



Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles

Inscríbete en:
www.cehat.com/congreso2012

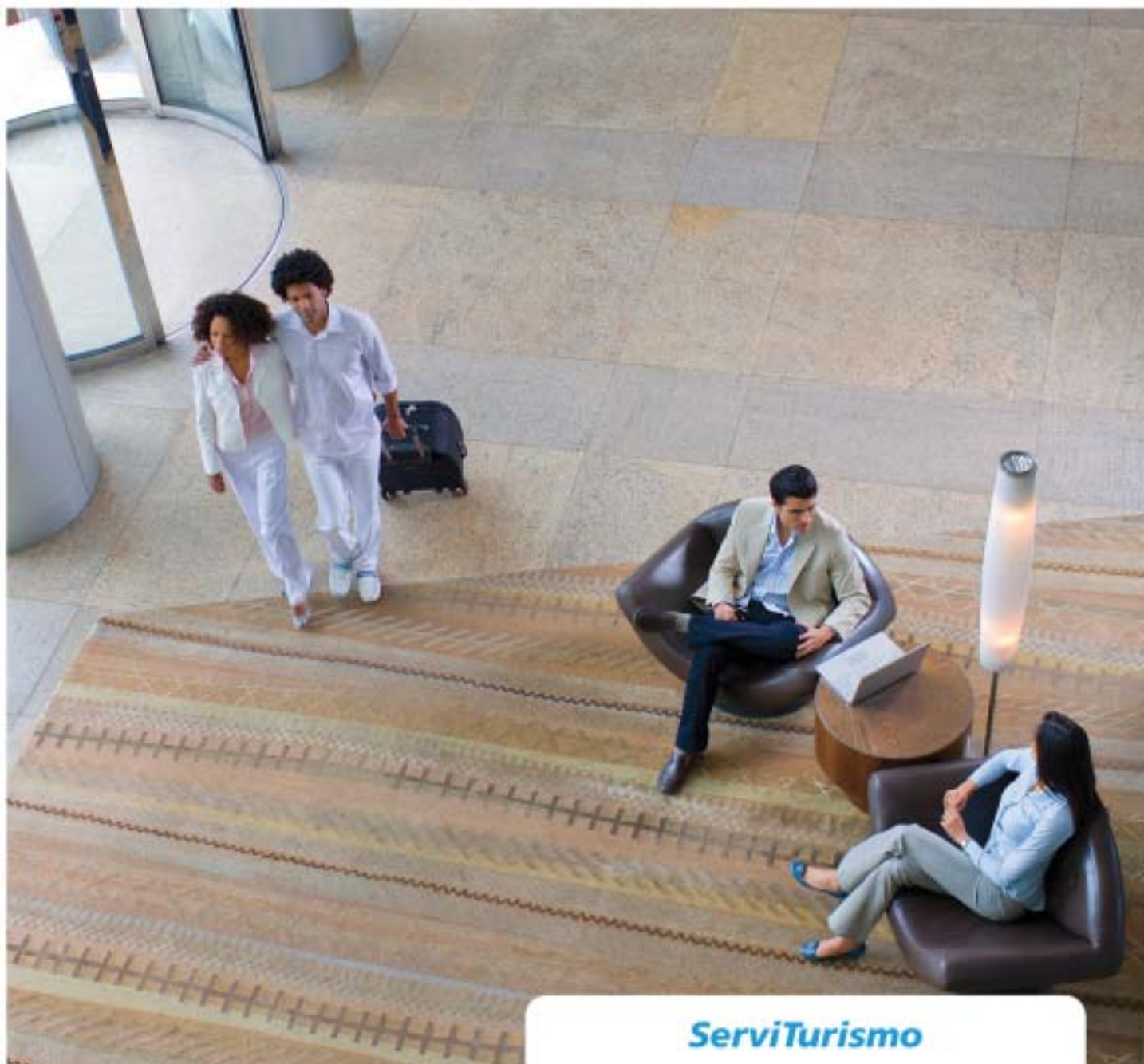


CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



UNIÓN HOTELERA
PROVINCIA DE VALENCIA





ServiTurismo



Soluciones para el sector hotelero

En "la Caixa", a través de ServiTurismo, ponemos a su disposición productos y servicios financieros específicos para el sector hotelero. Entre otros, le ofrecemos el Plan Renove de instalaciones a través del *renting* y el *leasing*, así como una gestión de cobros y pagos ágil y segura a través de Línea Abierta.

Caixa*Empresa*



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

DIRECTOR
Valentín Ugalde

COORDINACIÓN CEHAT: Mónica González
COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

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 JURIDICO: Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila / DIRECTORA DE PERSONAL: Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a Antonia Martín / JEFE DE CONTABILIDAD: Paloma López
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD PROPIO: Madrid: Yolanda Pola. FACTURACIÓN: María José González
SUSCRIPCIONES: Mercedes León. 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 Hostelería Española / © CEHAT es una Marca Registrada por la Confederación Hotelera © Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización) / Depósito Legal B.32092-2004 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Un desafío, una oportunidad, Valencia

EL CONGRESO DE Empresarios Hoteleros que organiza CEHAT junto a la UHPV y HOSBEC se celebra en un momento clave para nuestro Sector, envuelto en una crisis económica global que está resultando más larga y profunda de lo previsto. En ningún otro foro, los hoteleros (sean propietarios, gestores, directivos o directores de los establecimientos) pueden acceder a tanta información, en tan poco tiempo. De ahí la creciente participación que concita el evento del año de la Hostelería.

El análisis de la situación actual del Sector y de nuestra economía, las tendencias y la innovación, las novedades de los proveedores, el debate abierto y la confrontación de ideas, tienen lugar en este Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles. Este año, la cita es en el Hotel Santos Las Arenas, del 21 al 24 de noviembre. Allí, un plantel de ponentes de primer orden permitirá a los hoteleros tomar el pulso a la situación y vivir en directo unas jornadas donde el Turismo y la Hostelería son los protagonistas. Una tribuna desde la que hacernos oír, para que nuestros gobernantes conozcan lo que piensa y siente un Sector vital (y esencial) para nuestra Economía. Un foro donde escuchar, aprender y opinar sobre aquello que nos interesa e importa, una cita que ningún hotelero debe perderse.

TRIBUNA HOTELERA

La nueva regulación de viviendas y apartamentos en Cataluña

Josep Graset Forasté / Presidente de AT Costa Dorada

DESDE FINALES DEL pasado mes de junio la Asociación de Apartamentos Turísticos de la Costa Dorada, conjuntamente con la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Cataluña, ha llevado a cabo reuniones informativas en las principales zonas turísticas de la Costa Dorada con los empresarios y representantes del sector apartamentístico, avanzando las principales novedades del marco normativo, aún en trámite, que en breve vendrá a regular tanto los apartamentos turísticos como las viviendas de uso vacacional en Cataluña.

Un proceso el del nuevo marco normativo no exento de dificultades y desencuentros con la administración, afortunadamente ya superados, con el que la Dirección General de Turismo viene a poner orden al desconcierto y sinsentido que supuso la inclusión de los apartamentos turísticos y las viviendas de uso vacacional bajo el paraguas de la Ley 18/2007, de 29 de diciembre, de la Vivienda. En este sentido, el nuevo decreto derogará determinados preceptos de la referida ley, los actuales decretos 183/2010, de 23

de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y 164/2010, de 9 de noviembre, de viviendas de uso turístico, las integrará en un nuevo marco regulador y específico de la actividad a la ley sectorial turística, de donde nunca debió ser separada.

De igual forma es meritorio y por ello merece ser destacada la voluntad de la administración autonómica en simplificar al máximo el trámite de regularización de la actividad y de combatir el intrusismo, auténtica lacra para el sector y para la marca turística. Para ello la Dirección General de Turismo ha remitido circulares informativas tanto a los Ayuntamientos como a los representantes del sector informando que las empresas y particulares disponen de tres meses para regularizar su situación, facilitando un modelo normalizado de solicitud (comunicación de inicio de actividad) que una vez presentado conllevará la habilitación de la actividad y la inscripción de oficio en el Registro de Turismo de Cataluña.

Siquiera someramente indicar que por lo que respecta a las viviendas de uso vacacional, aquellas que son cedidas por su propietario, directa o indirectamente, a terceros, de forma reiterada a cambio de contraprestación económica, y dicho sea de paso constituyen el modelo más extendido en Cataluña, los requisitos técnicos exigidos son disponer de cédula de habitabilidad y cumplir en todo momento las condiciones técnicas, de calidad y de higiene exigibles en cuanto a las viviendas, estar suficientemente amueblados y dotados de los aparatos y utensilios necesarios para su inmediata ocupación y con la finalidad de proporcionar un servi-

cio de alojamiento correcto. El propietario o empresa gestora deberá facilitar un teléfono a usuarios y vecinos para resolución de incidencias, garantizándose un servicio de asistencia y mantenimiento de la vivienda.

Pero quizás el aspecto a destacar del nuevo marco normativo es el acceso inmediato a la actividad con la comunicación de inicio de actividad, a formalizar ante el Ayuntamiento competente, acompañando la solicitud normalizada por la Dirección General de Turismo junto con la declaración responsable por parte del propietario o empresa explotadora de que la vivienda o conjunto de viviendas de las que se trate, cumplen con los requisitos técnicos exigidos y dispone de cédula de habitabilidad. En este sentido, los Ayuntamientos en ningún caso podrán incrementar los requisitos técnicos y de servicio que establece la normativa sectorial turística ni cualquier otra normativa que no sea aquella.

Por lo que a establecimientos de apartamentos turísticos se refiere, esto es, aquéllos que prestan servicio de alojamiento temporal en edificios o conjuntos continuos constituidos en su totalidad por apartamentos, como es-

tablecimientos únicos o unidades de explotación, los requisitos técnicos son disponer de una recepción de una superficie mínima de 10 metros cuadrados, que las superficies mínimas de los apartamentos sean iguales o superiores a las de un hotel de una estrella o básico, y la periodicidad del servicio de limpieza, mínimo una limpieza semanal. Es importante destacar que al no tener la condición de vivienda en

los establecimientos de apartamentos turísticos, igual que en los establecimientos hoteleros, no se les exige cédula de habitabilidad.

Tras todo lo expuesto indicar que el sector y la administración están trabajando conjuntamente en un sistema de categorización de acuerdo con el sistema de calidad turística de Cataluña, elaborando en paralelo los supuestos de apartamentos turísticos y viviendas de uso vacacional; un trámite voluntario para el que será requisito imprescindible haber realizado previamente el proceso de regularización anteriormente comentado.

Desde la Asociación de Apartamentos Turísticos de la Costa Dorada valoramos positivamente los esfuerzos realizados y la llegada de un nuevo marco normativo que ha de servir para luchar de forma definitiva y efectiva contra el intrusismo que se produce en nuestro sector. Por último, hacemos un llamamiento a los Ayuntamientos en el sentido de que toda la oferta apartamentística se legalice, sea reglada y de calidad, no se penalice desde las corporaciones locales la gestión de la tramitación con tasas que únicamente tienen afán recaudatorio.

‘Desde la Asociación de Apartamentos Turísticos de la Costa Dorada valoramos positivamente la llegada de un nuevo marco normativo que ha de servir para luchar contra el intrusismo’

El calor que necesitas para sentirte como en casa

Con Gasóleo Calefacción CEPSA Rendimiento y el Plan de Renovación de Calderas, tienes la garantía de un combustible de calidad superior y una atención especializada para que, estés donde estés, puedas disfrutar de un ambiente seguro y confortable.

Realiza tu pedido llamando al 91 337 94 92.

CEPSA
Innovando para ti

www.gasoleoscepsa.com

Los servicios mixtos de hostelería, un viejo conocido en materia del IVA

La prestación conjunta de distintos servicios es habitual en el sector hotelero y de restauración

Vicente Bootello y Beltrán Giménez, socio y asociado de Garrigues Madrid, analizan el concepto de 'servicios mixtos de hostelería', introducido por la reforma del

IVA, dentro de las medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad. Principalmente, el objeto de esta modificación ha sido ele-

var los tipos impositivos del impuesto, tanto el general como el reducido, y excluir de la aplicación de este último a determinados servicios.



VICENTE BOOTELLO

BELTRÁN GIMÉNEZ

SOCIO Y ASOCIADO DE GARRIGUES MADRID

El pasado 13 de julio de 2012 se publicó el Real Decreto-Ley 20/2012, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad en el que se modifican los tipos impositivos aplicables en el Impuesto sobre el Valor Añadido con efectos a partir del 1 de septiembre de 2012. Principalmente, el objeto de esta modificación es elevar el tipo general del IVA del 18 al 21%, y el tipo reducido del 8 al 10%, manteniendo el tipo súper reducido en el 4%.

No obstante, además de este aumento de los tipos impositivos, dicho Real Decreto también ha añadido importantes cambios en los supuestos en que resulta aplicable el tipo reducido del IVA. Son muchos los servicios (no tanto las entregas de bienes) que hasta el 31 de agosto de 2012 quedaban gravados al tipo reducido del 8 por 100, y que a partir del 1 de septiembre de 2012 deben tributar al tipo del 21 por 100. Los más comentados a lo largo del verano han sido algunos como el cine, las peluquerías, el teatro o los servicios funerarios.

Aparentemente, la tributación de los servicios de hostelería y restauración se mantiene al tipo reducido, si bien ahora al 10%. Este aparente mantenimiento del tipo reducido quizás explique que estos servicios no han ocupado, en general, muchos titulares de prensa. No obstante, la nueva redacción de la Ley introduce una exclusión general de la aplicación del tipo reducido a "los servicios mixtos de hostelería", la cual puede afectar de manera directa a determinados establecimientos del sector que verían gravados al tipo general determinados servicios.

El concepto de servicio mixto de hostelería no es del todo innovador en el ámbito del IVA. La actual Ley del IVA, Ley 37/1992 (así como la anterior Ley del IVA de 1985), recogía en su redacción original esta exclusión a la aplicación del tipo reducido del IVA para los servicios mixtos de hostelería, junto a los

servicios prestados por hoteles de cinco estrellas o por los restaurantes de tres, cuatro y cinco tenedores. Sin embargo, la exclusión del tipo reducido de los servicios mixtos de hostelería desapareció con efectos a partir del 1 de enero del año 1995.

Si intentamos dilucidar qué pretendía el legislador con este concepto, puede acudir a las consultas (pocas) que se plantearon a la Dirección General de Tributos (en adelante, DGT) en relación con este tema. Principalmente son dos las contestaciones a consultas no vinculantes de la DGT que se pronuncian sobre el alcance del concepto de servicios mixtos de hostelería, una del año 1986 y otra de 1993. Los supuestos de hecho que se plantean en estas consultas se refieren a servicios de discoteca, salas de baile y conciertos con consumición de bebidas y alimentos, en los que se califican dichos servicios como servicios mixtos de hostelería que deben tributar al tipo general.

Con la nueva introducción del concepto de servicios mixtos de hostelería en el pasado mes de julio, se plantearon numerosas cuestiones acerca del alcance de esta disposición, y sobre todo cómo podría afectar a los servicios prestados por los establecimientos hoteleros. ¿Estaba pensando el legislador únicamente en discotecas, conciertos, salas de baile, etc.? ¿El concepto de servicios mixtos de hostelería destruye la regla de accesoriadad del IVA, por la que las prestaciones accesorias deben tributar al mismo tipo que la prestación principal?

La DGT ha dado respuesta a algunas de las cuestiones que se plantearon en las semanas siguientes a la publicación del Real Decreto-Ley 20/2012. El día 2 de agosto de 2012 dictó una resolución en la que se pretendía aclarar el alcance de diversas disposiciones en relación con el tipo impositivo aplicable a determinadas entregas de bienes y prestaciones de servicios, y entre ellos los servicios mixtos de hostelería.

En esta resolución se concreta, en primer lugar, el alcance de este concepto. Inicialmente, se definen los servicios mixtos de hostelería como aquéllos en que existe un servicio de hostelería conjuntamente con una prestación de servicio recreativo, entre los que se incluyen los servicios "prestados por salas de bailes, salas de fiestas, discotecas y establecimientos de hostelería y restauración en los que, conjuntamente con el suministro de alimentos o bebidas, se ofrecen servicios recreativos de cualquier naturaleza, tales como espectáculos, actuaciones musicales, discoteca, salas de fiesta, salas de baile y karaoke".

Por otro lado, también se concretan algunos servicios que, prestados conjuntamente con el servicio de hotel, deben tributar al tipo general del 21 por 100 (salvo que se consideren accesorios, como comentaremos más adelante). Entre estos servicios prestados a clientes se encuentran las discotecas, clubs, cena espectáculo, sala de fiestas, sala de baile, sauna, piscina, balneario, utilización de pistas o campos deportivos, etc.; siempre que no sean complementarios al servicio de hostelería u hospedaje y se facturen de manera independiente del mismo.

También son interesantes algunos ejemplos de servicios que deben tributar al tipo reducido del 10 por 100 por no tener la calificación de servicios mixtos de hostelería, como son las actuaciones musicales y de baile contratados en la celebración de bodas, bautizos y otros eventos similares.

Por lo tanto, a través de esta resolución de la DGT queda claro que el alcance de los servicios

mixtos de hostelería llega también a determinadas prestaciones de servicios hoteleros, en la medida en que en los mismos se ofrezcan entregas de alimentos y bebidas conjuntamente con servicios recreativos de cualquier naturaleza.

La segunda controversia importante que resuelve esta resolución de la DGT es el mantenimiento de la regla general de accesoriadad, acorde con la normativa europea en materia de IVA. De esta manera, la resolución de 2 de agosto de 2012 se apresura a señalar en sus primeros párrafos que las prestaciones en los servicios mixtos de hostelería deben ser conjuntas, excluyéndose de este concepto aquéllas situaciones en que la prestación del servicio recreativo constituye una actividad accesoria pero distinta de la principal de hostelería.

Esta disposición podría dar lugar a eternos debates acerca de la accesoriadad de determinados servicios. No obstante, para Tributos resulta evidente que en algunos servicios, como los de discoteca, cafés-concierto, pubs, etc.; se dan en todo caso las condiciones para encontrarnos ante servicios mixtos de hostelería, puesto que de una manera conjunta, y no accesoria, se ofrece un espectáculo o actividad recreativa musical junto a la entrega de alimentos o bebidas. Por el contrario, otros servicios complementarios a uno principal, que sean percibidos como un medio de disfrutar mejor de aquél, siguen la regla de accesoriadad, tributando al tipo del servicio principal, salvo que se facturen mediante facturas separadas. En este

sentido se ha pronunciado la DGT en alguna ocasión.

Más aún, en los tiempos actuales el servicio de "estancia", que va al tipo reducido, no puede entenderse exclusivamente como pernoctación, con lo que muchos servicios complementarios o accesorios forman ya parte integrante de la estancia hotelera tal como hoy es entendida tanto por el cliente como por el sector, por lo que cabría defender que el tipo aplicable a servicios como telefonía, uso de televisión o video de pago, gimnasio, etc. es el reducido no ya por tratarse de servicios complementarios sino por formar parte del propio servicio de alojamiento.

En estos casos, nadie debería dudar de su carácter de servicios accesorios y más aún, hoy en día cabría defender que no hay verdadera estancia hotelera sin este componente de servicios varios.

Huelga decir que cualquier servicio prestado a personas no alojadas en el hotel deberá tributar de acuerdo con su naturaleza, no pudiendo considerarse accesorio a un servicio de alojamiento. En conclusión, la nueva introducción en la ley del IVA del concepto de servicios mixtos de hostelería como supuesto de exclusión de la aplicación del tipo reducido del IVA, puede llegar a tener gran repercusión en los servicios de hostelería y restauración prestados por determinados establecimientos hoteleros. Sin embargo, esta inclusión no anula la regla general de accesoriadad de determinados servicios que se prestan a clientes de los mismos hoteles, y sobre los que Tributos se ha pronunciado en diversas ocasiones atendiendo a casos concretos.



La actual Ley del IVA, Ley 37/1992 (así como la anterior Ley del IVA de 1985), recogía en su redacción original esta exclusión a la aplicación del tipo reducido del IVA para los servicios mixtos de hostelería

Código de invitación gratuita

WNNUY32W

www.hostelco.com

**Soluciones para la Hostelería
en el mejor Recinto, en Barcelona.**


Fira Barcelona

Recinto Gran Via
17-21 Octubre 2012

Encuentre en Hostelco los equipos, productos y servicios más adecuados para su negocio. La mejor oferta, las últimas novedades y un amplio programa de jornadas y actividades para el profesional de la hostelería, la restauración y las colectividades. Además coincidirá con el **Hospitality Industry World Congress**, el primer encuentro mundial de los líderes del sector. Todo, en el mejor recinto, Gran Via.

HOSTELCO

Salón Internacional del Equipamiento para
Restauración, Hostelería y Colectividades

www.hostelco.com

Síguenos en:



 **felac**
FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE ASOCIACIONES DE
FABRICANTES DE MAQUINARIA
PARA HOSTELERÍA, COLECTIVIDADES
E INDUSTRIAS AFINES

La atolondrada galopada restrictiva de modificaciones y cambios legales en el mercado de trabajo y entorno

El Gobierno aprobaba un nuevo paquete de medidas conducentes a garantizar la estabilidad presupuestaria

Estas medidas se ha plasmado en el RDL 20/2012, de 13 de julio, con significativos cambios en materia social y de empleo, tales como recargo ipso facto por retraso en el pago de las cuo-

tas sociales, consideración como cotizables partidas otrora exentas, supresión de derechos históricos y consolidados a bonificaciones de la Seguridad Social, restricciones en materia de

desempleo, etcétera, y todo ello en el entorno de la reciente reforma legal del mercado de trabajo pendiente de desarrollo reglamentario y de su aplicación por parte de la jurisdicción social.



CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

Nos está costando a los laboristas digerir, no sin empacho, la recalcitrante labor legislativa del Gobierno, tanto del actual como del anterior, en materia social y de empleo, con perseverantes cambios de la normativa de empleo y de Seguridad Social, una vez hecha la reforma laboral del 2012, pendiente a día de hoy de importantes desarrollos reglamentarios, de los que ya vamos conociendo algunas propuestas.

Así, se publicaba en el BOE el 7 de julio la definitiva (por ahora) reforma laboral y, siete días más tarde, el Real Decreto-ley 20/2012 objeto del presente artículo.

Pues bien, sin dar tiempo a la reacción de los empresarios, se modificaba con efectos del mes de agosto el recargo máximo en el retraso del pago de cotizaciones a la seguridad social pasando desde el primer día de demora de un 3% a un 20%. Hasta este cambio, el empresario disponía de un escalado de recargos por demora que empezaba en el 3%, transitaba entre el 5% y el 10% en el se-

desgaste de útiles o herramientas, usuales en los profesionales cocineros de hostelería, así como la adquisición de prendas de trabajo, también muy arraigados en el uniformado sector hostelero, así como los productos en especie concedidos voluntariamente por las empresas en los términos que reglamentariamente se establecerá y las percepciones por matrimonio vigentes aún en numerosos convenios colectivos.

Con la anterior novedad van a surgir inmediatamente problemas en la gestión de las prestaciones económicas por incapacidad temporal, pues se incrementará la base reguladora de cotización sobre la que se calculan las mismas y, consiguientemente los complementos a cargo de las empresas fijados en muchos convenios colectivos si los gestores de personal no van al tanto.

Por otro lado, siguen no computando en la base de cotización a la Seguridad Social las dietas y asignaciones para gastos de viaje, gastos de locomoción, cuando correspondan a desplazamiento del trabajador fuera de su centro habitual de trabajo para realizar el mismo en lugar distinto, así como los pluses de transporte urbano y de distancia por desplazamiento del trabajador desde su domicilio al centro de trabajo habitual, pero con la cuantía y alcance que reglamentariamente se establezcan.

Siguen no computando en la base de cotización las prestaciones de la Seguridad Social, así como sus mejoras y las asignaciones asistenciales concedidas

concedidos voluntariamente por las empresas, en su conjunto, en el 20% del indicador público de renta de efectos múltiples (IPREM), que para el año 2012 está fijado en 532,51 euros mensuales y 6.390,13 euros anuales, excluyendo las gratificaciones extraordinarias cuando el mismo se calcula anualmente, lo que supone 106,30 euros mensuales. La sentencia del TSJ de Madrid -sala de lo contencioso administrativo- resolvió que se computaban las vacaciones, contrariamente al criterio de otros organismos. También existen algunas discrepancias si dicho 20% se refiere a la suma en su conjunto de todos los conceptos detallados o se computa por concepto, todo lo que el desarrollo reglamentario aclarará hay que estimar en términos cicateros.

Las indemnizaciones por fallecimiento y las correspondientes a traslados y suspensiones están exentas de cotización hasta la cuantía máxima prevista en la norma sectorial o convenio colectivo aplicable. Hasta ahora no se exigía que la cuantía máxima estuviera prevista en norma sectorial o colectiva alguna, lo que sin lugar a dudas creará inseguridad jurídica, pues si no está en la norma ¿cotizará?

Las indemnizaciones por despido (improcedente, colectivo, objetivo por causa económica, técnica, organizativa, de producción o por fuerza mayor) continuarán exentas de cotización a la Seguridad Social, en la cuantía establecida con carácter máximo en el Estatuto de los Trabajadores (en adelante, ET), sin que pueda considerarse como tal la establecida en virtud de convenio, pacto o contrato. No obstante, en materia del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (en adelante, IRPF), a raíz de la reforma laboral aprobada por la Ley 3/2012, de 6 de julio, la indemnización queda exenta si el trabajador despedido de forma improcedente demanda a la empresa ante los Servicios de Mediación, Arbitraje y Conciliación y ante dicho órgano se alcanza acuerdo, pues de lo contrario el trabajador deberá acudir como demandante ante el Juzgado de lo Social. En caso de no hacerlo así, si la indemnización se abona en virtud de un acuerdo entre las partes, no quedaría exenta y, por lo tanto, habría que practicar la retención correspondiente y, por ende, probablemente cotizable a la Seguridad Social.

Sin embargo, las indemnizaciones por extinciones del contrato por la causa de la letra a) del artículo 52 ET "Por ineptitud del trabajador conocida o sobrevenida con posteriori-



Continuarán exentas de cotización a la Seguridad Social las indemnizaciones por despido (improcedente, colectivo objetivo por causa económica, etc.).

«Siguen no computando en la base de cotización a la Seguridad Social las dietas y asignaciones para gastos de viaje, gastos de locomoción, así como los pluses de transporte urbano y de desplazamiento»

gundo y tercer mes, respectivamente, para llegar al tercer mes de retraso en el pago al 20%. Así, las maltrechas economías empresariales disponían de un instrumento de financiación cortoplacista ante la sequía crediticia de las entidades bancarias.

Con la susodicha norma, y a partir del día 15 de julio, domingo, activada la alerta por temperaturas de hasta 40° en muchos lugares del país, nos quedamos fríos al conocer que pasaban a formar parte de la base de cotización a la Seguridad Social las cantidades, hasta la fecha exentas, abonadas en concepto de quebranto de moneda, las indemnizaciones por

por las empresas, estas dos últimas en los términos que reglamentariamente también se establezca. No obstante todo lo anterior, prevé como novedad la norma, que la cuantía máxima exenta de cotización por todos los conceptos indicados no podrá exceder, en su conjunto, del límite que se determine, una vez más, reglamentariamente, que hay que suponer va a ser restrictivo.

Actualmente este límite exento ha estado fijado para los pluses de transporte y de distancia, quebranto de moneda, desgaste de útiles y herramientas, adquisición y mantenimiento de ropa de trabajo, y productos en especie

dad a su colocación efectiva en la empresa", de la letra b) "Por falta de adaptación del trabajador a las modificaciones técnicas operadas en su puesto de trabajo" y de la letra d) "Por faltas de asistencia al trabajo, aun justificadas pero intermitentes", no se consideran exentas, no estándolo tampoco a efectos del IRPF.

Y a mayor abundamiento, existen dudas tanto a efectos de exclusión de la base de cotización y exención del IRPF las indemnizaciones por extinción por voluntad del trabajador por determinados incumplimientos empresariales (art. 50 ET); y las indemnizaciones por rescisión del contrato por el trabajador por sentirse perjudicado por una modificación sustancial de las condiciones de trabajo previstas legalmente (art. 41.3 ET).

Y para ir finalizando esta retahíla de no muy halagüeñas novedades, la guinda está en la supresión del derecho a la aplicación de bonificaciones por contratación, mantenimiento del empleo o fomento del

autoempleo, en las cuotas a la Seguridad Social y, en su caso, cuotas de recaudación conjunta, algunas históricas, que se estén aplicando a la entrada en vigor del referido RDL 20/2012, a partir del pasado 1 de agosto de 2012, en virtud de cualquier norma, en vigor o derogada, en que hubieran sido establecidas, salvo las fijadas en la reciente reforma laboral de febrero y julio del año en curso y alguna más relacionada con personas con discapacidad u otros colectivos en situaciones sensiblemente delicadas (mujeres víctimas de violencia de género, víctimas del terrorismo, personas en situación de exclusión social, etc.), medidas todas ellas que han supuesto sin lugar a dudas un encarecimiento de costes sociales, "y lo que te rondará morena", que seguro coadyuvarán a la estabilidad presupuestaria pero mucho me temo que escasamente al fomento de la competitividad como lisonjea la norma analizada.

UN TOQUE DE ESTILO PARA TU HOTEL



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

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

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



SALONI

Reformas de hoteles con estilo

El Lobby Europeo y la Fundación Europea de Hostelería

La Fundación Europea de Hostelería ha contribuido significativamente al cambio de mentalidad en relación al lobby europeo

El director de Asuntos Europeos de CEHAT, Didac García, analiza el funcionamiento del lobby europeo y la evolución que ha experimentado la hostelería hasta entender que se trata de un elemento crucial del proceso legislativo del que

no puede ser un mero actor pasivo. La cultura del "lobby" varía radicalmente entre los distintos países europeos. En España y otros países europeos se ha percibido durante demasiados años como una tarea opaca en la que de una

forma poco lícita se pretendía obtener beneficios del legislador. Esta mala concepción del lobby nos ha supuesto un grave retraso y más de un disgusto por falta de visibilidad y comunicación con nuestros interlocutores legislativos.



DIDAC GARCÍA CARRETÉ

DIRECTOR ASUNTOS EUROPEOS CEHAT

Según el diccionario de la Real Academia Española la palabra lobby, proveniente del inglés, tiene dos significados: Vestíbulo de hotel y otros establecimientos como cines, teatros o restaurantes, especialmente si es grande; y grupo de personas influyentes, organizado para presionar en favor de determinados intereses.

La cultura del "lobby" varía radicalmente entre los distintos países europeos. Si bien en los países anglosajones el lobby es una actividad transparente y regulada, en algunos países europeos, en los que incluyo el nuestro, todavía se percibe como una tarea opaca en

Como dato curioso, les explicaré que fue en ese mismo hotel donde años más tarde Martin Luter King, escribiría su discurso "I have a dream". Otra teoría menos romántica con nuestro sector, sitúa el origen de la palabra lobby en la Inglaterra de 1640 para referirse a aquellas personas que iban al lobby (vestíbulo) de la Cámara de los Comunes del Reino Unido, para tratar de influir en los parlamentarios. Sea cual fuese el origen de la palabra, el lobby, bien regulado, es en la actualidad un elemento crucial de la democracia, ayudando y animando a grupos de distintos intereses y orígenes a organizarse para participar en el juego político.

Si el lobby europeo se caracteriza por algo es por su transparencia. Todos los lobistas que trabajan en Bruselas están acreditados y se conoce perfectamente qué intereses representan. La tarea de los lobistas es proporcionar a sus señorías los datos y la información que éstos precisan para que puedan tener un mejor conocimiento de la realidad de los distintos sectores sobre los que se pretende legislar. Si no se les prestara esta asistencia, sus señorías se basarían en los estudios de impacto económico realizado en despachos de la Comisión que poco o nada co-



Sesión de trabajo del Seminario organizado en Bruselas por la Fundación Europea de Hostelería impulsada por HOTREC.

ciones nacionales con sus representantes en el Parlamento Europeo o en el Consejo de la Unión Europea. En especial de aquellos países que no tenían una tradición de lobby con los llamados agentes políticos. HOTREC se alimentó de la acción de aquellos países, de aquellas asociaciones nacionales que sí tenían un canal de comunicación con los distintos agentes políticos en Bruselas. Y créanme, los países que tiraban del carro, a los que HOTREC agradecía las visitas al Parlamento o la información del Consejo, no eran países en los que el turismo fuese un sector principal de su economía. La principal consecuencia de esta situación era que nuestro lobby europeo siempre estaba a la defensiva. Sin las sinergias de todas sus asociaciones HOTREC no podía hacer más que intentar cambiar las propuestas legislativas en aquello que nos perjudicaba. Esto nos costó tener mala prensa en las instituciones europeas ya que siempre nos oponíamos a todo. Corría por los pasillos de la Comisión el apodo del "Dr. No", pero eso ya forma parte de la historia y del libro de anécdotas de las instituciones europeas. No éramos una industria proactiva, que propusiera legislación, simplemente porque no teníamos la formación, la capacidad ni la habilidad de interactuar con nuestros representantes políticos en Bruselas.

Cuando en 2007, HOTREC y la Fundación Gaspart Bonet, decidieron crear la Fundación Europea de Hostelería (EHF, European Hospitality Foundation) para ponerla al servicio de los intereses de las asociaciones nacionales de hostelería europeas, pusieron sin saberlo, la primera piedra para la renovación de la patronal europea de hostelería y en especial, de su forma de relacionarse con los legisladores europeos. Desde la fecha en cuestión, la Fundación Europea de Hostelería ha organizado va-

rios seminarios destinados a un mejor entendimiento por parte de las asociaciones nacionales de hostelería del entramado burocrático y legislativo de la Unión Europea, así como casos prácticos que han potenciado y facilitado el contacto de las asociaciones nacionales de hostelería con sus representantes en el Parlamento Europeo y en el Consejo de la Unión Europea.

El pasado 18 y 19 de Septiembre, la Fundación Europea de Hostelería organizó en Bruselas el Seminario "Understanding and lobbying the Eu decision making-process" que incluyó una visita a distintas Comisiones del Parlamento Europeo y un encuentro con la eurodiputada española Rosa Estarás, miembro de la Comisión Parlamentaria de Transportes y Turismo, que atendió durante más de una hora los ruegos y peticiones de los representantes de la hostelería de más de 15 países europeos. Entre los temas que se debatieron estuvieron presentes las malas prácticas de la distribución online, la futura Directiva de viajes combinados, la importancia de las

infraestructuras que mejoren las comunicaciones, la propiedad intelectual, la simplificación de visados para los turistas de países emergentes, la futura clasificación hotelera europea y el futuro del IVA y algunos impuestos locales/regionales específicos para los turistas que hacen que seamos menos competitivos en relación a destinos fuera de la Unión Europea.

Ninguna acción es estéril en Bruselas si cuenta con el apoyo y la implicación real de la industria europea. No es de extrañar que de un tiempo a esta parte, se invite a intervenir a miembros destacados de HOTREC en las sesiones de las Comisiones Parlamentarias o se consulte con nuestra industria antes de cualquier movimiento legislativo en temas cruciales para nuestro sector. Impensable hace tan sólo unos años. El trabajo en la sombra de la Fundación Europea de Hostelería y de las personas que la hicieron posible está dando sus resultados, aunque, con la excepción de este artículo, no sea lea en ninguna parte.

«Ninguna acción es estéril en Bruselas si cuenta con el apoyo y la implicación real de la industria hostelera europea»

la que de una forma poco lícita se pretende obtener beneficios del legislador. Esta mala concepción del lobby nos ha causado un grave retraso y más de un disgusto por falta de visibilidad y comunicación con nuestros interlocutores legislativos en cuanto a las políticas europeas se refiere.

Una de las teorías del origen de la palabra "lobby" está estrechamente ligada con nuestro sector, en especial al lobby (vestíbulo) del hotel Willard de Washington durante la administración del presidente Ulysses Grant (1822-1885). Después de un largo día en el Despacho Oval, el presidente Grant solía ir caminando al hotel Willard, a dos manzanas de la Casa Blanca, para tomar un brandy, fumar un puro y sentarse. Ese momento era aprovechado por algunas personas conocedoras de la afición de Grant por el hotel Willard para rodearle, pedirle favores e intentar influir en sus decisiones. El propio presidente fue quien acuñó el término 'lobbista' a quienes se encontraban con él en el lobby del hotel Willard.

nocen de la realidad empresarial. Los ejemplos de propuestas legislativas sin sentido de la Comisión Europea que ponían en riesgo la viabilidad de nuestro sector y se han podido corregir desde el Parlamento Europeo o el Consejo están a la orden del día. Sin ir más lejos, si se revisa el alcance de lo que proponía inicialmente la Comisión Europea para el Reglamento de etiquetado alimentario es para echarse a llorar. Erróneamente se cree que los lobbys sólo representan los intereses de grandes corporaciones o multinacionales. Nuestro sector es un claro ejemplo de lo contrario. HOTREC, la patronal europea de la hostelería, representa a 1,7 millones de establecimientos de hostelería en 26 países europeos, de los cuales el 99% de los establecimientos tiene menos de 50 trabajadores y el 92% tiene menos de 10 trabajadores.

HOTREC, como patronal y lobby europeo de la hostelería, ha sufrido durante años la falta de acción de sus miembros cuando llegaba el momento de la intervención, de la interlocución de las asocia-



Ramón Estalella y Didac García en la Comisión de Turismo del Parlamento Europeo.

BARCELONA

17-18 Octubre 2012

Hospitality Industry World Congress

HIWC

El evento mundial de los líderes de la industria hotelera

Track 1
Los nuevos caminos hacia la
eficiencia y la rentabilidad hotelera

Track 2
Expansión: ¿cómo crecer
y a dónde ir?

Track 3
Las personas y el cambio:
la nueva inteligencia del éxito.

Track 4
La comercialización y el
marketing, en cambio total.

Track 5
Los 5 sentidos del spa como
fuente de negocio en los
establecimientos hoteleros

**25% descuento
en la inscripción:
Código: CNAUZ3PW**

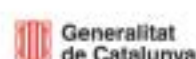
Más información e inscripciones en <http://hiwc.firabcn.es>

Secretaría del Congreso: Tel (+34) 93 409 74 82. E-mail: congresos@firabcn.es

Content Partners:



Supporting Institutions:



Organizadores:



La posible nulidad de cláusulas "abusivas" en contratos entre hoteleros e intermediarios

La normativa española obliga a los empresarios a buscar las respuestas fuera de la normativa especial

En Junio de 2011, hace ya más de un año, planteamos en esta tribuna un primer acercamiento a la protección que las cláusulas generales no negociadas pueden merecer cuando las partes son empresarios. El tiempo ha pasado y ni des-

de Bruselas ni nacionalmente se ha dado una solución "completa" a este problema que históricamente ha perjudicado a la hotelería española. La realidad es que en nuestro ordenamiento no existe, fuera de la exposición de motivos de la

LCGC, una norma expresa que, en principio, permita controlar las cláusulas que sean contrarias a la buena fe y causen un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes cuando estas son empresarios.



RICARDO FERNÁNDEZ

ABOGADO DE TOURISM & LOW

La normativa española obliga a los empresarios que se enfrentan a condiciones generales que pudieran definirse como "abusivas" a buscar las respuestas fuera de la normativa especial, es decir fuera de los dos grandes instrumentos que regulan las condiciones llamadas "abusivas": el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación.

Esta última (LCGC) señala, sin embargo, en su exposición de motivos que: "en las condiciones generales entre profesionales puede existir abuso de una posición dominante [...] nada impide que judicialmente pueda declararse la nulidad de una condición general que sea abusiva, esto es, cuando sea contraria a la buena fe y cause un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes, incluso aunque se trate de contratos entre profesionales o empresarios".

Estupendo entonces, ¿o no es tan fácil? La realidad es que en nuestro ordenamiento no existe, fuera de la exposición de motivos de la LCGC, una norma expresa que, en principio, permita controlar las cláusulas que sean contrarias a la buena fe y causen un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes cuando estas son empresarios (porque la LCGC es una trasposición de la Directiva 93/13/CEE, la cual únicamente se centra en las relaciones empresario-consumidor). Sólo una labor judicial lo puede llevar a cabo, por lo que deberemos acudir a los principios del Derecho general, a la buena fe en las relaciones comerciales que establecen los artículos 7 del Código Civil y 54 del Código de Comercio e incluso a artículos como el 1.256 CC ("La validez y el cumplimiento de los

contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratantes").

Nuestros Juzgados y Tribunales han tenido ocasión de pronunciarse con mayor o menor fortuna. Destaca entre otras, la SAP Madrid núm. 286/2007 de 3 de mayo (AC 2007/898) que argumentaba que: "Ello no quiere decir que en las condiciones generales entre profesionales no pueda existir abuso de una posición dominante pero tal concepto se sujetará a las normas generales de nulidad contractual. Por ello, nada impide que también pueda declararse la nulidad de una condición general que sea abusiva por contraria a la buena fe o motivadora de un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes, incluso aunque se trate de contratos entre profesionales o empresarios, pero habrá de tenerse en cuenta, en tal caso, las específicas características de la contratación entre empresas".

Una cláusula es condición general cuando está predisposta e incorporada a una pluralidad de contratos exclusivamente por una de las partes, y nos va a dar igual que hablemos de contratos entre empresarios o de contratos entre consumidores y empresarios. Los contratos que un hotel firma con intermediarios como agencias, puntocom, OTAs, bancos de camas o Tour Operadores son contratos de adhesión que contienen Condiciones Generales y esto no se puede discutir. El problema es que la protección que el empresario tiene ante posibles ineficiencias en dichas Condiciones Generales es mucho más difusa y está menos articulada que si hablásemos de consumidores. Está claro que la relación entre estas posibles ineficiencias y los graves riesgos para la competencia y los intereses y derechos individuales de las empresas, es menos mediata (por la propia lógica de las relaciones B2B y la primacía de la libertad contractual). Pero la necesidad de protección está ahí, porque precisamente el riesgo está ahí. Y es un riesgo que se hace notar cada vez más. Por eso es fundamental que se persigan estas malas prácticas contractuales, para que el desarrollo que se ha llevado a cabo en Europa (PECL, Anteproyecto de Pavía, Principios Acquis, Draft Common of Reference, Normativa Común de Compraventa Europea, etc.),



Se puede investigar países de nuestro entorno donde existe una protección en mayor o menor grado que podemos utilizar.

pueda cristalizar a través de buenas y adecuadas interpretaciones jurisprudenciales.

No obstante, en otros países de nuestro entorno sí que existe una protección en mayor o menor grado que podemos utilizar (si somos capaces de superar el "miedo escénico" de actuar fuera de nuestras fronteras) y ponderar si en ciertos casos no resulta más rentable una actuación extrajudicial "dura" en otro país comunitario antes que una judicial aquí. En países como Alemania, Portugal, Dinamarca o Suecia, se admite el control de todos los contratos: B2B, B2C y los cada vez más importantes P2P, si bien existen diversas especialidades a tener en cuenta (por ejemplo, es necesario un desequilibrio importante en el poder de negociación de las partes para accionar este mecanismo en el caso de los países nórdicos).

Pero nosotros no, así que cuando suceden cosas como estas (que suceden, porque siempre han sucedido y lo seguirán haciendo):

-Descuentos unilaterales de TTOO extranjeros.

-Ficciones contractuales en cuanto a la naturaleza jurídica de las relaciones y la manera de facturarse en las relaciones entre intermediarios y hoteles.

-Problemas con los cupos de los contratos con las puntocom.

El hotelero puede hacer algo. Porque lo que tiene que quedar claro es que firmar ciertos contratos no es (o no es completamente) prestar el consentimiento a los mismos. Ciertamente no tiene por qué haber error, violencia, intimidación o dolo (circunstancias que suponen la nulidad del consentimiento), pero es que la adhesión a estos contratos no es libre, es voluntaria porque no hay violencia, pero no es libre. Y esto tiene todo que ver con el modelo que existe en la distribución a nivel europeo. El mercado (e términos abstractos) es capaz de articular mecanismos para que la contratación sea libre en las relaciones B2C: cuanto mayor sea la competencia, más posibilidades habrá de "castigar" al empresario "malo" que establece cláusulas que suponen un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes. Y esto es lo que asegura que el consentimiento es libre, el hecho de que haya otras posibilidades. El consumidor puede elegir entre diversas opciones y el propio "mercado" castiga al empresario que se intenta "aprovechar".

No nos engañemos, en el sector turístico, en ciertos momentos, en ciertos canales y en ciertas

zonas no hay competencia. Nadie apunta al hotelero en la cabeza para firmar, pero hablar de un consentimiento libre es, quizá, decir mucho. Como señaló la Sentencia de la AP de Barcelona 405/2005 "sin que pueda alegarse que la actora lo aceptó porque tenía la posibilidad de no firmar el contrato y lo hizo porque, con independencia de que ésta hubiera podido optar por celebrar o no el contrato, lo cierto es que no ha habido libertad contractual entendida como la libertad para establecer libre y mutuamente tal pacto" (Sentencia casada por la STS 85/2010, de 19 de febrero).

Por eso la legalidad de muchos clausulados, la validez de parte de lo que se firma, no deja de estar en suspenso (en "barbecho") mientras el contrato va desplegando sus efectos y hasta que una de las partes decide acudir a los Tribunales (el simple consentimiento contractual no crea una situación jurídica concluyente e indubitada que no permita contradecirla, en palabras del Tribunal Supremo). Porque del "hecho de firmar, como esencia del consentimiento, un contrato no (se) determina que si se impugna por el motivo que fuere, se da el caso de ir contra sus propios actos" (STS 85/2010).



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

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

Soluciones Nestlé Professional



Más información en:

www.nestleprofessional.es
foodsolutions@nestle.es

La sociedad civil ante el reto de la renovación

Las empresas buscan recuperar su papel ante la sociedad tras el descrédito producido por la crisis

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles debe ser un reto y ese es el de nuestra renovación y nuestra propuesta como parte sustancial de la sociedad civil. Hay que recuperar el papel de la empresa en nuestra sociedad, la política lo ha contaminado todo, y

hay un espacio que honradamente creo que es nuestro y debemos reivindicarlo. Los problemas a los que se enfrenta hoy el asociacionismo empresarial son fundamentalmente: la burocratización, la incorrecta financiación basada en un excesivo componente

público, el alejamiento de las bases, la falta de cohesión interna y la falta de liderazgos integradores. Problemas que hacen que la sociedad sienta un cierto descrédito hacia todo lo colectivo, englobando Estado, organizaciones empresariales y sindicales.



LUIS MARTÍ

PRESIDENTE DE LA UNIÓN
HOTELERA DE VALENCIA

Hace unos meses cayó en mis manos un estudio sobre la Sociedad Civil Global (Proyecto de estudio comparativo del sector no lucrativo de la Universidad Johns Hopkins), que me resultó muy interesante y un buen punto de partida para una necesaria reflexión sobre el Asociacionismo empresarial.

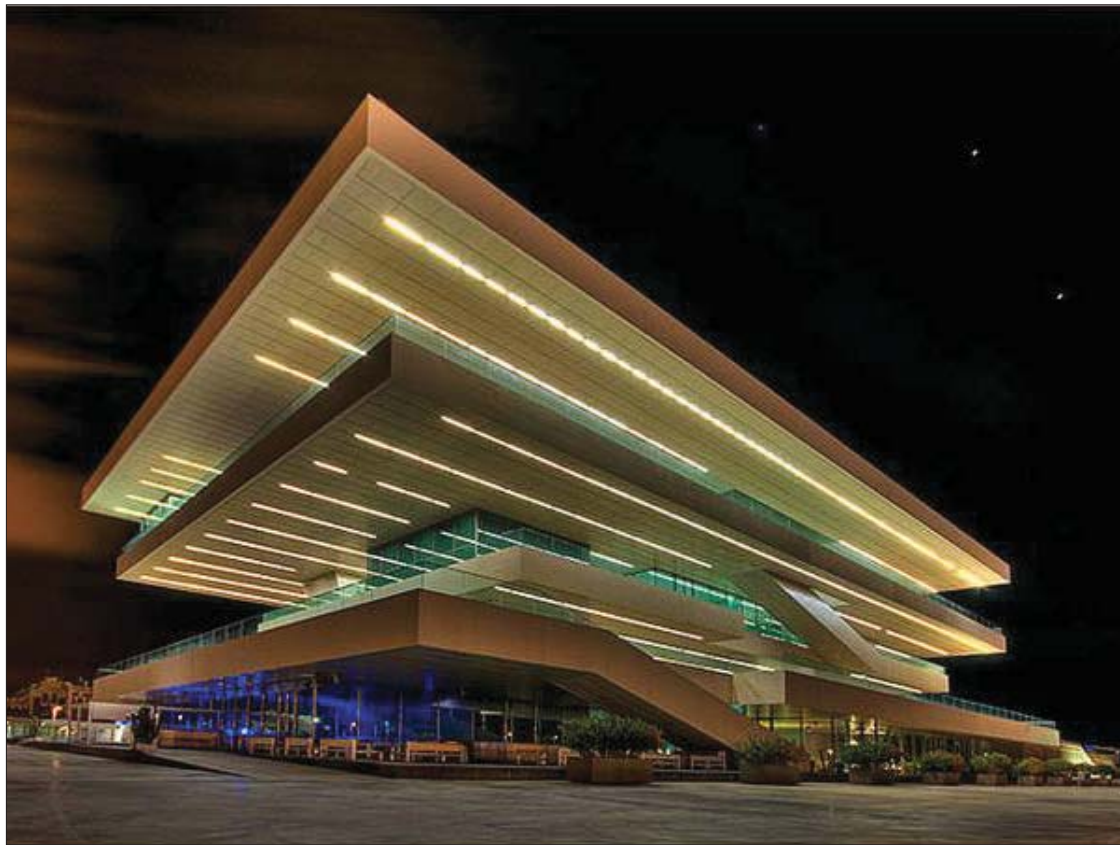
La crisis económica está poniendo en cuestión las estructuras organizativas de nuestra cultura occidental, tanto en el sector público como en el privado. No voy a hablar en este artículo del sector público, sino del sector privado. La razón es que, desde las organizaciones empresariales, hemos de hacer autocrítica y analizar nuestro pasado, presente y futuro. Siempre he considerado como simplista la actitud de criticar al vecino (sector público) sin analizar nuestros problemas. No todos nuestros males vienen de lo público (sobre todo, porqué en estos años la frontera entre lo público y lo privado se ha desdibujado de forma alarmante), también nuestros comportamientos han influido, aunque sea por omisión o pasividad, a llegar al punto en el que nos encontramos.

El concepto tradicional de Sociedad Civil parte de la doctrina de Alexis de Tocqueville, que identifica ésta como un conjunto de organizaciones e instituciones cívicas voluntarias y sociales que sirven como mediadores entre los individuos y el Estado (incluye el concepto a asociaciones, colegios profesionales, universidades e incluso comunidades religiosas). Partiendo de este concepto tradicional, las asociaciones constituyen una organización privada basada en acuerdos entre empresas unidas formal y públicamente para promover el logro de unas condiciones favorables de competitividad, apoyándose recíprocamente y defendiendo intereses comunes.

En la actualidad se percibe en la sociedad un descrédito preocupante hacia todo lo colectivo; y ahí engloban Estado, Organizaciones Empresariales y Sindicales, etc... En un primer y apresurado análisis concluiríamos que la crisis económica es la responsable de dicha situación y que cuando acabe la misma habrá pasado dicha circunstancia y se recuperará el crédito social perdido. Sinceramente, creo que este análisis no es correcto, porqué considero que la crisis ya ha acabado y lo que hay hoy es una nueva realidad económica y social. Nuestras organizaciones empresariales, como parte sustancial de la sociedad civil, se han de enfrentar al reto de la renovación.

La necesidad de una nueva cultura cívica, que la propia globalización requiere, va a exigir el concierto y el compromiso conjunto de una sociedad civil activa, creativa y orientada hacia nuevos horizontes de convivencia, capaz de posibilitar la creación de verdaderas oportunidades y de nuevas opciones para todos. Crece, en este sentido, el convencimiento de que la solución a los nuevos problemas difícilmente podrá venir sólo de la mano de los Estados. Los cambios han puesto en tela de juicio la división de las responsabilidades entre el sector público y privado, e incluso entre lo individual y lo colectivo.

Los problemas a los que se enfrenta hoy el asociacionismo empresarial son fundamentalmente: la burocratización, la incorrecta financiación basada en un excesivo componente público, el alejamiento de las bases, la falta de cohesión interna y la falta de liderazgos integradores. La burocratización provoca dependencia de la financiación pública, al ser necesaria su existencia para poder retroalimentar a la estructura. Este tipo de financiación resta independencia. La burocratización provoca el claro alejamiento de las bases, ya que la estructura está más preocupada de atender a su verdadero financiador. En este contexto, la cohesión interna se resquebraja, y crece la tentación de que cada uno de sus miembros exija disfrutar de una parte de los frutos conseguidos. (Al hilo de esta circunstancia, cabe la siguiente cita: "La civilización no dura porque a los hombres solo les interesa los resultados de la misma. Pero nada de lo que da la civilización es el fruto natural de un árbol. Todo es resultado de un esfuerzo. Solo se aguanta una civilización cuando



El edificio Veles e Vents abrirá sus puertas para el cóctel de bienvenida.

muchos aportan su colaboración al esfuerzo. Si todos prefieren gozar el fruto, la civilización se hunde" José Ortega y Gasset). Por último, faltan liderazgos integradores, que entiendan que primero hay que tallar el liderazgo individual par lograr el liderazgo colectivo.

La estrategia de renovación necesaria debe partir por una constante vigorización de sus propuestas de valor, se ha de demostrar la valía de su existencia y se ha de actuar de forma eficaz, y de manera clara dirigirse a la consecución de objetivos colectivos. Hay que hacer ver y demostrar que una Asociación empresarial no es un lujo es una necesidad. Se ha de actuar con responsabilidad y eficacia para la consecución del bien común.

Una asociación no es una empresa, ni una administración, ni un think thank; aunque debe importar lo que tengan de positivo cualquiera de ellos, en aras a mejorar su eficacia.

De la administración conviene importar criterios de neutralidad en la actuación, criterios de acceso a los puestos basados en los principios de mérito y capacidad. Cabe huir de la excesiva regulación y de su inmensa estructura, que la convierte en poco ágil y eficaz.

De la empresa cabe importar criterios de eficacia, agilidad, co-

merciales y financieros. En cambio hay que huir de trasladar los criterios puramente económicos a la hora de la toma de decisiones. En una asociación se ha de ser generoso con las minorías, si queremos que de la misma se sientan todos partícipes. ("El liberalismo es la suprema generosidad; es el derecho que la mayoría otorga a la minoría aunque el enemigo sea débil").

De un think thank, hay que importar su agilidad y eficacia en la consecución de objetivos, disponiendo de muy poca estructura. Por supuesto, hay que importar su forma de financiación. En cambio, hay que superarlos en la medida en que sus objetivos son excesivamente individuales, y muchas veces difícilmente compatibles con el bien común.

Nuestro próximo congreso en Valencia, se ha de convertir en una auténtica reunión de personas que tengan por objetivo deliberar y tratar sobre éste y otros asuntos. Los congresos tendrían que tener objetivos claros; y yo propongo que uno de nuestros objetivos debería ser el iniciar de manera serena y profunda una revisión de nuestro papel en la sociedad civil y nuestro encaje futuro en ella. Un congreso únicamente convertido en un punto de encuentro entre amigos, hoy, no es suficiente, y además su coste

no estaría del todo justificado. Propongo debatir, poner en común, y activar foros de debate que deriven en propuestas de futuro.

Sin entrar en política, creo que una organización empresarial, aunque sea sectorial, debe ser capaz de generar ideas y propuestas de valor para la mejora general de nuestra sociedad. Cuando interviene en el debate público debe ser capaz de explicar porqué sus propuestas son válidas para cubrir sus intereses y al mismo tiempo son compatibles con el interés general. En el momento en que los intereses sectoriales no se pueden defender públicamente, empiezan a perder legitimidad.

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles debe ser un reto y ese es el de nuestra renovación y nuestra propuesta como parte sustancial de la sociedad civil. Hay que recuperar el papel de la empresa en nuestra sociedad, la política lo ha contaminado todo, y hay un espacio que honradamente creo que es nuestro y debemos reivindicarlo. Este artículo pretende ser un punto de partida para la reflexión, no trata de ser dogmático, pero si trata de provocar movimiento. ("Un barco se encuentra seguro en su amarra del puerto, pero no ha sido construido para eso, sino para hacerse a la mar").

HOSTELCO

Salón Internacional del Equipamiento para
Restauración, Hotelería y Colectividades

Stand B258 P2

17-21 OCTUBRE 2012
RECINTO GRAN VIA



LATTE ONE TOUCH



Aulika LA NUEVA SUPERAUTOMÁTICA DE SAECO PARA DISFRUTAR DEL CAFÉ

Experimente la alta calidad de la tecnología Saeco en esta máquina superautomática funcionando a partir de café en grano, con regulación electrónica de la cantidad de café, preinfusión y función "Latte one touch" para que además de un espresso perfecto, pulsando sólo un botón, pueda realizar todo tipo de combinaciones con leche fresca, como café manchado, cortado, café con leche ó capuccino, totalmente personalizables a su elección. Gran capacidad y autonomía, con un alto rendimiento (hasta 130 cafés/hora) y una perfecta extracción del café, convierten a Aulika en la solución perfecta.



Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almada 08940 Cornellà de L. Barcelona
Tel: 934740017 Fax: 934740434 e-mail: saeco.saecolberica@philips.com Web: www.saecoworlding.es

Cómo sacar partido a las redes sociales en los hoteles

Los hoteles independientes y pymes se han lanzado a las redes sociales unas con acierto y otras no tanto

El socio fundador de la empresa Marketing Surfers, Juan Merodio, dedicados al desarrollo de estrategias de Marketing en Internet para todo tipo de empresas con una lí-

nea de negocio muy enfocada al sector hotelero, analiza la relación de los hoteles con las redes sociales. Son muchos los hoteles que se plantean el uso de las redes socia-

les pero quizá no saben exactamente el cómo, y para ayudarles hablaremos de los tips básicos para que un hotel saque el máximo provecho a las redes sociales.



JUAN MERODIO

SOCIO FUNDADOR DE MARKETING SURFERS

Antes de lanzarse, hay que saber con claridad qué se quiere conseguir con la presencia en redes sociales: los motivos pueden ser varios. Para empezar, los objetivos que pueden cumplir estos canales pasan por la generación de visitas cualificadas (de consumidores interesados) a la web del hotel, la captación de leads (direcciones de correo elec-

trónico u otros contactos de potenciales clientes) o el estudio del mercado real y del potencial a través de encuestas, concursos o un buzón de sugerencias. Además, tanto Twitter como Facebook son excelentes como canal de atención al cliente.

La primera fase de un hotel o una cadena en Facebook y en Twitter debe estar orientada a generar una masa crítica de usuarios y a crear la reputación online adecuada. Esta fase suele durar unos 12 meses. Pasado este tiempo, ya es posible comenzar a aprovechar estos canales para hacer promociones y/o integrar en ellos un motor de reservas.

Todos los hoteles pueden sacar partido de las distintas redes sociales, tanto los pequeños como las grandes cadenas. En la mayoría de casos, es más conveniente crear una página para cada hotel, porque cada uno tiene una estrategia propia y puede dar un uso distinto a estos canales.

Para gestionar los contenidos que se publiquen en Facebook y Twitter, lo más importantes destinar a ello una persona con conocimientos adecuados, un community manager. La gestión de las redes sociales debe ser su dedicación prioritaria. La mejor opción es gestionarlo internamente, a tiempo total o parcial, pero la externalización del servicio también es una alternativa válida en el caso de que tenga un coste menor para la empresa.

No se puede ni se debe intentar controlar los comentarios negativos que publiquen los usuarios en las páginas de Facebook o en los perfiles de Twitter de una empresa. Lo primero que hay que hacer es gestionar estas críticas e intentar transformarlas en positivo. Prácticamente todos los problemas de reputación online están fundamentados y el objetivo de cualquier compañía debe ser dar un buen servicio para no dar motivos para que se escriban



Todos los hoteles pueden beneficiarse del uso de redes sociales.

comentarios negativos. No hace falta estar en todas las redes sociales, solo en aquellas en las que se encuentre el público objetivo. Facebook y Twitter son las páginas más usadas, pero YouTube tiene un gran potencial porque permite subir vídeos del hotel para que los usuarios puedan conocerlo mejor. Flickr es una red social visual muy usada por empresas turísticas.

Una buena opción en la estrategia de marketing online es contratar un experto en SEO o los servicios de una empresa dedicada a la optimización en motores de búsqueda, lo que resultará un buen complemento para que la página del hotel aparezca entre los primeros resultados de las páginas de los buscadores por las palabras clave que sean de su interés.

Oferta especial para lectores del Periódico CEHAT

Sus envíos de SMS por sólo:

0,06€/sms*

Métodos de envío

- › Plataforma web: Individual, Masivo vía archivo o agenda de contactos
- › Envío vía e-mail
- › Envío desde sus propios aplicativos

www.movilia.com
 (+34) 931 124 200

(*) Oferta para clientes corporativos válida para los 25 primeros solicitantes registrados. Caduca el 30/05/2012. Compra mínima de 50.000 mensajes. Para compras inferiores solicitar cotización.

Innwise y TrustYou firman un acuerdo de colaboración

Innwise distribuirá la herramienta de gestión de la reputación online de TrustYou

La empresa española Innwise y la empresa alemana TrustYou firman un convenio de colaboración, en la cual la firma española distribuirá la herramienta de gestión de reputación online desarrollada por

TrustYou. Esta herramienta consiste en realizar encuestas de satisfacción online personalizadas, cuyos datos se puede compartir en redes sociales par monitorizar en tiempo real los comentarios.

La empresa española Innwise, especializada en servicios de consultoría, formación y gestión para el sector hotelero y la empresa alemana TrustYou, líder en la gestión de medios sociales para la industria hotelera, han anunciado un acuerdo de colaboración según el cual la primera distribuirá la herramienta de gestión de la reputación online desarrollada por TrustYou. La herramienta ofrecida por TrustYou combina encuestas de satisfacción online personalizadas, cuyos datos se pueden cruzar y compartir con las opiniones en redes sociales; y sistemas de análisis semántico para monitorizar, en tiempo real, los millones de opiniones y comentarios, en 25 idiomas analizamos semánticamente más de 250 fuentes proveedoras de reviews. De esta forma, los hoteles pueden recoger y clasificar la información que circula por la red sobre sus alojamientos, y construir un retrato preciso de su reputación. Uno de los principales objetivos de este acuerdo es facilitar al sector hotelero el acceso a esta herramienta y asegurar el máximo rendimiento de la misma una vez implementada dentro de la organización.

Los servicios de Innwise contemplan la supervisión del proceso de implementación, la formación del personal que utilizará la herramienta y, en el caso de no contar el hotel con los recursos necesarios, la gestión integral de dicha herramienta. La externalización de la gestión permitirá al hotel disponer de todas las ventajas inherentes al uso de la herramienta,

sin tener que asignar recursos propios. Dicha gestión comprende o Definición de objetivos cualitativos y cuantitativos o Monitorización y análisis continuo de los resultados o Detección de las áreas problemáticas en la atención al cliente o Alertas de desviaciones en los principales indicadores o Benchmarking por zona geográfica y categoría del hotel Innwise también asegura una respuesta inmediata y coordinada con el hotel ante cualquier opinión o comentario publicado por usuarios en TripAdvisor, gestionando activamente la reputación online del hotel e incidiendo positivamente en la percepción del consumidor cuanto a la marca e imagen del hotel. Trust You, especialistas en gestión de reputación online y medios sociales para la industria hotelera, ha firmado recientemente convenios de colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Alfonso Castellano, CEO de Innwise, señaló, a propósito de la firma de este acuerdo, que "la decisión de colaborar con TrustYou responde a nuestra vocación de prestar el mejor servicio posible a nuestros clientes, apoyados en la tecnología más avanzada disponible en el mercado, y ha sido precedida de un exhaustivo análisis comparando las soluciones ofrecidas por TrustYou con las demás opciones existentes en el mercado".



Jakob Riegger y Alfonso Castellano tras la firma del convenio.

Nescafé Descafeinado celebra su 50 aniversario

Desde 1954, año en que se lanzó en España, NESCAFÉ, se ha adaptado a los hábitos y preferencias de los consumidores y ha estado presente en los desayunos, almuerzos y tertulias de los españoles: Para ello NESCAFÉ ha aplicado la innovación de manera constante durante los casi 60 años de presencia en nuestro mercado. El producto ha incorporado importantes novedades en su receta, imagen y presentación, pero manteniendo siempre su esencia. En 1962 NESCAFÉ lanzó su producto descafeinado, lo que supuso una innovación sin precedentes.

Durante décadas la única posibilidad de tomar un café descafeinado fue con NESCAFÉ. Así pues desde Septiembre de 2012 NESCAFÉ CLASSIC DESCAFEINADO celebra con orgullo su 50 Aniversario acompañando a todos sus fieles consumidores y Nestlé Professional participa con el popular "sobrecito" de Nescafé Descafeinado que podemos encontrar en la mayoría de establecimientos de fuera del hogar.

¿Sabías qué?

El 20-25% de las consumiciones de café en España son descafeinadas. Pero además de todo ello y no menos importante es que NESCAFÉ lleva a cabo la descafeinación con agua, que es el proceso más ecológico y natural. Nestlé y en concreto NESCAFÉ lleva más de 25 años utilizando este método de descafeinación con agua 100% natural para todos sus productos descafeinados. Este método es el más completo y costoso, y es el que mejor respeta la naturaleza del

grano de café, dejando intactos los sabores, el aroma y todas las propiedades del café.

La descafeinización es un proceso que se realiza antes del tueste del café y consiste en eliminar la cafeína del grano de café verde. El método que Nestlé utiliza para la descafeinización del café verde, es el procedimiento con agua, que consiste en disolver poco a poco la cafeína contenida en el grano de café con agua. Cabe destacar la gran importancia de este método cuanto a sus resultados de calidad únicos. Este método no es agresivo con el café, y por tanto, no altera su perfil organoléptico (aroma y sabor).

Este proceso se utiliza en todos los procedimientos de los cafés descafeinados de Nescafé, que se encuentran disponibles no solo en formato de sobre individual utilizados en el bufet de desayuno, sino que también se pueden encontrar en otros formatos adaptados a la hostelería.



Cartel de una promoción de Nescafé.

RENOLIT ALKORPLAN

Revestimientos de lámina armada

RENOLIT ALKORPLAN desarrolla y produce soluciones para la estanqueidad de piscinas.

Confíe en el líder en impermeabilización para la renovación de la piscina de su hotel.

www.alkorpool.com

El sistema **RENOLIT ALKORPLAN** es seguro, duradero y fiable para obra nueva, y en la renovación además presenta claras ventajas sobre otros acabados:

- ✓ Instalación rápida y sencilla sobre cualquier superficie
- ✓ Sin obra civil
- ✓ Sin ruidos
- ✓ Gran ahorro de tiempo
 - Piscina de 10m x 5m renovada en 2-4 días
 - Piscina de 25m x 12,5m renovada en 4-7 días
- ✓ Garantiza la estanqueidad 100%, incluso ante una rotura del vaso.

AlkorPlan
The Perfect Skin for your Pool

RENOLIT
Rely on it.

«Somos el primer destino del mundo en turismo vacacional y el segundo país por gasto turístico»

En Willis han desarrollado una cultura que ejecutan con el soporte de una herramienta específica para poder ayudar a identificar todos los riesgos de las empresas

Juan Carlos Tárraga. Director de Willis en Baleares

ENTREVISTA A JUAN CARLOS Tárraga, director de Willis en Baleares.

P: ¿Porque Willis decide apostar por el sector turístico?

R: España tiene el liderazgo mundial en turismo. Somos el primer destino del mundo en turismo vacacional, el segundo país por gasto turístico y el cuarto por el número de turistas. Además el sector turístico genera más de un 10% del PIB, creando un 11% del empleo en nuestro país. En 2007 Willis decide apostar estratégicamente por el turismo, invirtiendo para poner en valor nuestra aportación al sector en materia de consultoría de riesgos. Se crea una unidad de negocio específica de Ocio & Turismo y se abre una Oficina en Palma de Mallorca.

P: ¿En que se traduce esta aportación de valor?

R: Principalmente en el conocimiento de la industria turística y de los riesgos que amenazan el normal desarrollo de su actividad. De esta forma somos capaces de adelantarnos, con el objetivo principal de proteger la cuenta de resultados del empresario hotelero. En Willis hemos desarrollado una cultura que ejecutamos con el soporte de una

herramienta específica que nos ayuda a identificar los riesgos a los que está sometida la empresa. A esta manera de trabajar le llamamos RIESGO-SOLUCIÓN-VALOR y está basada en un profundo conocimiento de la actividad hotelera, en la búsqueda de soluciones a los riesgos previamente identificados, y en la determinación del valor que estas soluciones aportan a la empresa. Como consecuencia de todo ello confeccionamos el "Informe de revisión del Riesgo" que de forma gratuita presentamos y entregamos al hotel o cadena hotelera.

P: ¿Cuales son los riesgos que identifican habitualmente este ejercicio?

R: De todo tipo. Desde los más tradicionales, como los riesgos de protección de los activos, de reclamaciones de terceros, de empleados, expatriados, directivos y administradores, de ventas a crédito, etc. como otros riesgos no tradicionales, como la infidelidad de empleados o crime, riesgos cibernéticos, reputacionales, etc.

P: ¿Existe una respuesta aseguradora para cada uno de ellos?

R: En la gran mayoría de casos sí pero antes de contratar un seguro realizamos un profundo ejerci-

cio de análisis para determinar en qué términos y condiciones conviene transferir el riesgo al mercado asegurador.

P: ¿Qué papel juega el coste de los seguros?

R: Un papel importantísimo, y en especial en estos momentos que son difíciles para todos. Nuestro objetivo es proteger la cuenta de resultados del empresario hotelero al menor coste posible. Cada caso es distinto y por ello es tan importante realizar un estudio previo y exhaustivo de cada empresa.

P: ¿Cuales son los riesgos que más preocupan a la industria turística?

R: Willis organiza cada año en Palma de Mallorca una jornada sobre la gestión de riesgos en el sector turístico, en la que intervienen ponentes de primer nivel en cada uno de los temas que se abordan. Estos temas son extraídos de las propias inquietudes de los hoteleros que cumplimentan un cuestionario a tal efecto y nos trasladan sus propuestas. Este año celebramos el próximo 28 de Septiembre la VII edición de estas jornadas y abordamos asuntos tan importantes como "la gestión del talento vinculada a la competitividad", "las estrategias de defensa procesal ante las deman-

das de responsabilidad civil internacionales", "las oportunidades en tiempos de recesión" o "la sensibilidad al riesgo desde el punto de vista del hotelero", entre otros.

P: ¿Qué importancia tiene desde su punto de vista la gestión de personas en sector hotelero?

R: El turista compra una "experiencia" y en manos de quien le trate está que esa experiencia sea inolvidable. En Willis mantenemos un contacto permanente con los directores de RRHH de las empresas turísticas más importantes de nuestro país y organizamos en Palma de Mallorca un encuentro anual con todos ellos que ya se ha consolidado como un foro de debate en la gestión de personas, donde se fomenta el análisis de las necesidades y se debaten los asuntos más importantes y de mayor actualidad, aportando un intercambio de experiencias que resulta muy enriquecedor.

P: ¿Qué papel juegan las nuevas tecnologías y en especial las redes sociales?

R: El turista ha evolucionado hacia un perfil más crítico y exigente, donde el uso de las nuevas tecnologías le permiten acceder a una gran cantidad de información y opinio-



Juan Carlos Tárraga.

nes sobre los destinos turísticos. Cualquier circunstancia contradictoria o experiencia negativa se propaga a través de las redes sociales a una velocidad vertiginosa y ello puede producir con relativa facilidad un importante daño a la marca del hotel. El sector hotelero nos ha pedido en reiteradas ocasiones una solución al respecto y en Willis hemos diseñado recientemente una cobertura innovadora que protege al hotelero contra la pérdida de ingresos que una publicidad adversa pueda producir ante un hecho determinado.

ENTIDADES COLABORADORAS

ANEKS3

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

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

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERÍA DE JEREZ

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

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

ESI

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

HBD CONSULTING

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

IDAE (INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA)

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

"LACAIXA"

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

MYPROVIDER

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

NESTLE

NESTLE, empresa líder mundial en alimentación presente en el mundo del fuera del hogar en España a través de NESTLÉ PROFESSIONAL, le ofrece una gama completa de productos para hoteles que abarca diversidad de categorías entre las que destacan Bebidas Calientes, Cereales para el desayuno, Productos Culinarios y Postres, Snacks y Chocolates, y Helados. Contacto: foodservices@nestle.es
Teléfono: SAC: 913890800 / 902112113 (Helados)
www.nestleprofessional.es / 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 colchones, para dar respuesta a toda la tipología de usuarios que se alojan en estos establecimientos. Contacto: Cristina Pineda. Teléfono: 91 485 26 30

RATE TIGER

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

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 Email: renolit.iberica@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 Díez. 91 627 02 84

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

WILLIS IBERIA

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



Hemos puesto el corazón
en acercarte al mundo.

Ponemos a tu alcance más de 750 destinos en 150 países.



IBERIA 
iberia.com



Punto de encuentro interdisciplinar sobre turismo y hostelería
a través de una combinación de temas estratégicos para el sector
y la opinión de los nombres de referencia en cada campo

Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles
21-24 de Noviembre
Hotel Las Arenas - Valencia



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



UNIÓN HOTELERA
PROVINCIA DE VALENCIA



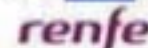
Patrocinadores:



Colaboradores:



Transportistas Oficiales:



Carta abierta del Comité Organizador del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles

En momento de crisis como el actual es fundamental fomentar el trabajo conjunto para buscar soluciones eficaces

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, que se celebrará del 21 al 24 de noviembre en Valencia, quiere avanzar en su voluntad integradora del sector hotelero, haciendo de este foro un lugar de encuentro, no solo entre empresarios hoteleros, sino entre los profesionales que componen el sector turístico español.

Estimados amigos,

El próximo Congreso de CEHAT - Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, se celebra en un momento en el que España está inmersa en un clima de dificultad económica y social sin precedentes. La crisis actual, que golpea a todos los sectores, está resultando larga y más profunda de lo que ninguna institución había previsto. En esta situación, desde CEHAT proponemos una salida: reforzar la unión de nuestro sector y trabajar conjuntamente. En este sentido, nuestra próxima gran cita, que tendrá lugar del 21 al 24 de noviembre en el Hotel Las Arenas de Valencia, representa una oportunidad inigualable para conocer los obstáculos de la mano de expertos muy reconocidos, discutir puntos de vista, acordar soluciones como sector económico estratégico y comenzar un trabajo que acabará por superar estas dificultades y retos.

Sin duda, la actualidad descubre cada día nuevas formas de poner a prueba al sector del turismo. Un ejemplo de estas dificultades es la reciente subida del IVA, que afecta directamente a los resultados de nuestras empresas. Es por ello que, como empresarios hoteleros, desde CEHAT os animamos a que nuestra respuesta sea unánime, con propuestas constructivas y soluciones concretas. Para ello, todas las opiniones son importantes, todos los puntos de vista son necesarios y todas las reflexiones son una oportunidad para encontrar un camino que nos permita reforzar y potenciar la competitividad del sector hotelero / turístico de nuestro país.

En los últimos años, la industria hotelera ha demostrado madurez y una gestión sólida y responsable que la ha posicionado como una de las locomotoras capaz de impulsar la economía y el empleo en España. Nuestras empresas han sabido invertir, controlar costes, formar equipos y, en definitiva, entregar al visitante una oferta única y de calidad. Por ello, desde la Confederación sabemos que el sector está preparado para enfrentarse y reponerse de estas situaciones.

En lo que llevamos de año el sector ha vuelto a demostrar su fortaleza, con datos de ocupación que resisten la abrupta caída del turismo interno gracias a la excelente imagen exterior que hemos sabido construir. Así, los turistas extranjeros aumentan sus visitas y se consolida el posicionamiento de liderazgo de España como destino turístico internacional.

Sin duda, en el futuro nos aguardan nuevos retos y dificultades. Cada día deberemos esforzarnos para trabajar con creatividad y constancia sobre nuevas formas de gestionar nuestras empresas. Por ello, el próximo Congreso de Empresarios Hoteleros es una oportunidad única para crear y poner en marcha una estrategia que promueva soluciones y respuestas. Se trata de una plataforma para elevar nuestras reclamaciones y defender nuestros puntos de vista.

La clave del éxito del Congreso de Empresarios Hoteleros reside en la presencia de una amplia representación del sector hotelero. De hecho, gracias a la buena participación registrada en las anteriores ediciones, estos encuentros han servido de punto de partida de las líneas estratégicas que se han trabajado desde la patronal.

Seguramente ya habéis conocido los detalles del programa a través de las páginas de este periódico y de la Web del congreso creada expresamente para el encuentro (<http://www.cehat.com/congreso2012>). En esta Web y con un solo clic

podréis consultar el programa de actividades y realizar vuestra inscripción.

Para hablar de cada uno de los temas, contaremos con personalidades del mundo político, económico y hotelero/ turístico. Como la ponencia sobre la "Gestión del Talento" que reunirá al ex ministro de trabajo Manuel Pimentel y al periodista Javier Capitán, o la mesa redonda acerca de "Las relaciones financieras entre los hoteleros y las agencias de viajes", que contará con expertos del sector como Gabriel Subías, consejero delegado de Barceló Viajes; Jesús Nuño de la Rosa, director general de viajes El Corte Inglés; Manuel López, Consejero Delegado del grupo Intermundial y será moderada por Carlos Díaz, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid y vicepresidente de CEHAT. Además, los asistentes podrán contar con sesiones sobre temas estratégicos como la ponencia sobre "La gestión de la ilusión en tiempos de cambio", a cargo de Emilio Duró, o "El análisis y situación de la coyuntura económica actual", con Carlos Rodríguez Braun, catedrático de Economía y que será moderada por José M^a Calleja. El alto comisariado de la "Marca España" pondrá el broche final de este Congreso.

Como empresarios del sector hotelero/ turístico, único motor capaz de impulsar la economía y la creación de trabajo en nuestro país, tenemos en nuestras manos la oportunidad de reunirnos para presentar ideas, someterlas a debate, acordar posiciones y crear una estrategia que podremos presentar a las autoridades y así consolidar y potenciar la tan necesaria recuperación. El próximo Congreso de Empresarios Hoteleros es un punto de inflexión que no debemos dejar escapar.

Esperamos vuestra presencia para convertir Valencia en el punto de encuentro donde debatir, profundizar y analizar el futuro de nuestro sector.

Con esta ilusión allí nos encontraremos.

Comité Organizador del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles



En la Web del Congreso se puede consultar el programa de actividades y realizar la inscripción.

PROGRAMA

Programa participantes

21-24 de Noviembre, Hotel Las Arenas - Valencia

DÍA 1

21

NOVIEMBRE

21,00 horas, EDIFICIO VELES i VENTS de Valencia

Cóctel cena de bienvenida

Ofrecido por Turismo Valencia

Alojamiento en los hoteles

DÍA 2

22

NOVIEMBRE

09,30 horas, Hotel Las Arenas

Mesa redonda "LAS RELACIONES FINANCIERAS ENTRE LOS HOTELES Y LAS AGENCIAS DE VIAJES / TOUROPERADORES" (No cobras lo que mereces sino lo que negocias)

Ponentes:

- D. Aurelio Vázquez, Director General Área España, IBEROSTARS Hoteles
- D. Gabriel Subías, Consejero Delegado de Viajes BARCELÓ
- D. Jesús Nuño de la Rosa, Director General de Viajes de EL CORTE INGLÉS
- D. Manuel López, Consejero Delegado del grupo Intermundial

Moderador: D. Carlos Díaz, Presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid y Vicepresidente de CEHAT

11,00 horas "ESPAÑA, MODELO EUROPEO EN DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA" – Proyecto Travel Open Apss

Ponentes:

- D. Javier García Cuenca, Vicepresidente de MAGIC COSTA BLANCA Hotels & Resorts. Vicepresidente de Hosbec (Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca).
- D. Álvaro Carrillo, Director General del ITH

Moderador: D. Luis Martí, Presidente de la Unión Hotelera de Valencia

12,30 horas Pausa café

13,00 horas Acto de Inauguración del Congreso

(SS.MM. Los Reyes y/o Príncipes de Asturias, Presidente del Gobierno o Ministro de Turismo y Presidente CEOE)

14,00 horas Almuerzo de trabajo

16,00 horas Conferencia: "GESTIÓN DEL TALENTO"

Ponentes:

- D. Manuel Pimentel, ex Ministro de Trabajo
- D. Javier Capitán, Periodista

Presentada por : D. Doménec Biosca, Presidente de EDUCATUR

17,30 horas Pausa café

18,00 horas

Mesa Redonda: "ANÁLISIS Y SITUACIÓN DE LA COYUNTURA ECONOMICA ACTUAL"

Ponentes:

- D. Carlos Rodríguez Braun, Catedrático de Economía
- D. José Mª Calleja, Periodista

19,30 horas

Fin de la jornada. Tarde noche libre (se recomendarán restaurantes con precios y atenciones especiales)

*** Programa sujeto a cambios**



DÍA 3
23
NOVIEMBRE

10,00 horas, Hotel Las Arenas

Mesa redonda “ANÁLISIS DEL PLAN NACIONAL INTEGRAL DE TURISMO” – Qué le sobra y qué le falta

Ponentes: (* Pendientes de confirmación)

Moderador: D. Eulogio Bordas, presidente de THR

11:30 horas Pausa café

12,00 horas

Conferencia “ GESTION DE LA ILUSION EN TIEMPOS DE CAMBIO”

Ponente: D. Emilio Duró

14,00 horas

Almuerzo de trabajo

17,00 horas CONFERENCIA MAGISTRAL A CARGO DE :

- D. Carlos Espinosa de los Monteros. Alto Comisionado de la Marca España. Ex VP de Inditex y ex CEO de Mercedes-Benz e Iberia.
- Presentado por D. Juan Molas. Presidente de CEHAT

18,00 horas SESION DE CLAUSURA

D. Alberto Fabra, Presidente de la Generalitat Valenciana

20,30 horas Salida a la Cena de Clausura.

21,00 horas Cena de clausura , ofrecida por Agencia Valenciana de Turismo



Programa sujeto a cambios

DÍA 4
24
NOVIEMBRE

Salida de congresistas

ITH y la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos firman un acuerdo de colaboración

El Project Management busca controlar costes y garantizar los resultados, dos factores clave para la inversión

Con la firma de este convenio marco, el Instituto Tecnológico Hotelero y la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos, desarrollarán proyectos conjuntos, que

están dirigidos a transferir conocimiento y poner a disposición del sector hotelero el modelo de Project Management para la gestión de proyectos inmobiliarios hoteleros.

El Project Management busca controlar costes y garantizar los resultados, dos factores clave para la inversión y la rehabilitación de establecimientos hoteleros.

El Instituto Tecnológico Hotelero ha firmado un acuerdo colaboración con la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos (AEDIP), entidad que agrupa a las principales empresas de consultoría del sector de la construcción que confían en la Dirección Integrada de Proyecto (Project Management), con el objetivo de estudiar proyectos comunes que permitan al sector hotelero obtener una mayor rentabilidad en los proyectos de promoción y rehabilitación hotelera, desde su concepción hasta su entrega definitiva.

El Project Management es un modelo de éxito de dirección mediante la gestión de procesos de todos los recursos que consume el ciclo de vida del proyecto; y que en las inversiones inmobiliarias tiene su reto principal en la funcionalidad, el coste, el plazo y la calidad, procurando que los mejores resultados sean a satisfacción de los promotores de cada proyecto y demás partes interesadas. El Project Management será norma ISO a partir de septiembre de 2012, tras 50 años de implantación en más de 170 países y casi un millón de profesionales y directivos en todo el mundo.

Este convenio marco, firmado por el presidente de ITH, Juan Molas; y el presidente de AEDIP, Jordi Seguró, contempla acciones de intercambio de conocimientos y proyectos comunes que pongan a disposición del sector hotelero información cualificada sobre el Project Management como modelo de gestión de proyectos inmobiliarios, sus ventajas desde el punto de vista de costes y de garantías de resultados, además de su capacidad para conseguir estándares constructivos estrictos independientemente de las condiciones del entorno en el que se desarrolla el proyecto, lo que facilita la planificación en la expansión hotelera, especialmente a destinos internacionales.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, considera que el Project Management es "una práctica de gran interés para el sector hotelero, porque permite a los hoteles crecer, siguiendo un control exhaustivo de plazos y costes, dos factores de capital importancia para la expansión en destinos nacionales e internacionales". Por su parte, Jordi Seguró apunta al sector hotelero como uno de los motores prin-

cipales de la economía española, ya que "el alto nivel de emprendimiento de nuestros empresarios hoteleros es una fortaleza para nuestra sociedad

y economía; gracias al intenso nivel de sus exigencias en objetivos de rentabilidad y desempeño evitamos muchas veces caer en la autocomplacencia, y

logramos mantener firme y atento el músculo de la competitividad. Un ejemplo de ello es la innovación en proyectos de ahorro y eficiencia energética".



Jordi Seguró y Juan Molas en la firma del convenio con el objetivo de hacer proyectos en común.

El Gobierno destina 266 millones a mejorar la competitividad y las instalaciones de los hoteles

Podrán financiar proyectos para incorporar nuevas tecnologías, optimizar instalaciones o adquirir equipamiento

Varios proyectos de ITH, centrados en la renovación de equipos, en la implantación de sistemas de gestión avanzados, en la envol-

vente térmica y el acristalamiento inteligente, pueden beneficiarse de estas ayudas para financiar hasta el 100% de los costes.

Los hoteles tienen hasta el 15 de diciembre de 2012 para solicitar ayudas en el marco del programa Emprendetur Empresas 2012.

El Gobierno destinará 266 millones de euros a Emprendetur Empresas 2012, una línea de crédito destinada a financiar inversiones realizadas por empresas turísticas, con cargo a los presupuestos de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que quedará incluida dentro de la línea "ICO-Inversión 2012".

Emprendetur Empresas 2012, incluido en el Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, tiene como objetivo fomentar la renovación y modernización de las infraestructuras turísticas españolas, para mejorar la competitividad de la oferta, y permitirá incorporar nuevas tecnologías, optimizar y hacer más accesibles sus instalaciones, adquirir equipamiento o sistemas

que mejoren sus niveles de eficiencia energética, e implantar sistemas de seguridad y calidad. Esta línea de crédito también podrá financiar inversiones destinadas a mejorar la sostenibilidad de los establecimientos, la seguridad para las personas y contra incendios, y la implantación de modelos de gestión de calidad.

Este programa de financiación está destinado a las empresas turísticas de alojamiento, restauración, agencias de viajes, intermediarias y oferta complementaria, organizadores de congresos, museos, balnearios y estaciones termales, parques temáticos, acuáticos, infantiles y de atracciones; que podrán financiar hasta un 100% de la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, y dedicar un

10% del importe a necesidades de circulante. Cada compañía beneficiaria podrá acceder a un máximo de 10 millones de euros al año, que podrá destinar a una o varias operaciones, que se deberán ejecutar en un plazo de 24 meses, desde la firma del préstamo.

Asesoramiento

La principal misión del Instituto Tecnológico Hotelero como centro de innovación para el sector turístico y hotelero es mejorar la competitividad de la hotelería española, para lo que desarrolla proyectos piloto que cumplen con los objetivos que se plantea Emprendetur Empresas 2012. Por eso, para facilitar el acceso a estas ayudas, ITH contará con la colaboración y experiencia de DYRECTO Con-

sultores como expertos en la gestión de préstamos para empresas para apoyar y asesorar a los hoteles en el proceso de presentación de las solicitudes necesarias para formalizar la solicitud de este programa de ayudas, cuyo plazo concluye el próximo 15 de diciembre de 2012.

Además, desde ITH, se informará a los hoteles de los requisitos para participar en los pilotos susceptibles de recibir esta línea de crédito, y que actualmente están en marcha; entre los que destacan el proyecto de gestión de activos hoteleros (FacilityManagement) para la reducción de consumos energéticos y otros aspectos de carácter operativo, que garantizan la optimización de los activos explotados; el proyecto de reducción de costes energé-

ticos a través de la monitorización de consumos en tiempo real, que permite al hotel contar con información a tiempo real de los consumos realizados por cada una de las unidades del establecimiento (agua, gas, luz, o cualquier otra fuente energética); el proyecto de ahorro energético en hoteles mediante la instalación de sistemas SATE en fachadas para la mejora de la envolvente térmica, que reducen la demanda energética por climatización y las emisiones de CO₂; el proyecto de mejora de la eficiencia energética con tecnologías de acristalamiento inteligente; y el proyecto de Accesibilidad Turística Integral, destinado a favorecer la accesibilidad a las personas con discapacidad y movilidad reducida en hoteles.

Las mejores iniciativas en eficiencia energética y sostenibilidad, a debate en MATELEC

ITH mostrará casos de éxito en herramientas de monitorización inteligente de consumos y sistemas de iluminación LED

Como parte del programa del I Foro ITH de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en Hoteles, se visitará, en la Ruta de los Hoteles Eficientes, varios hoteles madi-

leños que destacan por sus medidas de ahorro y eficiencia energética: Hotel de Las Letras, Hotel Husa Princesa, Hotel ME Madrid, el Hotel Mercure Santo Do-

mingo y NH Eurobuilding. ITH mostrará a los visitantes de MATELEC los principales casos con mayor éxito en la implantación de eficiencia y sostenibilidad.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) mostrará, a los participantes y visitantes de MATELEC, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica, casos de éxito en la implantación y gestión de medida de eficiencia energética y sostenibilidad en el sector hotelero, en la Ruta de los Hoteles Eficientes, que incluirá visitas a cinco hoteles madrileños que han adoptado políticas medioambientales y de eficiencia energética de probado éxito: Hotel de Las Letras, Hotel Husa Princesa, Hotel Me Madrid, Hotel Mercure Santo Domingo y Hotel NH Eurobuilding.

MATELEC, que está organizado por IFEMA y que se celebrará del 23 al 26 de octubre de 2012 en la Feria de Madrid, dedicará la Semana de la Eficiencia Energética a estudiar casos y herramientas que diversos sectores están aplicando para conseguir ahorrar energía. Dentro del programa, que incluye por primera vez una sección dedicada a la industria hotelera, ITH organiza el I Foro ITH de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en Hoteles, que incluye actividades de divulgación orientadas

al sector hotelero, a través de conferencias y del estudio de casos de éxito.

Programa Hotel Sostenible, casos de éxito, y visita a hoteles eficientes

De esta forma, el día 24 de octubre, se celebrará la Ruta de los Hoteles Eficientes, en el que profesionales, prensa y otros hoteleros podrán conocer establecimientos de Madrid, seleccionados por sus mejores prácticas, y que han incorporado medidas de ahorro y eficiencia energética destacables, como sistemas de control y monitorización inteligente (Hotel de Las Letras), políticas medioambientales avaladas por la certificación 50.001 (Hotel NH Eurobuilding), medidas pioneras en la instalación de paneles solares (Hotel Husa Princesa), iluminación exterior eficiente y control y gestión de consumos (Hotel Me Madrid), y jardines verticales eficientes (Hotel Mercure Santo Domingo).

Además, los días 23 y 24 de octubre, dentro del programa del Foro SEE4, ITH mostrará a los asistentes, herramientas de monitorización inteligente del edificio y sistemas de iluminación LED para hoteles. La pri-

mera sesión, que tendrá lugar el día 23 de octubre (mañana) en el SEE4 del Pabellón 8 de IFEMA, incluye las conferencias "iGreen: herramienta de inteligencia para hoteles. Gestión y Optimización del Gasto Energético iMonitoring - iEngineering" y "Sistemas de control en hoteles y casos de éxito en Energy Performance Contracting"; y la mesa redonda "Aplicación y Resultados de los Sistemas de Control Energético en Hoteles".

La jornada del 24 de octubre, que tendrá lugar por la tarde en el SEE4 del Pabellón 6 de IFEMA, estará dedicada a analizar las soluciones de eficiencia energética para iluminación de hoteles, y se mostrarán a los participantes dos casos prácticos de éxito en iluminación interior, desarrollado en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH, en colaboración con Light&Energy. El Programa Hotel Sostenible, que ITH ha puesto en marcha en el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, pretende integrar una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, pueden conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. Este proyecto inte-

gral implica desarrollar proyectos pilotos en varias áreas complementarias, y su correcta difusión en el sector hotelero y turístico, vital para comprender no sólo el alcance material, sino

también su valor como argumento comercial, factor de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos.



En la imagen, 10 pasos para mantener la eficiencia energética.

ITH analiza las claves y el futuro de la eficiencia en Hostelco

Hostelco acogerá este año el Hospitality Industry World Congress para analizar las tendencias del sector

Gracias a un acuerdo de colaboración suscrito con Hostelco, los socios de ITH pueden obtener un 25% de descuento en las

entradas al Hospitality Industry World Congress (HIWC), y otros beneficios en los paquetes de patrocinios para este evento.

Hostelco contará con más de 700 empresas nacionales o internacionales proveedoras de equipos y maquinaria para la hostelería.

El Instituto Tecnológico Hotelero participará este año en el Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hostelería y Colectividades (Hostelco 2012), que tendrá lugar entre el 17 y el 21 de octubre, en el recinto ferial de Gran Vía de la Fira de Barcelona, para abordar las claves y los retos que las empresas hoteleras deben plantearse en materia de eficiencia energética y sostenibilidad.

Hostelco, que contará con más de 700 empresas nacionales e internacionales proveedoras de equipos y maquinaria para la hostelería; menaje y servicio de mesa; gestión, control, informática y seguridad; textiles y uniformes; mobiliario y decoración; alimentación y bebidas para la hostelería y colectividades; y otras áreas de interés como limpieza y lavandería, distribución automática de alimentos, wellness y otras empresas de servicios.

Hostelco tendrá, además, un completo programa profesional,

que incluye diversas actividades de interés, entre las que destacan las Jornadas sobre Mercados Exteriores, en las que se analizarán las oportunidades de negocio para el turismo en Reino Unido, Francia, Brasil, Marruecos, China, Estados Unidos, México, Argentina, Túnez, Arabia Saudí, Emiratos Árabes e India; y el Encuentro Europa-Brasil, en el que empresas europeas y la industria hotelera de Brasil estudiarán las oportunidades de colaboración mutua.

Eficiencia energética

Además, del 17 al 19 de octubre, en el marco de esta feria, se celebrará el Hospitality Industry World Congress (HIWC), congreso mundial que tiene como objetivo de facilitar el avance estratégico del sector, reuniendo a los más destacados profesionales nacionales e internacionales. El HIWC contará con ponentes de gran prestigio de escuelas de negocios, compañías

hoteleras y representantes de otros sectores, que puedan aportar grandes ideas e innovación al sector hotelero, procedentes de países como EEUU, China, Singapur, EAU, Francia, UK, Alemania, Brasil, Argentina, México, Caribe, entre otros.

El Hospitality Industry World Congress se centrará en cinco bloques temáticos: eficiencia y rentabilidad; expansión hotelera; gestión del cambio y las personas; comercialización y marketing; y el SPA como línea de negocio hotelera.

ITH tendrá una participación destacada en la sección dedicada a analizar los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera. De esta forma, el miércoles 17 de octubre, por la mañana, el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, participará en una mesa redonda, moderada por Michael Nowlis, Executive Programme Director de la London Business School, en la que, en compañía de Philippe Bijaoui, vicepresidente de Business

Development de Rezidor Hotel Group; Matthew Davies, partner en Advance DQ; y Didier Boidin, vicepresidente de Operaciones para Europa Occidental de IHG InterContinental Hotels Group, se repasarán las claves de la eficiencia energética desde el punto de vista de las obras, el contract y las instalaciones; de las compras; de la sostenibilidad y de los servicios. Posteriormente, Carrillo de Albornoz se incorporará a una sesión paralela, junto a Patricia Griffen, presidente y fundadora de Green Hotels Association, centrada en la financiación de la sostenibilidad y de las medidas de eficiencia energética con el ahorro.

Ventajas y descuentos para los socios de ITH

Gracias a un acuerdo de colaboración suscrito por el Instituto Tecnológico Hotelero, los socios de ITH pueden obtener descuentos del 25% al registrarse como participante en la web del evento, utilizando un código de descuento

disponible en el área de eventos en la web de ITH; o del 10% sobre el precio del paquete de patrocinio del Hospitality Industry World Congress.

Además, ITH contará con un stand en Hostelco, que sus socios podrán aprovechar para exponer los productos y servicios vinculados a los proyectos piloto que actualmente están en fase de ejecución.



Salón Internacional Hostelco 2012.

Reduce la factura energética de tu hotel mediante la microcogeneración

Puede llegar a cubrir entre el 30% y el 60% de la demanda térmica global mejorando así la cuenta de resultados

Una de las maneras de reducir el gasto energético es a través de la microcogeneración. En un hotel con un consumo superior a 25.000 euros anuales en electricidad y con

un gasto anual superior a 30.000 euros de gas natural (60.000 euros en gasóleo o propano), la microcogeneración podría llegar a suponer un ahorro de 20.000 euros anuales, a partir

del momento en que las instalaciones y equipos comiencen a funcionar. En una instalación con gas natural, supone una reducción del gasto energético superior al 30%.

Renovar equipos y elegir la combinación de herramientas y sistemas de generación de energía más eficiente y con retornos más rápidos para cada hotel es un reto, especialmente en un contexto de crisis económica, donde este tipo de equipos y sistemas eficientes permiten el ahorro de costes energéticos mejorando la competitividad del hotel. Y es que, considerando que las actualizaciones de equipos en la hotelería española ha sido menor, y que los equipos no han sido renovados recientemente, los consumos energéticos serán mayores, al igual que los costes: de hecho éstos pueden suponer hasta el 12% de los costes totales de operación, y son la segunda mayor partida tras los costes de personal y/o compras.

Según los estudios realizados por Altare Energía, existe una amplia gama de hoteles que podrían beneficiarse de la eficiencia energética que proporcionan los equipos de microcogeneración. Para David Arzoz, director general de Altare Energía, "si el hotel consume más de 25.000 euros anua-

consumo para la cogeneración de pequeña potencia en edificios del sector terciario con consumos relevantes de electricidad y calor, como es el caso de los hoteles".

Pero la microcogeneración no supone sólo recortar los gastos en suministros energéticos; supone también apostar por un modelo energético más sostenible. La reducción del consumo energético se traduce en un ahorro directo de energía primaria, y este en una reducción de emisiones de gases contaminantes (CO₂). Comparando con un sistema de generación convencional, y tomando como referencia para la producción eléctrica un ciclo combinado a gas natural, la introducción de un equipo de cogeneración puede suponer una reducción del 50% de las emisiones de CO₂ correspondientes al hotel. A parte de los evidentes beneficios medioambientales, el establecimiento fortalece su imagen añadiéndole un carácter de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental.

Otra ventaja que ofrece la microcogeneración es que es fácil



Hotel Gran Conil, uno de los hoteles que se beneficia de las ventajas de la microgeneración.

liente sanitaria (ACS), y probar el rendimiento de los sistemas de microcogeneración como fórmula para cubrir la demanda energética en áreas críticas para los hoteles, como calefacción, ACS, climatización de piscinas, y refrigeración, y energía eléctrica para hoteles en construcción como para modificaciones y ampliaciones de los existentes. Con el objetivo de hacer "medibles y visibles", los resultados del proyecto Altare Energía instalará sus sistemas de monitorización y regulación EXEON, diseñados para la mejora continua de la eficiencia energética de las instalaciones.

Hoteles que actualmente utilizan energías como gasóleo o carbón para calefacción y ACS, y

electricidad para climatización, son los que conseguirán mayores ahorros con este tipo de tecnología. Los establecimientos participantes pueden, además, estar situados en cualquier localidad de la Península o en Baleares, pertenecer a cualquier seg-

mento (urbano, vacacional, mixto, entre otros); y deben ser edificios con una alta demanda térmica, situados en zonas geográficas con climas fríos o que incluyan instalaciones como una demanda térmica alta y estable, como SPAs o piscinas.

«Los equipos de microcogeneración pueden reducir un 50% las emisiones de CO₂»

les en electricidad, con un gasto anual superior a 30.000 euros de gas natural (60.000 euros en gasóleo o propano), la microcogeneración podría llegar a suponer un ahorro de 20.000 euros anuales, a partir del momento en que las instalaciones y equipos comiencen a funcionar. En una instalación con gas natural, supone una reducción del gasto energético superior al 30%".

Ventajas para los hoteles

En el contexto actual, los precios de suministro eléctrico tienen, y tendrán en el futuro, tendencia a

de instalar y no interfiere en las operaciones cotidianas del hotel ni afecta al confort de los clientes. "Además, -según Arzoz, los ahorros y la mejora de la eficiencia en la instalación son "realidades medibles", hoy en día, gracias a los modernos sistemas de monitorización y supervisión de instalaciones como el Sistema EXEON de mejora continua de la eficiencia, desarrollado por Altare Energía".

Con la microcogeneración se abre por tanto una nueva alternativa, de alta eficiencia y sostenible, a la hora de reducir una de

«La cogeneración abre nuevas oportunidades de autoconsumo para los hoteles»

la alza. La adopción de un sistema de cogeneración también dota el establecimiento de una cierta independencia frente a las subidas de electricidad y permite mayor estabilidad en los gastos energéticos del hotel.

Por otra parte, la legislación vigente también favorece la implantación de este tipo de sistemas en los hoteles. "De hecho, -explica Arzoz, tras la publicación del RD 1699/2011, que permite a un usuario final generar parte de la electricidad que necesita; se abren nuevas oportunidades, como el auto-

las principales facturas del sector hotelero, como es la energética.

Piloto con ITH

Teniendo en cuenta las ventajas de este sistema de generación de energía, ITH y Repsol, en colaboración con Altare Energía, han ampliado los plazos para incluir nuevos hoteles participantes en el piloto "Diversificación energética con propano: Microcogeneración y/o climatización con bomba de calor", cuyo objetivo es disminuir los costes energéticos en climatización y generación de agua ca-

La microcogeneración

La microcogeneración es un sistema de producción de calor y electricidad de alta eficiencia a pequeña escala, que recupera el calor residual, asociado a un proceso de generación de electricidad, para producir energía térmica útil. Para el sector hotelero, implantar esta tecnología podría suponer cubrir de un 30% a un 60% de la demanda térmica de un hotel con calor prácticamente gratuito, y producir energía eléctrica que se puede dedicar al autoconsumo, reduciendo así la factura energética del hotel y por tanto mejorando la cuenta de resultados del establecimiento.



En la imagen, una sala de microcogeneración de Altare Energía.

La cadena de hoteles termales Roc Blanc nuevo socio hotelero del ITH

Se suma a ITH para continuar mejorando sus políticas medioambientales

Roc Blanc Hotels, fundado en 1960, se ha distinguido por su política de uso de energías renovables, que no sólo les ha supuesto reducir costes energéticos, sino

también mejorar su cuenta de resultados. La cadena de hoteles boutique termales ha recibido varios premios y reconocimientos en España y Europa.

La cadena andorrana de hoteles Roc Blanc Hotels se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero como socio, con el objetivo de aprovechar el conocimiento y la experiencia de ITH para ampliar sus políticas de innovación, especialmente en las áreas de eficiencia energética y sostenibilidad, y comercialización a través de nuevos canales.

Roc Blanc Hotels es un referente en hotelería familiar independiente, fundado por los emprendedores Domènec Torm y Assumpta Babot que, tras 45 años de actividad, cuenta con dos hoteles, dos centros termales, un centro termal lúdico, y 380 habitaciones, de las que disfrutan más de 200.000 clientes anuales.

La cadena está formada por dos hoteles boutique, cuya principal atracción es el turismo termal. El Hotel Roc Blanc, buque insignia del grupo, fue el primero en ofrecer los beneficios del agua termal en Andorra, gracias a su privilegiada ubicación, en el corazón de las montañas andorranas. Por otra parte el Hotel Ter-

mes Montbrió, situado en la población de Montbrió del Camp (Tarragona), combina el atractivo de las playas de la Costa Daurada con los servicios de uno de los balnearios más modernos del termalismo español, en un enclave único, la finca histórica L'Horta Florida, que se caracteriza por la belleza de su jardín botánico.

Es precisamente en el Hotel Termes Montbrió donde Roc Blanc ha incorporado medidas de gestión energética eficiente innovadoras; de hecho, parte del complejo se

abastece con energía solar y su sistema de gestión prioriza la reducción del consumo energético y el aprovechamiento de aguas para el riego. Además, han incorporado equipos de cogeneración de medio megavatio de potencia, que no sólo ha supuesto una considerable reducción de los consumos energéticos, sino que además reduce el impacto medioambiental del hotel y sus instalaciones, un aspecto muy relevante en establecimientos en los que las necesidades de energía y agua son tan significativas.



El hotel Termes Montbrió donde ha incorporado medidas energéticas.

Hotel Curious se incorpora al Instituto Tecnológico

Hotel Curious se suma al Instituto Tecnológico Hotelero como nuevo socio, con el objetivo de compartir conocimientos y experiencias en la gestión de los canales de comercialización y marketing online, y desarrollar proyectos conjuntos que permitan a este hotel barcelonés ampliar y profundizar en su apuesta por las nuevas tecnologías en la gestión hotelera.

Hotel Curious forma parte de un pequeño grupo empresarial local, que también integra al Hostal MareNostrum, que ha apostado por revitalizar edificios con un origen histórico y convertirlos en alojamientos originales, prácticos y convenientes, y por una sólida estrategia de gestión de la reputación 2.0, que incluye acciones en su página web, que dispone de con un motor de reservas propio y un blog corporativo con contenidos sobre eventos en Barcelona, recomendaciones y actualidad de interés para sus clientes; un plan integral en redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Google+, Foursquare) y en portales de viajes y reservas, que permite atender peticiones y comentarios de forma ágil y cercana; códigos QR para compartir información con los clientes a tra-

vés de sus smartphones; y una política de wifi gratuito para los huéspedes.

#eHotelExperts

Precisamente, como parte de su política de marketing y comunicación online, Hotel Curious celebra, desde el 2011, el encuentro profesional "#eHotelExperts: Estrategias de éxito en Social Media Marketing en pymes turísticas", que tendrá lugar el martes 9 de octubre, y al que asistirán expertos y profesionales del sector turístico, como Fabián González, responsable de Proyectos TIC del Instituto Tecnológico Hotelero; Rafael Méndez, Marketing Consultant, Media Strategist & Business Developer; y Marta Bonet, Propietaria de Rebuzzna Comunicación, Socia en Mallorca Select, SkyBlueMallorca y en Invitic.

Las nuevas tecnologías y el sector turístico-hoteler, mejores prácticas en comunicación y marketing turístico, y estrategias de comunicación y nuevos canales para el sector turístico, serán los asuntos principales de las ponencias. Las invitaciones para asistir al evento son gratuitas; y están disponibles para descarga a través del portal Amiendo.com

ITH crea una plataforma para dispositivos móviles

BSM, compañía dedicada a la implantación de soluciones tecnológicas avanzadas, se incorpora como socio tecnológico al Instituto Tecnológico Hotelero, con la firma de un convenio de colaboración que contempla la puesta en marcha de un proyecto piloto, cuyo principal objetivo es aprovechar el potencial comercial de las aplicaciones para dispositivos móviles en la estrategia comercial de los hoteles.

ITH, en colaboración con BSM, trabajan en un piloto para desarrollar una plataforma interactiva de comunicación y venta de servicios hoteleros basada en dispositivos portátiles, más concretamente tablets y smartphones, con el objetivo de evolucionar la comunicación con el cliente y adaptar la propuesta de valor del hotel a los nuevos canales de comunicación que utiliza el cliente.

BSM colabora con la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación (RVCTI) y otros centros de innovación, entre los que destaca el Centro Microsoft ETIC (Embedded Technologies Innovation Center). Gracias a la estrecha relación entre ambas entidades, se crea www.hh2e.com,

una plataforma interactiva de servicios orientada al sector hotelero, accesible mediante dispositivos móviles, que permite a cada hotel personalizar y diseñar todos los servicios que desee ofrecer a sus clientes, manteniendo sus estándares e imagen corporativa; y proponer sistemas a medida de promociones, ventas cruzadas, y otro tipo de estrategias comerciales.

El hotel en tu mano

Este sistema permite que cada cliente, a través de un dispositivo (tablets o smartphones) que estará disponible en su habitación, interactúe con la oferta de servicios de valor añadido del hotel, consulte información relevante para su estancia en un formato innovador, haga reservas del Restaurante o Spa, peticiones de roomservice, o incluso notifique una incidencia en tiempo real.

La plataforma está diseñada para que los usuarios puedan realizar cualquier gestión en menos de 3 clicks aprovechando las ventajas de la navegación táctil, y que ofrece múltiples usos, desde folletos interactivos segmentados por cliente, hasta ofertas de último minuto en servicios específicos para el hotel.

Toshiba e ITH lanzan un proyecto de climatización eficiente

Toshiba, firma japonesa líder en innovación tecnológica en electrónica, energía, electromedicina, iluminación, reprografía, aire acondicionado, se asocia al Instituto Tecnológico Hotelero para poner en marcha un proyecto piloto de climatización a través de Toshiba HVAC, que permitirá a los hoteles participantes acceder a un sistema de acondicionamiento integral inteligente, basado en la tecnología de Caudal Variable de Refrigerante VRF (Variable Refrigerant Flow).

El VRF es una tecnología de climatización integral que aporta simultáneamente calefacción y aire acondicionado. Se trata de un sistema de acondicionamiento inteligente de aire para múltiples usuarios individuales o colectivos, formado por una unidad condensadora exterior con compresores que ajustan la capacidad y el consumo de refrigeración y calefacción y el volumen de refrigerante en función de la demanda instantánea de cada zona climatizada. Son sistemas flexibles, eficientes, fiables, de fácil instalación, requieren un mantenimiento mínimo, son silenciosos, su uso es sencillo y son respetuosos al medio ambiente.

Toshiba fabrica y comercializa todo tipo de soluciones electrónicas para usos residenciales, de ocio o profesionales; equipos de información y comunicación, servicios y soluciones de Internet, compo-

nentes y materiales electrónicos, sistemas de energía, sistemas industriales y de infraestructura social y electrodomésticos. Fundada en 1939, es el resultado de la fusión de dos compañías, Tanaka Engineering Works y Tokyo Electric Co., que unieron sus fuerzas para crear Tokyo Shibaura Denki, que pronto se conoció como "Toshiba", nombre que se hizo oficial en 1978. En la década de los 50, Toshiba fabricó las primeras unidades de aire acondicionado, que progresivamente y como parte de su política de innovación, clave en su historia, mejoró con desarrollos como el primer sistema portátil, el primer control electrónico, la primera aplicación de la tecnología inverter a la climatización y el compresor Twin Rotary, entre otros muchos más avances.

Carlos Gómez Caño, director general de Toshiba HVAC, explica: "el sector hotelero es un magnífico mercado que puede aprovecharse de las ventajas que le ofrece Toshiba HVAC, nuestro producto VRF es una garantía de ahorro en consumo, en kW, en euros cada día, cada mes, cada año; el complemento perfecto para cualquier hotel pues se adapta al grado de ocupación y a la diversidad de uso horario de cada habitación. El VRF se adapta al hotel en lugar de que el hotel se adapte al VRF. Es un sistema com-

pleto, integral, que agrupa producción frigorífica, unidades terminales diversas y sistemas de control individuales y de grupo que pueden conectarse al sistema de control general del edificio. Genera ahorros energéticos relevantes y costes de mantenimiento reducidos frente a otros sistemas VRF y sistemas de agua.

Carlos Gómez señala que el acuerdo con ITH supone formalizar una relación con el que considera "el partner perfecto". "La labor de ITH se suma, complementa y amplía la de Toshiba HVAC, comunica a potenciales usuarios las ventajas que las últimas tecnologías les ofrecen. Transmitir la innovación que impacta positivamente en el usuario aumentando su confort y en el negocio; reduciendo costes vinculados al uso, calidad y mantenimiento; y en el entorno, minimizando el coste".



El director general de Toshiba.

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



Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico del Estado Español



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional



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

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



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

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

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

ALTA RELOJERIA
RELOJERIA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER 66
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 MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

FORO NEXOTIME
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 LÍNEAS)

NEXO
editores s.a.

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

La consellera de Turismo, Lola Johnson se reúne con el sector turístico valenciano

Se marcaron las líneas de actuación de cara al próximo 2013

Siguiendo con la ronda de reuniones que se inició el pasado mes de agosto en Benidorm, la consellera de Turismo, Cultura y Deporte, Lola Johnson, se ha reunido con el sector

turístico de la provincia de Valencia. El objetivo de este encuentro ha sido el de valorar la temporada turística veraniega, así como planificar las próximas actuaciones.

En esta reunión han estado presentes Luís Martí, Presidente de la Federación Hotelera de la Comunitat; Rafael Ripoll, Secretario Autonómico de Turismo, Cultura y Deporte; Sebastián Miralles, Director General de Turismo; así como representantes de CONHOSTUR, de AEDAVE, de VALTUR y de la Federación de Campings de la Comunitat.

Tras esta segunda toma de contacto con el sector turístico, la Consellera ha querido destacar que "la impresión general de balance de verano ha sido positiva, hemos registrado niveles de ocupación muy similares a 2011, pero en el ámbito de la rentabilidad hemos de seguir trabajando para mejorarla".

Johnson también ha señalado que durante este encuentro, se ha puesto sobre la mesa las próximas líneas de actuación, sobre todo de promoción, de cara al próximo ejercicio 2013. "Un año muy complicado, tanto por la contratación de la demanda interna como por los ajustes presupuestarios, por este motivo la clave está en trabajar con previsión y con una to-

tal coordinación con el sector", ha apuntado la Consellera.

Lola Johnson ha trasladado al sector la importancia que en este 2013 "tiene trabajar de forma coordinada las acciones prioritarias" y por ese motivo les ha trasladado la necesidad de "identificar al máximo las opciones estratégicas y trabajarlas en un contexto de máxima corresponsabilidad". En este sentido y haciendo referencia al Plan de Marketing 2013, cuyas principales líneas de actuación ya estarán definidas sobre el mes de noviembre, "debe de ser un Plan que se ajuste lo máximo posible a la realidad presupuestaria". Según ha avanzado Johnson "se va a trabajar tanto en las líneas políticas generales como en las acciones concretas puntuales, ajustando la realidad de estas actuaciones al año que vamos a vivir y en un ámbito de máxima corresponsabilidad entre Administración y sector".

Con respecto a Fitur, la feria turística más importante a nivel nacional, Lola Johnson ha asegurado que ya se han mantenido varias

reuniones de trabajo con las marcas turísticas, "con el objetivo de lograr que la participación en este certamen sea de la forma más eficaz y coordinada posible".

"La marca Comunitat Valenciana ganará peso en la edición del año que viene, sin renunciar a las particularidades de cada territorio. La Comunitat estará presente con una imagen unificada muy potente pero en la que se respeten todas las singularidades", ha indicado la titular de Turismo.

Además, Lola Johnson ha avanzado que en Fitur 2013, la Comunitat asistirá con una imagen totalmente homogénea del destino "en la que se reforzará la venta de producto, en total sintonía con el nuevo modelo turístico, y donde se verá un nuevo enfoque, orientado a la profesionalización y participación del sector empresarial".

Otro de los temas tratados en esta reunión ha sido el referente a los convenios con las distintas organizaciones, "es el momento en el que las generalidades deben dar paso a una mayor concreción", ha apuntado la consellera.

Convenio entre Hostelería de Compostela con Gas Natural Fenosa

Después de la firma del convenio de colaboración entre Gas Natural Fenosa y Compostela Hotel, los 1.500 miembros de esta comunidad de negocios puede beneficiarse de la energía libre y los beneficios para ahorrar en sus facturas.

El presidente de la Asociación, Jesús Sordo, y el delegado de Servicios India Gas Natural, José Antonio Sánchez, renovaron el convenio de colaboración para el desarrollo de actividades en el campo de la eficiencia energética superior básica de gestión de la energía para sus miembros.

Según el acuerdo, ambas organizaciones llevarán a cabo

acciones de información, formación, difusión y análisis en el ámbito de la eficiencia energética y promover el desarrollo del mercado liberalizado de la energía mediante la divulgación y asesoramiento empresas energéticas personalizadas que pertenecen a la asociación, que ofrece lo mejor oferta comercial que se adapte a sus necesidades y les permite ahorrar en la factura, convencido de que la energía es un factor clave para la sostenibilidad y la competitividad de las empresas pequeñas y medianas con un consumo eficiente y racional.



El objetivo es fomentar la eficiencia energética y el ahorro.

ASOLAN se reúne con el senador de Lanzarote

La Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote, ASOLAN, solicita que se impulse el Plan Director de Guacimeta que permita la modernización del aeropuerto de Lanzarote y la ampliación de la pista de aterrizaje. La patronal turística de Lanzarote señala que mientras no se desbloquee el Plan Director de Guacimeta y se apruebe definitivamente, el Ministerio de Fomento y AENA se ampara en que estas mejoras no están "reflejadas en el documento", y por tanto no es posible desde el Gobierno Central planificar inversiones para el aeropuerto de Lanzarote.

Susana Pérez, y el vicepresidente de la patronal Héctor Pulido, han mantenido un encuentro en la sede la Asociación, con el senador por Lanzarote, Óscar Pérez, y el diputado nacional por la provincia de Las Palmas, Francisco Cabrera, para que se impulse y trabaje de forma coordinada con las administraciones de Lanzarote, Canarias y Gobierno Central, que permita "desbloquear" la actualización y aprobación definitiva del citado Plan Director de Guacimeta. Desde ASOLAN se recuerda que ya las otras islas turísticas de Canarias tienen aprobado desde hace años

sus respectivos planes de infraestructura aeroportuaria, conocidos como Planes Directores.

Desde ASOLAN se instará, igualmente, al Cabildo de Lanzarote para que a través de una sesión plenaria se apruebe instar al Ministerio de Fomento y a AENA la revisión y aprobación definitiva del Plan Director de Guacimeta. ASOLAN aboga para que el Cabildo de Lanzarote y sus grupos políticos presentes en la Corporación se manifiesten públicamente de la necesidad de la ampliación de la pista de aterrizaje y despegue que permita a Lanzarote ser competitiva como destino turístico de medio-largo alcance. Es conocido que muchas compañías aéreas no programan vuelos directos desde países de la Europa del Este, Báltico y Escandinavia ante las limitaciones en tamaño de la actual pista de Guacimeta. Lanzarote es la única isla de las cuatro turísticas en el Archipiélago canario cuya pista actual representa estas deficiencias. El aeropuerto de Lanzarote figura en la relación de los cinco más rentables en la red de aeropuertos gestionados por AENA, mientras las inversiones en las mejoras y nuevas dotaciones no han sido paralelas a esta alta rentabilidad para AENA.

Jornadas en Huesca sobre la mejora de la eficiencia energética

Ahorrar más de 100 euros al mes rebajando de 102 a 75 los Kw. el contrato de potencia del establecimiento o reducir en más de 800 euros la factura de la luz sustituyendo 27 lámparas halógenas de ascensores por LED. Estos son algunos de los ejemplos de mejora de la eficiencia energética que las empresas de hostelería y turismo de Huesca han conocido en el ciclo de jornadas que organiza la Confederación de Empresarios de Aragón (CREA) con la colaboración de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca.

Con estas jornadas se busca concienciar y facilitar herramientas a las empresas para reducir su impacto ambiental y aprovechar las oportunidades económicas asociadas a ello y que algunos estudios cifran en una media de 2.000 euros anuales en los establecimientos de hostelería. Esto lleva asociada, además, una media de reducción de 2,45 toneladas de CO2 emitido a la atmósfera por año.

Entre las actuaciones que se pueden llevar a cabo y que se analizaron, se encuentran adecuar los contratos de suministro energéti-

co a la potencia que realmente necesita el establecimiento, usar temporizadores o detectores de presencia, sustituir las lámparas antiguas, aprovechar adecuadamente la luz natural tanto para la iluminación como para climatización o tener en cuenta la energía reactiva.

Estas jornadas que se entroncan con el proyecto europeo Optimes, en el que colabora la CREA, han tenido lugar en Huesca, Fraga, Aínsa y Jaca durante los días 18 y 25 de septiembre. Las siguientes jornadas se celebrarán el 2 y 9 de Octubre.



La Asociación de empresarios hostelería y turismo de Huesca celebra unas jornadas sobre el ahorro energético.

Clase | Classe

Flight & Date | Vol et date

AC

231

A12

26B

Boarding Time

**CONFIANZA NO ES CREER
QUE UN VIAJE SALDRÁ BIEN,
ES SABERLO**

YYC27670



alicante

PUERTO DE SALIDA
VUELTA AL MUNDO A VELA

902 400 454

www.viajeselcorteingles.es

VIAJES

El Corte Inglés

La ciudad de Mérida lanza su portal social en la red Extremadura.com

Mérida es ya una Ciudad Social con la puesta en funcionamiento del portal Mérida 3.0, que se lanza en la red social Extremadura.com, "un concepto avanzado en el que participan la administra-

ción, ciudadanos, empresarios, asociaciones, técnicos y turistas que pueden dotar de contenido este portal", explicaba el delegado de Nuevas Tecnologías, Juan Carlos Perdigón.

El creador de Extremadura.com, Alejandro Barrero, se encargó de presentar el portal que contó con el respaldo del delegado de Nuevas Tecnologías la consejera de Turismo, Dolores Hernández, la gerente de la Confederación de Empresarios de Turismo de Extremadura (Cetex), María Eugenia Corrales, y el presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Extremadura, Ángel Gómez. Todos coincidieron en la relevancia que está adquiriendo las redes sociales en todos los ámbitos porque lo que las hace atractivas son las opiniones y la participación de la gente y porque permiten crear foros y contactos que llegan de inmediato a cualquier lugar.

Mérida 3.0 es una puerta abierta al mundo en el que todo el que lo desee puede entrar y participar. Solo hay que registrarse. El portal permite crear perfiles personales y empresariales, contactar, visitar la ciudad, conocer su oferta

comercial y empresarial y turística. "Una red social permite a cada uno hacer lo que quiere", explicaba Alejandro Barrero y una "ciudad 3.0 es aquella en la que los usuarios deciden", añadía.

El portal Extremadura.com va más allá del papel de una red social. "Las redes sociales las utilizamos para comunicarnos con nuestros amigos, pero Extremadura.com va más allá porque fomenta la colaboración y pretende evitar el yoyoismo, como lo califica Barredo, y busca unir y trabajar en común.

El portal va a ser muy positivo para los empresarios y para los ciudadanos y muy enriquecedor", apuntó la gerente de la Confederación de Empresarios de Turismo de Extremadura (Cetex). "3.0 refuerza la imagen turística de la ciudad, una iniciativa que se merece todo el apoyo" quien valoró la iniciativa de Extremadura.com, "una apuesta por emprender", que parte de la iniciativa privada

y que es regional, "una plataforma muy buena para el turismo", añadió y una "herramienta que permite posicionarse en el mercado".

Por su parte, Ángel Gómez dijo que Extremadura.com es un ejemplo de que el empresario necesita "un ecosistema adecuado" y con acompañamiento de la administración para desarrollar sus iniciativas empresariales.

Cerro la presentación la consejera de Turismo que se mostró encantada de poder contar con Extremadura.com para que el ayuntamiento de Mérida "se suba al carro de las nuevas tecnologías".

En Extremadura se han lanzado ya tres portales 3.0: el de Plasencia, Cáceres y ahora el de Mérida que ya había entrada en la red social extremeña con una página premium que son las únicas que pagan por estar en Extremadura.com, ya que les permite estar en un lugar destacado por 199 euros.



Alejandro Barrero junto a María Eugenia Corrales, Dolores Hernández y Ángel Gómez en la presentación.

Los hoteleros de Madrid apoyan el nuevo proyecto de Eurovegas

"Eurovegas me parece un proyecto muy ambicioso". Así de tajante se muestra el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Carlos Díaz, en declaraciones realizadas a la revista Agentravel.

El presidente de la Asociación Hotelera de Madrid, califica de "muy positiva" la iniciativa de la empresa norteamericana Las Vegas Sands de construir en Madrid el complejo de hoteles y casinos.

No obstante, Carlos Díaz se muestra cauto con respecto a su construcción definitiva en la comunidad autónoma ante las "incógnitas que todavía hay que despejar", como ver cómo se financia y se desarrolla el proyecto.

"Para los hoteles de Madrid y para el turismo en general, permitirá encontrar otro canal alternativo

de comercialización turística diferente al que tenemos", añade, que servirá para "atraer a otro tipo de turista, que hasta ahora no tenemos".

Respecto a si habrá un exceso de plazas hoteleras con la construcción de este complejo, Carlos Díaz indica que "se producirá sobreoferta en alojamiento hotelero

si no hay sobredemanda". Sin embargo, el presidente de la AEHM confía en que la empresa tenga previsto "desarrollar el proyecto basándose en unos canales de comercialización para un mercado específico" y por ese motivo, "pondrán la oferta en función de la demanda. Será un proyecto paulatino".



El presidente de la AEHM, Carlos Díaz, califica de muy positiva esta iniciativa.

La Costa del Sol necesita una promoción eficaz

El consejero de Turismo de Andalucía, Rafael Rodríguez, clausuró la Junta de Gobierno de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) celebrada en la sede del centro de innovación turística Andalucía Lab.

Por su parte, el presidente de AEHCOS, José Carlos Escribano, ha aprovechado esta cercanía para plantearle al Consejero alguna de las inquietudes que el empresario hotelero tiene en estos momentos sobre la mesa: Como tema principal y prioritario, el saneamiento integral Costa del Sol. José Carlos Escribano ha destacado que desde hace ya 40 años se convive en la Costa del Sol con este problema. "Es impensable que si apostamos por la calidad y medioambiente las aguas estén en el estado que se encuentra. Cada vez hay más competencia, destinos más fuertes y no es de entendimiento que las aguas estén en estas condiciones. De hecho hace varios años se inició el foro de saneamiento para dar una solución a este problema" argumentaba el presidente de AEHCOS. Por su parte, el Consejero de Turismo informaba de su próxima reunión con el foro de saneamiento para conocer la situación con mayor detalle. Los principales problemas es que los fondos europeos que podría financiar estas actuaciones han disminuido y los fondos propios en estos momentos son conocidos por todos.

El turismo en la Costa del Sol necesita una promoción eficaz. Así lo expresaba José Carlos Escribano. "Buscamos llegar a los destinos y mercados en alza como es el Ruso que actualmente está ya muy implantado en Cataluña como resultado de sus acciones comerciales. La Costa del Sol debe existir en esa promoción turística que se hace de España en los Países emergentes. A ello ha contestado el Consejero que la consejería es plenamente consciente del papel y protagonismo que el turismo tiene para Andalucía y principalmente la importancia del destino Costa del Sol en el global del turismo andaluz de sol y playa. Ha resaltado la importancia de tener una presencia con turespana en las ferias interna-

cionales. "Sin embargo hay que contemplar hacer planes de promoción conjunta. Actualmente tenemos una realidad presupuestaria que en los siguientes años no va mejorar. Esto nos ha llevado a reducir determinadas actuaciones como patrocinio de eventos previstos. Hay que tener un plan de acción que desde la marca Andalucía se realice en el conjunto de Europa y del mundo. Debemos optimizar los recursos y rentabilizar los resultados" argumentaba el Consejero. Asimismo ha declarado que esa línea se ha trasladado a los Patronatos. De esta forma, Andalucía estará presente como marca en la WTM. Sin embargo en la ITB, Andalucía irá con Turespaña, por lo tanto dentro de la Marca España lo que supone, según el Consejero, una experiencia piloto.

Tema Financiación. "Si queremos ser competitivos necesitamos una planta hotelera actualizada e innovada. Para ello es necesario acceder a esa financiación." continuaba José Carlos Escribano. Por su parte, el Consejero de Turismo declaraba que relativo a los instrumentos financieros previstos existe actualmente un problema de tesorería. Donde prevalece la llamada "ley de estabilidad presupuestaria" la cual indica que hay que pagar primero las deudas (principalmente bancarias), seguido de las nóminas.

La oferta no reglada. El presidente de AEHCOS, planteaba que la crisis ha favorecido la vuelta de la economía sumergida, por lo que desde el sector hotelero se requieren soluciones para evitar esta competencia desleal. El Consejero ha informado que se desea poner en marcha un plan de inspección relativo a la competencia desleal y oferta no reglada. Este plan de acción sería más efectivo aun si se pudiera involucrar al gobierno central en la misma. Lo cual esta aun pendiente de confirmar.



Consejero y Junta de AEHCOS en las instalaciones de Andalucía Lab.



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en NexoHotelcom
Diario online de la Hotelería

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

INTERMEDIACIÓN | VALORACIÓN | CONSULTORÍA | INVERSIÓN Y DESARROLLO



Algunas propiedades disponibles

www.christie.com

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

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

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

Oficina de Dublín
T: +353 (0) 1 618 2000
E: dublin@christie.com

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14 Oficinas en el Reino Unido

MALLORCA

En venta
Abierto a ofertas

HOTEL 4E

- Ubicado en Cala Bona
- 270 apartamentos completos
- En primera línea de mar
- Todas las habitaciones tienen terraza
- Ref 92/40034

PIRINEO CATALÁN

En venta
€ 1.500.000

HOTEL 3E

- Situado en La Molina
- 45 habitaciones equipadas. Posibilidad 8 más
- Posible alquiler con opción de compra
- Restaurante buffet para 240 pax
- Ref 92/40080

TENERIFE

En venta
€ 19.000.000

HOTEL 4E

- Situado en Puerto de la Cruz
- 290 habitaciones
- A 800m de la playa
- Todas las habitaciones con terraza
- Ref 92/40059

ZAMORA

En venta
€ 4.950.000

HOTEL 4E

- Hotel urbano en el centro de Zamora
- 45 habitaciones totalmente equipadas
- Restaurante de prestigio y cafetería
- Salas de reuniones
- Ref 92/40088

GUADALAJARA

En venta
€ 2.950.000

HOTEL 4E

- Hotel urbano en el centro de la ciudad
- 60 habitaciones totalmente equipadas
- Restaurante
- 3 salones peneables, capacidad para 400 pax
- Ref 92/40091

MALLORCA

En venta
€ 3.200.000

APARTHOTEL 3E

- 80 apartamentos climatizados y con terraza
- A 500m de la playa
- Restaurante, snack bar
- Piscina exterior e interior climatizada
- Ref 92/40125

Christie + Co vende el portfolio de los hoteles Von Essen en sólo 1 año

Christie + Co ha completado la venta de los dos últimos hoteles del portfolio Von Essen, el Ston Easton Park en Somerset y el Sharrow Bay en Cumbria. Estas operaciones finalizan la venta total del portfolio de 28 hoteles boutique que Christie + Co puso a la venta en representación de Ernst & Young, Administradores de la empresa Von Essen Hotels. El portfolio estaba formado por castillos y algunos de los mejores hoteles boutique del entorno rural del Reino Unido, además de un Castillo en Francia.

Inmaculada Ranera, Directora General de Christie + Co para España y Portugal, comenta: "Estamos encantados de que se haya completado la venta del portfolio y de haberlo hecho en tan sólo 1 año, teniendo en cuenta las difíciles condiciones del mercado y con la falta de financiación existente. Esta venta pone en relieve dos cosas: siempre existirá un mercado para activos singulares de calidad a un precio correcto, y que la experiencia internacional de la red de Christie + Co sigue siendo fundamental a la hora de comercializar activos en el sector hotelero."