para convertirnos en un país receptor de turistas de salud que no se debe desaprovechar.

La experiencia del sector hotelero en la captación de clientes específicos es esencial para posicionar a España como destino de referencia en el sector del turismo de salud, concepto que el Clúster entiende en un sentido amplio. Cualquier estancia motivada por la necesidad de recibir atención de personal sanitario cualificado, tanto de forma puntual, como de forma estacional o permanente en una residencia o centro asistencial es para nosotros Turismo de Salud, ya que una vida saludable va más allá de las intervenciones quirúrgicas.

El turismo de salud es un sector en continuo crecimiento que, sin duda, va a experimentar una gran evolución en los próximos años. Se espera que el volumen de negocio en 2015 supere los 400 millones de euros, tres veces más que los 140 millones de euros registrados en el año 2010.

Alemania, Reino Unido y Francia son los mercados que se han definido como prioritarios para nosotros. Estos países son los principales emisores de turistas hacia España, por lo que dismi-

nuye el posible miedo de abandonar tu país para someterte a un tratamiento médico. Los pacientes europeos ya conocen nuestros hoteles, los sistemas de transporte e incluso los centros sanitarios, y esto sin duda influirá en su elección de España como destino de Turismo de Salud. Además son países con altos costes en salud y en algunos casos, como el Reino Unido, con largas listas de espera para acceso a tratamientos médicos. La distancia es también un factor determinante a la hora de seleccionar el destino en el cual recibir tratamiento sanitario.

Uno de los factores fundamentales para el éxito de un producto tan específico como el del Turismo de Salud es adaptar todos los elementos de la cadena de valor a las necesidades concretas de estos clientes. Para lograr que los pacientes queden satisfechos es esencial que exista una relación sana y cooperativa entre las diferentes empresas que componen el clúster, pues todos los eslabones de la cadena deben trabajar para conseguir el objetivo común, la mejora de la ventaja competitiva de nuestro país como destino de turismo de salud.

Para los hoteles es una forma más de ampliar su oferta, mediante un producto con un alto valor añadido que contribuirá a suavizar la estacionalidad que sufren algunas zonas de España. Además, hay estudios que indican que un turista de salud llega a gastar hasta seis veces más que un turista convencional durante sus estancias en nuestro país.

Es una oportunidad de negocio que no podemos dejar pasar ninguna de las partes implicadas en el proceso del turismo de salud. El creciente volumen del mercado europeo en la compra de servicios sanitarios en el extranjero se verá reforzado por la Directiva Europea de Asistencia Transfronteriza, que fomentará el tratamiento de pacientes fuera de sus países de origen sin distinciones entre la provisión pública y privada de servicios. A su vez el creciente envejecimiento de la población europea fomentará una mayor demanda de tratamientos médicos. El clúster pretende a través de la cooperación de los diversos sectores que los componen, posicionar a España como referente en el mercado del Turismo de Salud y atraer flujos de pacientes hacia nuestros centros sanitarios e infraestructuras turísticas. Por todo ello, queremos animar a todas las empresas a participar en este ambicioso proyecto que, sin duda, traerá importantes beneficios a nuestro país.

**'La experiencia del sector hotelero en la captación de clientes específicos es esencial para posicionar a España como destino de referencia en el sector del turismo de salud'**

## CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

Como sabéis, en nuestro periódico nuestras Asociaciones, el Sector Hotelero en general y las Cadenas miembros son las protagonistas. Nuestro periódico es sin duda uno de los principales mecanismos de difusión que tenemos como colectivo, por lo que os animamos a utilizarlo.

Mónica González es la responsable de coordinar sus secciones, por lo que podéis hacer llegar todas vuestros contenidos y propuestas a su dirección de correo electrónico ([monica@cehat.com](mailto:monica@cehat.com)) con el material que queráis incluir.

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

Un cordial saludo.



**CEHAT**  
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES  
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

# La negociación de los convenios colectivos en el ámbito empresarial

Análisis de las reformas laborales que tienen la intención de alcanzar una mayor eficiencia de trabajo

Por todos es sabido que el pasado año 2012 entró en vigor la tan discutida y relevante Reforma Laboral (Ley 3/2012), que dio un giro ciertamente relevante a la realidad laboral hasta entonces vigente,

introduciendo una serie de medidas reformistas que se centraron principalmente en el equilibrio de la flexibilidad empresarial tanto interna como externa, incentivando en gran medida el marco inter-

no de la flexibilidad, pero favoreciendo, a su vez, los mecanismos extintivos del contrato de trabajo, todo ello con la intención de alcanzar una mayor eficiencia del mercado de trabajo.



FERNANDO CANO

JAIME FLORES

ASOCIADO SENIOR Y ASOCIADO DE GARRIGUES MADRID

Los aspectos más populares de la Ley fueron, entre otros, la reducción del importe de las indemnizaciones por despido improcedente o las modificaciones en cuanto a los despidos objetivos, tanto individuales como colectivos.

Sin embargo, ha pasado más desapercibida una de las modificaciones que, en nuestra opinión, es de una enorme relevancia. Se trata de la prioridad aplicativa dada por la Reforma Laboral a los convenios colectivos de empresa sobre otros convenios colectivos de ámbito superior, esto es, los provinciales, autonómicos o estatales.

La finalidad de la citada preferencia aplicativa se recoge en la propia Exposición de Motivos de la Ley de la Reforma Laboral en la que se indica que la medida persigue la adaptación de la negociación colectiva a los cambiantes escenarios económicos y organizativos, para así adaptar las condiciones laborales de los trabajadores a las concretas circunstancias de las empresas.

Aunque la prioridad aplicativa de los convenios colectivos de empresa parece una novedad de la Ley 3/2012, ésta fue inicialmente regulada en la pasada reforma laboral del año 2010, sin embargo no tuvo una efectiva aplicación, por cuanto la propia regulación legal dejó en manos de los convenios estatales o autonómicos la prioridad aplicativa al poder impedir la misma, siendo que, en la práctica, así lo utilizaron los sujetos negociadores de dichos convenios al mantener la supremacía de la normativa convencional sectorial.

Con motivo de lo anterior, la nueva Reforma Laboral, a través de la supresión relativa a la posibilidad de impedir la prioridad aplicativa, así como a través de la regulación expresa de la prioridad aplicativa a favor de los convenios colectivos de empresa, ha buscado de una manera más práctica facilitar la negociación de las condiciones laborales a un nivel más cercano y adecuado a la rea-

lidad de las empresas y de sus trabajadores, convirtiendo el ámbito empresarial en el centro esencial de la negociación colectiva, para, entendemos, adaptar la empresa a la competitividad real y buscar el incremento de la productividad.

De este modo, con la nueva regulación, el empresario puede desvincularse de las condiciones de trabajo reguladas en ámbitos superiores, y regular en el ámbito de la empresa las condiciones más primarias, relevantes y cercanas de las relaciones sociales, en aras a conseguir una mejor acomodación al entorno económico, productivo y organizativo de la empresa.

En concreto, las medidas especialmente reguladas para la unidad negociadora empresarial son: (i) la cuantía del salario base y de los complementos salariales, incluidos los vinculados a la situación y resultados de la empresa; (ii) el abono o la compensación de las horas extraordinarias y la retribución específica del trabajo a turnos; (iii) el horario y la distribución del tiempo de trabajo, el régimen de trabajo a turnos y la planificación anual de las vacaciones; (iv) la adaptación al ámbito de la empresa del sistema de clasificación profesional de los trabajadores; (v) la adaptación de los aspectos de las modalidades de contratación que se atribuyen por el Estatuto de los Trabajadores a los convenios de empresa; (vi) las medidas para favorecer la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal; y (vii) aquellas otras que dispongan los acuerdos y convenios colectivos sectoriales.

Adicionalmente, debe resaltar que la nueva Ley no establece un límite temporal a la posibilidad de negociar el convenio colectivo a nivel empresarial, más al contrario, establece que podrá realizarse en cualquier momento de la vigencia de convenios colectivos de ámbito superior.

Por lo tanto, la aplicación práctica de la regulación de las anteriores materias determina que los

convenios colectivos sectoriales no pueden establecer una supremacía sobre esas determinadas condiciones, siendo que la unidad empresarial gozará de libertad para regular dichas materias en su ámbito.

Debemos indicar que la prioridad aplicativa regulada en la Reforma Laboral ya ha sido confirmada por nuestros tribunales. En este sentido, la Audiencia Nacional en su sentencia de 10 de septiembre de 2012, estableció que los convenios colectivos sectoriales, negociados tanto con anterioridad o como con posterioridad a la entrada en vigor de la Reforma, están sometidos a las reglas de preferencia aplicativa del convenio colectivo de empresa, y, por lo tanto, al ser una regla de derecho necesario absoluto, cualquier previsión establecida en los mismos en relación con su supremacía frente a la negociación empresarial, en las concretas condiciones de trabajo del artículo 84.2 ET, deberá inaplicarse, y, en su caso, ser declarada nula.

En este sentido, la libertad apuntada se traduce en que las concretas condiciones que se regulen en el ámbito empresarial podrán ser menos favorables para los trabajadores, aunque también más favorables, que las reguladas sectorialmente. Por ejemplo, en cuanto al salario, por ilustrativo, las tablas salariales del convenio sectorial no actuarán como un mínimo que deba respetarse por el convenio empresarial, sino que a dicho nivel se podrán establecer retribuciones inferiores a las sectoriales, eso sí, respetando en

todo caso los mínimos legales, en el ejemplo utilizado, el salario mínimo interprofesional.

No obstante lo anterior, la enumeración de las condiciones laborales también sirve de tope a la prioridad aplicativa, por cuanto la prioridad aplicativa solo valdrá sobre las condiciones previstas legalmente, y no sobre otro tipo de condiciones laborales, tales como la jornada laboral, la duración máxima de los contratos temporales, el procedimiento sancionador, las medidas de protección social complementaria, los derechos sindicales, etc., respecto de las cuales el convenio colectivo sectorial mantendrá su supremacía.

En este sentido, aunque el convenio colectivo empresarial no tenga prioridad aplicativa en todas las materias y deba respetar las condiciones sectoriales, podrá regular materias adicionales a las establecidas en el artículo 84.2 ET, por cuanto, en caso de pérdida de vigencia del convenio colectivo superior serán de aplicación aquellas materias que se contengan en el convenio colectivo de empresa.

Continuando con el análisis de la preferencia aplicativa en el ámbito empresarial, la propia normativa no establece en su articulado ninguna limitación en cuanto al tipo o tamaño de la empresa, por lo que, cualquiera que sea el número de trabajadores de la empresa, las condiciones de trabajo priorizadas que se regulen en un convenio colectivo empresarial negociado prevalecerán sobre las reguladas en los ámbitos superiores.

Sin perjuicio de todo lo indicado hasta el momento, es necesari-

rio reseñar la dificultad de la aplicación de la aludida preferencia aplicativa en el sector de la hostelería español, por cuanto, y como es conocido, la mayoría de las empresas, al ser pymes y contar con un número reducido de trabajadores, no cuentan con representación legal de los trabajadores, por lo que en la práctica, no se podrá llevar a cabo esta prioridad aplicativa salvo que, en cada una de las empresas, se inicien los mecanismos necesarios para la elección de representantes de los trabajadores y posterior negociación de un convenio.

De igual modo, otra dificultad de la aplicación de la preferencia aplicativa analizada, es el hecho de que los trabajadores no están obligados a la negociación de un convenio colectivo de empresa durante la vigencia de un convenio colectivo de ámbito superior, pudiendo éstos, incluso, negarse a iniciar negociación alguna. Por lo que, la aplicación de manera prioritaria de las condiciones de trabajo a nivel empresarial, en la práctica, se encuentra condicionada a la voluntad de las partes, empresa y representantes de los trabajadores, de iniciar la negociación de un convenio colectivo.

Por lo tanto, ante la realidad social del sector de la hostelería, el convenio colectivo sectorial seguirá ostentando una gran relevancia porque regula y regulará las relaciones laborales de todas aquellas empresas que no cuenten con un convenio colectivo propio que haya regulado de manera más específica las condiciones laborales con prioridad aplicativa.



La Reforma Laboral busca adaptar la empresa a la competitividad real y buscar el incremento de la productividad.

## Castilla y León creará un producto turístico en torno a Santa Teresa de Jesús

La consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, ha participado en el encuentro de ciudades teresianas celebrado en Ávila en el que se ha dado impulso a la ruta turística sobre Teresa de Ávila y se ha hecho entrega del título de ciudad teresiana por la orden del Carmelo Descalzo.

Alicia García ha destacado el apoyo y el respaldo de la Junta de Castilla y León a esta iniciativa y ha señalado que desde la Consejería se elaborará producto turístico especializado para su comercialización en el mercado.

En este sentido, la consejera de Cultura y Turismo ha ofrecido máxima colaboración en aspectos como la elaboración de una oferta turística y cultural conjunta en torno a las rutas y ciudades teresianas capaz de convertirse en un auténtico producto de interés y con valor añadido; coordinación institucional entre las ciudades teresianas para el desarrollo del proyecto; colaboración en el desarrollo gráfico de los soportes promocionales previstos y de otras herramientas de nuevas tecnologías que la Consejería ha ido desarrollando para otros proyectos culturales, desarrollo de acciones de promoción a través de los recursos, canales y todo el potencial promocional de la Consejería.

Alicia García ha destacado la intensa colaboración que desde la Consejería se está desarrollando con el Ayuntamiento de Ávila para llevar a efecto esta iniciativa que cuenta con todo el apoyo institucional de la Junta de Castilla y León.

La consejera de Cultura y Turismo ha trasladado a todos los alcaldes de las ciudades teresianas que la figura de Santa Teresa, sus valores religiosos, culturales y humanos y su repercusión cultural y turística trasciende a los límites territoriales y administrativos de cada una de las ciudades. En este sentido, García ha ofrecido a todos los alcaldes que han acudido a la convocatoria no solo el apoyo institucional de la Junta de Castilla y León, sino también su capacidad para aglutinar, integrar, elaborar y promocionar producto turístico y cultural cuyo desarrollo interesa a todos.

Desde la Consejería de Cultura y Turismo se está elaborando un intenso programa de actividades e iniciativas para los próximos años tanto desde el punto de vista turístico como cultural y en relación al ámbito de las ciudades teresianas. Alicia García ha aprovechado este encuentro para invitar a todos los alcaldes a compartir iniciativas como la integración de todos los recursos turísticos, naturales, enogastronómicos o culturales de las ciudades teresianas dentro de una promoción y programación conjuntas, buscar la colaboración público-privada con fines estratégicos remarcando el carácter internacional de este proyecto con el fin de llevar a cabo destacadas campañas de promoción a través de los soportes de los colaboradores privados, y utilizar los canales de promoción propios ya existentes, tanto de la Junta de Castilla y León como de las

instituciones, colectivos, empresas privadas y patrocinadores que se sumen al proyecto.

En relación con este aspecto, García ha avanzado que la Consejería de Cultura y Turismo está en condiciones de integrar y aglutinar las diversas posibilidades y atractivos turísticos de todas las ciudades teresianas mediante la elaboración de un programa específico que incluirá comercialización,

promoción y una programación cultural. La consejera de Cultura y Turismo ha destacado la importancia de afianzar el posicionamiento de un turismo como el religioso asociado al turismo cultural, un turismo cuyo interés es creciente en mercados consolidados para Castilla y León como Alemania, Francia, Italia o Reino Unido y en mercados especializados como el de los Países Bajos.



Convento de Santa Teresa de Jesús en Ávila.

NESCAFÉ  
Milano

“**TRIUNFA** CON LAS BEBIDAS DE ESPECIALIDAD DE CAFÉ, SERÁ MÁS **FÁCIL** QUE NUNCA.”



SEDUCE A  
TUS CLIENTES



GRAN SIMPLICIDAD  
OPERACIONAL



AUMENTA TUS  
BENEFICIOS

**SIN INVERSIÓN DE CAPITAL. SIN PERSONAL ADICIONAL. SIN DESPERDICIO.**

Tener éxito con bebidas de especialidad es más fácil de lo que parece.

Contáctanos y descubre cómo en nuestra web: [nescafe-milano.es](http://nescafe-milano.es)

**La solución completa de bebidas de especialidad de café.**

# La singularidad específica del contrato laboral por tiempo indefinido para trabajos fijos discontinuos

Hay que preservar el contrato fijo discontinuo ante el anuncio de promover una 'simplificación' de los modelos de contratos laborales

**Insistía la ministra de Empleo, Fátima Báñez, al inicio del nuevo curso político, que está previsto regular la simplificación administrativa de los 41 formularios de con-**

**tratos de trabajo existentes, creando una quimérica expectativa en el mercado laboral, a partir de la cual se ha desatado una ingente retahíla de opiniones de le-**

**gos y de no tan legos en la materia, que propicia el presente artículo para invocar que el fijo discontinuo no sea una 'especie' a extinguir.**



**CARLOS SEDANO**

ASESOR LABORAL DE CEHAT

Con el anterior anuncio gubernamental concluía el precedente artículo de esta tribuna laboral, y al hilo de ello pasaré a platicar a lo largo de dos capítulos sobre el contrato fijo discontinuo, de esencial trascendencia en el sector de hostelería, tanto en las actividades estacionales como en las permanentes, pues no en vano fue reconocido como una modalidad contractual (que no un formulario o impreso) con naturaleza, configuración y singularidad propias, perfectamente adaptado a las relaciones laborales hosteleras, máxime a raíz de la irrupción del fenómeno turístico vacacional de sol y playa en nuestro país, como más adelante se expondrá.

Hemos pasado de hablar del 'contrato único', del que aun sigo dándole vueltas a qué propósitos abyectos pretendía servir, habiendo propiciado su referencia un denso, tedioso y desordenado debate, no hace mucho más de seis meses, del que hoy, 'si te he visto no me ha acuerdo', a despertar la curiosidad y, por qué no, de qué nueva 'reforma laboral' nos están ofreciendo con los únicos cinco contratos. Sin lugar a dudas que el 'contrato único' con un solo sistema indemnizatorio a su conclusión, con una aplicación gradual de la misma a medida que el trabajador va ganando antigüedad en la empresa hasta alcanzar un techo, y con una cuantía inferior a las vigentes, podría dar un vuelco significativo a nuestro mercado laboral, eliminando así la dualidad de contrataciones (indefinidas y temporales), creando más igualdad de oportunidades, facilitando la compleja gestión administrativa y jurídica actual, aunque tenga los inconvenientes para su implantación tanto sociales y culturales (mencionar la sogá en casa del ahorcado) como legales, pues no en vano el Tribunal Constitucional francés rechazó esta modalidad porque chocaba con los criterios de la Organización Internacional del Trabajo sobre justicia social y los derechos humanos y laborales, manifestándose incluso la propia

Ministra Báñez en contra, al considerar que dicho contrato no tenía cabida en nuestra Carta Magna, o sea, nos podemos olvidar.

Así, voy a centrarme en los cinco contratos en los que parece ser cavila el Gobierno, dejando de lado el llamado "contrato cero horas", del que de forma incipiente y fugaz también se ha hablado, consistente en que el trabajador tiene que estar a disposición para incorporarse en cuanto lo requiera la empresa (cualquier día y a cualquier hora), con la única garantía del salario mínimo interprofesional, contrato que al parecer se aplica en el Reino Unido a un millón de trabajadores, según los datos de una reciente encuesta emanada del Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), aunque ha sido corregida dicha cifra por la Office for National Statistics (el INE británico), fijando este número en 250.000 personas, que tampoco está nada mal.

Entonces, la ministra Báñez, anunció el pasado 29 de agosto en el Congreso de los Diputados que el Gobierno está trabajando en la simplificación de los modelos (formularios que no modalidades, muy importante la matización) de contratos para facilitar e incentivar la contratación estable de trabajadores (ahí me pierdo). Así, se ha referido a que exista un contrato indefinido, un contrato temporal, un contrato de relevo,

un contrato en prácticas y un contrato para la formación y el aprendizaje, que es más o menos lo que existe en la actualidad a falta de algunas precisiones. Después resulta que el contrato indefinido se desdobra en un contrato fijo ordinario y en un contrato fijo discontinuo (al que me referiré a continuación como el protagonista estrella de estos capítulos), tanto a tiempo parcial como a tiempo completo; el temporal, que se subdivide en al menos tres para atender las causas a tiempo determinado habituales en vigor: el eventual, que está para atender circunstancias del mercado; los contratos por obra o servicios determinados; y los interinos para sustituir a trabajadores con reserva del puesto de trabajo, modalidades que desde el Estatuto de los Trabajadores allá el año 1980 (incluso antes) no han dejado de existir.

Lo que existe en la actualidad son 44 (y no 41) formularios de contrato editados por el SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL, actualizados a octubre de 2013 (quién tenga curiosidad, puede entrar en el portal [www.sepe.es](http://www.sepe.es) y acceder a la "guía de modalidades de contratos y medidas de fomento de la contratación"). Esta guía de formularios (que no modalidades, insisto), van desde los indefinidos (fijo ordinario y fijo discontinuo) sin y con bonificación, apoyo a emprendedores (re-

ciente), personas en situación de exclusión social, personas víctima de violencia de género, personas con discapacidad, etc., por decir algunos y así hasta 44, para adaptar situaciones, circunstancias, incentivos y bonificaciones propias del mercado de trabajo... Los que hay hoy, básicamente, son los de siempre: contrato por tiempo indefinido (artículo 15.1 ET), fijo ordinario o fijo discontinuo, que tiene su configuración propia en el apartado 8 del artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores, y que no debe modificarse bajo ningún concepto; contrato por obra o servicio determinado (art. 15.1 a) ET); eventual (art. 15.1 b) ET); e interino (art. 15.1 c) ET). El contrato a tiempo parcial se establece a lo largo del artículo 12 ET (donde aparece el de "relevo" para sustituir o complementar jubilaciones parciales). Y a lo largo del artículo 11 ET se describen los contratos formativos (prácticas y para la formación y el aprendizaje).

En todo caso, lo que no es de recibo, es tratar de configurar el contrato fijo discontinuo (CTFD, en lo sucesivo), como una modalidad de contrato a tiempo parcial, ni querer privar de la protección por desempleo de estos trabajadores en los periodos de inactividad productiva. Lo primero sucedió a través del RDL 15/1998, de 27 de noviembre,

cuando establecieron que la prestación de servicios tendría que darse durante un número de horas al día, a la semana, al mes o al año inferior al 77 por 100 de la jornada a tiempo completo, disparate que fue derogado por el RDL 5/2001, de 2 de marzo, disposición que tuvo el atino de situar hasta el día de la fecha al CTFD en el artículo 15 ET, en su singular cobijo del apartado 8, lo que quiso perturbarse a través de una nueva "metida de pata" en el año 2002, en un rifirrafe del Gobierno Aznar con los Sindicatos, a través del RDL 5/2002, de 24 de mayo, que dio pie a la huelga general del 20 de junio de 2002, pulso que le costó la 'cabeza' al ministro Juan Carlos Aparicio, que fue relevado por Eduardo Zaplana, que tras diversas reuniones con los sindicalistas Méndez (UGT) y Fidalgo (CCOO), en las que intervino el vicepresidente entonces Rodrigo Rato, se acordaron importantes modificaciones del "decretazo", como se acuñó tal torpeza, lo que propició la llegada de la Ley 45/2002, de 12 de diciembre, situación de normalidad que parece ser que se quiere perturbar de nuevo. Hay que añadir que el RDL 5/2002 fue declarado inconstitucional por el TC en su sentencia 68/2007.



Fátima Báñez, anunció en el Congreso de los Diputados que el Gobierno está trabajando en la simplificación de los modelos de contratos se pasará de los 41 formularios existentes en la actualidad a 5 los modelos de contratos de trabajo.

## Normativa PCI DSS: ¿Se encuentra su hotel en cumplimiento con esta norma?

PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard - Estándar de Seguridad de Datos de la industria de las Tarjetas de Pago), es una normativa de seguridad que define un conjunto de requisitos elaborados por las principales compañías emisoras de tarjetas de crédito (Visa, MasterCard, American Express, JCB y Discover) para garantizar que todas las empresas que procesan, almacenan o transmiten información de tarjetas de crédito mantengan un entorno seguro. Su fin es ayudar a comercios, proveedores de servicios y entidades financieras a reducir el riesgo de fraude con tarjetas de crédito y débito mediante el cumplimiento de una serie de requerimientos.

Si envía o recibe faxes en los que aparecen los datos de tarjeta de crédito y débito, está obligado a cumplir con la normativa PCI DSS. Si PCI DSS no se cumple, las empresas se arriesgan a perder los permisos para procesar tarjetas de crédito y débito, enfrentarse a estrictas auditorías o a pagar multas.

InterFAX, compañía especializada en servicios de Fax por Internet, anuncia que ha obtenido la certificación Level 1 de la normativa PCI DSS para el servicio de Envío y Recepción de Faxes. InterFAX se convierte así en la primera compañía de Fax por Internet del mundo en conseguirla. InterFAX también se encuentra registrada en la lista de agentes de comercios de Visa Europe.

Empresas líderes del sector de hotelería y turismo, como empresas de reservas de hoteles online utilizan exclusivamente el fax para confirmar las reservas a los destinos (hoteles). El motivo por el que estas empresas lo hacen por fax y no por email, es concretamente por seguridad, ya que los datos de tarjetas de crédito de los clientes no quedan almacenados en servidores de email fuera de su control y además no existe posibilidad de que el mensaje quede escondido tras un filtro anti-spam y el destinatario no lo vea, entre otras ventajas.

La propuesta de InterFAX para el sector hotelero es migrar el sistema de fax tradicional a la nube. Sin inversiones en hardware o software, sin servidores de fax y sin líneas telefónicas. Los costes se reducen entre un 60% y un 80%, mientras que la fiabilidad, flexibilidad y disponibilidad aumentan al máximo.

"La seguridad es una prioridad estratégica tanto para InterFAX como para nuestros clientes. Por este motivo, hemos incorporado funciones como cifrado de faxes y 'Eliminar imagen de fax después del envío' en nuestra oferta de servicios", afirma Adam Marsh, cofundador de InterFAX. "Conseguir la certificación de PCI DSS, que se ha convertido en un estándar obligatorio de la industria, es otro paso hacia el cumplimiento de nuestro compromiso de ofrecer servicios con un alto nivel de seguridad. En este sentido, el servicio de InterFAX ofrece todas las capacidades de seguridad bajo un mismo paraguas para proteger las actividades de fax de nuestros clientes en el corto y largo plazo".

El servicio único de Fax PCI de InterFAX garantiza el cumplimiento de PCI DSS para los hoteles que envían, reciben y almacenan faxes que contengan datos sensibles de tarjetas de crédito, incluyendo detalles del CVV.

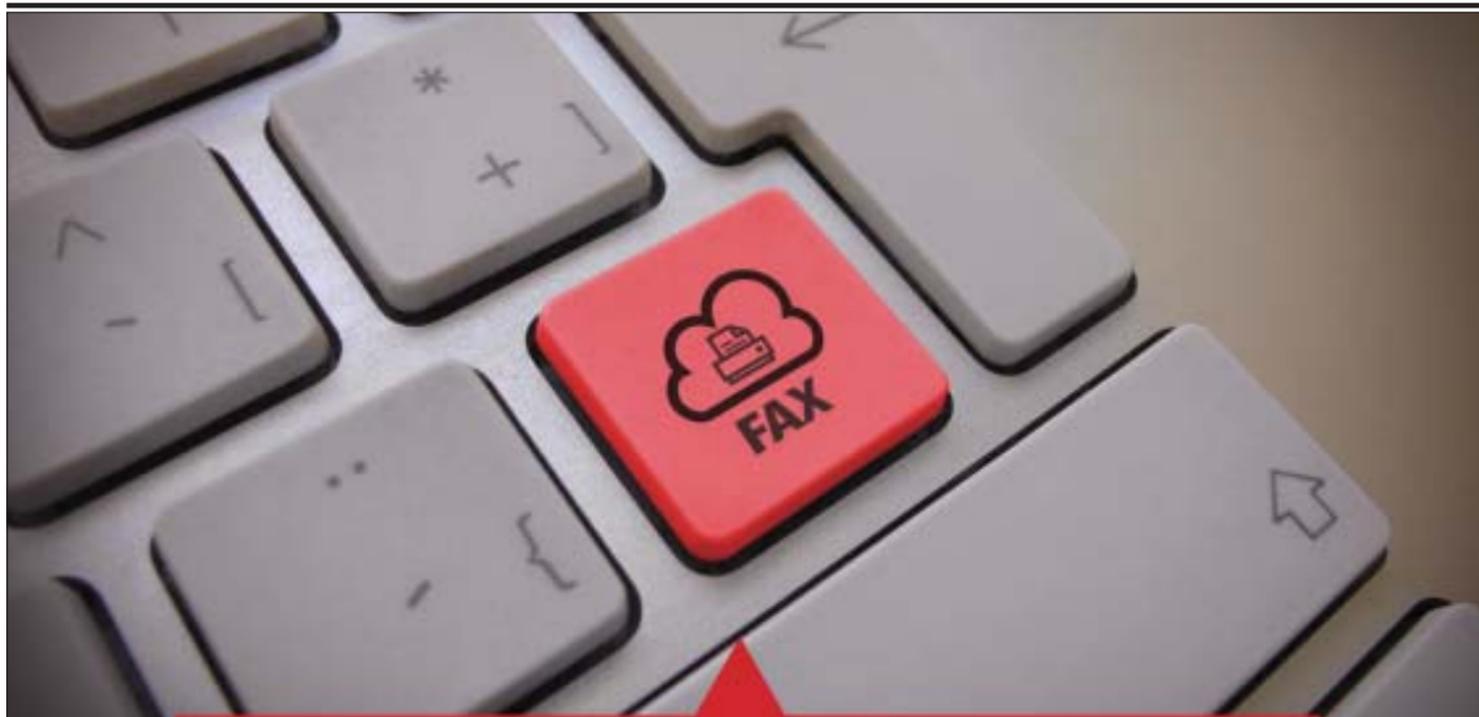
Nuestro servicio de Envío de Fax PCI está diseñado para empresas online de reservas de hoteles, gestión de viajes, servicios financieros y compañías de tarjetas de crédito

que transmiten regularmente datos sensibles, incluyendo información de tarjetas de crédito. Esta solución garantiza el cumplimiento de PCI DSS independientemente del estado del receptor del fax.

El servicio de Recepción de Fax PCI hace posible que los hoteles y las pequeñas empresas cumplan con la normativa de seguridad; siendo este servicio muy fácil de implementar y a un costo bajo.



PCI DSS es una normativa de seguridad creada para garantizar que todas las empresas que procesan, almacenan o transmiten información de tarjetas de crédito mantengan un entorno seguro.



## ¡ENVÍE Y RECIBA FAXES DESDE CUALQUIER LUGAR!

Con **InterFAX** puede Enviar y Recibir faxes por Internet a través de email, web o cualquier aplicación empresarial.

¡AHORRE! No necesita línea telefónica ni máquina de fax.

No necesita instalar software o hardware.

Disponible para el ordenador, dispositivo móvil ó en formato API

**Número nuevo o portabilidad:** Puede elegir un número de fax local o mantenga el que ya tiene.

**Seguridad:** Cifrado y PCI DSS.

24/7 asistencia técnica

¡PRUEBE GRATIS NUESTRO SERVICIO!

#### Nuestras soluciones de fax:

- Envío y recepción estándar de fax
- Envío de fax con certificación PCI DSS Level 1

- Recepción de fax con certificación PCI DSS Level 1
- Fax Broadcasting - Envío masivo de fax
- Fax API - Integración del servicio de fax

**InterFAX**  
Let the internet do your faxing 

# Innocamping arranca con mucha fuerza

Ha contado con la presencia de 320 expositores y la asistencia de 20.000 visitantes

**La primera edición de Innocamping (Salón Nacional y Profesional de Servicios y Equipamientos para los Campings y Empresas al Aire Libre) se ha saldado "con un alto nivel**

**de satisfacción por parte de expositores y visitantes", según Fira de Lleida, entidad organizadora del certamen. Innocamping se ha celebrado en Lleida entre el 22 y el 25 de**

**octubre de forma paralela a Municipalia (Salón de Equipamientos y Servicios Municipales) con la presencia de 320 expositores y la asistencia de 20.000 visitantes.**

El alcalde de Lleida, Ángel Ros, ha manifestado durante la clausura que Innocamping "ha superado las expectativas y volverá a celebrarse dentro de dos años dado el interés de los expositores por repetir" y ha destacado "la apuesta de Fira de Lleida por nuevos sectores, nuevos equipamientos y nuevos servicios".

Entre otros equipamientos innovadores, los visitantes del salón han podido encontrar una nueva gama de bungalós modulares con diseño vanguardista y que pueden personalizarse; toboganes acuáticos con recipiente de agua incorporado al extremo para frenar el bañista; un sistema domótico para bungalós que posibilita la gestión de la energía en el interior en función de la ocupación, la temperatura y el estado de las ventanas y las puertas; césped artificial decorativo de última generación para parques, jardines y terrazas y campos deportivos; bungalós que resisten los bruscos cambios climáticos y con baja necesidad energética gracias a un aislamiento térmico especial; una pista de pádel portátil de última generación, con césped artificial fibrilado; o un gestor energético para optimizar y reducir costes energéticos de calefacción y ACS en las instalaciones de edificios públicos, domésticas, campings y hostelería, entre otros.

Al margen del área de exposición, Innocamping ha acogido diversas jornadas técnicas y reuniones profesionales. En este sentido, asociaciones del mundo de

camping de todo el país se han reunido en Lleida para tratar los principales temas y problemáticas que afectan el sector. Unos 200 profesionales han participado en estos encuentros para tratar temas como las nuevas herramientas tecnológicas de promoción, la eficiencia energética, la colaboración con la Administración o la necesidad de cambios en la normativa y en la categorización de los campings.

La Junta directiva de la Federación Española de Empresarios de Campings y Parques de Vacaciones ha tratado temas importantes para el sector como el lanzamiento de la Tarjeta Camping Key Europea y la puesta en marcha de la central de reservas [www.camping.es](http://www.camping.es). La Camping Key Europea es una tarjeta de fidelización, ya vigente en 8 países y con un millón de usuarios, que entrará ahora en funcionamiento en España y ofrecerá a los campistas descuentos y promociones en los campings de la federación, centros culturales, parques de atracciones y parques acuáticos, y museos. La central de reservas [www.camping.es](http://www.camping.es) permite acceder ya a un 25% de los establecimientos de la federación y los ingresos derivados de la misma servirán para promocionar el sector.

La Junta de la Federación Catalana de Campings ha planteado la necesidad de potenciar las estrategias de promoción conjunta con la Agencia catalana de Turismo, y que tendrían que pasar por una "especialización" de la



El delegado del Gobierno en Lleida, Ramon Farré, junto al resto de autoridades en la clausura de Innocamping.

promoción de los campings respecto a la otros establecimientos turísticos (las campañas promocionales de los campings se dirigen al cliente final, mientras que las del resto del sector van dirigidas básicamente a turoperadores). La Junta ha definido también los mercados de proximidad potenciales (Alemania, Inglaterra, el Benelux y Francia), además del catalán y el estatal, y ha incidido en el interés de fomentar la promoción on line.

La organización ha puesto sobre la mesa el cambio en la categorización de los campings, ya solicitada a la Dirección general de Turismo, y que pasaría de la clasificación por categorías

(Lujo, 1ª categoría, 2ª categoría y 3ª categoría) a la clasificación por estrellas (5 estrellas, 4 estrellas, 3 estrellas y 2 estrellas). Finalmente, la Junta ha dedicado también un apartado a la compatibilidad entre las exigencias actuales que tienen los establecimientos campistas con el Plan Director Urbanístico del Sistema Costero y el Plan de Espacios de Interés Natural, especialmente en aquello que se refiere a las playas. La entidad considera que el encaje entre las necesidades de los campings y la actual normativa exige algunos cambios en la ley.

La Asociación de Campings de Montaña y del Pirineo Catalán ha definido las nuevas estrategias de promoción (estatales e internacionales, en zonas como el Benelux) planteadas a partir de la situación actual, que registra novedades como la implantación de la tasa turística y la supresión de los acuerdos directos con la Agencia Catalana de Turismo para llevar a cabo acciones promocionales. Uno de los temas centrales de la reunión ha sido la tasa turística, que entró en vigor en Cataluña el 1 de noviembre de 2012. Las dos asociaciones han reclamado a la Generalitat parte de los ingresos derivados de la tasa para financiar sus políticas de promoción, así como para preservar y desarrollar las infraestructuras de los campings.

La Asociación de Campings de Lleida ha celebrado su junta directiva en Lleida y ha consensuado un proyecto de promoción conjunta con la Federación Catalana de Campings y con la Asamblea de la Asociación de Campings de Montaña y del Pirineo Catalán, mientras que la Jun-

ta de la Asociación de Campings de Costa Dorada y Tierras del Ebro ha establecido el nuevo organigrama de la entidad después de la formación de la junta, recientemente elegida. Finalmente, delegaciones de la Asociación de Campings de Girona y de la Asociación de Empresarios de Camping de Aragón también han visitado Innocamping.

La Jornada Procamping, con más de 120 inscritos, se ha centrado en temas de interés para el colectivo sectorial como son la gestión y la promoción a través de las nuevas tecnologías, la diferenciación como herramienta para posicionarse en el mercado (los campings especializados) y las técnicas de marketing on line para conseguir clientes. El encuentro, organizado por Ediciones Peldaño, ha incluido una mesa redonda sobre las "Energías renovables en el camping", que ha contado con la participación de destacados ponentes como Lluç Torcal, físico y padre prior del monasterio de Poblet, así como de empresas especializadas en energías alternativas. Torcal ha explicado que su convento se ha convertido en un punto de referencia en lo que se refiere a la sostenibilidad, con una reducción notable del consumo de agua (de hasta el 95%), de gasoil (50%) y fotovoltaico (15%) y una correcta gestión de los residuos.

Cabe destacar finalmente que la cena de gala celebrada el 23 de octubre en el Palacio de Congresos La Llotja de Lleida en el marco de Innocamping ha congregado a más de cien asistentes, entre propietarios de campings, proveedores del sector y personalidades políticas.



Juan Molas junto a miembros de la Confederación Catalana de Hostelería.

# Where *next* is *now!*

Donde la máxima calidad en el diseño de textiles de interior cumple con las exigencias de arquitectos, planificadores y decoradores. Donde la mayor plataforma del mundo para los textiles en el negocio contract se convierte en un foro para el intercambio al más alto nivel. Y el "buscar" pasa a gran velocidad a ser "encontrar".

Información y entradas a precio de venta anticipada en [contact-contract.com](http://contact-contract.com)  
[info@spain.messefrankfurt.com](mailto:info@spain.messefrankfurt.com), Tel. 91 533 76 45

## heimtextil

## contractcreations

## 8 a 11-1-2014



messe frankfurt

# Hablando se entiende la gente.... pero ¿y los acreedores?

Análisis de la nueva figura de mediación recogida en la Ley Concursal

El abogado de Tourism & Law, Enrique Blanco Antón, analiza la nueva figura de mediación recogida en la Ley Concursal, la cual está dirigido a aquellas empresas que se encuentren en situación de in-

solvencia, presenten menos de 50 acreedores y un activo y pasivo que no supere los cinco millones de euros y tengan patrimonio e ingresos previsibles que permitan lograr un acuerdo de pagos. El

legislador también opta cada vez más por la figura del mediador, fomentando acuerdos entre las partes como vía de resolución de conflictos y una manera de evitar el colapso en los Juzgados.



ENRIQUE BLANCO ANTÓN

ABOGADO DE TOURISM & LAW

Las últimas investigaciones apuntan a que el habla humana, no la transmisión de ideas por medio de gruñidos, sonidos o mímica, sino el lenguaje tal como hoy lo entendemos, tiene entre 50.000 y 100.000 años de antigüedad. El lenguaje es la expresión de lo que se conoce, y así, a través de la inteligencia y raciocinio comienzan a nacer los principales elementos diferenciadores entre los humanos y los animales.

Ya el estratega militar y filósofo chino Sun Tzu preveía que

de Richthofen durante la Primera Guerra Mundial - como principal argumento de defensa al reiterar su intención de llegar a un acuerdo con Inglaterra para que aceptara ayudar al Reich a recuperar Danzig y el Corredor Polaco y así haber evitado la Guerra.

Desde un punto de vista jurídico, el legislador también ha optado por dar cada vez más importancia a la figura del mediador, fomentando acuerdos entre las partes como vía de resolución de conflictos y una manera de evitar el colapso que actualmente sufren los Juzgados y así cumplir una de las funciones esenciales del Estado de Derecho: la garantía de la tutela judicial de los derechos de los ciudadanos. Esta función implica, como recoge el preámbulo de la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles, el reto de la implantación de una justicia de calidad capaz de resolver los diversos conflictos que surgen en una sociedad moderna y, a la vez, compleja.

adoptan una decisión (laudo). En cuanto a la obligatoriedad de la resolución dictada, el cumplimiento de un acuerdo alcanzado entre las partes en el servicio de mediación es vinculante, pero no podrá considerarse como título ejecutivo - es decir, con potestad suficiente para exigir su cumplimiento forzado - a menos que se eleve a público, puesto que como hemos señalado, la postura del mediador se basa en acercar posturas y nunca decide sobre un determinado asunto, al contrario de lo que sucede con el arbitraje, cuyo laudo tendrá carácter ejecutivo.

El servicio de mediación también ha llegado al ámbito concursal, la Ley de Emprendedores, con efectos desde el 18 de octubre, institucionaliza la llamada Mediación Concursal para ello introduce los artículos 231 a 242 de la Ley Concursal y también dos disposiciones adicionales la séptima referida a los créditos de derecho público y la octava referida a la remuneración del Mediador.

Este nuevo procedimiento está dirigido, además de a personas físicas, a aquellas empresas (salvo entidades aseguradoras y reaseguradoras) que se encuentren en situación de insolvencia, que presenten menos de 50 acreedores, un activo y pasivo que no supere los 5 millones de euros y tengan patrimonio e ingresos previsibles que permitan lograr un acuerdo de pagos.

Para acogerse a esta nueva figura, el deudor deberá dirigir solicitud al Registrador Mercantil para el nombramiento de un mediador concursal a la que se acompañará un inventario, una lista de acreedores y una serie de datos contables de la deudora. Una vez aceptada la solicitud, se impedirá que el deudor pueda ser declarado en concurso de acreedores y se paralizarán los embargos sobre su patrimonio mientras se negocia el acuerdo extrajudicial, hasta un plazo máximo de 3 meses.

En los 10 días posteriores a la aceptación del cargo, el mediador concursal comprobará la existencia y la cuantía de los créditos y convocará al deudor y a los acreedores a una reunión que se celebrará en los 2 próximos meses para aprobar un acuerdo extrajudicial de pagos de los créditos, que podrá comprender una quita (reducción del importe de la deuda) que no supere el 25% y/o una



No son pocas las batallas que se han evitado gracias a la mediación de las partes.

espera (aplazamiento del pago) no superior a 3 años.

El mediador concursal remitirá a los acreedores, con una antelación mínima de 20 días a la fecha prevista para la celebración de la reunión y con el consentimiento del deudor, un plan de pagos junto con un plan de viabilidad y un plan de continuación de la actividad

serán calificados como subordinados en caso de concurso de la deudora. Por otro lado, el acuerdo en ningún caso afecta a los créditos de derecho público, si bien se prevé un procedimiento para el aplazamiento de los mismos referenciado a la espera acordada con el resto de los acreedores. Tampoco afectará a los acree-

**«El legislador también ha optado por dar cada vez más importancia a la figura del mediador; fomentando acuerdos entre las partes como vía de resolución de conflictos»**

el arte de la guerra consiste en ganar peleas sin batallar. A través de su obra "El arte de la guerra", grandes multinacionales como Wal Mart, CNN, MTV han definido su estrategia empresarial y han visto la mediación como una gran aliada en la resolución de conflictos.

No son pocas las batallas que se han evitado gracias a la

En este contexto, desde la década de los setenta, se ha venido recurriendo a nuevos sistemas alternativos de resolución de conflictos, entre los que destaca el arbitraje y la mediación, que han ido cobrando una importancia creciente como instrumento complementario de la Administración de Justicia, figuras que aunque

**«El mediador interviene para ayudar a las partes a que lleguen a un acuerdo que ponga fin al problema. En cambio, en el arbitraje son los árbitros los que adoptan una decisión»**

mediación de las partes, hemos vivido unos meses de gran tensión entre Siria y Estados Unidos que parece que pueda ver algo de luz a través de la mediación de la ONU. De la misma manera, se apeló al diálogo durante el interrogatorio de los Juicios de Nuremberg a Hermann Wilhelm Göring - piloto de cazas que estuvo al mando del famoso Escuadrón

sean continuamente confundidas por sus similitudes, presentan características propias que merecen la pena destacar.

La principal diferencia entre ambos sistemas radica en que en la mediación, el mediador interviene para ayudar a las partes a que lleguen a un acuerdo que ponga fin al problema. En cambio, en el arbitraje son los árbitros los que

**«El servicio de mediación también ha llegado al ámbito concursal, la Ley de Emprendedores, con efectos desde el 18 de octubre, institucionaliza la llamada Mediación Concursal»**

empresarial. Dentro de los 10 días posteriores al envío de la propuesta, los acreedores podrán presentar sus propias alternativas. Transcurrido este plazo, el mediador concursal remitirá a los acreedores el plan de pagos y viabilidad definitivo aceptado por el deudor.

En el caso de que los acreedores que representen, al me-

dores con garantía real que no se adhieran al acuerdo, ni a los titulares de garantías personales o frente a terceros.

Si finalmente se celebrara la reunión con los acreedores, el plan de pagos se aprobará con el voto favorable de, al menos, el 60% del pasivo. En el caso de que el plan de pagos consista en la cesión de bienes del

**«Este nuevo procedimiento está dirigido a personas físicas y empresas que presenten menos de 50 acreedores, un activo y pasivo que no supere los 5 millones de euros...»**

nos, el 50% del pasivo decidirán no continuar con las negociaciones, el mediador concursal deberá solicitar de inmediato la declaración de concurso de acreedores.

Se incentiva la asistencia a la reunión de los acreedores pues aquellos que no acudan sin haber previamente manifestado su aceptación u oposición a la propuesta de pagos,

deudor para el pago de deudas, dicho plan deberá contar con la aprobación de acreedores que representen el 75% del pasivo y del acreedor que se vea afectado por la cesión. Dicho acuerdo podrá impugnarse por una serie de causas tasadas en la Ley, mientras que su incumplimiento supondrá la inmediata tramitación del concurso de acreedores.

## Nuevas delegaciones de Intermundial en Polonia y México

El grupo ya tiene delegaciones en Francia, Reino Unido, Italia y Brasil

**El Grupo InterMundial sigue avanzando en su política de expansión internacional y ha anunciado la apertura de dos nuevas delegaciones, en Polonia y México. Además de**

**acercarse al mercado turístico global, la implantación de InterMundial en estos dos países supone una respuesta a la expansión del mercado español al exterior.**

El proceso de internacionalización de Intermundial se inició en 2009 con la apertura de una delegación en Portugal y se ha consolidando en los últimos años con la implantación de la compañía en Francia, Reino Unido, Italia, y a partir de ahora en Polonia.

El año pasado InterMundial hizo su primera incursión en América instalándose en Brasil, mercado emergente donde hoy la compañía funciona a pleno rendimiento.

La delegación de México supone un paso más en la expansión de InterMundial en el mercado latinoamericano, y es un desarrollo lógico de la actividad que el grupo lleva a cabo en el país, ya que el pasado mes de julio firmó un acuerdo con el Consejo de Promoción Turística de México para la difusión y promoción turística de México en el mercado europeo.

"Tanto Latinoamérica como Europa son mercados prioritarios en nuestro objetivo de ofrecer el máximo nivel de calidad, innovación e integración a todos nuestros clientes allá donde se encuentren. Este proceso de expansión nos permite, además, aprender de otros mer-

cados", explicó el consejero delegado del grupo, Manuel López.

### Nuevo organigrama

Esta nueva etapa del Grupo InterMundial viene acompañada también de cambios internos de la compañía con un nuevo organigrama en el que Javier del Nogal asume la Subdirección General del Grupo, y deja en manos del letrado Ricardo Fernández la Dirección de Tourism&Law, despacho de abogados especializado en turismo de la compañía.

La dirección del área Comercial está a cargo de Carlos Perelló y Manuel López Nieto-Sandoval dirigirá el área de Marketing y Desarrollo Digital.

Este desarrollo de la empresa en el exterior es uno de los objetivos prioritarios para el subdirector de la compañía, Javier del Nogal, quien afirma "la sede de Polonia permitirá al grupo ampliar su presencia Europa, mientras que con la de México, buscamos crecer en el mercado latinoamericano".



El proceso de internacionalización de InterMundial se inició en 2009 con la apertura de una delegación en Portugal.

## CEHAT y Gas Natural firman un acuerdo

El secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Ramón Estalella y el director de Promoción del Gas de Gas Natural Distribución, Alfredo Ingelmo, firmaron un acuerdo para fomentar el uso de gas natural y mejorar la eficiencia energética del sector hotelero.

Uno de los objetivos del convenio es reducir la factura energética de los establecimientos gracias al uso del gas natural aprovechando el diferencial de precios que existe entre el gas natural y el resto de combustibles. También, la compañía promueve el uso de tecnologías eficientes que usen gas natural, el combustible convencional más respetuoso con el medio ambiente, tanto para climatización de establecimientos como para otras instalaciones del sector hotelero. Los hoteles pueden solicitar un estudio de viabilidad para trans-

formar sus instalaciones y realizar una comparativa económica y medioambiental entre el gas natural y el combustible que usen habitualmente. Asimismo, la compañía promoverá la extensión de las redes de gas necesarias para dar servicio al colectivo.

La actividad de distribución de la compañía consiste en la expansión, la operación y el mantenimiento de las redes. Gas Natural Distribución dispone de más de 44.000 km de red de distribución en España y cuenta más de 5,2 millones de clientes.

El grupo Gas Natural Fenosa es la mayor compañía integrada en gas y electricidad de España y Latinoamérica, líder en comercialización de gas natural en la península Ibérica y primera distribuidora de gas natural de Latinoamérica. La multinacional energética está presente en más de 25 países y cuenta con más de 20 millones de clientes.



Gas Natural fomentará la mejora de la eficiencia energética en el sector.

## INOOUT HOSTEL recibe un nuevo premio

En un acto presentado por la escritora Asha Miró y la arquitecta Benedetta Tagliabue, ocho empresas o administraciones han recogido sus galardones, que reconocen y distinguen su apuesta por una gestión responsable del destino.

En el marco de la 7ª Conferencia Internacional de Turismo Sostenible, organizada por ESADE, INOOUT HOSTEL ha resultado ganador del Premio de Turismo Sostenible en la categoría de "Mejor proveedor de Turismo accesible e inclusivo".

INOOUT HOSTEL es un complejo turístico con una oferta de casi 200 camas, restaurante abierto al público, salas polivalentes 2 bares, terrazas y piscina. Está ubicado en el parque natural de Collserola en Barcelona-ciudad, es el primer

servicio del mundo con el 99% de la plantilla de trabajadores con discapacidad mayoritariamente psíquica.

María José Pujol fundadora del Proyecto y un grupo de entusiastas trabajadores subieron al estrado del auditorio de la Torre Agbar para recibir el Premio de manos de la organización agradeciendo a sus clientes, organizaciones hoteleras y turísticas su apoyo incondicional.

Los Premios reconocen las buenas prácticas de la industria turística catalana y galardonan empresas o administraciones que apuestan por una gestión responsable del turismo. Las empresas galardonadas han sido nominadas por los mismos viajeros, o por sus colegas de la industria turística catalana.



María José Pujol fundadora del Proyecto y un grupo de trabajadores.

## Nestlé Profesional estrena nueva web

Nestlé Profesional ha puesto en marcha su nueva página web, [www.nestle-soluciones.es](http://www.nestle-soluciones.es), un portal que permite a los profesionales de la hostelería buscar las mejores soluciones de bebidas calientes para su negocio. En ella aparecen las distintas soluciones Nescafé para los diferentes canales: bares, cafeterías y restauración, vending para oficinas/empresas, hospitales y hoteles.

Desde la pantalla de Inicio segmenta las posibilidades de nego-

cio según la naturaleza del establecimiento e indicando en cada caso qué productos y qué máquinas pueden adaptarse mejor a las necesidades de los mismos teniendo en cuenta este aspecto.

La web es intuitiva y muy visual facilitando la navegación de un segmento a otro y por todos los productos que ofrece la marca para el negocio profesional. Además cuenta con una utilidad que permite el asesoramiento a modo orientativo del cliente.

Por medio de una pequeña ventana se identifica el tipo de negocio y la población de influencia. En el caso de los locales y establecimientos hosteleros, se permite identificar el número de consumiciones diarias para dirigirnos a la solución que desde Nestlé Profesional consideran más adecuada. Desde aquí se rellena un formulario de contacto que permite a la empresa contactar de manera directa e inmediata con el cliente.

Imagen de la nueva página de la web de Nestlé Profesional.

# 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 es-

tablecer 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.

## ANEKS3



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

## CEPSA



Cepsa ofrece a todos los socios de la CEHAT un importante descuento en la compra de su gasóleo C, para ello tan sólo deberán adherirse al convenio vigente, sin ningún compromiso. Contacto: 91.337.71.66 [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com)

## 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](http://www.dyrecto.es)

## ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ



La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez constituye un centro emblemático en la formación de los profesionales del sector hostelero. Dotada de unas

inmejorables instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza.

Contacto: 956 03 50 50  
[www.escuelahosteleriajerez.org](http://www.escuelahosteleriajerez.org)

## HBD CONSULTING



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

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

## HOTELERUM



Hotelerum desarrolla herramientas online innovadoras que permiten incrementar las ventas directas de los hoteles. Entre otros servicios, Hotelerum pone a disposición de los hoteles un motor de reservas totalmente funcional y adaptable a las necesidades de cada establecimiento y una página web diseñada para conseguir el mejor posicionamiento del hotel en Internet.

Contacto: 93.187.03.18  
[info@hotelerum.com](mailto:info@hotelerum.com)  
[www.hotelerum.com](http://www.hotelerum.com)

## 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.

Tel.: 91 290 30 82  
[www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

## "LA CAIXA"



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

[www.lacaixa.es/empresas](http://www.lacaixa.es/empresas)

## MYPROVIDER



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

Contacto: 902 027 057  
[www.myprovider.es](http://www.myprovider.es)

## NESTLE



NESTLÉ, 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](mailto:foodservices@nestle.es) Teléfono: SAC: 934805008 / 902112113 (Helados) [www.nestleprofessional.es](http://www.nestleprofessional.es) / [www.helados.nestle.es](http://www.helados.nestle.es)

## PIKOLIN



Se ha firmado este acuerdo para ofrecer unas condiciones ventajosas a los establecimientos asociados a CEHAT en la adquisición y renovación de colcho-

nes, 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](http://www.pikolin.es)

## RATE TIGER



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

## RENOLIT



El grupo RENOLIT es uno de los principales fabricantes internacionales de láminas termoplásticas de alta calidad y especialista en el desarrollo y producción de soluciones para conseguir una fiable y total estanqueidad, ya sea en piscinas, depósitos, cubiertas, etc. Desde hace más de 65 años la empresa multinacional sigue fijando los estándares en cuanto a calidad e innovación. Su sistema RENOLIT ALKORPLAN es la solución óptima para la construcción y rehabilitación de todo tipo de piscinas privadas y públicas, mercado en el que es referente mundial. Contacto: RENOLIT Ibérica, S.A. Ctra. Del Montnegre, s/n | 08470 Sant Celoni (Barcelona) - Tel: 93 848 42 26 Mail: [renolit.iberica@renolit.com](mailto:renolit.iberica@renolit.com) [www.renolit.com](http://www.renolit.com)

## RENTOKIL INITIAL



Rentokil Initial, servicios especializados en prevención y control de plagas e higiene. Programas específicamente desarrollados para el sector hotelero. PestNetOnLine

único sistema en el mercado que permite un seguimiento online y un reporte completo de los servicios de control de plagas. Contacto: Jacinto Diez. 91 627 02 84 - [www.rentokil.es](http://www.rentokil.es)

## SIHOT



SIHOT es un proveedor de software para la gestión hotelera, de origen alemán. Ofrece un conjunto de programas para el control de pequeños, medianos y grandes establecimientos y cadenas, usado por 2.800 hoteles del mundo, 250 de ellos en España. Contacto: Marc Llobet 636.43.21.96 [m.llobet@sihot.com](mailto:m.llobet@sihot.com) [www.sihot.com/es](http://www.sihot.com/es)

## TRUSTYOU



Desde 2008, TrustYou recoge las reviews de los huéspedes y las usa para poder crear conversaciones online entre hotel y huésped y poder así, posicionar de manera correcta su reputación online. Soluciones como el Cuestionario sobre la Satisfacción (Reputation Survey), la Monitorización de la Reputación (Reputation Monitoring), y el Marketing sobre la Reputación (Reputation Marketing) hacen que TrustYou sea como gestor sobre la Reputación Online, un valor seguro dentro de su empresa.

Contacto: Jordi Franquesa [jordi.franquesa@trustyou.com](mailto:jordi.franquesa@trustyou.com) 616 659 762 [www.trustyou.com](http://www.trustyou.com)

## UVALENT



Uvalent.com es una reinención del modelo tradicional de selección de personal. No se trata de "otro sistema más" de reclutamiento en Internet, sino que va más allá: integra todas las partes de un proceso de selección en un único espacio: captación de candidatos, filtrado competencial y técnico, videoentrevistas, y gestión de mensajería y citas. Contacto: 900.103.154 [info@uvalent.com](mailto:info@uvalent.com)

Se controla mejor el consumo por la lectura del contador, se paga una vez consumido, no es necesario gestionar recargas, tiene niveles muy bajos de emisiones de NOx y nulos de partículas en suspensión, y no se generan residuos sólidos de la combustión

## «Las principales ventajas son la reducción de CO2 y el ahorro en la factura energética del hotel»

Isabel Rodríguez. Responsable de Cuentas Nacionales de Gas Natural Distribución SDG, SA

La responsable de Cuentas Nacionales de Gas Natural Distribución, Isabel Rodríguez, comenta el reciente acuerdo firmado por su compañía y CEHAT con el fin de mejorar la eficiencia energética en el sector hotelero.

**Pregunta:** ¿Cuál es el objetivo del acuerdo firmado recientemente entre CEHAT y Gas Natural Distribución?

**Respuesta:** El objetivo de este acuerdo que se engloba en la actividad de distribución de gas es promover el uso del gas natural en las instalaciones del sector hotelero de manera que se beneficien del gran ahorro económico que supone así como mejorar su eficiencia energética, comprometiéndonos a potenciar el desarrollo de nuestras redes con ofertas competitivas que faciliten el acceso al suministro de gas natural.

**P:** Y ¿qué ventajas tiene para un hotel la utilización del gas natural frente a otros combustibles?

**R:** La mayor y principal ventaja es el importante ahorro tanto en consumo como en emisiones de CO2 con la consecuente reducción en la factura energética del hotel. Frente a otros combustibles también es posible disponer



La responsable de Cuentas Nacionales de Gas Natural Distribución, Isabel Rodríguez.

**R:** Los más comunes son la calefacción y el agua caliente sanitaria pero las posibilidades son muchas dependiendo de cada caso

usos del gas natural viene acompañada de una elevada e innovadora tecnología que favorece su implantación.

**P:** ¿Qué otras ventajas ofrecéis a los hoteles que forman parte de la CEHAT?

**R:** Para los asociados que lo soliciten y sin coste ni compromiso para ellos, analizamos en primer lugar la viabilidad de suministro y ofrecemos estudios previos específicos para cada instalación utilizando herramientas desarrolladas precisamente para este fin. Algunas de estas herramientas

están disponibles para los hoteleros, como el AHORRADOR PRO, una aplicación de uso sencillo, gratuita y disponible para descargar tanto en versión Android como iOS que permite calcular con cierto grado de aproximación los ahorros obtenidos por la utilización del gas natural en lugar de la energía utilizada actualmente por el hotel. Y otras

de suministro y haremos los estudios necesarios.

**P:** Antes hacía referencia a la distribución de gas, ¿se entiende que el acuerdo no afecta a otras actividades como la comercialización?

**R:** Efectivamente, el acuerdo se limita a la actividad de distribución de gas en aquellas zonas del ámbito nacional donde somos los distribuidores, luego los hoteles pue-

**«El objetivo de este acuerdo es promover el uso del gas natural en las instalaciones del sector hotelero de manera que se beneficien del gran ahorro económico»**

como el GASESHOR cuyo fin es realizar un estudio en profundidad específico para cada hotel con mayor grado de detalle. También ofrecemos ayuda orientada a la transformación de instalaciones, como asesoría y colaboración en la redacción del proyecto si éste fuera necesario, e información sobre aplicaciones específicas del gas natural.

**P:** ¿Qué tiene que hacer el empresario hotelero si quiere aprovechar las ventajas de este acuerdo?

**R:** Otra de las ventajas de este acuerdo es la interlocución única por parte de Gas Natural Distribución. Para aprovechar todas estas ventajas se pueden poner en contacto con el gestor responsable de la cuenta de CEHAT, Oscar González, a través de la dirección de email [ogonzalez@gasnatural.com](mailto:ogonzalez@gasnatural.com) donde responderemos cualquier consulta o solicitud para conectarse a nuestras redes de gas natural, concertaremos una visita al hotel para analizar la viabilidad

den elegir libremente en el mercado la empresa comercializadora que prefieran, o incluso hacerlo a través de un gestor energético. En cualquier caso la reducción en la factura energética del hotel será notable simplemente por el uso del gas natural como combustible.

**P:** Y para terminar ¿queda mucho potencial para el uso del gas natural en nuestro país?

**R:** Sin duda, el ratio de penetración del gas natural en nuestro país es todavía bastante bajo comparado con el nivel europeo, e incluso es de esperar que internacionalmente todavía se incrementen su uso para cumplir con el objetivo de la Directiva Europea 2010/31 de reducción de emisiones para el año 2020 y la propuesta para el año 2050 realizada por la Agencia Internacional de la Energía de reducir de 62 a 14GTon/año las emisiones de CO2, cifrándose en un 17% de esta reducción la que debe conseguirse en el sector de la Edificación.

**«Para los asociados que lo soliciten y sin ningún coste analizamos la viabilidad de suministro y ofrecemos estudios previos específicos para cada instalación»**

de un espacio adicional al no ser necesarios depósitos de almacenamiento. Otras ventajas son el hecho de controlar mejor el consumo por la lectura del contador o pagarlo una vez consumido, el no ser necesario gestionar recargas, la mayor limpieza y el alto rendimiento del gas natural. Y también es importante recalcar que adicionalmente a lo citado sobre el CO2 el gas natural tiene emisiones muy bajas de NOx y nulas de partículas en suspensión y que tampoco quedan residuos sólidos de la combustión que en otros casos sí es necesario retirar.

**P:** ¿Cuáles son los usos que puede tener el gas natural en el sector hotelero?

al ser viable su utilización para otros fines como piscinas climatizadas, saunas o spas, producción de frío, secadoras y vapor para lavandería, chimeneas y calentaplatos o incluso como apoyo a la producción eléctrica con la cogeneración.

**P:** ¿Qué tipo de tecnologías con gas natural ayudan a la mejora de la eficiencia energética?

**R:** Las más relevantes son la producción de calor mediante calderas de baja temperatura y especialmente las calderas de condensación que al aprovechar mejor el calor contenido en los productos de la combustión consiguen unos rendimientos muy elevados. En general la gran versatilidad de

**«También ofrecemos ayuda orientada a la transformación de instalaciones, como asesoría y colaboración en la redacción del proyecto si éste fuera necesario»**

**el ahorrador Pro**  
El comparador de energías de Gas Natural  
para tu negocio

El Ahorrador ya en



Compruébalo por ti mismo descargándote la App, que está ya disponible tanto para Android como para Apple (iOS).

# Más de 250 empresarios de España y Portugal se dan cita en el I Foro Ibérico Empresarial

El presidente de CEHAT ha participado en uno de los cuatro paneles que se han desarrollado en este foro

**Más de 250 Empresarios de España y Portugal se han dado cita en Badajoz en el I Foro Ibérico Empresarial, que nace con el objetivo de convertirse en una cita**

**anual de referencia en las relaciones empresariales hispano-portuguesas. El Foro ha estado compuesto por cuatro paneles de debate: energía, transporte y logísti-**

**ca, turismo, y agricultura y alimentación; en el cual han intervenido importantes ponentes de gran relevancia en el mundo económico y empresarial.**

Este encuentro ha ofrecido una oportunidad única para que empresarios de ambos lados de la frontera puedan analizar mercados, identificar opciones de inversión y negocios en sectores prioritarios, así como para buscar alianzas y procurar fórmulas de cooperación, arrojando diferentes conclusiones de gran calado.

En materia energética cabe destacar la importancia de generar una política energética planificada a medio y largo plazo, repetir la experiencia del Mercado Ibérico de la Energía, que tiene un buen funcionamiento, en este caso aplicado al gas como apuesta estratégica de futuro. También en el desarrollo de las redes inteligentes "Smart grids" a partir del apoyo de fondos europeos y otros marcos retributivos, así como de políticas fiscales medioambientales.

La apertura del nuevo Canal de Panamá, que supondrá un gran impulso para la Península Ibérica, ha sido uno de los temas más destacados tratados en el panel sobre transportes y logística, donde también se ha apostado por homogeneizar entre los dos países normas, formación, logística, sistemas de seguridad ferroviaria o sistemas de pago de peaje electrónicos. Todo esto buscando la unión de empresas españolas y portuguesas y potenciando la denominación del Mercado Ibérico.

El Presidente de CEHAT, Juan Molas que ha participado en este foro explicó que se prevé que este año se bata el récord de llegadas de turistas extranjeros a España, cercano a los 60 millones de visitantes, de esta cifra se benefician, sobre todo, las ciudades de Barcelona, San Sebastián, Valencia, Málaga y Palma de Mallorca, así como el resto de las costas peninsulares y de Baleares y Canarias. Por ello, Molas ha indicado que salvo en esas zonas, los incrementos no se han notado "prácticamente", por lo cual hay una "focalización" del turismo extranjero a unos destinos de sol y playa muy concretos.

Por este motivo, ha abogado también por alternativas al turismo de sol y playa, que representa un 25% del total del sector en el Estado, desarrollando clusters turísticos y productos y potenciando marcas. Según ha dicho, "esta situación requiere de inteligencia, voluntad y de ser capaces de definir qué tipo de productos turísticos son los necesarios para las zonas de interior, no solo de Extremadura, donde se celebró el foro, sino también de otros muchos puntos de la geografía nacional".

El presidente de CEHAT ha participado en uno de los cuatro

paneles que se desarrollan en este foro junto a Energía, Logística y Transporte y Agroalimentación, donde también han participado el administrador de Vila Galé Hotéis, Goncalo Rebelo, y la jefa de Ventas del Mercado Ibérico de Amorim Turismo, Laura Wiebel.

El peso del turismo en la economía de ambos países puede "ir más allá", según los organizadores, adoptando las políticas "adecuadas" y para ello es necesario establecer también en este sector fórmulas de cooperación luso-hispano-extremeñas para competir en el mercado internacional.

En lo que a agricultura y alimentación se refiere se ha apostado por seguir aumentando el peso político de ambos países en la Unión Europea, un trabajo que centra una de las más destacadas labores de la Acción Exterior extremeña; del mismo modo se marca como objetivo seguir creciendo en innovación y exportaciones sin olvidar el mercado interno.

El presidente del Gobierno de Extremadura, José Antonio Monago, ha destacado que Extremadura se consolida como nexo de unión estratégica entre España y Portugal frente a la Unión Europea y al resto del mundo. Tal y como ha explicado el presidente, ambos países están llamados a desarrollar estrategias compartidas que permitan aprovechar todo el potencial que presentan ambas economías. Y en esa unión, "Extremadura quiere y debe jugar un papel protagonista, porque



El presidente del Gobierno de Extremadura, José Antonio Monago, clausuró el I Foro Ibérico Empresarial.

somos el puente natural entre ambos países", ha subrayado.

Así lo ha manifestado el máximo representante del Ejecutivo extremeño en la Clausura del I Foro Ibérico Empresarial celebrado en Badajoz, que ha reunido a más de 200 empresarios de España y Portugal y que ya es, tal y como ha indicado, el encuentro Ibérico más importante que se celebra hoy en España. Allí ha asegurado que "desde Extremadura creemos en Portugal, los portugueses y la economía portuguesa".

Monago ha defendido esta unión estratégica de España y Portugal, que ya se da en Extremadura y ha asegurado que "cuando esto se entienda en el resto de España, y nosotros va-

mos a ayudar a que así sea, el Sur de Europa se va a escuchar mucho más fuerte en el Norte de España", porque "España y Portugal tienen que recuperar el peso político en un mundo globalizado y la mejor forma, sin duda, es hacerlo de la mano".

El presidente Monago ha puesto en valor las buenas relaciones comerciales que existen entre Extremadura y Portugal y que se han incrementado en el último año gracias a la celebración de encuentros transfronterizos. Así, ha detallado que las exportaciones de España a Portugal han crecido un 22,5% y las importaciones casi un 37%.

Del mismo modo, el presidente ha defendido el potencial de España y Portugal, que presentan

unas "extraordinarias" ventajas competitivas para atraer inversión gracias a su situación estratégica, a que cuentan con espacios para las empresas de primer nivel internacional, profesionales cualificados, a la estabilidad que aporta a ambos países pertenecer a la UE y una situación económica que les hace competitivos en términos salariales.

El presidente ha indicado que no es casualidad que este Foro se centre en Energía, Turismo y Alimentación, ya que son los sectores fuertes en España y Portugal, pero también son los sectores en los que Extremadura destaca por encima de otras regiones, junto al de Ciencias de la Vida.



Juan Molas participó en uno de los cuatro paneles que se desarrollaron en este foro.

# El chocolate: un alimento saludable

Fuente de energía y nutrientes que aporta muchos beneficios a nuestro organismo

**Nestlé es altamente conocido por elaborar productos de chocolate. Por ello, nos quiere informa de los beneficios que nos puede aportar consumir esta deliciosa fuente**

**de energía y nutrientes. Tiene muchos otros componentes que aportan a nuestro organismo beneficios que no son tan conocidos. El cacao contiene ácido oleico,**

**que ayuda a regular los niveles de 'colesterol bueno' y ácido esteárico, un tipo de grasa que no influye negativamente en el aumento del nivel de colesterol en sangre.**

El chocolate es una fuente de nutrientes y energía porque contiene entre otros:

**Grasas:** fuente de sabor y energía.

**Hidratos de carbono:** en forma de azúcar simple, contribuyen a una buena salud cuando se consume con moderación.

**Magnesio:** importante para el desarrollo de los huesos.

**Calcio:** En el caso de las tabletas con leche.

**Fósforo:** importante en la constitución de los huesos y dientes.

**Hierro:** participa en el transporte del oxígeno del cuerpo.

**Vitaminas B2 y B12:** ayudan a liberar la energía de los alimentos y al desarrollo de las nuevas células.

El chocolate, además, tiene muchos otros componentes que aportan a nuestro organismo beneficios que no son tan conocidos.

El cacao contiene ácido oleico, que ayuda a regular los niveles de "colesterol bueno" y ácido esteárico, un tipo de grasa que no influye negativamente en el aumento del nivel de colesterol en sangre, por lo que se puede considerar que el efecto del chocolate sobre el nivel de colesterol es neutro.

Nuestra sociedad ha desarrollado una serie de mitos sin base científica sobre el chocolate tales como su influencia en la obesidad, las migrañas o las caries.

¿Sabías que la causa principal de la obesidad es la inactividad? ¿Qué la causa principal de las migrañas suele ser el estrés y que la aparición de caries es por culpa de una falta de higiene bucal? Muchos estudios científicos afirman que el chocolate, consumido con moderación, puede ser beneficioso para la salud.

En Nestlé Professional os deleitamos con un magnífico Cacao

a la Taza de Nestlé, chocolate caliente de la máxima calidad. El producto es de preparación sencilla, con una agradable textura, un aroma muy característico y delicioso gusto. Todo un placer para los sentidos. Es ideal para degustarlo a la taza, en el desayuno y merienda o para la elaboración de las más

exquisitas recetas de repostería. ¡Irresistible! Producto apto para una dieta sin gluten.

www.nestle-soluciones.es

www.nestle-soluciones.es



El chocolate es fuente de energía y nutrientes aportando muchos beneficios a nuestro organismo.



## 19 campings españoles reciben el 'Best Camping'

Se trata del Premio más importante de Europa y supone la calificación 5 estrellas a los campings que cuentan con las mejores instalaciones, oferta complementaria y servicios.

Un total de 19 campings españoles han sido recompensados con el prestigioso galardón "Best Camping 2013" por el Club Automovilista holandés ANWB y el alemán ADAC. Ambas entidades agrupan a más de 21 millones de familias y son el referente para los turistas europeos del sector del camping-caravanning.

Los inspectores de estas prestigiosas guías han valorado más de 5.500 campings de Alemania, España, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Suiza, Austria y Croacia. Entre los aspectos evaluados destacan los relacionados con los alojamientos (bungalows, parcelas y motorhome), la variedad de animación y restauración así como el entorno natural donde se encuentran ubicados los establecimientos.

De los 146 campings que han obtenido este galardón, 16 son campings catalanes y 3 de la Comunidad Valenciana. Se

trata de los campings Marjal Guardamar, Marjal Costa Blanca y La Marina en Alicante, los gerundenses Aquarius, La Ballena Alegre, L'Amfora, Las Dunas, Laguna, Les Medes, Cypsel, Mas Sant Josep y el Delfín Verde, los tarraconenses La Torre del Sol, El Templo del Sol, Playa Montroig, Sangulí, Tamarit Park y Park Playa Bará y el barcelonés Vilanova Park.

Estos reconocimientos avalan la calidad de los campings españoles como señala Ana Beriaín, Presidenta de la FEEC (Federación Española de Empresarios de Camping). "El hecho de que los dos clubs automovilísticos más prestigiosos de Europa premien a nuestros campings demuestra la buena salud de nuestro sector y la calidad de los campings de nuestro país.

Además ratifica que somos un referente en cuanto a destino turístico de alta calidad durante todo el año, no solo en verano. Desde la FEEC felicitamos a todos los campings galardonados y nos mostramos muy satisfechos del reconocimiento por parte de los turistas europeos".

## Intermundial y CEHAT firman un acuerdo de colaboración

Intermundial ofrece sus mejores productos para el sector hotelero

El convenio ofrece a los asociados los mejores productos de Intermundial para el sector hotelero y renueva a Tourism & Law como asesor jurídico de la Confederación.

Recibir la protección de los mejores seguros para el sector hotelero y seguir contando con el asesoramiento jurídico de abogados especializados en el sector turístico. Estas son algunas de las ventajas de las que dispondrán los asociados de la Confederación de Establecimientos Hoteleros y Alojamientos Turísticos (CEHAT) tras la firma del acuerdo de colaboración con Intermundial Seguros y Tourism & Law.

La Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), compuesta por asociaciones hoteleras de todo el territorio nacional, ha firmado un acuerdo de colaboración con Intermundial para poner a disposición de todos los asociados los mejores seguros para el sector hotelero.

"Nos sentimos orgullosos de contar con la confianza de CEHAT y estamos seguros de que este acuerdo representa el

inicio de una andadura de éxito para ambas partes", ha afirmado el Consejero Delegado de Intermundial, Manuel López.

Intermundial cuenta con programas especiales para cubrir todos los imprevistos que puedan suceder en los hoteles y alojamientos turísticos, dispone de seguros específicos de Responsabilidad Civil, así como de productos especializados, dirigidos a

Administradores y Directivos, y a los empleados de los alojamientos turísticos. Igualmente, ofrece Seguros de Protección para impagos, que permite el control total de las ventas a crédito.

La firma del acuerdo supone también la renovación de Tourism & Law, despacho de abogados especializado en turismo del grupo Intermundial, como asesoría jurídica interna de CEHAT.



Manuel López y Ramón Estalella en la firma del convenio.

# Una gran oportunidad para la eficiencia energética en los hoteles españoles

Los diversos programas públicos para la mejora de la eficiencia energética de edificios existentes facilitan la financiación

**El mayor ahorro es no necesitar la energía, y actuaciones que tienen efectos directos en la reducción del consumo energético son fundamentales no sólo para la industria hotelera, sino**

**también para la administración pública. La convocatoria de diferentes programas de financiación públicos ponen el acento en la envolvente térmica como prioridad estratégica, ya que este**

**tipo de actuaciones no sólo mejoran la eficiencia energética de los edificios, sino que también contribuyen a aumentar el valor patrimonial del hotel y a reducir sus costes de mantenimiento.**



FERNANDO ARRABE

DIRECTOR GENERAL DE BAUMIT

La puesta en marcha de planes de financiación como PIMASOL y las ayudas de IDAE, junto a la aprobación de nuevos reglamentos como la Ley de Rehabilitación, Regeneración y Renovación Urbana, el nuevo Real Decreto de Certificación de Eficiencia Energética de Edificios y la última modificación del Código Técnico de la Edificación, evidencian el impulso definitivo que desde las administraciones públicas se está haciendo por la rehabilitación energética de los edificios, al vincular las ayudas públicas en rehabilitación a la necesaria mejora de la

eficiencia energética del inmueble. Allanan, además, el camino hacia el objetivo de la Unión Europea de conseguir edificios de consumo de energía casi nulo en el año 2020, o al menos lograr una importante reducción del consumo de energía en los edificios existentes.

Los hoteles son conscientes de que existen diversas alternativas para mejorar su eficiencia energética, y entienden que deben contar con una planificación rigurosa y global, que influye en los procesos de trabajo, la demanda energética o la eficiencia en la producción. De hecho, según el estudio "Cómo impulsar la eficiencia energética del sector Hotelero español" promovido por la Plataforma Tecnológica Española de Eficiencia Energética, el 69% de los hoteles tienen intención de implantar en el corto plazo soluciones de eficiencia energética, para ahorrar principalmente energía y costes, aunque se enfrentan a su principal barrera: la elevada inversión requerida, que se afronta en un 79% de los casos con financiación propia.

La eficiencia energética no es sólo una prioridad de las grandes cadenas hoteleras, que desde luego acometen planes medioam-

bientales integrales, sino que deben impregnar al resto del tejido hotelero que suman el 70% de los establecimientos no integrados en grandes cadenas hoteleras.

**La limitación de la demanda energética es el mayor ahorro**

Lamentablemente, actuaciones que limitan la demanda pero que, a priori, son más complejas o tienen periodos de retorno de la inversión mayores, se descartan por criterios económicos o son las últimas en acometerse. Pero ¿debemos aplicar el mismo criterio de *payback* a corto plazo en un proyecto de instalaciones (de iluminación, por ejemplo), que en la fachada de nuestro edificio? Si no tiene el mismo coste de mantenimiento en el tiempo, e igual periodo de vida útil una y otra actuación. ¿No pasa a formar parte del activo inmobiliario incrementado el valor patrimonial una actuación integral en la envolvente que permanecerá sin mantenimiento toda la vida útil del edificio?

Naturalmente la barrera de la financiación se interpone entre las actuaciones y su implementación, un hecho que el IDAE ha compren-

dido y ha intentado abordar a través del plan recientemente hecho público. Este programa se marca como prioridades mejorar la envolvente térmica, climatización e iluminación, y promover la biomasa y la geotermia como fuentes energéticas alternativas, siguiendo la máxima de que el mayor ahorro es no necesitar la energía.

Precisamente, la envolvente de los edificios contribuye a limitar la demanda energética y, además, incrementa el valor patrimonial y la estética de los inmuebles. Los sistemas de aislamiento térmico exterior (SATE) son la solución de aislamiento exterior de las fachadas que pueden unir en una misma actuación la solución de salubridad (reparación de humedades o condensaciones), estética (cambiando por completo la personalidad de su inmueble si así se requiere) y de eficiencia energética en la fachada, todo en la misma actuación, aspectos en los que ya trabajamos con ITH a través de un proyecto piloto.

El progresivo e imparable incremento de las exigencias normativas en este campo persigue afianzar un nuevo concepto so-

cial de sostenibilidad que convierte la eficiencia energética en valor añadido e imagen de marca de instituciones y empresas, especialmente de aquellas cuya imagen corporativa y comercial queda estrechamente vinculada a sus edificios, como es el caso de los hoteles.

Unos objetivos para cuya consecución es imprescindible mejorar la envolvente térmica de los edificios dotando a sus cerramientos de mejor aislamiento térmico, y optimizar sus instalaciones, reduciendo con ello el consumo energético del edificio, lo que supone un importante ahorro económico y la mejora de la competitividad de las empresas del sector hotelero.

El siguiente paso que habrá que dar claramente será aumentar sustancialmente los presupuestos asignados a este tipo de ayudas o bien se incrementen adecuadamente las desgravaciones fiscales vinculadas a este tipo de intervenciones, y que tales ayudas se hagan extensivas para ahorrar en todas las fuentes energéticas habitualmente empleadas en el sector hotelero.

## El Gremi d'Hotels de Barcelona dice basta

**El objetivo de la entidad es erradicar una actividad que pone en jaque la calidad y seguridad de unos de los principales sec-**

**tores del país. En colaboración con CEHAT, ha planteado una estrategia contundente de actuación para exigir el cumplimiento**

**de la normativa de viviendas turísticas en el municipio, centrada en tres diferentes frentes de actuación.**

El Gremi d'Hotels de Barcelona, GHB, ha dicho basta. Ante la situación de descontrol en la proliferación de establecimientos turísticos ilegales que se está produciendo en la capital catalana, y antes de que ésta se acabe escapando definitivamente de las manos, la entidad ha decidido tomar cartas en el asunto y poner su objetivo en esta actividad que amenaza con destruir todo el buen trabajo llevado a cabo por el sector, que ha conseguido en los últimos años consolidar una oferta y un turismo de calidad para la ciudad.

Así, la asociación hotelera ha planteado una estrategia contundente de actuación para exigir el cumplimiento de la normativa de viviendas turísticas en el municipio, centrada en tres frentes.

### 1. Actuación contra los establecimientos ilegales

El GHB está llevando a cabo una serie de actuaciones contra los establecimientos ilegales, entendiendo como tales, aquellos que operan sin ningún tipo de licencia, sobre los cuales la entidad está centrando inicialmente su acción; aquellos con licencias obsoletas; que operan con una licencia diferente a aquella que tienen concedida; o viviendas particulares que

alquilan partes de éstas.

El primer paso ha sido conseguir la implicación de las administraciones competentes de la ciudad, para que sean activas en la revisión de la ilegalidad de los establecimientos turísticos de Barcelona.

En este sentido, se constituyó la Comisión de establecimientos de alojamiento turístico, de la cual forman parte la Dirección General de Turismo; el Ayuntamiento de Barcelona; la Dirección General de Juventud; el Consejo Comarcal del Barcelonés; la Asociación de Albergues (ACATUR); la Asociación de Apartamentos Turísticos (APARTUR) y el propio GHB, que utiliza esta comisión para vehicular todas las peticiones de denuncia que desea formular a partir del trabajo de investigación que realiza desde sus oficinas. Este trabajo ya ha dado como fruto la interposición de cerca de un millar de expedientes sancionadores por parte de la administración.

### 2. Competencia desleal

Así mismo, la entidad ha denunciado que la actividad de alojamiento turístico ilegal conlleva consecuentemente una situación de competencia desleal en el sector, tanto en el ámbito del mercado de viviendas

turísticas como en base a la normativa que regula el alojamiento no turístico que actúa como tal.

En lo concerniente al mercado de viviendas turísticas, existen dos casuísticas que marcan la actuación de la entidad:

Por un lado los pisos legalizados que, pese a pagar la tasa correspondiente del ayuntamiento y cumplir con los requisitos establecidos en la documentación exigida por esta administración, no están sujetos a la misma presión y exigencias normativas que cualquier otro establecimiento turístico: ya sea en materia técnica, sanitaria, de seguridad o turística. En este caso, el GHB exige la misma consideración para éstos, como una vía para garantizar la calidad de la planta de alojamiento turístico.

Por otro, los pisos ilegales, es decir, aquellos que no disponen de ningún tipo de licencia y sobre los cuales, a parte de las actuaciones de denuncia ya mencionadas anteriormente, se exigirán a las administraciones pertinentes que actúen con diligencia en aspectos como las inspecciones que deben llevar a cabo los cuerpos de seguridad; el pago de los tributos correspondientes, competencia del departamento de ha-

cienda; o la supervisión de los trabajadores y sus condiciones laborales, a través del departamento de trabajo de la Generalitat.

Por lo que se refiere al alojamiento no turístico que actúa como tal: albergues, residencias de estudiantes, geriátricos, etcétera, el GHB tiene previsto exigir su regulación normativa. En el caso concreto de los Hostels, se solicitará que dejen de estar bajo la regulación de la Dirección de Juventud y pasen a estar sometidos a la normativa turística.

### 3. Portales web comercializadores

Ante la proliferación de páginas web comercializadoras de alojamiento turístico ilegal y la dificultad de poder actuar legalmente contra ellas al estar ubicadas en otros países, el Gremi d'Hotels de Barcelona ha solicitado a la Dirección General de Turismo que intensifique las inspecciones y sanciones contra estos portales.

### Preservación de la calidad turística y la convivencia

Más allá de las acciones descritas, el Gremi d'Hotels de Barcelona activará un conjunto de acciones de comunicación encaminadas a concienciar a la opinión

pública de la importancia y el valor que el turismo tiene para la ciudad y del daño que la actividad ilegal causa al sector.

La entidad es consciente que el turismo es duramente criticado desde algunos sectores de la sociedad por su gran auge en la capital catalana, y en este sentido, el GHB quiere rebatir esos argumentos haciendo hincapié en la extraordinaria aportación que tiene este sector para el conjunto socio-económico-cultural de Barcelona.

Por ello, el Gremi d'Hotels tiene previsto elaborar un estudio que describa, mediante cifras concretas, el daño económico y social que tal actividad inflige al sector y a la ciudad, plasmando, así mismo, el temible descontrol que se da en aspectos como la seguridad, la salubridad y el marco laboral de dichos establecimientos ilegales, con el consiguiente peligro y perjuicio para turistas y trabajadores.

Por otro lado, la asociación tiene la voluntad de tender puentes de colaboración y diálogo con las entidades vecinales que sufren las problemáticas derivadas de la actividad de alojamiento turístico ilegal, para trabajar de manera conjunta en la detección y denuncia de éstos.

# Los líderes del Sector Turístico participan en el foro 'Los 25 años de NEXO'

La reducción de la presión fiscal y una mayor dotación para la promoción del destino, entre sus demandas

**El Grupo NEXO ha conmemorado su 25º aniversario con la celebración del Foro '25 Años de NEXO'. La jornada, a la que han**

**asistido más de 200 empresarios y directivos, ha albergado una mesa redonda con los máximos representantes del Turismo,**

**que además de analizar el presente y futuro del Sector, han demandado a las instituciones públicas mayor apoyo.**

Uno de los actos más destacados del evento fue la mesa redonda moderada por el director de Nexotur, Eugenio de Quesada; y en el que participaron el presidente del Consejo de Turismo de CEOE, Joan Gaspart; el presidente de CEHAT, Juan Molas; el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo; el presidente del Consejo de Transporte de CEOE, Rafael Barbadillo; el presidente de CEAV, Rafael Gallego; y los presidentes de los dos grandes lobbies del sector, Abel Matutes (Mesa del Turismo) y Amancio López (Exceltur).

Los líderes del Sector Turístico han solicitado una mayor "complicidad institucional" en la mesa redonda del Foro '25 años de NEXO', celebrado en el auditorio de la Real Casa de la Moneda. El evento, con el que el Grupo NEXO ha conmemorado su 25º aniversario, ha reunido en una misma mesa a los máximos representantes del empresariado turístico, permitiendo a los más de 200 asistentes conocer de primera mano su análisis de la situación actual del Turismo, así como sus previsiones.

Precediendo a la mesa redonda, en la parte inicial del Foro, el consejero delegado del Grupo NEXO, Carlos Ortiz, ha repasado la trayectoria empresarial del grupo, mientras que el presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, ha llevado a cabo un profundo análisis de la evolución del Turismo en España, tanto en su faceta Emisora como Receptiva. Acto seguido el director de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), Francisco Vázquez, ha analizado el papel de los agentes de viajes en el Turismo. Por su parte, el director del Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España (Futuralia), Claudio Meffert, ha repasado la historia del Turismo en España.

## 'Buenas políticas' en el Turismo

En el transcurso de la mesa redonda, la gran mayoría de los participantes han coincidido en señalar la importancia de una mayor implicación de la Administración central y de los Gobiernos autonómicos con el Turismo. En este sentido, el presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, sostiene que "si ayuntamientos, Comunidades y Gobierno central no tienen conciencia de lo importante que es el Turismo, poco podemos hacer". Así, remarca que "es decisivo que se pongan en marcha buenas políticas", además de un aumento de la dotación.

Para Matutes, "el Turismo debe ser un objetivo de Estado", y para ello "deben superarse las diferencias entre partidos". Entre sus demandas, aboga por la aplicación de un IVA superreducido "para

que las empresas turísticas no pierdan competitividad, algo que haría peligrar a una de las pocas industrias que aguanta en España y que está contribuyendo a que el déficit público vaya en descenso".

En los mismos términos se expresa el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, quien solicita "más participación privada en las decisiones de las Administraciones públicas". El líder de los hoteleros se muestra "francamente decepcionado con los recortes permanentes que sufre el Turismo en los Presupuestos Generales del Estado".

"Hay cosas que no pueden recortarse más", advierte, al mismo tiempo que califica como "absolutamente imprescindible" la reducción de la dotación de la Secretaría de Estado de Turismo y de TurEspaña prevista para 2014. A su juicio, "es imposible promocionar y buscar nuevos mercados con el presupuesto actual de TurEspaña". Del mismo modo, critica que "la presión fiscal ha llegado a límites insostenibles".

## Globalia regresa a beneficios

El presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, ha dedicado su intervención a analizar el comportamiento de su grupo turístico. Así, revela que después de registrar unas pérdidas de 26 millones de euros en 2012, Globalia podría concluir el presente ejercicio con un beneficio de en torno a 50 millones de euros. "Estos resultados han sido posibles gracias a los sacrificios y recortes que nos hemos visto obligados a hacer", y no a un aumento de la demanda.

Por divisiones, Hidalgo reconoce la debilidad de su red minorista (Halcón Viajes-Ecuador), mostrándose "pesimista" para el futuro. "El modelo de agencias de viajes se está quedando anticuado y fuera de juego", señala. Asimismo, al auge de las ventas online se suma "la caída del consumo nacional del 50% desde 2007, lo que hace muy difícil mantener una red de distribución con unos 1.300 puntos de venta". En cuanto al negocio hotelero, el presidente de Globalia destaca que "estamos creciendo", mientras que en el caso de Air Europa hace hincapié en que "la hemos convertido en una aerolínea modélica en gestión y modernidad".

El presidente del Consejo de Turismo de CEOE, Joan Gaspart, ha reconocido "la influencia que está teniendo en el Turismo español las situaciones desgraciadas que ocurren en destinos competidores". "La aportación de los mercados extranjeros ha sido muy buena y ha ayudado a compensar el comportamiento de la demanda nacional", añade.

Por otro lado, sobre la creación del consejo asesor de TurEspaña,

del que forma parte, destaca que, "a pesar de que la gente dudaba, está funcionando". "Se están tomando decisiones y va a aportar cosas muy positivas al Turismo". "La colaboración público-privada será un éxito del que todos nos beneficiaremos", augura.

## Contra la 'política de precios agresiva' de Renfe

El presidente del Consejo de Transporte de CEOE, Rafael Barbadillo, ha mostrado su rechazo al "apoyo sin precedentes" que está recibiendo Renfe para el impulso del AVE. Al respecto, critica la "política de precios agresiva" de la compañía ferroviaria, lo que unido al mayor peso de las aerolíneas de 'bajo coste', está provocando que el transporte por carretera pierda pasajeros.

En lo que respecta al sector aéreo, Barbadillo lamenta que "las tasas aéreas crezcan lo que ha crecido". "Esto ha dificultado el desarrollo del sector aéreo, ya que en aeropuertos como Barajas y El Prat se han incrementado más del 100%", afirma. Asimismo, critica que "en los Presupuestos Generales del Estado, donde el 50% del presupuesto se dedica a la Alta Velocidad, no se tenga en cuenta la llegada de estas conexiones ferroviarias a los citados aeropuertos", lo que a su juicio "tendría un coste relativamente pequeño".

En representación de las agencias de viajes, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, comenta el agravio comparativo que sufre el Turismo frente a otros sectores, como por ejemplo, con el del automóvil. "Si existen tantas ayudas para este sector, el Gobierno debería apoyar en mayor medida al Turismo", subraya. Asimismo, indica que "ya va siendo hora de que el Gobierno cumpla con su función de velar por este sector y de que todas las Comunidades autónomas trabajen en una misma dirección".

Sobre la evolución de las agencias de viajes, el presidente de la Confederación asegura que "estamos teniendo un mejor año". Si bien aclara que "el Sector lleva desde 2008 haciendo un gran esfuerzo para mantener los precios bajos con la única intención de sostener el consumo". "Entendíamos que esto iba a ser una situación pasajera, pero la crisis está durando más tiempo de lo esperado", concluye.

## El aumento de impuestos 'resta competitividad a las empresas'

Por su parte, el presidente de Exceltur, Amancio López, ha destacado en primer lugar la "importancia del Turismo para todos los países del mundo". En cuanto a España "el Turismo vacacional ha ido bastante bien este ejercicio", lo que "ha contribuido a que las empresas turísticas mejoren su competitivi-



Mesa redonda en la que participó el presidente de CEHAT, Juan Molas.

dad". Sin embargo, reconoce que la evolución positiva del Turismo radica en la mayor llegada de turistas internacionales, frente a la atonía de la demanda nacional.

En lo que respecta a las actuaciones de las instituciones públicas, el también presidente del Grupo Hotusa advierte de que "si la solución para corregir el déficit público pasa por aumentar impuestos y tasas, se conseguirá que disminuya la competitividad de las empresas". "Y las empresas lo que necesitan es ser más competitivas".

Para finalizar la mesa redonda, el presidente de la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA), Manuel López, ha abordado el comportamiento tan dispar de los dos principales aeropuertos del territorio español, Barajas y El Prat. Según expone, uno de los factores que provoca que Madrid pierda tantos viajeros es su alta dependencia del tráfico de Madrid a Europa, que supone el 50% de sus conexiones, mientras que en el caso de El Prat sólo tiene un peso del 30%.

Asimismo, explica que al recorte de plazas de Iberia, que "ha perdido un 18% de pasajeros en Barajas en lo que va de año", se unen los descensos del 32% y del 37% de Ryanair y EasyJet, respectivamente. Finalmente, López detalla que en el tráfico doméstico "Barcelona siempre ha tenido menos peso que Madrid, pero en 2013 el aeropuerto de la capital cuenta con un 8% menos de usuarios".

## Borrego: 'Podemos acabar el año con 60 millones de turistas'

Una vez concluida la mesa redonda ha tenido lugar el acto de clausura, que ha corrido a cargo de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego; el presidente de

la Real Casa de la Moneda, Jaime Sánchez, y los copropietarios del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz. Durante el mismo, Borrego ha abogado por "seguir trabajando todos juntos en favor de la competitividad de nuestro Sector". Hay que hacerlo de manera transversal, ya que "hay muchos departamentos implicados en el Turismo, y de la mano del sector privado", sostiene. Por otra parte, destaca los datos "favorables" del Turismo Receptivo, asegurando que "podemos acabar el año con 60 millones de turistas internacionales".

Entre otros retos, la secretaria de Estado de Turismo destaca la importancia de apostar por la diversificación de la oferta turística, así como de "mejorar al acceso a la financiación", lo que se pretende conseguir con diversas medidas de apoyo a los empresarios. Borrego también aboga por "trasladar una imagen única al exterior".

## Exposición 'El Turismo y el Arte'

Tras el Foro '25 Años de NEXO', la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha inaugurado, junto a la nueva directora de TurEspaña, Marta Blanco, y los máximos representantes del Sector Turístico, la Exposición 'El Turismo y el Arte', que permanecerá abierta hasta el próximo 3 de noviembre, una muestra que permite realizar "un recorrido por la historia del Turismo y su reflejo en el arte", según el presidente de la Real Casa de la Moneda, Jaime Sánchez. Literatura, pintura, escultura y arquitectura tienen presencia en el museo, destacando los motivos turísticos en el grabado de monedas y medallas, así como el diseño de sellos de correos, billetes del Banco de España y décimos de la Lotería Nacional.

# ¿Avalancha de financiación para la eficiencia energética en las reformas hoteleras?

La buena temporada hotelera genera un estado de confianza a la hora de financiar actuaciones

**El director general de Balantia, Eduardo Olano, analiza como los ecos de una buena temporada, en general, para el sector hotelero están generando un entorno de con-**

**fianza gracias al cual se están ampliando las opciones de financiación para la renovación hotelera. En concreto, en los últimos meses ya se han ofrecido más de 525 millones de**

**euros con los que financiar actuaciones que estén directa o indirectamente relacionadas con la mejora de la eficiencia energética de los hoteles.**



**EDUARDO OLANO**

DIRECTOR GENERAL DE BALANTIA

¿Por qué de este enfoque específico que se le ha dado a estas líneas de crédito? Pues principalmente se debe a que se sabe que muchas de las inversiones que se realizan en los hoteles encaminadas al ahorro energético son rentables y, por tanto, viables económicamente. Otro motivo es que la mayoría de reformas hoteleras incluyen algún tipo de medida relacionada con aportar eficiencia a las instalaciones actuales y, dado que normalmente reforman hote-

les las cadenas/empresarios con cierta solvencia económica, la financiación de estas medidas se convierte en una puerta de entrada para las entidades en la financiación del total de la reforma en un sector considerado como refugio dentro del panorama económico nacional.

#### **Detalle de la Líneas de Financiación Ofrecidas**

**-PIMA SOL - Banco Santander**  
Según ya describimos en nuestro anterior artículo de octubre, el Banco Europeo de Inversiones, a través del Banco Santander como entidad encargada de la tramitación de estos fondos, ofrece préstamos y leaseings de hasta el 75% de la inversión en eficiencia energética (máx. 12,5 millones de euros), de 2 a 8 años, con tipos de interés variable Euríbor 12 meses + 4% con revisiones trimestrales.

#### **Hotel Sostenible ITH - Banco Sabadell**

Más recientemente, en el seno del ITH, se hacía público la puesta a disposición de los socios de este

organismo dependiente de la CEHAT una línea de crédito de hasta 200 millones de euros con la que financiar proyectos con especial enfoque en la eficiencia energética y sostenibilidad hoteleras. La particularidad de esta línea es que se ofrece en formato renting, a través del cual se establece una cuota mensual fija que se financie con los ahorros generados por el proyecto. Los plazos ofrecidos son de hasta siete años.

#### **PAREER-IDAE**

De manera casi simultánea a la publicación de la línea del Banco Sabadell, el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, IDAE, anunció el Programa PAREER, un fondo de financiación dotado con 125 millones de euros para proyectos de eficiencia energética en hoteles (y otros edificios residenciales) existentes. Mientras que las anteriores líneas están sometidas a la aprobación del comité de riesgos de las entidades financieras privadas, ésta en particular es valorada directamente desde el IDAE, de ahí que sus

criterios de valoración sean más específicos y exigentes desde el punto de vista de la acreditación de los beneficios de eficiencia y sostenibilidad del proyecto:

-Deberán realizarse actuaciones de mejora en la eficiencia energética de alguna de las siguientes tipologías:

-Instalaciones térmicas (ACS, Climatización) o iluminación.

-Biomasa

-Geotérmica.

-Envoltente térmica.

-Se requerirá disponer de una calificación energética de edificios (conforme al Real Decreto 235/2013) inicial y una posterior tras las medidas:

-Los establecimientos turísticos, o edificios, deberán alcanzar una mejora que se traduzca en, al menos, una letra en su calificación energética. Implicando que deberán abordarse proyectos integrales con mejora en diversas áreas de consumo energético.

-Las medidas deberán ser viables técnica y económicamente y ello deberá estar debidamente justificado en las solicitudes.

-Otros requerimientos técnicos según el tipo de actuación, así como cumplimiento RITE, económicos (calificación crediticia) o legales.

En cuanto a las condiciones generales de los préstamos PAREER:

-Financiable hasta el 90% del importe de las actuaciones (según tipologías).

-Tipo de interés Euríbor +0,0%, máximo a 12 años (+1 de carencia).

-Garantía exigida (aval o contrato de seguro de caución): 20% del importe.

En resumen, existe crédito para proyectos enmarcados en el ámbito de la energía pero que no deja de estar limitado a las empresas con balances sólidos como viene siendo desde ya varios años. Una de las palancas posibles para la concesión de estos fondos, sobre todo en los ofrecidos por el IDAE, es la preparación de un informe claro y detallado con la explicación del proyecto y sus proyecciones financieras, que no dejará de ser una buena herramienta propia para el hotel de valoración y planificación de su proyecto.

## José Guillermo Díaz Montañés, Medalla al Mérito Turístico

Fundador del ITH durante su presidencia en CEHAT

**El presidente fundador de ITH, José Guillermo Díaz Montañés es el quinto miembro de la Junta Directiva de ITH en reci-**

**bir este reconocimiento, tras Juan Molas, presidente de ITH; Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; y los vocales de esta en-**

**tidad, Domènec Biosca y Miguel Ángel Fernández Torán, quien recibió este honor el pasado año.**

La Medalla al Mérito Turístico a la Innovación se ha concedido a José Guillermo Díaz Montañés, fundador del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). Desde su fundación en 2004 como asociación privada sin ánimo de lucro, este organismo ha trabajado en mejorar la competitividad, la eficiencia y la calidad del sector mediante el uso de las nuevas tecnologías que han mejorado la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas vinculadas a la industria hotelera. El presidente fundador es el quinto miembro de la Junta Directiva de ITH en recibir este reconocimiento, tras Juan Molas, presidente de ITH; Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; y los vocales de esta entidad, Domènec Biosca y Miguel Ángel Fernández Torán, quien recibió este honor el pasado año.

La Medalla al Mérito Turístico a la Promoción se ha otorgado a Alfredo Bataller Parietti, propietario del Hotel Médico SHA Wellness Clinic de Altea. Este hotel es también una clínica de salud y bienestar pionera a nivel mundial y la más grande de Europa, que destaca por la fusión de las mejores terapias naturales orientales con las más avanzadas técnicas occidentales.

La Medalla al Mérito Turístico en Sostenibilidad y Calidad ha recaído en Enrique Luis Larroque del Castillo - Olivares, Luis Ignacio López de Ayala y Aznar y Javier López de Ayala y Aznar (ex aequo), propietarios del Hotel Hacienda de Abajo, situado en la isla de La Palma. Se premia la rehabilitación de una hacienda azucarera del siglo XVII, conocida como Casa Principal de Tazacorte. Tanto su colección de tapices de talleres flamencos y franceses del XVI al XVIII, como su pinacoteca del XV al XX, las porcelanas chinas y el mobiliario y el jardín de rarezas botánicas, hacen de este hotel uno de los principales exponentes del rico patrimonio artístico de la isla.

La Medalla al Mérito Turístico a la Internacionalización ha reconocido la labor de Amancio López Seijas, presidente de Hotusa y de Exceltur. El Grupo Hotusa ha sido una de las primeras cadenas que traspasaron las fronteras españolas y, en la actualidad, está presente en 48 países de cuatro continentes. Es el primer consorcio hotelero a nivel europeo y el tercero a nivel mundial. Cuenta con 2.350 establecimientos asociados.

La Medalla al Mérito Turístico por los servicios prestados al Turismo

se ha concedido, a título póstumo, a María Magdalena Pol Colom. Contribuyó de forma extraordinaria en la tarea de representación empresarial, desde la presidencia de la Federación Hotelera de Mallorca y, anteriormente, desde la Asociación Hotelera de Palma. Consiguió integrar a las asociaciones de la Bahía de Palma en el objetivo común de defender el destino turístico "Mallorca", impulsando iniciativas empresariales de gran éxito.

#### **Placas al Mérito Turístico 2013**

La Placa al Mérito Turístico a la colaboración público-privada para modernización de Destinos Maduros se ha concedido al Proyecto "Living Costa del Sol", por la colaboración entre la Diputación de Málaga, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol y la Asociación Provincial de Constructores y Promotores de Málaga, para promover fuera de nuestro país la provincia de Málaga como destino turístico. Su acción se centra especialmente en el turismo residencial, por lo que facilita información del stock de viviendas ubicadas en su área de influencia a los mercados extranjeros, con el objetivo de dinamizar la economía malagueña.

La Placa al Mérito Turístico a los Destinos Emergentes corresponde a la Asociación Turística Valle de Benasque, por haber sabido posicionarse como uno de los destinos turísticos de montaña más importantes a nivel nacional e internacional, gracias a la difusión de la riqueza y diversidad de sus paisajes, su geología, botánica y

zoología, contribuyendo con ello a realzar la imagen turística de Aragón. En la actualidad la Asociación es la responsable de organizar el Gran Trail Aneto - Posets, una de las grandes carreras de montaña de España, heredera del Aneto X-Treme Maratón, que fue la primera de esta modalidad que se celebró en nuestro país.



El fundador de ITH, José Guillermo Díaz Montañés.



Organizadores



GARRIGUES



Madrid, 21 de noviembre 2013

## Estrategias y retos actuales: internacionalización y franquicia hotelera

### P R O G R A M A

- 9:00 h **Recepción y acreditación de asistentes.**
- 9:15 h **Presentación de la Jornada.**  
*D. Joan Molas*  
Presidente Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)  
*D. Fernando Vives*  
Socio director de Garrigues
- 9:30 h **Oportunidades de crecimiento hotelero a nivel mundial y la fuerza de las franquicias.**  
*D. Bruno Hallé Boix* y *D. Albert Grau Vidal*  
Socios directores Magma Hospitality Consulting
- 10:30 h **Aspectos jurídicos de la franquicia hotelera.**  
*Dña. Rocío Belda* y *D. Roberto Delgado*  
Socios de Garrigues
- 11:00 h **Pausa Café.**
- 11:30 h **Claves jurídico-tributarias de los procesos de internacionalización hotelera.**  
*D. Vicente Bootello* y *D. Roberto Delgado*  
Socios de Garrigues  
**La internacionalización de la empresa hotelera a través del canal online: oportunidades de negocio y retos legales.**  
*D. José Ramón Morales*  
Socio de Garrigues
- 12:00 h **Internacionalización y franquicia: Experiencias y casos de éxito de las cadenas hoteleras.**  
*D. Aurelio Vázquez*  
Director General Europa Grupo Iberostar y Presidente Federación Hotelera de Mallorca  
*D. Javier Sancho*  
Director de Ventas para España y Portugal Hilton Worldwide
- 13:00 h **Coloquio.**
- 13:30 h **Clausura.**  
*D. Ramón Estalella*  
Secretario General Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)  
*D. José Manuel Cardona*  
Socio de Garrigues

#### FECHA

Jueves, 21 de noviembre de 2013

#### HORA

De 9:00 a 13:45 h

#### LUGAR

Garrigues  
Hermosilla, 3  
28001 - Madrid

#### S.R.C.

Mónica González  
monica@cehat.com  
T. 91 556 71 12 - 902 012 141

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

# Empresarios y administraciones renuevan su compromiso en el II Congreso Internacional de Calidad Turística

El congreso ha contado con el apoyo pleno de las instituciones canarias

**Las Palmas de Gran Canaria se ha convertido en el epicentro del turismo de calidad gracias a la actividad desarrollada en la segunda edición del**

**Congreso Internacional de Calidad Turística (CICTE2013) organizado por el Instituto para la Calidad Turística (ICTE), en el que se dieron cita**

**cerca de 400 profesionales y empresarios del sector turístico para debatir en torno a la calidad de destinos, servicios y productos turísticos.**

El presidente del ICTE Miguel Mirones en su discurso de bienvenida a los asistentes puso de relieve el liderazgo del sector turístico en la economía nacional y la importancia de apostar por la calidad turística tanto desde las administraciones como desde las empresas. Mirones también quiso recordar al grupo de hoteleros del sur de Gran Canaria que fueron los pioneros del actual Sistema de Calidad Turístico Español, modelo que se ha adaptado y exportado a otros países.

La mesa presidencial estuvo compuesta por el Presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero; el Presidente del ICTE, Miguel Mirones; el Presidente del Cabildo de Gran Canaria, José Miguel Bravo de Laguna; el Alcalde de Las Palmas de Gran Canaria, J. José Cardona; el Viceconsejero de Turismo, Ricardo Fernández de la Puente; y la Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, Elena Valdés.

En su intervención el presidente del Gobierno de Canarias, constató la superación del modelo económico basado en el binomio turismo-construcción para pasar a otro en el que predomina el crecimiento equilibrado y responsable, y dentro del cual la apuesta por la calidad y la excelencia constituye uno de sus ejes fundamentales. En este sentido remarcó la modernización de las instalaciones e infraestructuras del archipiélago para optar a nuevos mercados emisores.

El Director Ejecutivo de Competitividad, Relaciones Exteriores y Asociaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT-UNWTO), Marcio Favilla, fue el encargado de abrir el grueso de las actividades del Congreso con la Conferencia

Inaugural. Marcio Favilla compartió con los asistentes su visión panorámica acerca de los retos y oportunidades que se presentan en esta industria global, así como el inequívoco desarrollo que este sector favorece en muchas de las regiones del planeta. En su opinión, el turismo del futuro será cada vez más responsable, accesible e incluyente. Responsable en términos medioambientales y sociales; accesibles a todos los individuos y capas sociales; e incluyente, en el sentido que sea beneficioso para esa sociedad anfitriona.

La mesa redonda Iniciativas internacionales en el ámbito de la calidad turística contó con la participación de altos representantes en política turística de Chile, Japón y México que compartieron las iniciativas llevadas a cabo para la mejora y el posicionamiento de la oferta turística de sus países dentro de la economía global.

La mesa redonda Medios de comunicación y su percepción de la calidad turística, estuvo enfocada en el tratamiento que recibe el sector turístico en general y la Calidad Turística en particular desde los medios de comunicación, y de qué forma estas informaciones influyen en la percepción del turismo por parte de la opinión pública y de los profesionales del sector. Para arrojar luz sobre el tema participaron en la mesa Eugenio de Quesada, presidente del Grupo Nexos; Manuel Molina, Director de Hosteltur; José Luis Ortega, Jefe de Redacción de Agenttravel.es; César Urrutia, Responsable de Turismo de El Mundo; y Miguel Ángel Noceña, Corresponsal de Economía de El País; Ejerciendo de moderador el Director general de ICTE, Fernando Fraile.



La mesa de evolución del mercado turístico contó con la participación del presidente de CEHAT, Juan Molas.

Evolución del mercado turístico. Producto de oferta o demanda y sus consecuencias en la calidad. Contó con dirigentes de entidades representativas del sector turístico nacional que reflexionaron sobre la regulación del mercado a través de la oferta y demanda y como influye en la calidad del servicio o producto ofrecido.

La mesa contó con la participación de Juan Molas, Presidente de Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT); Antonio López de Ávila, Presidente de SEGITTUR; y Miguel Mirones, Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Miguel Mirones anunció que el ICTE ha aprobado una campaña para promocionar el sello a través de los medios de comunicación. La promoción ya está diseñada y cuenta con un lema, Experiencias que dejan marca, pero aún falta financiarla.

Reconoció que los recortes presupuestarios han llegado a la Q de Calidad y que, al mismo tiempo, las empresas certificadas están demandando al ICTE una mayor promoción del sello para que sea reconocido por los clientes. Recalcó que la sostenibilidad futura de la marca Q está garantizada pero también admitió que es necesario hacerla llegar al público porque el mercado es olvidadizo.

Con esa idea se lanzará esta acción promocional, mientras que para solucionar los problemas de financiación es partidario de optar por un sistema de colaboración público-privada en el que participen administraciones y empresas, aunque es difícil implementarlo. Admitió que todas las administraciones atraviesan una situación financiera delicada, pero recordó que la marca Q es propiedad del Estado español. Y si bien reconoce que los recursos públi-

cos son escasos, advirtió a las administraciones que si se quiere que la promoción sea efectiva en el mercado hay que afrontar un proyecto ambicioso. La campaña ya ha sido estudiada y aprobada por la junta directiva del ICTE y ahora toca el trabajo de sumar colaboradores que participen en su financiación, explicó Mirones. Por ello van a solicitar, en primer lugar, la colaboración de las comunidades autónomas y, posteriormente, a las empresas privadas. La idea del ICTE es lanzarla en todos los medios el próximo año, aunque no confirmó qué presupuesto es el que necesitan para ponerla en marcha.

Mirones argumentó que, además de difundir entre los clientes el sello de calidad, con este tipo de iniciativas se pretenden incrementar el número de empresas turísticas que aspiren a obtener la Q, que actualmente se mantienen en un número estable (hay 1.979 empresas certificadas) gracias a que las bajas se compensan con las altas.

Juan Molas, defendió la importancia de darle una mayor difusión a la Q, para diferenciarla de otros sellos de calidad con un carácter más industrial, como las ISO, solicitó también que se internacionalizara la marca para que sea reconocida fuera de España. Alabó el papel que juegan las auditorías internas que realizan las empresas certificadoras porque ayudan a las empresas y a los trabajadores a mejorar la gestión y la actividad.

El presidente de Segittur, Antonio López de Ávila, opinó que los turistas, tanto españoles como europeos, reconoce el distintivo del ICTE como un sello de calidad, pero también reclamó un mayor esfuerzo para que la Q se vea con claridad en los establecimientos certificados.

Las conclusiones del Congreso fueron expuestas por el presi-

dente del ICTE, quien destacó la identificación de tres pilares fundamentales para el futuro del sector: Calidad, sostenibilidad y accesibilidad, y su incorporación al plano de la responsabilidad individual y corporativa. Animó a demandar calidad certificada en el turismo de la misma forma que se hace en otros planos de la vida.

La Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego Cortés, puso el punto y final a la segunda edición del simposio sobre calidad en el turismo que durante tres jornadas congregó en la capital canaria a destacadas figuras del sector para poner en común las iniciativas más destacadas a nivel internacional y las perspectivas de futuro del sector turístico, las cuales se muestran esperanzadoras a tenor de las opiniones vertidas por los expertos.

En su discurso de clausura, la Secretaria de Estado de Turismo reiteró el compromiso de la institución que dirige con las iniciativas de colaboración público-privadas que redundan en una mejora del sector en su conjunto y especialmente en lo que respecta al Sistema de Calidad Turística Española, dentro del cual la marca "Q" de Calidad Turística se erige como el paradigma de la certificación de los servicios turísticos y el emblema más reconocible por parte del público general.

El congreso ha contado con el apoyo pleno de las instituciones canarias, personificado durante la inauguración oficial y otros eventos en las figuras del Presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero, el Presidente del Cabildo de Gran Canaria, Miguel Bravo; el Alcalde de Las Palmas de Gran Canaria, J. José Cardona; el Viceconsejero de Turismo, Ricardo Fernández; y la Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, Elena Valdés.



La clausura del congreso corrió a cargo de la secretaria de Estado de Turismo.

# Seis recomendaciones para la gestión sostenible del agua en los hoteles

ITH y la firma Aqualogy presentan una guía para ayudar a los hoteles a ahorrar agua en áreas críticas

**Esta hoja de ruta para el ahorro de agua en hoteles, propone estrategias de ahorro en seis áreas del hotel, habitaciones, cocina, zonas verdes, instalaciones complementa-**

**rias y ocio, operaciones de limpieza y climatización; y subraya que para optimizar los consumos, mejorar la gestión de las instalaciones e infraestructuras ligadas al agua, y**

**garantizar los niveles de confort necesarios y demandados por los usuarios es fundamental diseñar un del Plan de Gestión Integral del Agua en los hoteles.**

En el entorno actual en el que nos encontramos es necesario que los hoteles compatibilicen la mejora continua de la eficiencia y de la productividad, con el compromiso hacia una gestión eficiente y sostenible de nuestros recursos. Aqualogy, la marca global de soluciones integradas del agua para un desarrollo sostenible, y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), presentan esta Guía de Recomendaciones para la Gestión Sostenible del Agua, con motivo de la celebración del Día Mundial del Turismo 2013-Turismo y Agua.

"En hoteles y otras instalaciones turísticas de ocio, el mantenimiento de los niveles de confort y de seguridad demandados por los usuarios adquiere tanta importancia como una adecuada y sostenible gestión de recursos y de instalaciones", explica Francisco Lucas, director Nacional de Mercados Socio-Sanitario y Hotelero de Aqualogy, especializado en el desarrollo de soluciones directamente vinculadas a la optimización de instalaciones y consumos de agua y, por lo tanto, a la reducción de costes y a la consecución de una mayor eficiencia en el uso de este recurso.

Para Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero, es "crucial que los hoteles se anticipen al debate de la gestión del agua, un recurso clave en la ecuación de la sostenibilidad hotelera en España". Para Carrillo de Albornoz, "la tecnología es un aliado en la planificación de la gestión del agua, y ofrece múltiples soluciones, escalables para cada caso".

Según Lucas, "la industria del turismo es una gran consumidora de agua y como tal, es de gran importancia la implementación de medidas de eficiencia y sostenibilidad, por dos motivos principalmente: por la reducción del gasto en consumo de agua y de energía asociada y además, por el compromiso y la identificación de la industria del turismo con políticas de sostenibilidad y eficiencia, necesarias para la conservación de nuestro entorno medioambiental, actuaciones demandadas por unos usuarios cada vez más concienciados por estos temas".

"El sector hotelero inició hace tiempo el camino en búsqueda de esta eficiencia y sostenibilidad -apunta Francisco Lucas, así, actuaciones básicas y de aplicación inmediata como son la colocación de dispositivos de ahorro de agua en grifería y otras medidas complementarias de carácter aislado, se han ido implantando paulatinamente", explica. Sin embargo, "todavía son muchas las iniciativas en las que podemos y debemos avanzar buscando, siempre que sea posible, su gestión

centralizada e integrada", explica el representante de Aqualogy.

## Seis departamentos, seis recomendaciones

Una herramienta útil para lograr este objetivo es la implantación de un Plan de Gestión Integral del Agua en el hotel. Este debería empezar por una profunda auditoría hídrica con el objetivo de chequear todas las áreas que frecuentemente tienen un alto consumo o potenciales pérdidas, y evaluar sus patrones de uso y demandas (diarios y mensuales). Con esta información, el hotel podría establecer prioridades y poner en marcha las actuaciones necesarias, dirigidas a llevar un óptimo control, más eficiente y sostenible, tanto de las instalaciones como de los recursos empleados en ellas.

De manera resumida, los diferentes usos y necesidades de agua en un hotel pueden agruparse en los seis bloques siguientes:

**1. Habitaciones:** en el uso sanitario en duchas, lavabos e inodoros se pueden implantar elementos de

reducción de consumo, como perli-zadores, duchas reductoras de caudal y cisternas de doble descarga.

**2. Cocina:** para la preparación de alimentos y limpieza, además de sistemas reductores de caudal, es fundamental transmitir al equipo estrategias para ahorrar agua y usarla de la forma más eficiente.

**3. Mantenimiento de zonas verdes** (especialmente en jardines y campos de golf): estableciendo horarios de riego adecuados a la climatología, y adaptados a las condiciones de las estaciones (especialmente en invierno y verano), sistemas de riego con aguas recuperadas y/o recicladas, no aptas para el consumo humano. Igualmente, es importante que, en el diseño de jardines y zonas verdes, se tenga en consideración especies vegetales que se adapten a las condiciones naturales de la zona, para racionalizar el uso de agua en el riego y mantenimiento de estas instalaciones.

**4. Instalaciones complementarias y ocio:** las piscinas, SPAs, vestuarios y gimnasios las instalaciones que consumen más cantidad

de agua, por lo tanto recuperar y tratar el agua usada para emplearla en otras tareas o para reutilizarla en esta instalaciones garantiza un uso eficiente de los recurso hídrico.

**5. Operaciones de limpieza:** en habitaciones, zonas comunes y lavanderías, además de usar el agua reciclada y tratada de otras áreas del hotel, es importante evaluar hasta qué punto es más eficiente, sostenible y viable económicamente confiar estas tareas a agentes externos, que no sólo sean capaces de controlar los costes del servicio, sino que también garanticen un uso óptimo del agua en cada proceso. Por otra parte, una de las medidas más eficaces y de probado éxito, es hacer partícipe al cliente de su consumo hídrico, especialmente en lo relacionado con los recambios de ropa de cama y toallas, que son capaces de reducir de forma significativa el consumo de agua en esta tarea.

**6. Climatización:** es fundamental controlar las posibles pérdidas de las soluciones de climatización basadas en agua, evitando los sis-

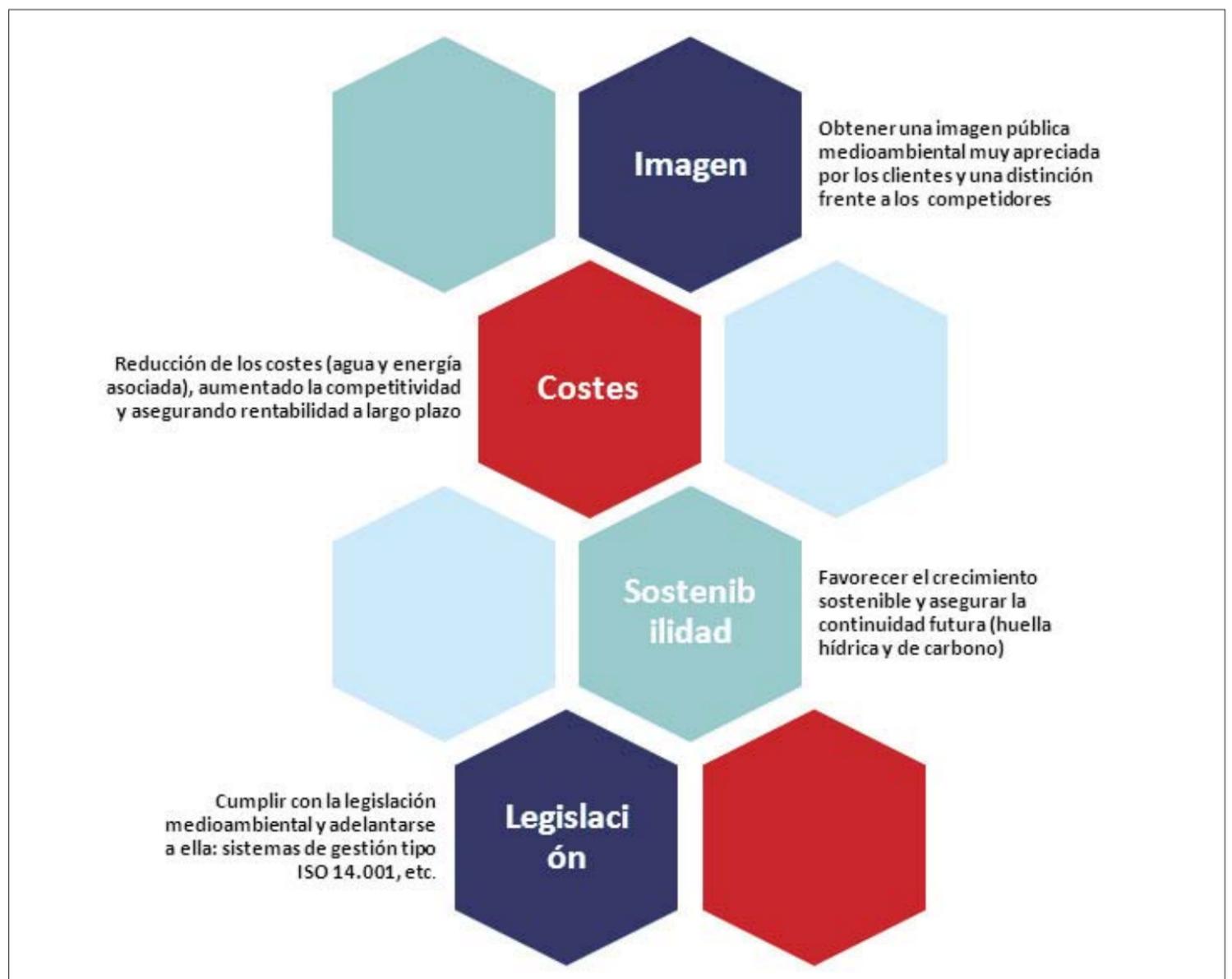
temas de circulación abiertos (torres de enfriamiento), causantes de las pérdidas por evaporación.

## De las recomendaciones a un plan de gestión

Según el tipo de hotel, de sus características y de sus instalaciones, tendremos unos consumos y operaciones de mantenimiento diferentes. Nuestro objetivo es optimizar los consumos y mejorar la gestión de las instalaciones e infraestructuras ligadas al agua, garantizando los niveles de confort necesarios y demandados por los usuarios.

En este sentido, el contenido del Plan de Gestión Integral del Agua en el hotel, se focalizaría en los siguientes aspectos:

1. Implantación de mejores tecnologías y productos más eficientes.
2. Adecuados Planes de mantenimiento de las instalaciones hídricas.
3. Plan de reutilización de las aguas generadas en el hotel.
4. Optimización de infraestructuras hídricas.
5. Campañas de sensibilización a usuarios sobre uso y consumo eficiente.



Un Plan de Gestión Integral del Agua en hoteles debe contemplar varios factores complementarios.

# Banco Sabadell abre una línea de crédito de 200 millones de euros para financiar proyectos de ITH

La entidad bancaria financiará proyectos y nuevas inversiones destinadas a la eficiencia energética

**A través de un convenio de colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), esta entidad financiera apoyará y financiará proyectos y nuevas inversiones destinados a mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad, en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH. La entidad pondrá a disposición de los socios las líneas de financiación subvencionadas disponibles en el mercado.**

Banco Sabadell y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) han firmado un convenio de colaboración en virtud del cual esta entidad financiera ofrece una línea de crédito de 200 millones de euros para financiar la innovación y la sostenibilidad en hoteles, a través de proyectos que ITH está llevando a cabo en materia de eficiencia energética y sostenibilidad.

Banco Sabadell pondrá a disposición de los socios de ITH las líneas de financiación subvencionada disponibles en el mercado, tanto a nivel nacional como en el ámbito de autonómico, y facilitará el acceso a nuevas tecnologías, financiando iniciativas o nuevas inversiones en activos fijos mediante préstamos y renting, con especial atención a los proyectos que contribuyan a mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad, en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH.

Para el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, la firma de este acuerdo supone "abrir una nueva ventana para financiar la innovación y la tecnología en el sector hotelero español, que tan necesitado se encuentra de apoyos financieros

y económicos para enfrentar los desafíos actuales".

Por su parte Blanca Montero Corominas, Subdirectora General de Banco Sabadell ha subrayado que la colaboración con ITH pretende ofrecer a las empresas hoteleras un catálogo completo de productos y servicios específicos que les permita la financiación de proyectos de eficiencia energética, renovación de equipos, adaptación de imagen corporativa, en definitiva, un apoyo decidido a la innovación y sostenibilidad del sector turístico.

Por otro lado, la propuesta de valor se completa con productos enfocados al desarrollo tanto nacional como internacional de las empresas turístico-hoteleras.

## Planes de Eficiencia Energética llave en mano

Uno de los principales atractivos de este convenio es que, gracias a esta línea de crédito, ITH y Banco Sabadell estudiarán y desarrollarán planes de Eficiencia Energética "llave en mano", en modalidad de renting, de los que se podrán beneficiar todos los participantes en proyectos piloto del Programa Hotel Sostenible de

ITH, destinados a mejorar la eficiencia energética de los hoteles en diversas áreas (climatización, ACS, energías renovables, bombas de circulación o de calor, envolvente térmica y acristalamiento inteligente, sistemas de monitorización y control, entre otros).

Una vez evaluados, Banco Sabadell podrá financiar hasta el 100% de la renovación y ampliación de equipos y servicios necesarios para conseguir ahorros energéticos, en el marco de los

proyectos piloto del Programa Hotel Sostenible de ITH, durante un plazo máximo de siete años.

A través de una única cuota mensual fija, que se paga con los ahorros generados por el proyecto, los hoteles podrán alquilar, a medio y largo plazo, equipamientos y nuevas tecnologías más eficientes, gracias a un sistema de alta rentabilidad, 100% deducible y con gastos controlados. En caso de que los hoteles deseen recomprar los equipos, la entidad

ofrecerá valores de recompra a medida, de hasta el 3%.

Por otra parte, en el marco de este acuerdo, Banco Sabadell ofrecerá herramientas de pago electrónico o e-commerce; y asesoramiento sobre expansión internacional a los socios de ITH, poniendo a su disposición su red exterior de más de 2.000 corresponsales y los acuerdos que esta entidad financiera ha suscrito en el extranjero, además de formación específica y apoyo personalizado.



El presidente del ITH, Juan Molas ha firmado el convenio de colaboración con el Banco Sabadell.

## ITH presenta su nueva web corporativa

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) tiene, desde finales de octubre, nueva web corporativa, diseñada con el objetivo de hacer más accesible la información sobre la actividad de esta entidad, compartir de forma más eficaz el conocimiento entre socios, colaboradores y profesionales y empresas del sector hotelero y turístico.

La web tiene cinco áreas. La primera, es un área de información institucional, dedicada a presentar ITH, su junta directiva y su equipo, incluyendo una lista completa de los socios que actualmente forman parte de la comunidad de la innovación de ITH. Además, esta sección explica las ventajas de sumarse a ITH como socio y ofrece la posibilidad de enviar la solicitud de registro como nuevo miembro.

La segunda sección presenta las cuatro líneas estratégicas de ITH (Nuevas Tecnologías, Innovación, Sostenibilidad y Operaciones Hoteleras), y permite acceder a los proyectos piloto en marcha o a los resultados de proyectos ya concluidos, consultar las condiciones para participar en ellos, y ofrece vías de contacto directas con los jefes de proyecto de cada área para pedir más información o participar en los pilotos abiertos.

En la tercera sección los visitantes de la web podrán encontrar un calendario de eventos de interés para el sector hotelero y turístico, tanto organizados por ITH como por otras entidades públicas o privadas relevantes. La cuarta sección está dedicada a la oferta de formación profesional de ITH, en la que destacan los cursos que se ofrecen a través de Canaltur y los acuerdos con instituciones de educación superior como Universidad Rey Juan Carlos.

En la sección dedicada a Prensa, los visitantes podrán encontrar las últimas noticias sobre ITH y sus socios, el blog institucional, en el que se abordarán tendencias y novedades en Nuevas Tecnologías, Innovación, Sostenibilidad y Operaciones Hoteleras que influyen en el negocio turístico y hotelero, y un centro multimedia, en el que se podrán encontrar publicaciones, videos o audio con contenido relevante para los profesionales hoteleros y turísticos.

Finalmente, los usuarios podrán encontrar, en la sección de contacto, los diferentes canales de comunicación a través de los que podrán contactar con cada uno de los miembros del equipo de ITH, incluyendo las redes sociales en las que ITH tiene perfil y las actualizaciones RSS.

## Sistemas de calefacción y renovación de aire: diseño sostenible para hoteles

### Jaga e ITH repasan propuestas de alto valor tecnológico

Aumentar la eficiencia energética en hoteles requiere del concurso de varios elementos: si las fuentes de energía son sostenibles pero los equipos no, este esfuerzo se ve mermado. Con el objetivo de ayudar a los hoteles a reforzar el circuito del calor eficiente, desde la generación hasta la emisión de calor, Jaga e ITH han desarrollado una guía en la que se analizan diversas soluciones y las más recientes novedades en sistemas de calefacción y renovación de aire.

Jaga e ITH repasan, en esta Memoria Técnica de Calor Eficiente y Calidad del Aire, propuestas de alto valor tecnológico destinadas a optimizar los sistemas de calefacción de los establecimientos y a mejorar las condiciones de aire interior, y demuestran que el diseño (fundamental para la estética y la experiencia de cliente en los hoteles) no están reñidos con la innovación y la I+D.

Este manual técnico aborda dos tipos de tecnologías, sistemas de calefacción de respuesta instantánea, y equipos

de renovación de aire interior, descentralizados y sin conductos.

En el área de la calefacción, se detallan las ventajas de los intercambiadores de calor Low-H2O, que transfieren el calor hasta nueve veces más rápido. De esta forma, una instalación de estas características consume entre un 10 y un 15% menos energía que una instalación con radiadores convencionales, ya que alcanzan la temperatura deseada en márgenes de tiempo muy cortos, lo que evita pérdidas de calor innecesarias. Precisamente en hoteles, cuya principal característica es la ocupación variable de sus instalaciones, los ahorros pueden ser mayores.

Estos equipos son ideales como complemento a las bombas de calor, calderas de condensación y sistemas solares, donde los ahorros se disparan, ya que aumentan hasta en un 300% la emisión de calor.

En cuanto a los equipos de renovación de aire interior independientes, se presentan soluciones en las que Jaga es líder en el mercado y uno de los pocos fabricantes a nivel mun-

dial. Actualmente, la calidad de aire interior en muchos establecimientos no cumple con las exigencias establecidas por las normativas que regulan esta materia, lo que se refleja en menores niveles de confort para los clientes. Las unidades de renovación de aire de Jaga palian estos inconvenientes, ya que pueden instalarse estos equipos autónomos de forma independiente o combinados con los emisores Low-H2O o fancoils.

Estos equipos toman el aire directamente del exterior y lo introducen en la habitación filtrando tanto el polvo y polen como el ruido externo, pudiéndose utilizar también como sistema de refrescamiento nocturno en verano.

Los sistemas de calefacción y de renovación del aire incluidos en esta guía técnica contribuyen a optimizar el circuito del calor eficiente, es decir, el proceso desde que se genera hasta que se emite el calor, en el que cada pieza del eslabón, desde la generación hasta la emisión, aprovecha al máximo el rendimiento potencial de estos equipos.

# El célebre arquitecto Joaquín Torres explica en HOREQ cómo crear experiencias únicas para los huéspedes

ITH se ha encargado de preparar Techhoreq & KnowHow, una nueva sección del programa de HOREQ

**La ponencia inaugural de este reconocido interiorista abrirá Techhoreq & KnowHow, secciones especializadas en tecnología, di-**

**seño y equipamiento incluidas en el programa profesional de HOREQ. Además, se estudiarán casos de éxito de hoteles que han**

**utilizado el equipamiento y la planificación de espacios para mejorar su competitividad, diferenciarse y garantizar su rentabilidad.**

Cadenas hoteleras como Meliá, Room Mate Hotels, Artiem Fresh People Hotels y Fuerte Hoteles debatirán, junto a multinacionales de la tecnología como Samsung, Microsoft, Telefónica, Philips o MICROS, cuáles son los aspectos que se deben considerar para la inversión en nuevas tecnologías, tanto desde el punto de vista de la gestión hotelera como de la experiencia del cliente, en el marco de la feria HOREQ, que organiza IFEMA del 20 al 22 de noviembre en la Feria de Madrid.

El Instituto Tecnológico Hotelero se ha encargado de preparar Techhoreq & KnowHow, una nueva sección del programa profesional de HOREQ, de dos días de duración, en la que las novedades tecnológicas en equipamiento y las nuevas propuestas de diseño, arquitectura y gestión hotelera son las protagonistas. Además, se estudiarán casos de éxito de hoteles que han utilizado el equipamiento y la planificación de espacios para mejorar su competitividad, diferenciarse y garantizar su rentabilidad, como Uhostels, CHIC&BASIC, Bed4u

Hotels, TwentyTu o Sol Hotel Wavehouse Mallorca.

## De la gestión a la experiencia de cliente

La primera jornada, que tendrá lugar el 21 de noviembre, tendrá dos sesiones. Por la mañana, se abordará el Equipamiento al Servicio de la Experiencia, con la ponencia inaugural del célebre arquitecto Joaquín Torres de A-cero; y analizando las experiencias #SocialWave, del Sol Hotel Wavehouse Mallorca y de los alojamientos tecnológicos como Uhostels, asuntos que se abordarán en la mesa redonda en la que intervendrán Álvaro Hinojosa, CEO de Uhostels; Hugo Bertrand, CEO de CHIC&BASIC; Ramón Solá, CEO de Bed4u; Marco Fantón, de Sol Hotel Wavehouse Mallorca; Gonzalo Díe, director general de Microsoft Iberia y Sergio Focillas, Hospitality Display Account Manager en Samsung.

La tarde se centrará en cómo combinar diseño y equipamiento hotelero en la gestión eficiente de un hotel, y contará con intervenciones de Jesús Herrero, Gerente Mercado Turismo en Tecnalia,

Virginia Iranzo, de la firma de tecnología biométrica Paytouch; José Ángel Álvarez, de MICROS Systems; José Carlos Aranz, Business Intelligence en Silestone Institute; José Antonio del Castillo Martínez, director de Desarrollo y Calidad de Grupo VIPs; Álex Hugot, de ME Madrid Reina Victoria by Meliá; Horacio Alcalá, International Development Director de Travelodge; Víctor Fernández, director general de RoomMate Hotels; y Pere Ripoll, director de Desarrollo de Telefónica.

## Tecnología para la sostenibilidad

La jornada del 22 de noviembre se dedicará a analizar la tecnología como aliado en la gestión sostenible de los hoteles. De esta forma, por la mañana, en la sesión Sostenibilidad en el Equipamiento como Valor de Ventas, ponentes como Susana Saiz, Project Manager at Ove Arup & Partners; Ignasi Gironella e Ignasi Uñó, de Twenty Tu; Pepe Luque, CEO Fuerte Hoteles; José G. Díaz Montañés, CEO de Artiem Fresh People Hotels; Nuria Díaz, presidenta de la Plataforma de Edificación PEP PassivHaus; Ana Luisa Cabrita, di-



rectora general de BREEAM España y Arantxa García, directora general de TUI Travel España, explicarán las claves para abordar proyectos hoteleros sostenibles, contando con aspectos como el diseño, la gestión de proyecto en obra nueva y rehabilitación, y las certificaciones sostenibles.

Finalmente, la tarde se dedicará a descubrir los "Hot Spots" o Puntos críticos de Ahorro en el Equipamiento de un Hotel, de la mano de expertos como Josep Escolano, director de proyectos innovadores de la Fundación b\_TEC; Luis Ortega, Senior Energy and Sustainable Expert de la firma de International Hospitality Projects (IHP); Víctor Fernández, director general de RoomMate Hotels; Bru-

no Hallé, Managing Partner de Magma TRI; José Antón, responsable de Mantenimiento del hotel Gran Meliá Fénix; Juan Manuel García, responsable Eficiencia Energética en AENOR; Salvador Rey, gestor de Grandes Cuentas Hoteles y Hospitales en Schneider Electric; y Sonia Salán, Business Developer Hospitality & Food de Philips Lighting.

El acceso a Techhoreq & KnowHow es gratuito, aunque hay que adquirir la entrada a la feria HOREQ, que ya están ya a la venta: hasta el 19 de noviembre, y haciendo el pre-registro en la web oficial de HOREQ, el precio de la entrada es de 8 euros; durante los días de celebración de la feria, las entradas tendrán un coste de 15 euros.

## Ruralgest nuevo socio del Instituto Tecnológico Hotelero

Ruralgest, firma de desarrollo de software destinado a alojamientos turísticos, especializados en microempresas, pymes hoteleras y establecimientos rurales, se suma al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) para promover el uso de soluciones tecnológicas y software de gestión en hoteles y alojamientos de pequeñas dimensiones que operan en toda la geografía española, y que demandan este tipo de soluciones.

Ruralgest ha desarrollado herramientas tecnológicas pensadas para los alojamientos de pequeñas dimensiones, que incluyen soluciones como software de gestión, con sencillos módulos de facturación, gestión de clientes, envío boletines y ficha policial, control de calidad, y de motores de reservas de última generación. Además, dispone de soluciones de movilidad en la nube, de conectividad a grandes canales de comercialización, y aplicaciones para la gestión a través de dispositivos móviles.

"Contar con Ruralgest para desarrollar proyectos destinados a promover el uso de las nuevas tecnologías en los pequeños alojamientos españoles forma parte de nuestra misión, que no es otra que mejorar la competitividad del sector hotelero y turístico español", explica Álvaro Carrillo de

Albornoz, director general de ITH. "Profesionalizar la gestión, y ofrecer las mejores y más sencillas herramientas tecnológicas contribuye claramente a mejorar los resultados de los hoteles, especialmente en microempresas y pequeños alojamientos, que son mayoría en nuestro país".

Para David Díaz, director de Producto de Ruralgest, el objetivo de su empresa es "ser útiles al pequeño negocio de alojamiento, en muchos casos de gestión familiar, en el que el propietario es el encargado de gestionar la reserva, dar la bienvenida, y si es necesario, cambiar la bombilla de la habitación". Díaz cree que "la continua adaptación a un mercado tan cambiante sólo puede afrontarse realizando el mayor esfuerzo posible en innovación y tecnología".

Para el director de Producto de Ruralgest, a pesar de que la realidad del mercado turístico demuestra día a día el relevante papel que juega la tecnología en los resultados de negocio, "hay un porcentaje muy alto que todavía considera el sistema de gestión como un gasto innecesario y no como una inversión", y a su juicio, esto se debe a que las pequeñas empresas turísticas "desconocen de qué manera les puede ayudar".

## ITH y Grundfos amplían el piloto de sistemas de bombeo con equipos de última generación

Optimizar el bombeo en hoteles puede ahorrar hasta un 60% en el consumo

El proyecto piloto que la firma danesa de fabricación de bombas de circulación Grundfos e ITH han puesto en marcha en el marco del Programa Hotel Sostenible se amplía a partir de este mes de noviembre para incluir opciones de bombeo de última generación, más eficientes y probados en escenarios de rendimiento muy exigentes, como la industria y el retail.

El piloto "Optimización del Rendimiento y Ahorro Energético en Sistemas de Bombeo para Hoteles" permite a los hoteles participantes incorporar, a precios especiales, los equipos de la línea MAGNA3 de Grundfos, de probada eficacia en otros establecimientos internacionales, que han logrado recortar el consumo eléctrico de sus equipos en un 80%.

Con este piloto, los hoteles pueden reducir de manera directa en el consumo eléctrico de sus equipos, reduciendo drásticamente el consumo y aumentando sus niveles de eficiencia energética. Los sistemas de suministro de agua fría y caliente, los equipos de aire acondicionado, la lavandería, piscinas o SPAs se sirven de sistemas de bombeo que requieren energía eléctrica para poder funcionar.

Con este proyecto, ITH y Grundfos ofrecen a los hoteles participantes tecnología de última generación, que cumple los requerimientos técnicos de la nueva directiva comunitaria a este respecto. El piloto incluye, como novedad, mejoras de la línea MAGNA3 con bombas que disponen del mejor coeficiente de eficiencia energética, lo que garantiza tiempos de retorno de la inversión más reducidos y que incorporan nuevas utilidades como por ejemplo el contador de energía y el limitador de caudal hidráulico entre otras aplicaciones que simplifican la instalación y reducen los componentes de la misma; estas y otras utilidades de la gama MAGNA3 son controladas a través de dispositivos móviles.

Los equipos que se probarán en este piloto no sólo consiguen reducir el consumo energético, e incrementar los ahorros en sus costes fijos, sino que, además, ayudan a reducir el consumo de CO2 y, por tanto, a minimizar la huella de carbono. De hecho, han sido ya probadas en escenarios de rendimiento muy exigentes, como distintas instalaciones del sector terciario; hospitales, cole-

gios e instalaciones deportivas entre otras y una cantidad representativa en el sector residencial donde los excelentes resultados obtenidos están siendo ponderados por los distintos profesionales del sector.

## Grundfos Energy Check: Auditorías gratuitas para el bombeo eficiente

Nueve de cada diez de las bombas de circulación actualmente instaladas en los hoteles españoles son ineficientes y, de hecho, representan hasta un 70% del consumo eléctrico en un hotel; de esta forma, mediante la optimización de estos sistemas, un hotel puede llegar a ahorrar entre un 20% y un 60% en el consumo eléctrico de sus equipos.

Para determinar las necesidades de bombeo de los hoteles, Grundfos pone a disposición de los hoteles su sistema de diagnóstico Energy Check, una auditoría que permite dimensionar adecuadamente la capacidad de bombeo de un sistema en función de las necesidades reales de la instalación y su perfil de carga, lo que a su vez, permite seleccionar los equipos de bombeo más idóneos para cada caso.

# IDAE destina 125 millones de euros para la rehabilitación energética de edificios

El Programa IDAE de Ayudas para la Rehabilitación Energética de Edificios Existentes, a fondo

**Varios proyectos del Programa Hotel Sostenible de ITH puede acogerse a este plan de ayudas, que permitirá a los hoteles piloto financiar actuaciones en materia de eficiencia en**

**condiciones muy atractivas. IDAE ha destinado 125 millones de euros para la rehabilitación energética de edificios, y de la cual se podrán beneficiar edificios de viviendas y para uso**

**hotelero, que deseen acometer mejoras o renovación de equipos o instalaciones que afecten a la mejora de la envolvente térmica o optimización de los sistemas térmicos.**

La Secretaría de Estado de Energía y el IDAE han presentado hace pocos días un nuevo plan nacional destinado a mejorar la eficiencia energética de los inmuebles de uso residencial y hotelero con un presupuesto total de 125 millones de euros.

Del Programa de Ayudas para la Rehabilitación Energética de Edificios Existentes del Sector Residencial, se podrán beneficiar edificios de viviendas y para uso hotelero, que deseen acometer mejoras o renovación de equipos o instalaciones que afecten a la mejora de la envolvente térmica, la optimización de los sistemas térmicos y de iluminación, y cambios a energías alternativas como biomasa y geotermia. El presupuesto total se repartirá a partes iguales en cada una de estas cuatro áreas de actuación, a razón de 31,5 millones para cada una.

Para abordar estas mejoras, los beneficiarios dispondrán de una línea de financiación con un tipo de interés del Euríbor +0,0%, que deberá contar con un aval o seguro de caución equivalente al 20% de la cuantía del préstamo. El plazo máximo de amortización es de 12 años y se podrá solicitar un período de carencia opcional de un año.

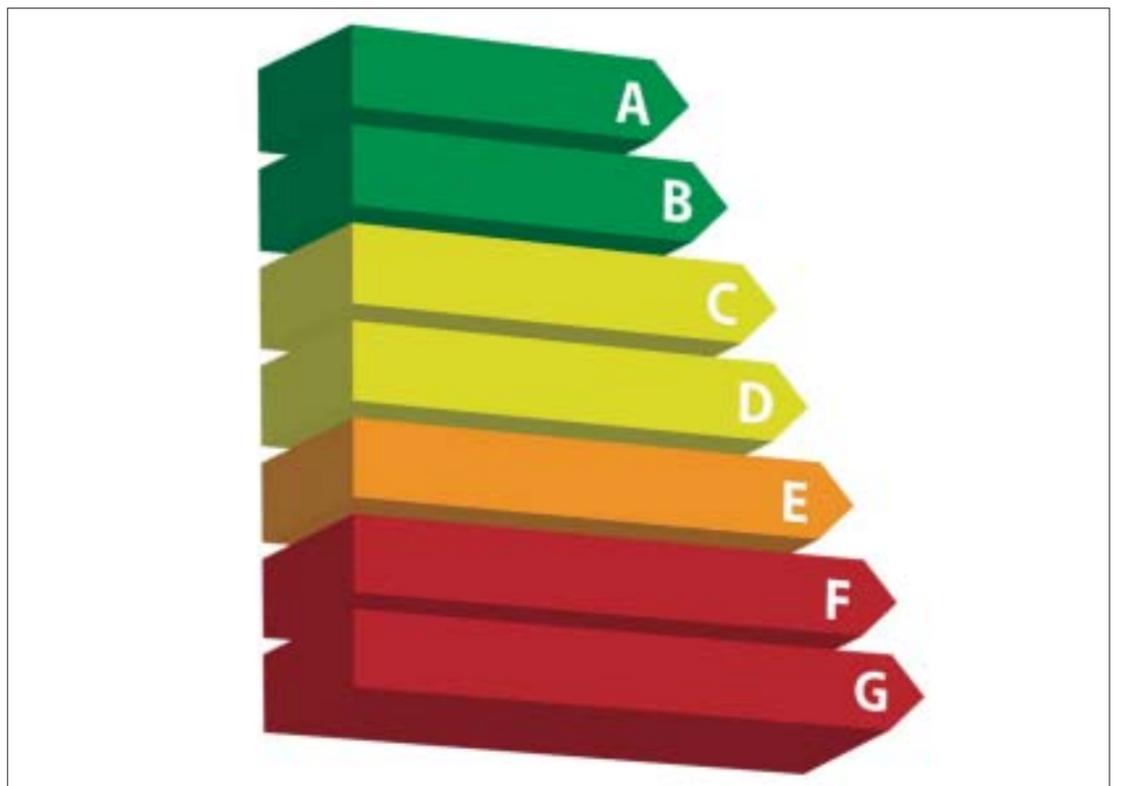
Al contrario que otros planes presentados por las administraciones públicas recientemente, este programa pone como condición mejorar en una letra la calificación energética del establecimiento, lo que aumenta las posibilidades de los hoteles de acogerse a este programa, ya que el

volumen de financiación será menor y más manejable desde el punto de vista de las finanzas de la mayoría de los establecimientos de nuestro país. No obstante, el programa exige que los cambios en calefacción y/o climatización se hagan sobre equipos cuya potencia térmica nominal total sea mayor de 100kW.

El proceso para solicitar las ayudas es sencillo, se puso en marcha el pasado dos de octubre y concluirá el 30 de octubre de 2015. Este programa del IDAE permitirá, por sus propias características, realizar acciones diferenciadas y adaptadas a las necesidades de diferentes tipos de hoteles. Además, el plan ofrece condiciones especialmente beneficiosas para llevar a cabo mejoras en la envolvente térmica del edificio, partida para la que el programa contempla sufragar, a fondo perdido, el 30% del coste de las obras.

### 31,5 millones para cada área de actuación

El programa del IDAE destinará 31,5 millones de euros a cada una de sus cuatro líneas de actuación (envolvente térmica, instalaciones térmicas y de iluminación, biomasa y geotermia). Precisamente, a través de este plan, se podrán financiar proyectos del Programa Hotel Sostenible de ITH que se están llevando a cabo en algunas de estas cuatro áreas, y que ya ofrecen condiciones económicas ventajosas que, sumadas a estas ayudas, los harán aún más atractivos y económicos.



El plan IDAE contribuye a mejorar la eficiencia energética en hoteles.

**-Mejora de la envolvente térmica:** los beneficiarios podrán contar con ayudas a fondo perdido de hasta el 30% del coste de las obras de mejora, y además dispondrán de préstamos reembolsables de hasta el 60%. Se reconocerán soluciones constructivas convencionales (aislamiento térmico por el exterior, acristalamiento, etc.) y soluciones de arquitectura bioclimática (invernaderos adosados, sistemas de sombreado, ventilación natural, etc.). El Programa Hotel

Sostenible de ITH ha puesto en marcha un proyecto de Mejora de la Envolvente Térmica con sistema SATE y de Mejora de la envolvente Térmica con Acristalamiento Inteligente que cumplen con los requerimientos de financiación de este plan.

**-Mejora de las instalaciones térmicas y de iluminación:** en este caso, los participantes en este programa podrán solicitar préstamos reembolsables de hasta el 90% del coste elegible.

**-Las reformas y cambios por opciones más eficientes en salas de calderas para calefacción y ACS;** la sustitución de energía convencional por solar térmica para calefacción, climatización, producción de ACS y climatización de piscinas; la sustitución de equipos por alternativas de alta eficiencia; la instalación de sistemas de medición de consumos o de cualquier acción que mejore la eficiencia energética de la instalación térmica podrán ser costeados con estos fondos; y en general cualquier actuación destinada a mejorar la eficiencia en instalaciones térmicas del edificio.

También se incluirán las mejoras en sistemas iluminación interior y zonas comunes, y la sustitución de luminarias, lámparas y equipos por otros más eficientes.

Proyectos como Renovación de sistemas de calefacción y producción de ACS, Venta de energía solar térmica en formato de Servicios Energéticos, Proyectos de optimización de Iluminación, tanto interior como exterior, Sus-

titución de equipos de producción de climatización con recuperación de calor, y Sustitución de climatización con sistemas VRV, que ITH desarrolla en el marco del Programa Hotel Sostenible, podrán ser financiados a través de este plan.

**-Sustitución de energía a biomasa en instalaciones térmicas:** los hoteles que opten por biomasa para sus instalaciones térmicas podrán beneficiarse de préstamos reembolsables de hasta el 50% del coste elegible, que pueden llegar hasta el 90% si se incluye memoria del proyecto y el impacto socioeconómico resultante. Esta ayuda incluye, además, el coste por silos, las modificaciones en la sala de calderas, etc. Igualmente, se reconocen las medidas encaminadas a reducir el consumo de energía convencional cambiando a biomasa para calefacción, climatización, producción de ACS y climatización de piscinas.

**-Sustitución de energía a geotermia en instalaciones térmicas:** las actuaciones destinadas a implantar sistemas de energía geotérmica podrán contar con préstamos reembolsables de hasta el 90% del coste elegible, incluyendo estudios, sondeos, excavaciones y demás trabajos necesarios para su explotación. Además, reconoce medidas para reducir el consumo de energía convencional mediante el uso de energía geotérmica para calefacción, climatización, producción de ACS y climatización de piscinas.



El plan ofrece condiciones especialmente beneficiosas para llevar a cabo mejoras en la envolvente térmica del edificio.

# El dominio .hotel: ¿patrimonio de los hoteleros?

Fernando Muñoz analizó durante las jornadas #TravelTrendsSevilla organizadas por el ITH las tendencias en posicionamiento web hotelero

**Este experto en posicionamiento web y marketing de buscadores apuntó hacia el dominio .hotel como una de las tendencias en posicionamiento orgánico, aunque insistió**

**en que su relevancia dependerá de si se convierte en "referencia exclusiva" para la industria hotelera, para lo que recomendó a los hoteleros "proteger este dominio" del**

**uso de otros agentes, comprándolo y siguiendo su desarrollo en los próximos dos años. Este es uno de los temas debatidos durante TravelTrend Sevilla.**

"Los buscadores son la puerta de entrada a Internet y la forma más rápida de llegar a vuestros clientes". Fernando Muñoz, consultor y auditor SEO con amplia experiencia en el sector turístico y hotelero abrió así su presentación sobre posicionamiento web y marketing de buscadores en las Jornadas #TravelTrends Sevilla organizadas por el ITH, dedicadas a analizar tendencias en marketing, tecnología y distribución turística, y que contaron con la participación de este destacado consultor, que ha trabajado para empresas como Hotusa, Hotelius, Halcón Viajes, Pepe Travel, y Fuerte Hoteles, entre otras empresas del sector.

Muñoz dedicó su presentación a explicar a los más de 80 hoteleros y profesionales del turismo que participaron en este evento cómo sacar el máximo partido a los buscadores, a conocer sus reglas para obtener los mejores resultados de negocio, atraer clientes y mejorar sus canales de comercialización online.

Según explicó este consultor SEO, es fundamental destacar entre los millones de webs que se visitan al día, y en este sentido es necesario distinguir el mercado al que cada hotel se quiere dirigir. "Aunque el 98% del tráfico en España pasa a través de Google, hay que pensar en buscadores distintos dependiendo de cada país, por ejemplo, Yandex para Rusia o Baidu para China". Esto va a determinar la estrategia tanto de pago por click (SEM) como de posicionamiento orgánico (SEO), en el que los idiomas, los usos y las búsquedas de cada país deben adaptarse a cada mercado al que se pretenda llegar.

## Pago por click vs SEO

Este experto en marketing de buscadores insistió en la necesidad de que las webs hoteleras trabajen en una estrategia combinada de pago por click (SEM) y SEO, en el que la proporción de la inversión dependerá de cada caso. Por ejemplo, el pago por click es más rentable en webs que aún no han conseguido visibilidad a través de su estrategia de posicionamiento orgánico o SEO, aspecto en el que, en cualquier caso, debe trabajarse cuidadosamente, porque "el 3% de la inversión en posicionamiento se dedica a SEO, pero es la que produce más del 90% de los clicks".

Aunque invertir en SEO garantiza resultados a largo plazo, invertir en SEM permite "obtener resultados más rápidos, y los resultados de las campañas son 100% medibles". La clave, para Fernando Muñoz, está en comprender

los criterios que hacen de una campaña de pago por click un éxito, entre las que destacó la importancia de contar con ayuda profesional que asesore a cada hotel en cómo diseñar la campaña cumpliendo los criterios de relevancia que exigen los buscadores.

Muñoz repasó algunas de las tendencias para campañas de pago por click, entre las que subrayó la necesidad de diseñar campañas que se adapten a todas las pantallas (responsive design), que faciliten el proceso de reserva, especialmente en campañas dirigidas a dispositivos móviles. Además, y de cara a ser incluido en Google Hotels, los hoteles deben disponer de perfil en Google Plus y en Google Business local para el destino en el que se ubica en el hotel, y dar de alta las tarifas hoteleras en OTAs y GDSs para facilitar la presencia del establecimiento en el buscador de hoteles de Google, que refleja los precios disponibles en estas plataformas.

En cuanto a las tendencias en posicionamiento orgánico, Fernando Muñoz recomendó a los hoteles "mejorar su contenido pensando en que el 40% de las búsquedas son locales", organizar la arquitectura de la web pensando en los usuarios, disponer de un código html bien optimizado, con descripciones que titulen y expliquen cómo es el hotel, dónde está y qué encontrará el potencial cliente, sirviéndose de convenciones que permitan a Google encontrar esta información. Igualmente, recaló que los diseños de las webs deben estar adaptados a todos los formatos de pantallas, y hacer muy accesibles los botones y áreas destinados a las reservas.

## Proteger el dominio .hotel

Uno de los aspectos en los que este experto en SEO y SEM para hoteles se detuvo fue en el dominio .hotel. "Es interesante, pero no va a ser más relevante hasta que no se convierta en una referencia exclusiva", apuntó; en este sentido, re-

comendó a los hoteleros "protegerlo, para evitar que sea utilizado de forma poco recomendable por agentes fuera del sector".

Francisco Muñoz afirmó que si los hoteleros "consiguen proteger la terminación de inversores en dominios, el dominio .hotel podría conseguir una mejor ponderación los resultados de búsqueda, como pasa con los dominios .edu"; por lo que sugirió "comprar el dominio y seguir el desarrollo de los acontecimientos en los próximos dos años".

Por otra parte, Fernando Muñoz hizo hincapié en la importancia de mantenerse al día en las actualizaciones de los algoritmos de Google (Panda, que lucha contra las webs con contenidos de baja calidad y Penguin, que descarta webs con enlaces no relevantes), y en mantener una presencia activa en redes sociales relevantes que apunten a la web propia y viceversa, aspecto bien ponderado por los buscadores.

Destacó, además las actualizaciones del algoritmo Humming-

bird, relacionadas con el objetivo de Google de "retenerte en su web el mayor tiempo posible". Como explicó Muñoz "el algoritmo cambia la forma en la que Google entiende las búsquedas y es capaz de contestar al usuario", es, de hecho, "casi un rediseño del formato en el que Google interpretaba las palabras del cajetín de búsqueda para dar información relevante".

De esta forma, Google muestra al usuario resultados de búsqueda en un solo vistazo y en varios formatos, dirigiéndolas a sus propios enlaces; por lo tanto, los hoteles deben disponer de información de elaboración propia y de calidad en varios formatos y plataformas que Google pueda recoger y organizar para los usuarios.

Finalmente recordó a los participantes que "la web de nuestro hotel no sólo debe ser perfecta para el buscador, sino que además debe reflejar la experiencia del hotel", algo que sólo está en manos de los propios hoteleros.



Es fundamental destacar entre los millones de webs que se visitan al día, y en este sentido es necesario distinguir el mercado al que cada hotel se quiere dirigir.

# Instrumentos de Trabajo

## Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



 **NEXOTUR**.com AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **CONEXO**.net REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **Nexobús**.com TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **NexoHotel**.com HOTELERIA Y ALOJAMIENTO PERIODICO DIARIO ONLINE



**NEXOTUR** AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)  
**CONEXO** REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**Nexobús** TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**CEHAT** HOTELERIA ESPAÑOLA PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



**Noticias con Q de Calidad** NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD MENSUAL (11 EDICIONES)  
**NOTICIEROPC** ORGANIZADORES CONGRESOS BIMESTRAL (6 EDICIONES)  
**destinoMadrid** TURISMO DE MADRID TRIMESTRAL (4 EDICIONES)  
**Talonotel** RESERVAS DE HOTEL PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)  
**NEXOTUR** DIRECTORIO DE AGENCIAS ANUARIO (1 EDICION)  
**NEXO HOTEL** PROVEEDORES DE HOTELES ANUARIO (1 EDICION)



**Ranking** DE EMPRESAS TURÍSTICAS PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)  
**Protagonistas** DEL TURISMO EN ESPAÑA PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)  
**CIMET** CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO  
**Turnexo** SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES  
**NexoBusiness** SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS  
**BIBLIOTECA NEXOTUR** BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL



De Profesional a Profesional **GRUPO Nexo**

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

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



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

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

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

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



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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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

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

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

**FORO**  
FORO ANUAL DE LA  
RELOJERIA ESPAÑOLA

**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 LINEAS)

**NEXO**  
editores s.a.

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

## El noveno concurso de tapas de Lugo reparte más de una treintena de regalos

A los hosteleros galardonados les concedieron las distinciones correspondientes

**El alcalde de Lugo, José López Orozco, la concejala de Turismo, Carmen Basadre, y el presidente de la Apehl, Cheché Real, entregaron en el salón de plenos del Ayuntamiento los premios del 9º**

**Concurso de Tapas de Lugo. A los hosteleros galardonados les concedieron las distinciones correspondientes y entre el público participante en la votación se sorteó un total de 35 regalos.**

En esta edición, la segunda organizada por la Apehl con el patrocinio del Ayuntamiento de Lugo, en la que compitieron 44 locales del 13 al 30 de septiembre, se sirvieron 38.088 tapas y se generó un volumen de negocio superior a los 190.400 euros, con lo que se mejoraron notablemente las cifras de la convocatoria de 2012.

De nuevo fue la clientela quien eligió a los ganadores y, de acuerdo con su dictamen, recibieron las placas conmemorativas La Encina, vencedor del concurso; el Verruga, como segundo clasificado; el restaurante España, como tercer clasificado; el Paprica, ganador de la categoría de tapa ecológica; y Casa d'Auga, ganador de la categoría tapa con queso Marqués de Cernadas. Además, La Encina tendrá la oportunidad de participar en el Concurso Nacional de Pinchos y Tapas de Valladolid, que se va a celebrar del 4 al 6 de noviembre.

Igual que los hosteleros, también los votantes del certamen fueron obsequiados, ya que entraron en el sorteo de un cruceiro por el Mediterráneo para dos personas,

un fin de semana en Londres para dos personas, estancias en hoteles, casas de turismo rural y balnearios de la provincia, cenas en restaurantes lucenses, entradas a un parque natural y lotes de vino. Este reparto de más de una treintena de premios fue posible gracias a la contribución de varios establecimientos hosteleros y entidades colaboradoras con la Apehl en la organización de esta competición, así como gracias al Ayuntamiento, patrocinador del evento.

### Cita con el jurado técnico

Los días 1 y 2 de noviembre, un jurado técnico recorrerá los diez

locales más votados por el público para catar sus propuestas culinarias y otorgar los premios de mejor tapa creativa, mejor tapa tradicional y mejor maridaje con vino de la Ribeira Sacra. Los diez locales candidatos son La Encina, Verruga, España, Mesón Colón, Paprica, A Nosa Terra, Manuel Manuel, Medievo, El Riba y La Barra, y todos ellos le volverán a ofrecer al público sus tapas durante los tres días en los que los visiten los miembros del jurado. Aquellas personas que las prueben y lo certifiquen con los cupones que se harán ex profeso también entrarán en el sorteo de varios regalos.



Hosteleros y gente del público recibieron los galardones y regalos.

## Bar La Carrasca de Aínsa elabora la mejor tapa de la provincia de Huesca

La tapa "Huesca, La Magia: Flor de calabacín de Bilbao a L'Aínsa por la Yebra de Basa-Fiscal" del Bar La Carrasca de Aínsa, se ha proclamado ganadora del "III Concurso Provincial de Tapas", organizado por la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Huesca y Diario del Altoaragón en Sabiñánigo. Dicho establecimiento, al alzarse con este premio, consigue directamente el pase a la final del próximo Concurso Nacional de Tapas y Pinchos Ciudad de Valladolid 2013, en representación de la provincia de Huesca.

En esta tercera edición, fueron ocho las tapas ganadoras de los concursos comarcales realizados en 2012 las que se presentaron. Tanto el público, como un jurado especializado, decidieron otorgar dos reconocimientos en forma de primer y segundo accésit para los establecimientos Trasiiego de Barbastro y restaurante Carmen de Litera.

Fueron cuatro los establecimientos "padrinos" en los que se pudieron degustar estas tapas.

**En el restaurante El Paréntesis** -"Hamburguesa de sepia con meloso de mostaza a las finas hierbas y crujiente de arroz del Somontano Balillas X Sollana", del Restaurante Venta del Sotón

de Esquedas (en representación de la Hoya de Huesca).

-"Taco de atún rojo con mermelada de tomate rosa y pistachos" del Restaurante Monegros de Sariñena (en representación de la Comarca de los Monegros).

**En el Hotel Villa Virginia**

-"Huesca, La Magia: Flor de calabacín de Bilbao a L'Aínsa por la Yebra de Basa-Fiscal" del Bar La Carrasca de Aínsa (en representación de la Comarca del Sobrarbe).

-"Judías con oreja y morro, borrajitas y chorizo" del Hostal El Portal de Alcolea de Cinca (en representación de la Comarca del Cinca Medio).

**En el Restaurante Elovelys**

-"Canelón crujiente de rabo de buey" del Trasiiego de Barbastro (en representación de la Comarca del Somontano de Barbastro).

-"Torrija de orejones con queso y melocotón" del restaurante Carmen de Tamarite de Litera (en representación de la Comarca de La Litera/La Litera).

**En el Camping Valle de Tena**

-"Krunchi's Flakes" del restaurante Vidocq de Formigal (en representación de la Comarca del Alto Gállego).

-"Longaniza de Graus gratinada con muselina de setas y sal de Viñas del Vero" de El Capricho de Lola de Graus (en representación de la Comarca de la Ribagorza).

## IX paseo motero de AHECOS

Como cada año, y éste es el noveno, la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AHECOS), celebró su tradicional paseo en moto.

Este año la ruta ha tenido como protagonista el municipio de Cuevas de San Mar-

cos. Desde allí comenzó el paseo por la carretera de Granada, pasando por localidades como Salinas, Iznájar y Rute, para volver de nuevo al punto inicial.

Los moteros participantes disfrutaron de un almuerzo en el Hotel Rural Mi Refugio.



Los moteros participantes en la IX edición del Paseo Motero AHECOS.

## Los Hoteles de Sevilla inauguran sus Catas de Vinos y Licores de la tierra

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia (AHS) organiza junto con la Asociación de Vinos y Licores de Sevilla, y la colaboración de Prodetur y Turismo de Sevilla, unas Catas de Vinos y Licores de la tierra, maridadas con queso. Un ambicioso proyecto que combina cultura, gastronomía y experiencias en ocho catas que se llevarán a cabo en diferentes hoteles de la capital y su provincia, hasta el 5 de diciembre, a unos precios muy asequibles, para sorprender al público más selecto. El aforo de las catas es de un máximo de 30 personas y tienen una duración de una hora.

Según expertos sumillers, "en la cata o degustación de vinos, no sólo se utiliza el paladar para degustar, sino también el olfato, el oído y la vista para sentir...".

De ahí la importancia de encontrar un lugar ideal donde conectan los sentidos, donde saborear se convierte en toda una experiencia y dónde mejor que en los hoteles de Sevilla y su provincia.

Para darles un punto más de sabor, las catas serán maridadas con el mejor queso curado del Valle de los Pedroches, de la marca Covap. Una perfecta combinación y succulento contraste de sabores y sentidos, para lo que también contamos con las selectas regañás de Don Pelayo, que deleitarán los paladares más exquisitos.

A su vez, las catas serán guiadas por un experto sumiller que

ilustrará a los participantes durante la degustación, transmitiéndoles los valores y la sensibilidad que inspira cada uno de los vinos y licores cuidadosamente seleccionados para el desarrollo de las catas, a través de los sentidos Visya, Olfato y Gusto harán que los participantes se evadan por un momento

de la realidad y se transporten a un espacio sensorial que les permitirá vivir y disfrutar de una experiencia única.

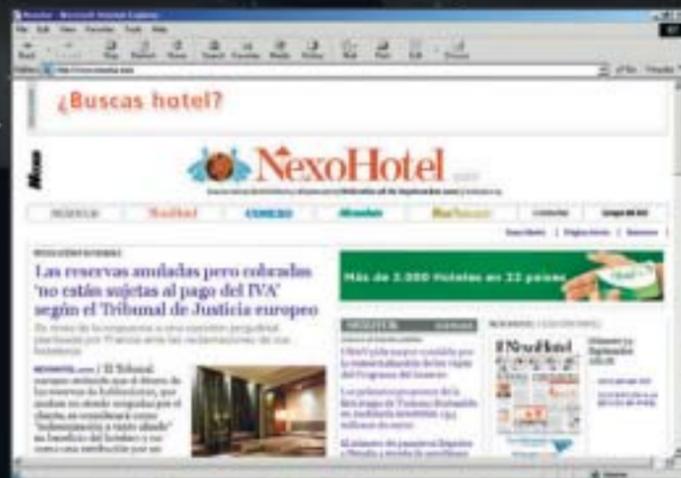
Para ver el lugar y hora del resto de catas, pueden descargarse en su teléfono Android la APP gratuita creada para la ocasión y que pueden adquirir en la tienda virtual de Google, Play Store.



El presidente de la Asociación de Vinos y Licores de Sevilla, Julián Navarro; Dolores Bravo, diputada de Turismo e Innovación de la Diputación Provincial de Sevilla; Manuel Otero, presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia; Héctor Abuín, director del Hotel Fontecruz Sevilla; y Antonio Castañón, director-gerente del Consorcio Turismo de Sevilla.



# El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta  
en NexoHotelcom  
Diario online de la Hotelaría

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

## Una treintena de establecimientos se ha sumado ya al proyecto Gehotel

La Asociación da un nuevo impulso a esta iniciativa pionera en Canarias que quiere sumar a otras empresas privadas. Hoteles

y apartamentos de Tenerife y La Gomera ya cuentan con su ficha correcta en Google y están virtualizados.

Un total de 30 establecimientos hoteleros y extrahoteleros asociados a Ashotel se han sumado ya al proyecto Gehotel de geolocalización y virtualización, una estrategia que contribuye a mejorar la visibilidad de los establecimientos turísticos en la red, además de a posicionar el destino en los primeros puestos en el uso de esta tecnología.

Hoteles y apartamentos de las zonas Norte, Sur y Metropolitana de Tenerife, así como de La Gomera, cuentan ya con una correcta geolocalización y visita virtual, una estrategia de geomarketing que, sin duda, aporta un valor añadido al establecimiento para el futuro cliente.

Gehotel se gestó el pasado mes de mayo, fruto de la colaboración entre el departamento de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de Ashotel y el profesional Francis Ortiz, fotógrafo de confianza de Google Fotos de Negocios. Desde entonces, Gehotel se ha presentado en todas las islas de la provincia tinerfeña a los asociados y otros empresarios.

El proyecto tiene tres partes fundamentales: la primera, la geolocalización y virtualización de espacios, una estrategia básica que permite un posicionamiento geográfico correcto a través de los productos y servicios de Google, entre ellos la visita virtual para Google Maps, que no es más que una visualización interactiva a través de imágenes en 360 grados del negocio. De esta forma, el

cliente puede experimentar con el establecimiento a través de Internet antes de visitarlo físicamente.

La segunda consiste en el uso profesional de las redes sociales para geolocalizar y promocionar los negocios. Dentro de este campo, Ashotel viene desarrollando un proyecto en Instagram que está teniendo gran acogida entre sus asociados.

La tercera y última, la realidad aumentada, añade en tiempo real datos digitales a la información física de un lugar a través de aplicaciones (apps) para dispositivos móviles. De esta forma se crea una realidad mixta que permite disponer de mucha más información que la que se recibiría únicamente con la percepción óptica.

Este último eslabón del proyecto forma parte, a su vez, de otra iniciativa liderada por Francis Ortiz denominada 'Un mundo aumentado', con la que Ashotel quiere implantar en sus establecimientos la tec-

nología llamada a ser el futuro de la comunicación y la interactividad entre los destinos turísticos, la promoción cultural y los turistas.

Además, el proyecto tiene una vertiente formativa, con la realización de cursos específicos de geolocalización y acciones geo sociales que imparte Ortiz en colaboración con Ashotel. Estos cursos se vienen desarrollando con éxito entre los responsables de comunicación, marketing y social media de los establecimientos.

La Asociación pretende con Gehotel hacer extensivas las ventajas de una correcta geolocalización y virtualización del establecimiento a otros negocios de distintos sectores. Así, el pasado mes de junio se sentaron las bases para convertir Santa Cruz de Tenerife en la primera ciudad canaria íntegramente geolocalizada, virtualizada y con realidad aumentada, lo que situaría a la ciudad a la vanguardia de este tipo de tecnologías.



Ejemplo del proyecto Gehotel con los Apartamentos HG Cristian Sur.

## La ESHOB lanza un nuevo Grado universitario en Dirección Hotelera

La Escola Superior d'Hostaleria de Barcelona (ESHOB) impulsa un Grado en Dirección Hotelera junto con la Universidad Abat Oliba CEU que cuenta con el apoyo del Gremi d'Hotels de Barcelona.

La primera promoción del Grado en Dirección Hotelera inició el curso académico el pasado 25 de septiembre a través de un acto inaugural encabezado por Jordi Clos, presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona.

La titulación universitaria proporciona una excelente formación orientada a facilitar la inserción de los futuros estudiantes en el sector de la hostelería y la restauración. Aportando las herramientas necesarias para coordinar los distintos departamentos de un hotel, optimizar los recursos a través de la gestión empresarial e incrementar la competitividad con el propósito de adaptar los servicios al mercado nacional e internacional.

El interés por el mundo de la dirección y la gestión empresarial de centros hoteleros, la actividad turística, la gastronomía, el marketing y los recursos humanos, así como la vocación de servicio al cliente, el interés por la investigación y el diseño más innovador en materia de dirección hotelera serán las claves para garantizar el futuro profesional.

Sin lugar a dudas, una oferta formativa con un amplio repertorio de salidas profesionales en los mejores establecimientos hoteleros, departamentos de

explotaciones hoteleras, empresas de restauración vinculadas con explotaciones hoteleras o independientes, divisiones de alojamientos y restauración, ciudades de vacaciones, parques nacionales, campings, apartamentos turísticos, consultorías en proyectos hoteleros, docencia e investigación.

Una clara vocación directiva y de gestión, tener una actitud crítica, extrovertida, innovadora, dinámica, creativa y un espíritu emprendedor, son los requisitos necesarios para triunfar en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento.

El objetivo de la formación universitaria, de 4 años de duración, es formar a profesionales en materias de contabilidad, economía, informática, tecnología culinaria, legislación, estadística, relaciones públicas, marketing e idiomas...

El grado en Dirección Hotelera nace para dar respuesta a la necesidad derivada del auge y la visibilidad que el sector hotelero ha adquirido en nuestra sociedad.

Un programa único que pretende formar a los futuros líderes y directivos del sector hotelero a través de una sólida formación a nivel teórico y práctico. El segundo semestre de cada curso está dedicado a la formación práctica en las áreas de Cocina y gastronomía, Servicios de restauración, Gestión de alojamiento y Gestión directiva.

## Benidorm: El municipio turístico y la carrera de relevos

El presidente de HOSBEC, Antonio Mayor, analiza en este artículo la situación política que transcurre en Benidorm. En su opinión, tanto

al gobierno como a la oposición no les interesa declarar Benidorm como municipio turístico, a pesar de ser la tercera ciudad de España

con más pernoctaciones hoteleras alcanzando los 11 millones. Si no merece la calificación de municipio turístico, algo está fallando.

Asistimos al debate político del municipio turístico de Benidorm como quien asiste a una carrera de relevos, en las que el testigo pasa de un corredor a otro, aunque en este caso pertenezcan a equipos contrarios y nunca lleguen a la meta.

Lo que hoy dice la oposición lo niega el gobierno, que cuando vuelve a ser oposición vuelve a pedirlo, y entonces quien gobierna que era la oposición, vuelve a denegarlo y vuelta a empezar. Un lío en el que ya no sabemos quién pide qué y quién deniega qué, porque todos piden lo mismo de forma sucesiva y todos miran para otro lado cuando les toca actuar.

Si no fuera porque Benidorm es una realidad turística que existe a pesar de la clase política, estaríamos asistiendo al verdadero cuento de nunca acabar.

Si alguna autoridad puede sostener que una ciudad de 70.000 habitantes que tiene más plazas de alojamiento reglado que habitantes, y que es la tercera ciudad de España en pernoctaciones ho-

teleras alcanzando los once millones, no merece la calificación de municipio turístico, algo está fallando. Seguramente que la definición era errónea en su origen, cuando no interesada, o ha quedado obsoleta por el simple transcurso del tiempo y la evolución de la propia realidad.

Ante esto, y cuando escuchamos la cantidad de voces que claman por el turismo como sector estratégico, sólo podemos pensar que el turismo que ha servido de manta de camuflaje de parte de la crítica situación socioeconómica. Que les interesa como estrategia cuando les interesa, pero que cuando hay necesidad de arremangarse para demostrarlo, ahí ya estamos más que perdidos. Ahí es cuando comprobamos que las convicciones y los consensos sobre las creencias son de quita y pon. Hoy que soy oposición las pongo y mañana que soy gobierno las quito. Porque las convicciones políticas son eso, lo que les conviene en cada momento.

Así que se demuestra una vez más que para los políticos lo único estratégico en esta industria es su uso grandilocuente en discursos, presentaciones, debates y medios de comunicación. Pero que, en realidad, el turismo y esta industria les importa muy poco.

A los municipios turísticos les pasa como a algunas Comunidades Autónomas. Que se pasan de solidarios con el Estado y éste no devuelve lo que sería de razón y de justicia. Pero esto, en el caso de un municipio como Benidorm, puede tener efectos más allá de una simple cuestión de financiación. Puede comprometer el propio desarrollo futuro de la industria. Lo que se ha vivido en el Congreso de los Diputados en los últimos días a cuenta de Benidorm no sería más que una anécdota si no necesitáramos la urgente e inaplazable actualización del espacio urbano. Y para ello es necesario crear el instrumento que lo permita, se llame municipio turístico o se llame como se llame.



El presidente de HOSBEC, Antonio Mayor.

\* Ingresos subvencionados por Viajes El Corte Inglés S.A. Financiación sujeta a la aprobación de Francisco El Corte Inglés E.F.I. S.A. Por compras superiores a 300€. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financieros. Vé. Ejemplos representativos de financiación de compra: Importe 300€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TA 0%, TAE 6,685%, gastos de gestión 0€. Importe total aplazado: 309€. Importe 1.000€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TA 0%, TAE 5,995%, gastos de gestión 0€. Importe total aplazado: 1.009€. Consulta condiciones. C.I.C.M.A. 59. HERMOSILLA 112 - MADRID C.I.C.M.A. 59. HERMOSILLA 112 - MADRID



**En Viajes El Corte Inglés todos  
nuestros clientes reciben algo común:  
SEGURIDAD, CALIDAD Y GARANTÍA.**

Viajes El Corte Inglés pone a tu alcance  
los más variados destinos: playas paradisíacas,  
ciudades mágicas, paisajes imposibles...  
Pero viajando con el líder, en todos sentirás  
lo mismo: la absoluta certeza de que  
tu viaje va a ser inolvidable.

**PAGO APLAZADO EN  
10 MESES SIN INTERESES\***

**MEJOR PRECIO  
GARANTIZADO**

**VIAJES**

**El Corte Inglés**

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

**902 400 454**

*Desayuno con encanto*

*Palacete*

*View to the Patio*

*Espectáculo de Nochevieja*

*resort en la nieve*

*Día de la*

*Piscina junto al Mar*

*momento rural*

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

**CEHAT**  
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES  
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:  
t f in  
www.cehat.com