CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Directora: Mónica González
Septiembre 2015 / Nº 117 / Año X

Una Publicación del Grupo Nexo

CEHAT se compromete a respetar el Código Ético Mundial para el Turismo

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha firmado el compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), prometiendo respetar, promover y asumir sus valores en sus políticas y operaciones.

El Código Ético Mundial para el Turismo es el principal documento de los principios de la OMT y sirve de hoja de ruta para el desarrollo de un turismo responsable y sostenible. Adoptado en 1999 por la Asamblea General de la OMT, y refrendado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001, contiene un conjunto de principios cuya finalidad es maximizar los beneficios socioeconómicos del sector, mitigando a la vez cualquier efecto negativo.

CEHAT se compromete a promover y observar los valores defendidos en el Código, especialmente en los aspectos sociales, culturales y económicos, así como a informar de su cumplimiento al Comité Mundial de Ética del Turismo.

La firma tuvo lugar en la sede de la OMT en Madrid, con la presencia de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, el secretario general de la OMT, Taleb Rifai, y el presidente de CEHAT, Juan Molas.

"Para CEHAT es una satisfacción y una gran responsabilidad adherirse al Código Ético Mundial para el Turismo promovido por la OMT. Sin ninguna duda, haremos partícipes a todos nuestros asociados, a través de su extensa red de hoteles, en el cumplimiento del mismo", afirmó Juan Molas durante la firma.

Talef Rifai, Isabel Borrego y Juan Molas, entre otras personalidades turísticas.

Actualidad / Pág. 8

Grupo Cosentino renueva el acuerdo de colaboración con la Confederación

Grupo Cosentino y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) han renovado su acuerdo de colaboración, firmado por primera vez en 2014, por el que la multinacional española sigue siendo socio colaborador de CEHAT.

Fruto de esta colaboración, Cosentino y CEHAT trabajarán conjuntamente en la elaboración de un libro sobre el contract en las cocinas hoteleras que sirva como guía para los profesionales del sector, y en la preparación y difusión de un caso de éxito donde se reflejen las ventajas arquitectónicas y estéticas que supone aplicar el producto Dekton® by Cosentino en hoteles.

Grupo Cosentino produce y distribuye superficies innovadoras para la arquitectura y la decoración, materiales que se adaptan perfectamente a las exigentes necesidades actuales de los alojamientos hoteleros. Sus productos cuentan con los más exigentes estándares de calidad, integrando criterios de sostenibilidad, las más altas características técnicas y facilitando el diseño y la ejecución de proyectos constructivos de nuevos hoteles, así como la reforma de los ya existentes.

Actualidad / Pág. 18

El ITH celebra once años de innovación en el Sector durante su Asamblea Anual

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) reunió a sus socios y colaboradores en la celebración de su Asamblea Anual, que tuvo lugar en el Hotel NH Collection Eurobuilding Madrid.

La inauguración oficial corrió a cargo del presidente del ITH y de CEHAT, Juan Molas, que estuvo acompañado de Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT, y de Isabel Borrego, Secretaria de Estado de Turismo, que fue la encargada de ofrecer un discurso de apertura y felicitó a ITH por su trayectoria potenciando la innovación y el uso de tecnologías para mejorar la competitividad y sostenibilidad del Sector.

Molas, Borrego y Estalella.

La secretaria de Estado de Turismo instó al ITH a seguir colaborando con la Administración pública para seguir avanzando en el sector hotelero y conseguir mayor rentabilidad a través del uso de las nuevas tecnologías. Además, avanzó que los próximos Presupuestos Generales del Estado contarán con ayudas a la innovación hotelera.

ITH / Págs. 21 y 22

NOTICIAS EN BREVE

Las novedades en el Convenio Concursal

La crisis que ha afectado a España en estos años ha servido para que nuestro legislador enfocara sus prioridades en el desarrollo de nuevas y mejores herramientas al servicio de la reestructuración de los negocios en dificultades económicas hasta el punto de que, con las sucesivas reformas a la Ley Concursal, el sistema concursal español se ha convertido en uno de los más completos de Europa.

Garrigues / Pág. 4

Los agentes sociales suscriben el III AENC

El tercer Acuerdo para el Empleo y la Negociación Colectiva arranca haciendo referencia a su homólogo precedente, el II AENC (2012-2014), el cual se gestó en un escenario de intenso y creciente deterioro de la actividad, del tejido productivo y del empleo, lo que propició que el mismo pivotara sobre el incremento moderado de los precios y rentas, y sobre la flexibilidad interna.

Laboral / Pág. 6

SUMARIO

Editorial / Tribuna..... 3
Actualidad.....5
Laboral.....8
Informe.....10
ITH.....21
Asociaciones 28

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

ITH
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

EQUOTEL
PROYECTO PARA IMPULSAR LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICO HOTELERAS

Servicio de asesoramiento en materia de igualdad de oportunidades

Consultas y resolución de dudas sobre igualdad entre hombres y mujeres en la empresa hotelera

Diagnóstico y planes de Igualdad

Principio de no discriminación

Distintivo de igualdad

Formación especializada

Herramienta telemática de igualdad salarial

Conciliación de la vida laboral y familiar

Accede a nuestro servicio de consultas:

www.proyectoequotel.es

ICELAND
LIECHTENSTEIN
NORWAY
eea grants

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

EDITOR: Valentín Ugalde

DIRECTORA
Mónica González

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

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

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

NEXO editores s.a.

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

PRESIDENTE: **Eugenio de Quesada** / CONSEJERO-DELEGADO: **Carlos Ortiz**
DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual Coruña / DIRECTOR JURIDICO: Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMATICA: José Manuel Dávila / DIRECTORA DE PERSONAL: Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: Mª 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 Hotelería Española / ® CEHAT es una Marca Registrada por la Confederación Hotelera
© Copyright NEXO EDITORES SA (diseño y realización)
/ Depósito Legal B.32092-2004 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

EDITORIAL

Ética y prestigio de la Hotelería

LA CONFEDERACIÓN HA FIRMADO el Compromiso del Sector Privado con el Código Ético Mundial para el Turismo. La Confederación Española asume así el compromiso de "respetar, promover y asumir valores éticos en sus políticas y operaciones".

El Código Ético Mundial del Turismo es el principal documento (y declaración de principios) de la actividad turística internacional. Una avanzada "hoja de ruta" para el desarrollo del Turismo Sostenible y Responsable que ha sido impulsada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), la única organización internacional de Naciones Unidas para el Turismo, con sede en España.

La Confederación suscribe así esta trascendente Declaración que adoptó en 1999 la Asamblea General de la OMT —y fue refrendada en 2001 por la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU)—, como Organización sectorial que apuesta por el Turismo Responsable.

CEHAT apuesta así por los valores, en una actividad en la que la sostenibilidad de los recursos naturales, la preservación del medio ambiente, el reequilibrio territorial y la conservación de la identidad local, entre otros valores, son atributos que otorgan prestigio ante la Sociedad y son garantía de futuro para el Turismo y la Hotelería.

"Promover y observar los valores defendidos en el Código Ético, especialmente en los aspectos sociales, culturales y económicos, informando de su cumplimiento al Comité Mundial de Ética en el Turismo" es, en esencia, el compromiso adquirido por CEHAT, protocolizado mediante la firma de la declaración por parte del presidente de la Confederación, Joan Molas, y el secretario general de la OMT, Taleb Rifai, en presencia de la secretaria de Estado de Turismo de España, Isabel Borrego.

"La OMT se complace en dar la bienvenida a CEHAT como signataria del Compromiso del Sector Privado con el Código Ético Mundial del Turismo", afirmó el secretario general de la OMT tras la firma, declarando que "sin la voluntad del sector privado de asumir su responsabilidad económica, social y ética, el Turismo no puede desarrollar su potencial como vehículo de desarrollo sostenible e inclusivo en el mundo". Rifai felicitó a CEHAT haciendo público que "aplaudimos su decisión de posicionarnos a favor de un Sector Turístico más ético".

Para CEHAT "es una satisfacción y una gran responsabilidad adherirse al Código Ético Mundial para el Turismo, promovido por la OMT", en palabras del presidente Juan Molas. Y una gran apuesta por nuestro futuro.

TRIBUNA HOTELERA

Ver para creer vs. Creer para ver

Álvaro Carrillo de Albornoz / Director general del Instituto Tecnológico Hotelero

MUDAR O ALTERAR ALGO, introduciendo novedades. Esta es la definición que el Diccionario de la Real Academia Española ofrece para el término innovar. Introducir novedades en la gestión hotelera que aporten valor al cliente y a la empresa, se ha convertido en una estrategia que muchos empresarios han desarrollado a lo largo de los años. En los tiempos difíciles, la innovación se ha convertido en una pieza clave que muchos hoteleros han tenido que fomentar buscando nuevas alternativas y nuevas formas de hacer.

El sector ha luchado para salir de una crisis económica que ha dañado y transformado al sector y una de sus bazas ha sido la aplicación de la innovación y la tecnología a la operativa diaria de los establecimientos.

Ahora nos encontramos con cifras que nos hacen pensar que esta crisis está superada. Las perspectivas son optimistas y se espera cerrar el año 2015 con 68 millones de visitantes extranjeros, tres millones más que el año anterior. En el primer semestre del año, España alcanzó un nuevo récord en el gasto total de los turistas internacionales que viajaron a nuestro país, al contabilizar 28.287 millones de euros, un 7,4% más que en el mismo periodo del 2014 según los datos aportados por Egatur.

Las preguntas que debemos hacernos ahora son: ¿Hacia dónde queremos ir? ¿Queremos obtener cifras llamativas que llenan los titulares de los periódicos? ¿O queremos luchar por conseguir desarrollar un sector competitivo, rentable y que se diferencie de la competencia?

Ante un panorama que ahora parece alentador, es peligroso caer en el olvido. La posibilidad de entrar en la zona de confort es uno de los mayores riesgos con los que nos encontramos. Por eso es imprescindible que nos paremos a pensar por un momento, que reflexionemos sobre aquello que hemos aprendido de esta crisis y recordar que, aunque estemos avanzando, la situación social de 2007 no la recuperaremos jamás. En este momento tenemos que seguir luchando más que nunca por fortalecer a la industria aprovechando todas las oportunidades que tenemos al alcance de nuestras manos y que lamentablemente, muchas veces no sabemos apreciar.

Los ingresos son nuestra principal inquietud, debemos pensar también en los costes, pero hablando de innovación, nuestra preocupación fundamental debe residir en las personas, en los clientes y en los empleados. Tal y como manifiesta Ignacio Bernabé, presidente del Instituto Valenciano para la Formación Empresarial (IVAFE), en el caso de la innovación no nos sirve el lema ver para creer. El mensaje a interiorizar sería creer para ver. Fomentar una actitud innovadora proactiva que nos motive a la acción para la transformación y el crecimiento profesional y empresarial.

En el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) llevamos once años haciendo de la I+D+i nuestro leitmotiv. Nuestro objetivo es fomentar la competitividad del sector y ayudarle a afrontar los retos que las nuevas tecnologías suponen, convirtiéndolos en una oportunidad. Internet está revolucionando todos los niveles del negocio y provocando una evolución del cliente hacia nuevos modelos. En este contexto, el sector tiene que trabajar para abanderar el cambio. Es importante que conozca y se implique en las iniciativas que desde el ITH estamos apoyando.

> *'Pretender obtener resultados diferentes haciendo siempre lo mismo es una falacia. Hay que progresar siendo conscientes de que la innovación y el miedo al fracaso son incompatibles'*

En ITH hemos realizado la primera subasta de energía eléctrica para hoteles y en octubre celebraremos la primera subasta de gas natural, que está abierta a todos los alojamientos que quieran participar. El objetivo de estas iniciativas es conseguir mejores precios en estos suministros para los hoteles. También hemos participado en la difusión de las ayudas convocadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el envío de los datos de la encuesta de ocupación hotelera y de apartamentos turísticos mediante archivos XML, abierta hasta el 19 de septiembre. Además, colaboramos con diversas iniciativas como la desarrollada por red.es para la instalación de Wi-Fi en hoteles, cuya convocatoria saldrá tras el verano y que contará con un presupuesto de 15 millones de euros. Es también una de nuestras prioridades fomentar la sostenibilidad en la industria hotelera, un término que abarca mucho más que eficiencia energética, implica realizar una gestión responsable del hotel respetando el medio ambiente y promoviendo la cultura local. Definir la amplitud de este concepto y aumentar el número de ejemplos prácticos de hoteles sostenibles es uno de nuestros retos.

En definitiva, ahora que la situación avanza, debemos trabajar por todo aquello que tuvimos que dejar de lado cuando las cosas no iban tan bien. Pretender obtener resultados diferentes haciendo siempre lo mismo es una falacia. Hay que progresar siendo conscientes de que la innovación y el miedo al fracaso son incompatibles.

CARTA DEL DIRECTOR A TODOS LOS LECTORES DE CEHAT

Estimados Amigos,

Como sabéis, en nuestro periódico nuestras Asociaciones, el Sector Hotelero en general y las Cadenas miembros son las protagonistas. Nuestro periódico es sin duda uno de los principales mecanismos de difusión que tenemos como colectivo, por lo que os animamos a utilizarlo. Mónica González es la responsable de coordinar sus secciones, por lo que podéis hacer llegar todas vuestros contenidos y propuestas a su dirección de correo electrónico (monica@cehat.com) con el material que queráis incluir.

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

Un cordial saludo.

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en facebook

Las novedades en el Convenio Concursal

El convenio ofrece un interesante abanico de medidas de reestructuración

La Ley 9/2015 ha introducido una serie de novedades en el convenio concursal, cuyo contenido se ha equiparado al de los acuerdos de refinanciación. El sector hotelero, si bien en auge, debe saber que cuenta con diversas herramientas de reestructuración, también en sede concursal, en caso de ser necesario.

MARINA LORENTE

ASOCIADA SENIOR DE GARRIGUES MADRID

En los últimos tiempos, el sector hotelero ha experimentado un claro repunte. Las cifras avalan que la ocupación turística ha aumentado y las expectativas de este verano son buenas; parece que, en cuanto al turismo se refiere, la salida de la crisis comienza a hacerse patente y "los años de vacas flacas" están llegando a su fin.

No obstante, la crisis que ha afectado a España en estos años ha servido para que nuestro legislador enfocara sus prioridades en el desarrollo de nuevas y mejores herramientas al servicio de la reestructuración de los negocios en dificultades económicas hasta el punto de que, con las sucesivas reformas a la Ley Concursal, el sistema concursal español se ha convertido en uno de los más completos de Europa.

Primero, el legislador potenció e incentivó las medidas de saneamiento fuera del concurso a través de la regulación de los distintos acuerdos de refinanciación posibles, con la opción, incluso, de comunicar al Juzgado el inicio de las negociaciones de dichos acuerdos para evitar las posibles ejecuciones sobre el patrimonio del deudor e inhibir un concurso necesario. Esta opción, indudablemente, será la preferida por el empresario que solo necesite negociar con sus acreedores financieros una reestructuración de la deuda y conlleva casi tantos beneficios como los propios del concurso (ya se puede extender, incluso, los efectos de un acuerdo de refinanciación homologado a los acreedores disidentes, bajo determinadas condiciones) y, sobretodo, un ahorro de los costes y del tiempo que aquél conlleva.

Pero no está de más conocer también cómo el legislador ha perfeccionado la herramienta de restructuración concursal por excelencia, el convenio de acreedores, haciéndolo más útil, más flexible y más asequible, entre otras cosas, porque al mismo se han incorporado todas las bondades de los acuerdos de refinanciación.

La opción del convenio concursal será preferible en casos en que la reestructuración de la deuda haya de ir acompañada, inevitablemente, de una fuerte reestructuración operativa del negocio para racionalizar costes, ya sea porque la plantilla deba ajustarse, ya sea porque hay contratos de arrendamiento que resolver, contratos con proveedores que renegociar, etc. Este tipo de medidas para volver a poner a punto un negocio deficitario suelen ser más fáciles de lograr bajo el caparazón del procedimiento concursal, gracias al concepto del interés del concurso y la intervención de la administración concursal en su adopción.

Pues bien, la reciente Ley 9/2015 de 25 de mayo de 2015, de Medidas Urgentes en Materia Concursal, es la que ha incorporado -en su reforma de la Ley Concursal- muchas de estas novedades en el convenio concursal que pasamos a ver a continuación:

Contenido: el posible contenido del convenio se amplia y se flexibiliza. Por ejemplo, un deudor ya no necesita ceñirse a la propuesta anticipada de convenio que fracasó en la fase común sino que, en la fase de convenio concursal, puede formular una propuesta nueva.

Las quitas pueden superar el 50% y las esperas llegar hasta 10 años. Asimismo, el convenio podrá contener propuestas de conversión de créditos en acciones o en participaciones o cuotas sociales, en obligaciones convertibles o cualquier otro instrumento financiero de rango, vencimiento o características distintas a la deuda original.

Se sigue conservando la posibilidad de transmitir el negocio o una determinada unidad productiva a través del convenio. Y, como novedad, no contemplada expresamente para los acuerdos de refinanciación, el convenio puede prever la cesión en pago de bienes o derechos a los acreedores siempre que no resulten necesarios para la continuación de la actividad y su valor razonable sea igual o inferior al crédito que se extingue, prohibiéndose cualquier liquidación global del patrimonio. Esta ha sido, por ejemplo, una de las bazas presentadas en el convenio del concurso de Husa, la entrega de activos de la cadena en pago de la deuda, convenio que será sometido a la aprobación judicial próximamente.

Nuevo régimen de mayorías y posible extensión del convenio a los acreedores privilegiados: La mayoría del 50% del pasivo ordinario se mantiene para poder aprobar las propuestas de convenio que se entiendan como "blandas" (con quitas inferiores al 50% o esperas o conversiones de deuda en préstamos participativos durante un plazo menor a 5 años), aumentándose para las que puedan entenderse como "duras" (con quitas superiores al 50%, esperas superiores a 5 años o cualquiera de las demás medidas alternativas posibles, como la capitalización de créditos).

En contraposición al régimen anterior, podrán votar los acreedores que hubieran adquirido sus créditos con posterioridad a la declaración de concurso, salvo que se trate de personas especialmente relacionadas con el deudor.

En caso de financiación sindicada, se entenderá que la totalidad de los créditos de dicha financiación sindicada votan a favor de un convenio si lo hace un 75% de los mismos, salvo que el propio acuerdo de financiación sindicada establezca una mayoría menor.

Además, los acreedores privilegiados que tradicionalmente escapaban a la afección del convenio pueden ahora quedar vinculados por el mismo si una mayoría reforzada del pasivo de la misma clase de dicho acreedor vota a favor de la propuesta. Se establecen 4 clases de acreedores privilegiados (los de derecho laboral, los públicos, los financieros y el resto de acreedores), considerando también entre ellos a los acreedores con privilegio especial, esto es, los que ostenten garantía real sobre activos del concursado, que además verán reducido dicho privilegio al verdadero valor de la garantía, que tomará como base el valor razonable del bien sobre el que recae. Un acreedor hipotecario con garantía sobre el activo hotelero, tendrá, pues, menos margen de maniobra que antes, si el activo se ha devaluado (su privilegio se verá reducido), y menos aún en el caso de existir otros acreedores con privilegio especial que sí apuesten por la salida convenida del concurso del deudor, pues puede llegar a verse arrastrado por los efectos del convenio aun cuando no haya votado a su favor o lo haya hecho en contra.

Reconvenio: se potencia una segunda oportunidad para empresario y acreedores. Así, se podrá volver a intentar negociar un acuerdo entre deudor y acreedores en los casos de convenios que sean incumplidos hasta mayo de 2016, sin tener que estar obligados a iniciar la fase de liquidación concursal.

Ello se podrá hacer a través de un expediente de modificación del convenio, a solicitud del deudor o de determinados acreedores, junto con un plan de viabilidad; dicha solicitud impedirá instar la declaración judicial de incumplimiento de convenio.

Como vemos, el nuevo marco regulatorio del convenio concursal va encaminado a facilitar la exitosa consecución del mismo, por encima de la indeseada solución liquidataria, que propicia el despido de las plantillas y el cierre de los establecimientos.

En definitiva, si bien el estigma asociado al procedimiento concursal todavía no se ha erradicado del todo entre los empresarios españoles, el legislador se ha esforzado para que esta lacra cada vez sea menor, apostando por dotar a dicho procedimiento de un abanico flexible de medidas de restructuración, al igual que hizo en el marco preconcursal, de modo que, quien desee llevar a cabo una fuerte restructuración operativa junto con la financiera, o no tenga más remedio que acudir a este proceso, -por no haber logrado alcanzar el casi siempre preferible acuerdo de refinanciación-, no tenga que optar directamente por la liquidación, sino que pueda idear, con relativa facilidad, un plan con el que reflotar el negocio en el seno del mismo.

La crisis ha servido para el desarrollo de nuevas y mejores herramientas al servicio de la reestructuración de los negocios.

Nuestra cartera de productos se caracteriza por ofrecer soluciones de climatización, calefacción y ACS (agua caliente sanitaria) / Siempre con el objetivo de utilizar la eficiencia energética que tiene una clara visión a largo plazo

«Lo mejor es apostar por la eficiencia energética porque los resultados son medibles»

Gerardo Antequera. Director Comercial de Lumelco

LUMELCO, empresa nacional dedicada a la importación y distribución de equipos de climatización y calefacción Mitsubishi Heavy Industries, Kingspan Solar, Dantherm, Broad y Giersch.

Pregunta:-¿Cómo han recibido los establecimientos hoteleros los equipos que distribuye Lumelco?
Respuesta: Durante el año 2014 apostamos por el lanzamiento de un sistema altamente eficiente y muy orientado a hoteles, el sistema Q-TON de Mitsubishi Heavy Industries. Para ello, una de las acciones que realizamos para dirigirnos al sector hotelero fue comenzar un proyecto piloto de la mano del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) por el que los hoteles se beneficiaban de ciertas ventajas en la instalación de este sistema. Si bien ya durante 2014 comenzamos a notar el interés generado en los hoteles, éste ha aumentado notablemente en el presente año 2015, no solo en el sistema Q-TON sino en consultas recibidas sobre diferentes soluciones eficientes. Además, es importante destacar que en este sector se están realizando muchas reformas y rehabilitaciones y que se trata de un sector muy concienciado, que apuesta por la eficiencia energética y que tiene una clara visión a largo plazo. Nuestra cartera de productos se caracteriza por poder ofrecer soluciones de climatización, calefacción y ACS (agua caliente sanitaria) a este sector, teniendo como foco principal de atención, la eficiencia energética, algo cada vez más valorado.

Gerardo Antequera. Director comercial de Lumelco.

P:- Una vez terminado el verano y la temporada alta de muchos de los hoteles españoles ¿Cambian sus necesidades de ACS? ¿Es recomendable hacer ajustes en los equipos?
R: En la mayoría de casos con los que nos encontramos, los hoteles españoles aprovechan, como es lógico, la temporada alta y una vez que esta termina es cuando aprovechan a realizar las reformas oportunas. El ACS es algo fundamental y primordial en un hotel. Siempre damos por hecho que en los hoteles vamos a abrir el grifo y enseguida va a salir agua caliente y, por supuesto, que disfrutaremos de una ducha placentera. Pero esto tan lógico, en muchos casos, supone un importante consumo de energía que mes a mes va incrementándose en la factura. El sistema que hemos mencionado anteriormente para ACS tiene un consumo mínimo. Tenemos ejemplos en los que este sistema se amortiza en dos años y a partir de entonces todo es ahorro: ahorro del 60% frente a una caldera de gasóleo, por ejemplo.

Por lo tanto, nuestra recomendación siempre que se tenga una visión a medio plazo, es apostar por la eficiencia energética porque los resultados son medibles.

P: Como bien sabéis hay una buena parte de la planta hotelera instalada en el litoral. ¿Sufren más los equipos instalados en zonas costeras? ¿Es necesario hacer un mantenimiento específico?
R: En zonas costeras donde la humedad y el ambiente salino pueden dañar a los equipos, en algunos casos, es necesario realizar un mantenimiento especial. En el caso de nuestros equipos Mitsubishi Heavy Industries, tanto para climatización como para ACS, todo ellos tienen el tratamiento Blue Fin que evita la corrosión, por lo tanto, no es necesario un mantenimiento especial o diferente que el que se pueda hacer en otras zonas del interior.

P: El año pasado comenzasteis un proyecto piloto con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) por el que los hoteles podían acogerse a un programa de instalación del sistema Q-TON de Mitsubishi Heavy Industries en condiciones muy especiales. ¿Sigue abierto este proyecto? ¿Puede participar cualquier hotel? ¿Cómo pueden participar?
R: Recientemente hemos asignado un finalista para el proyecto piloto que teníamos en marcha con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). Se trata de un hotel de Las Palmas de Gran Canaria que cuenta con 130 camas. Lleva años funcionando y está interesado en ir haciendo reformas que vayan aumentando la eficiencia energética del edificio y de su funcionamiento. En este caso, el ACS se suministraba gracias a una caldera de gas y el estudio previo que hicimos con el sistema Q-TON arrojaba un ahorro del 60% en consumo de energía anual. En cualquier caso y dado que la cantidad de solicitudes recibidas ha superado con creces las expectativas, estamos considerando proporcionar condiciones especiales para algún otro hotel de los que han participado en el proyecto.

P: El sistema Q-TON de Mitsubishi Heavy Industries es único hoy por hoy en el mercado ¿Por qué es idóneos para las características de los establecimientos hoteleros?
R: A día de hoy es la única bomba de calor para ACS hasta 90ºC con CO2 y compresor inverter. Esto supone que este sistema llega a alcanzar un COP del 5,6, es decir, por cada kW de energía que pagamos, recibimos 5,6 kW, lo que supone un importante ahorro para aquellas instalaciones con gran demanda de agua caliente sanitaria como son los hoteles.

Una de las ventajas importantes que ofrece este sistema es la sencillez a la hora de instalarlo, pudiendo instalarse tanto en el interior como en el exterior por lo que no es necesario destinar una sala técnica para la ubicación del sistema de producción de ACS del hotel, aprovechando al máximo el espacio disponible.

Gracias al sistema de control que tiene Q-TON y a su versatilidad, podemos ajustarnos a las necesidades de demanda en cada punto del día, optimizando la producción al máximo para cubrir la demanda de la manera más eficiente posible.

En Lumelco elaboramos el informe técnico justificativo con una simulación diaria para cada mes del año, haciendo una comparativa energética frente al resto de sistemas convencionales y realizando también un cálculo de la amortización de la inversión de cara a analizar la viabilidad del proyecto. En esta misma línea, se elabora la justificación técnica del sistema Q-TON como energía renovable.

P:¿Tenéis alguna novedad interesante para el sector?
R: Recientemente hemos firmado un acuerdo con Dantherm, fabricante danés de reconocido prestigio en el campo de la deshumidificación y ventilación, con el que llevamos trabajando 30 años en Lumelco Portugal. Entre los productos que comercializaremos, cabe destacar los deshumidificadores para piscinas cubiertas, spas, balnearios… fundamental en un hotel si queremos conseguir un ambiente agradable y confortable. Sin duda esto representa una nueva oportunidad para Lumelco de seguir ofreciendo a sus clientes un mayor rango de soluciones energéticamente eficientes.

Lumelco apuesta por el sector hotelero con productos especializados según sus necesidades.

Los agentes sociales suscriben el III Acuerdo para el Empleo y la negociacion colectiva

El 8 de junio CEOE, CEPYME, CC.OO. y UGT consensuaron el III AENC para los años 2015, 2016 y 2017

El III AENC extenderá su vigencia a lo largo del citado trienio, siendo su finalidad facilitar a los agentes sociales criterios, orientaciones y recomendaciones para la negociación de sus convenios colectivos, en aras a incentivar la actividad económica. Dedica una especial atención al empleo y a la contratación, siendo el objetivo prioritario mantener, fomentar y recuperar el empleo, principalmente de los más jóvenes, estableciendo instrumentos que permitan a las empresas mantener y mejorar su productividad y posición competitiva en el mercado.

CARLOS SEDANO

ASESOR LABORAL DE CEHAT

El tercer Acuerdo para el empleo y la negociación colectiva arranca haciendo referencia a su homólogo precedente: el II AENC (2012-2014) el cual se gestó en un escenario de intenso y creciente deterioro de la actividad, del tejido productivo y del empleo, lo que propició que el mismo pivotara sobre el incremento moderado de los precios y rentas, y sobre la flexibilidad interna. El actual escenario, en el que se constata cierta consolidación de la recuperación de la actividad, y su continuidad al menos en 2016, presenta, no obstante estas mejores perspectivas, serias dificultades debido a factores que limitan todavía el crecimiento y sitúan la economía española en una posición aún demasiado vulnerable ante episodios de incertidumbre. Entre dichos factores, bien conocidos, se alude a la alta tasa de paro, el abultado déficit público, el elevado nivel de endeudamiento, las dificultades al acceso de financiación y los altos niveles de desigualdad y exclusión social.

Por ello el III AENC, partiendo de la experiencia positiva de los acuerdos precedentes en los que ya se establecían criterios, orientaciones y recomendaciones a los negociadores de los convenios colectivos, persiste en los objetivos de dichos acuerdos, e incorpora además otros contenidos, todo ello a fin de servir de instrumento que permita afrontar las situaciones de crisis e incertidumbre económica en mejores condiciones.

El empleo y la contratación, la formación y cualificación profesional, los procesos de restructuración, los derechos de información y consulta de los representantes de los trabajadores, la igualdad de trato y oportunidades, la seguridad y salud en el trabajo, la estructura salarial y determinación de incrementos salariales, necesidades de información, previsión social complementaria, instrumentos de flexibilidad y condiciones de trabajo, clasificación profesional y movilidad funcional, ordenación del tiempo de trabajo, inaplicación de determinadas condiciones de trabajo en los convenios, teletrabajo, incapacidad temporal, absentismo, ultraactividad y proceso negociador, comisiones paritarias y sistemas autónomos de solución de conflictos, son los puntos abordados por este III AENC que, según se indica en su introducción, colabora junto a sus precedentes "a una mayor resistencia a la desaceleración de la economía española, a la moderación salarial y a una menor destrucción de empleo".

Sin entrar a analizar, dado lo extenso de la materia, todos los aspectos abordados por el III AENC, sí conviene detenerse en el aspecto del empleo y contratación, ya que se define como objetivo prioritario de la negociación colectiva el mantenimiento y la recuperación del empleo de calidad. El acento se pone en reducir la temporalidad, sin perjuicio de mantener un marco de contratación temporal que permita responder a las necesidades coyunturales de las empresas, fomentando el uso adecuado de las distintas modalidades contractuales y adoptando fórmulas que eviten el encadenamiento injustificado de contratos temporales. Medidas como la ampliación hasta en doce meses la duración máxima legal de los contratos por obra o servicio determinado, el fomento del contrato a tiempo parcial indefinido, la regulación del periodo de prueba como medio de propiciar el conocimiento mutuo de los contratantes, o la externalización productiva que garantice la aplicación de la regulación convencional correspondiente, son algunas de las contempladas en este punto por el III AENC.

Especial mención merece el desempleo juvenil, que pretende combatirse mediante la promoción de los contratos de aprendizaje y la formación dual, las diversas fórmulas legales que propician la formación de los trabajadores y la priorización de la contratación laboral frente a las prácticas no laborales en las empresas.

Otros dos platos fuertes del acuerdo son el tema salarial y los instrumentos de flexibilidad interna en las empresas. En cuanto al primero, las orientaciones y criterios para la negociación colectiva consisten en adoptar una política retributiva que simultáneamente contribuya a la reactivación económica, a la creación de empleo y a la mejora de la competitividad de las empresas españolas. A tales efectos se propicia un avance en el incremento de los salarios en aquellos sectores y empresas cuya realidad económica lo permita, sugiriendo la racionalización de las estructuras salariales con el fin de dar entrada a criterios vinculados a la productividad, los resultados y las circunstancias de las empresas.

En términos cuantitativos, el incremento sugerido para el año 2015 es de hasta el 1% y de hasta el 1,5% para 2016. El aumento para 2017 no se concreta, si bien se emplazan las partes para hacerlo tomando como referencia la evolución del PIB de 2016 y el cuadro macroeconómico del Gobierno para 2017. Partiendo de estas directrices, los negociadores deberían tener en cuenta las circunstancias específicas de su ámbito para fijar las condiciones salariales, en función de la productividad y del empleo, con el objetivo de mantener su posición en el mercado y no verse perjudicadas en términos de competitividad; asimismo, se sugiere que los aumentos retributivos se destinen preferentemente a retribuciones de carácter variable.

A este respecto conviene señalar que la subida salarial media pactada en los convenios colectivos registrados hasta junio del corriente año (un total de 1.064) alcanza el 0,73% (por debajo de lo previsto en el III AENC), según cifras provisionales del Ministerio de Empleo. Del total, 751 eran convenios de empresa, con una subida salarial media del 0,58%, mientras que 313 eran convenios de ámbito superior, con un incremento retributivo medio del 0,74%. Anecdóticos son los casos de convenios que reducen el salario medio, mientras que es remarcable que un total de 355 convenios congelaron los salarios. Por sectores, las mayores subidas las registran los convenios del sector de la construcción, seguidos por la agricultura, industria y, por último, los servicios.

Asimismo, es remarcable que la cifra de inaplicaciones de convenio se haya reducido un 32,1% sobre el mismo periodo de 2014. Por sectores, las inaplicaciones afectaron mayoritariamente al sector servicios, seguidos por la industria, la construcción y sector agrario.

En lo que respecta a los instrumentos de flexibilidad interna y condiciones de trabajo, los negociadores apuestan por potenciar en los convenios colectivos los mecanismos de adaptación internos de las empresas sobre los externos, como medio más adecuado para mejorar su competitividad así como para mantener el empleo y la calidad del mismo. Se recomienda el uso flexible del tiempo de trabajo y la movilidad funcional, propiciando que sea en el seno de las empresas donde esa negociación sobre jornada, funciones y salarios se desarrolle, por entender que es el ámbito más adecuado para regular estos conceptos.

La movilidad funcional, la polivalencia funcional y la ordenación flexible del tiempo de trabajo -con el cómputo anual de jornada y su distribución irregular, como contenido mínimo del convenio- son contemplados como herramientas para el mantenimiento de la actividad y del empleo, con los límites legales, y con vistas a promover la conciliación de la vida laboral y la personal. Asimismo, aspectos como el teletrabajo, el control de la incapacidad temporal y el absentismo laboral se abordan como contenidos relevantes de la negociación colectiva.

Por último, tras los pronunciamientos judiciales en materia de ultraactividad, con la inseguridad jurídica que los mismos han suscitado, los firmantes del III AENC proponen su regulación en convenio colectivo, sugiriendo adicionalmente adoptar acuerdos parciales sobre materias concretas como alternativa al bloqueo en la negociación, además de la posibilidad de acudir a los sistemas autónomos de solución de conflictos.

Por la izquierda, Antonio Garamendia (Cepyme), Juan Rosell (CEOE), Ignacio Fernández Toxo (CCOO) y Cándido Méndez (UGT), tras la firma del pacto.

RAFA NADAL ACADEMY
movistar

DEKTON 10 AÑOS GARANTIA

RAFA NADAL

DEKTON. UNLIMITED.

SUPERFICIES PARA INTERIOR Y EXTERIOR

COLOR AURA NATURAL Collection

Para ser el número uno del mundo hay que jugar sin límites,
vencer en todas las superficies: tierra, hierba, cemento y moqueta.
Bajo techo y al aire libre.

Por eso DEKTON aspira a lo más alto.
Porque es la opción ganadora en cocinas interiores, en terrazas y cocinas de exterior.
Porque sus cualidades físicas le hacen resistente, duradero, estético, versátil.

DEKTON ES UNLIMITED.

DEKTON®
designed by COSENTINO®

WWW.DEKTON.COM

PABELLÓN DE ESPAÑA
EXPO MILANO 2015

COSENTINO HEADQUARTERS: Ctra Baza a Huércal Overa, Km 59 / 04850 Cantoria - Almería (Spain)
T: +34 950 444 175 / F: +34 950 444 226 / e-mail: info@cosentino.com / www.cosentino.com / www.dekton.com

Francia prohíbe por ley las cláusulas de paridad de precios

Otro paso crucial para que los hoteleros europeos recuperen el control sobre su oferta

La Ley Macron ha sido aprobada por la Asamblea Nacional Francesa, en la cual se suprime cualquier cláusula de paridad de los contratos entre hoteleros y agencias de viajes online. Se trata de la primera ley en Europa que prohíbe las cláusulas de paridad.

La Asamblea Nacional Francesa tomó el pasado Julio, una decisión importante aprobando la llamada "Ley Macron", por la cual se suprime cualquier cláusula de paridad de los contratos entre hoteleros y agencias de viajes online (OTAs) y se califica el tipo de contrato como un "contrato de mandato". Esta es la primera decisión a nivel legislativo en Europa que prohíbe explícitamente las cláusulas de paridad de precios de dichos contratos. Con esta decisión los hoteleros en Francia recuperan su libertad empresarial y podrán ofrecer a sus clientes cualquier oferta o descuento que consideren oportunos. Francia se convierte en el segundo país europeo después de Alemania, donde las autoridades públicas deciden prohibir las cláusulas de paridad de precios en los contratos con las OTAs.

La ley francesa permitirá a los hoteleros franceses establecer precios más bajos en sus canales de distribución directa online y offline, que las tasas disponibles a través de intermediarios, poniendo fin así a las cláusulas de paridad de precio obligatorias. Comparada con la decisión de varias autoridades nacionales de competencia, incluyendo la francesa, del pasado 21 de abril de 2015, que sólo permite la libre fijación de precios a través de canales offline, o en otras palabras, a través de canales de distribución del siglo XX como el teléfono, el fax, cartas, etc., la ley francesa atiende la realidad de los tiempos actuales.

Para Juan Molas, Presidente de CEHAT la ley aprobada en Francia "es una auténtica revolución que está en marcha para la industria hotelera francesa y europea, pero sobre todo para nuestros clientes. Tras la decisión de la autoridad de competencia francesa, esta ley contribuirá a la creación de un renovado marco contractual para restablecer las condiciones de una relación comercial basada en la confianza entre hoteles y sitios de reserva en interés del consumidor".

Didier Chenet, Presidente de la asociación de hostelería francesa GNI aplaude la decisión de la Asamblea nacional francesa ya que "sin duda, confirma la prohibición de las cláusulas de la paridad en toda Francia, marcando otro hito en los debates en Francia y en toda Europa sobre la aplicabilidad de las cláusulas de la paridad".

Susanne Kraus-Winkler, presidente de HOTREC, la patronal europea de la hostelería, da la bienvenida a la nueva ley francesa: "La industria hotelera Europea considera esta decisión como un hito clave para restaurar la libertad empresarial completa para los hoteleros de toda Europa. Después de Alemania, que prohibió las cláusulas de la paridad en un caso de competencia, seguido por una sentencia judicial, Francia abre con el proceso legislativo, un nuevo camino a seguir".

La decisión francesa junto con las decisiones adoptadas anteriormente por la autoridad nacional de competencia alemana y sus tribunales , cuestionan seriamente la relevancia del anuncio reciente de Booking.com y Expedia mediante el cual alinean los términos y condiciones de sus contratos con los hoteleros de toda Europa de forma parecida a los compromisos formalmente adoptados por Booking.com con las autoridades de competencia de Francia, Italia y Suecia el pasado 21 de Abril. Juan Molas, presidente de CEHAT, espera que "la restauración de la libertad empresarial no se detenga en las fronteras francesas y alemanas".

La Asamblea Nacional Francesa.

CEHAT se compromete a respetar el Código Ético Mundial para el Turismo

Promete respetar y promover el desarrollo de un turismo responsable y sostenible

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha firmado el Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT, prometiendo respetar, promover y asumir sus valores en sus políticas y operaciones. De esta manera se intenta promover el desarollo de un turismo responsable y sostenible.

El Código Ético Mundial para el Turismo es el principal documento de los principios de la OMT y sirve de hoja de ruta para el desarrollo de un turismo responsable y sostenible. Adoptado en 1999 por la Asamblea General de la OMT, y refrendado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001, contiene un conjunto de principios cuya finalidad es maximizar los beneficios socioeconómicos del sector, mitigando a la vez cualquier efecto negativo.

CEHAT está integrada por 64 asociaciones regionales, que representan a cadenas hoteleras, hoteles boutique y apartamentos repartidos por toda la geografía española. Con esta firma, CEHAT se compromete a promover y observar los valores defendidos en el Código, especialmente en los aspectos sociales, culturales y económicos, así como a informar de su cumplimiento al Comité Mundial de Ética del Turismo. La firma tuvo lugar en la sede de la OMT en Madrid, con la presencia de la Secretaria de Estado de Turismo de España, Isabel Borrego, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, y el Presidente de CEHAT, Juan Molas

Durante el acto, la Secretaría de Estado , Isabel Borrego puso de relieve el compromiso del sector turístico español con la mejora del bienestar social y con la concienciación ciudadana de la capacidad del turismo de contribuir a esos objetivos. En este sentido, recordó la importancia del turismo para España, donde ha tenido un papel clave en la recuperación económica y en la creación de riqueza y puestos de trabajo.

El Sr. Rifai subrayó el protagonismo del sector privado en el avance del turismo responsable: "La OMT se complace en dar la bienvenida a CEHAT como signatario del Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial. Sin la voluntad del sector privado de asumir su responsabilidad económica, social y ética, el turismo no puede desarrollar su potencial como vehículo de desarrollo sostenible e inclusivo en el mundo, y aplaudimos su decisión de posicionarse a favor de un sector turístico más ético".

La firma tuvo lugar en la sede de la OMT en Madrid, con la presencia de la Secretaria de Estado de Turismo de España, Isabel Borrego, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, y el Presidente de CEHAT, Juan Molas.

"Para CEHAT, es una satisfacción y una gran responsabilidad adherirse al Código Ético Mundial para el Turismo promovido por la OMT. Sin ninguna duda, haremos partícipes a todos nuestros asociados, a través de su extensa red de hoteles, en el cumplimiento del mismo", afirmó el Juan Molas. Con la firma de dicho Compromiso, CEHAT se suma a las 417 empresas y asociaciones de 57 países que han firmado el Compromiso del sector privado con el Código Ético hasta la fecha.

All inclusive. Turismo y regeneración de la ciudad

Antonio Mayor, presidente de HOSBEC

Benidorm es un claro modelo de negocio a seguir para los hoteles, no solo la gran inversión que se hace en ellos sino también el esfuerzo de dejar los hoteles abiertos durante el invierno, con precios que rozan el ridículo y las pérdidas económicas, pero que ayudan a que la ciudad mantenga volúmenes de actividad y que otros sectores pueden sobrevivir durante los meses de la temporada baja.

Asistimos cuando menos sorprendidos a un estéril debate sobre un supuesto modelo turístico de la ciudad de Benidorm, que creemos se genera al abrigo de esta última y peligrosa tendencia de cuestionar, paralizar y poner trabas a una de las actividades económicas que menos disgustos y mayores alegrías ha traído para la economía nacional, provincial y local en los últimos 25 años.

Como objetivo de las críticas, no podemos quedarnos impasibles ante los ataques injustificados al sector hotelero y al alojamiento turístico reglado que han sido y son el alma y el principal regenerador de la imagen de la ciudad.

Más de 600 millones de euros en los últimos 10 años avalan la reinversión permanente y puesta al día de las instalaciones de alojamiento, constituyendo un ejemplo a imitar por los demás sectores y por el mismo Ayuntamiento.

Pero la solidaridad con la ciudad de este sector no sólo se demuestra en estas millonarias cifras, sino también en dejar los hoteles abiertos durante el invierno, con precios que rozan el ridículo y las pérdidas económicas, pero que ayudan a que la ciudad mantenga volúmenes de actividad y que otros sectores pueden sobrevivir durante los meses de la temporada baja. Tan sólo el esfuerzo en iluminar toda las fachadas de los hoteles durante el invierno debería ser motivo de felicitación, porque de otra forma estaríamos ante una ciudad fantasma.

Así que seguramente sería más útil criticar menos al sector que más puestos de trabajo sostiene y que más contribuye vía impuestos y preocuparse más de regularizar los sectores de alojamiento ilegal y ese nuevo tipo de economía sumergida que está subiendo de forma alarmante.

Aunque no le guste a algunos, hemos sido y somos la locomotora que ha hecho posible el éxito de esta ciudad.

El debate sobre la modalidad del 'todo incluido' revela un profundo desconocimiento del sector y de las básicas nociones de economía y empresa, así como una alarmante desinformación de los efectos catastróficos que iniciativas similares tuvieron en otros destinos turísticos. Sin 'all inclusive' muchos productos de nueva creación complementarios al oferta existente no hubieran podido aparecer, y el empobrecimiento de la oferta de la ciudad ahora sería un problema con difícil solución.

Benidorm, por su capacidad y por su volumen, no puede prescindir de esta modalidad que eligen los turistas, que es una tendencia mundial y que es un producto con demanda creciente. Ocho mil turistas entre 300.000 en el momento de mayor carga de visitantes no pueden resultar nunca un problema. El problema seguramente es otro, pero costará admitirlo.

Un turista de 'todo incluido' buscará ese producto en los destinos que se lo proporcionen. Es una tendencia tan globalizada que incluso los resorts turísticos más exclusivos y cruceros lo ofrecen entre su catálogo de servicios. Así que el 'todo incluido' nada tiene que ver con poderes adquisitivos o niveles de renta, ni con turistas de mejor o peor calidad.

Pero es que nos sorprende ver como aquellos que no invierten ni un euro en la promoción de la ciudad se permiten el lujo de culpar al 'todo incluido' de sus males empresariales y buscar al alojamiento reglado como el chivo expiatorio.

Tenemos que recordar que desde la creación de la Fundación Turismo de Benidorm, HOSBEC ha cargado con el peso de la inversión privada tanto directa como indirecta, y que de las cuentas de resultados de sus asociados se recaudan anualmente más de 100.000 euros para hacer frente a los compromisos adquiridos con el modelo turístico de la ciudad. A todo ello se suman las campañas institucionales de 450.000 euros cada ejercicio, más las inversiones en publicidad que cada empresa hotelera realiza a nivel particular que no son pocas. Los que nos cuestionan no sólo no aportan nada, sino que dejan deudas por valor de más de 85.000 euros sin ningún tipo de sonrojo.

El presidente de HOSBEC, Antonio Mayor.

Así que también sería más productivo dejar de criticar para participar, implicarse activamente en la promoción de Benidorm, y plantear todas sus dudas en los foros adecuados antes de saltar sin paracaídas al ruedo mediático.

Porque desde el sector de alojamiento pensamos que mucho más dañino que el 'todo incluido' es para Benidorm la imagen tercermundista de los retranqueos de muchos comercios. Que el deterioro de la ciudad tiene otros responsables que no son precisamente los hoteleros. Que hay muchas vigas en el ojo propio como para poner el foco en aquello que no es precisamente un problema.

Para cualquier hotelero sería una maravilla poder vender sólo alojamiento y nada más. Cientos de problemas menos y muchas más rentabilidad. Pero si nos hubiéramos anquilosado en ese modelo habríamos desaparecido. En el mundo de la empresa la teoría de la evolución es una certeza, y sólo los que son capaces de adaptarse sobreviven a los cambios de los mercados, y pocos proteccionismos tienen éxito.

La actualidad económica internacional nos da una pista de por dónde van los tiros. Si ni siquiera Grecia, con su populismo y su referéndum, ha podido ir en contra de los mercados. El intentar alterar la evolución de la demanda y los gustos de los consumidores es una tarea baldía, estéril y censurable.

Que fácil y gratuito es reivindicar un turismo de calidad y de exclusividad... en un país con cinco millones de parados. Se debería ser mucho más responsable con estos brindis al sol en momentos económicamente todavía críticos.

Desde luego que hay muchas cosas que mejorar y muchas cosas que cambiar, pero la autocrítica del funcionamiento de la ciudad no puede ser exclusivamente resumida por una modalidad de alojamiento.

Porque todos queremos cambiar el mundo, pero ninguno piensa en cambiarse a sí mismo.

Eva Bartolomé, nombrada nueva directora general de Turismo de Cantabria

Eva Bartolomé, que accede a la Dirección General de Turismo tras la constitución del nuevo Gobierno de Cantabria, es licenciada en Filosofía y Letras por la Universidad de Cantabria. Fue profesora de Lengua Literatura, Historia e Inglés en la Academia Jesús Gutiérrez de Torrelavega y directora gerente del Hotel Torrelavega.

Bartolomé repite cargo, ya que fue directora general de Turismo entre 2003 y 2007. También ha sido diputada regional de 2007 a 2015.

Eva Bartolomé repite cargo, ya que fue directora entre 2003 y 2007.

El hotel Arturo Soria Suites, propiedad ya de Artiem Hotels.

Artiem Hotels abrirá un nuevo hotel en Madrid en otoño de este año

Artiem Hotels ha comprado un establecimiento hotelero en Madrid y, tras una remodelación, abrirá este otoño su primer complejo hotelero fuera de Menorca, según informó la compañía en un comunicado.

La hotelera menorquina ha adquirido el hotel Arturo Soria Suites, un complejo de cuatro estrellas, que consta de 83 habitaciones, situado cerca del recinto ferial de Madrid (Ifema).

El objetivo de Artiem Hotels es trasladar de Menorca a la capital española su marca 'Artiem Fresh People', que se basa en aportar al cliente un ambiente de "relax, gastronomía y la vida sana".

Artiem Hotels cuenta con tres hoteles en Menorca: el 'Hotel Capri de Maó', con 75 habitaciones; el 'Hotel Audax' de Cala Galdana, de cuatro estrellas superior y con 244 habitaciones; y el 'Hotel Carlos III', un cuatro estrellas con 85 habitaciones situado en el puerto de la ciudad insular.

La modificación de bases imponibles en el concurso de acreedores

La modificación de bases imponibles del Impuesto sobre el Valor Añadido

En el presente artículo escrito por el abogado de Tourism & Law, Javier Navarro, se revisa un procedimiento que si, bien, viene de antiguo, está en plena vigencia dada la persistencia de los procedimientos de concurso de acreedores en las empresas del sector turístico: la modificación de bases imponibles del Impuesto sobre el Valor Añadido.

JAVIER NAVARRO
ABOGADO DE TOURISM & LAW

El crecimiento económico durante el último año ha tocado niveles que ya casi escapaban a la memoria, con unas tasas de crecimiento cercanas al 3% interanual. Este crecimiento económico ha estimulado la inversión en nuestro país y, además, ha favorecido el crecimiento empresarial. Pero, a pesar de esta tendencia favorable, aún restan ciertas rémoras amenazan a una economía cuyo crecimiento no está aún consolidado.

Atendiendo a datos del Instituto Nacional de Estadística, cerca de 1.300 empresas dedicadas a la hostelería declararon concurso de acreedores durante el los últimos cuatro años, cuestión que supuso unas pérdidas multimillonarias al sector. En la actualidad, tal y como se apuntaba anteriormente, se ha producido un reseñable repunte de la economía nacional, lo que ha propiciado que los últimos datos dispongan una mejora sustancial en el número de procedimientos concursales del sector declarados en España durante 2015.

Sin embargo, una serie de factores, tales como la falta de consolidación del crecimiento económico o la dificultad para encontrar financiación adecuada, permiten que la sombra de los procedimientos concursales continúen acechando a la capacidad de atender a las deudas que clientes destinatarios de las operaciones contraen con el empresario hotelero.

Una vez que el destinatario de las operaciones declare el concurso de acreedores, ¿de qué herramientas dispondrá el empresario para proteger sus intereses? Evidentemente, la primera solución, que no entraremos a valorar en detalle, será la comunicación del crédito a la entidad concursada de cara a obtener el reconocimiento de dicha cuantía. No obstante, esta es una solución que, aún siendo de recomendable ejercicio, en la mayoría de las ocasiones desembocará en una mera declaración que queda diluida ante las posibilidades de cobro efectivo de la deuda, o parte de la misma, una vez finalizado el procedimiento. En adición a esto, existe otra medida paralela que permitirá, de manera mucho más directa, aliviar el perjuicio sufrido por el empresario en el caso de sufrir un concurso de acreedores: la modificación de bases imponibles del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

Recordemos que, en el caso del IVA, una vez devengadas las entregas de bienes o prestaciones de servicios, el empresario deberá ingresar en la Hacienda Pública las cuotas correspondientes a los bienes o servicios entregados o prestados. Pero, dada la política de facturación y pago de multitud de empresas, puede ocurrir que entre el momento de devengo de la operación y la fecha teórica de pago se declare el concurso de acreedores. En este supuesto, y siempre y cuando la prestación de servicios y el consecuente devengo del Impuesto se hayan dado antes de la declaración del concurso de acreedores, el empresario hotelero habrá incurrido en una repercusión fiscal que, en ningún caso, debería asumir.

¿Cuál es el procedimiento legal para resolver esta cuestión? En primer lugar, debemos tener en cuenta que, al ser un procedimiento regulado de manera específica a través de la Ley 22/2003, Concursal, la legislación del IVA realiza una remisión directa a aquella norma. De tal modo, en el plazo previsto legalmente (un mes, dispuesto en norma concursal para la comunicación de créditos, más dos, dispuestos en la Ley 37/1992, del Impuesto sobre el Valor Añadido, en adelante LIVA), el empresario deberá proceder a la modificación de las bases imponibles. La vía para realizar dicha modificación no deja de ser otra que la emisión de una factura rectificativa.

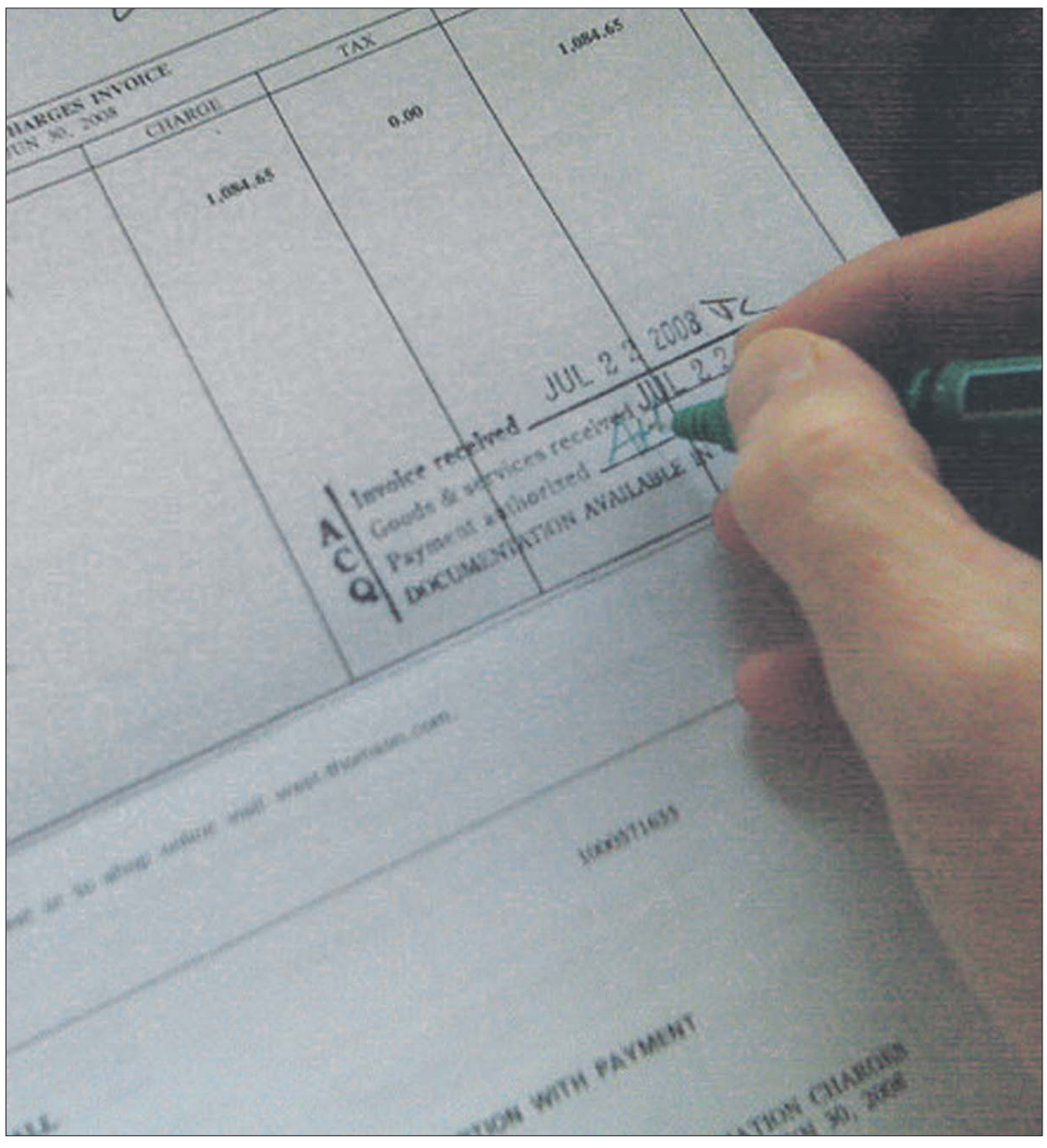
Las facturas rectificativas y su contenido esencial quedan recogidos en el Real Decreto 1619/2012, de Obligaciones de Facturación. Esta norma manifiesta, entre otros, los extremos que deberá reunir la factura rectificativa que deberá utilizarse a estos fines. Algunos de los datos más relevantes que deberán quedar registrados en este documento serán (recordemos que, a pesar de la denominación "rectificativa", no deja de ser una factura): una numeración específica, datos del emisor de la factura, datos del receptor de la factura, identificación de la o las facturas que se pretende rectificar, base imponible que se pretende modificar, tipo impositivo, cuota de IVA a minorar o, bien, la expresión de que dicha modificación de bases imponibles se realiza sólo a efectos de cumplir lo dispuesto en el artículo 80.3 LIVA.

¿A quién deberá realizarse la comunicación de la modificación de la base imponible? En el supuesto que nos ocupa, o sea, el concurso de acreedores, deberá comunicarse por partida doble a la Administración Concursal y al destinatario de las operaciones (el deudor) en el plazo previamente comentado. Adicionalmente a esto, es altamente recomendable dejar constancia fehaciente, por medios adecuados, del envío y recepción por parte de ambos destinatarios.

Seguidamente, el procedimiento no acabará aquí, pues será necesario realizar una comunicación más: el empresario deberá proceder a la comunicación a la Agencia Estatal de Administración Tributaria. A estos efectos, y de manera obligatoria desde 2014, se estableció un modelo de presentación telemática (modelo 952) en el que se incluirá la factura rectificativa además de los datos identificativos del empresario y del destinatario de las operaciones. Para la comunicación de la de esta operación el empresario dispondrá de 1 mes (para el procedimiento abreviado los todos plazos se reducen a la mitad según el artículo 191 de la Ley Concursal) desde la emisión de la factura rectificativa. En caso de no proceder a informar de la modificación de las bases imponibles en este plazo, distintas instancias administrativas (tales como el Tribunal Económico-Administrativo Central o la Dirección General de Tributos) han dispuesto la imposibilidad de que se dé trámite a la solicitud y, consecuentemente, a que decaiga el derecho del empresario a la minoración de las cuotas ingresadas.

Finalmente, es conveniente atender a las obligaciones de gestión tendentes a la minoración de las cuotas de IVA correspondientes: las modificaciones de bases imponibles deberán hacerse constar, en todo caso, de manera debida en los procedimientos de gestión fiscal correspondientes, ya sea en los modelos mensuales o trimestrales, como en los modelos anuales correspondientes al Impuesto.

En definitiva, podemos concluir que, si bien es cierto que en los casos de concurso de acreedores existe una gran variedad de factores que incidirán directamente en la posibilidad de cobro de los bienes entregados o servicios prestados, y que en la mayoría de los casos escaparán fuera del control del empresario hotelero, existen medidas como la modificación de bases imponibles que permitirán eludir ciertos efectos negativos derivados de las situaciones de insolvencia.



Las facturas rectificativas y su contenido esencial quedan recogidos en el Real Decreto 1619/2012.

CURSOS GRATUITOS

PARA TRABAJADORES/AS DEL SECTOR HOTELERO

Presente y futuro de la cocina (100 horas)
Preelaboración y conservación de alimentos (125 horas)
La tapa: nuevas tendencias (110 horas)
Certificado manipulador alimentos mayor riesgo (30 horas)

Modalidad on line.

Información en chelo.oteo@cehat.com

GOBIERNO DE ESPAÑA | MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL | SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

Subvencionados por el Servicio Público de Empleo Estatal

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Los Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) son actores clave de diversos sectores productivos de la economía española y partícipes fundamentales en el desarrollo de proyectos en torno al sector hotelero. El apoyo de los Socios Colaboradores a CEHAT, permite establecer una relación de confianza y beneficio mutuo entre ellos y las Asociaciones que forman CEHAT y que redunda en la mejora del sector turístico español.

AXPO IBERIA

Axpo Iberia es una filial del grupo suizo Axpo, uno de los grupos energéticos más prestigiosos. Axpo suministra electricidad en alta tensión (actualmente más de 5 TWh anuales) a una amplia cartera de clientes en sectores industriales y grandes-medianas empresas en España y Portugal.
http://www.axpo.com

DYRECTO

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

ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez constituye un centro emblemático en la formación de los profesionales del sector hostelero. Dotada de unas inmejorables instalaciones se ha convertido en un referente de calidad con proyección en la realidad andaluza.
Contacto: 956 03 50 50
www.escuelahosteleriajerez.org

GAT

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

GRUPO COSENTINO

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

IMPUESTALIA

Impuestalia, empresa especializada en la revisión de valores catastrales de inmuebles a efectos impositivos. Impuestalia ha revisado más de 12.000 inmuebles de todo tipo: locales y centros comerciales, edificios de oficinas, hoteles, campos de golf, aparcamientos, etc. Uno de sus principales valores añadidos para sus clientes es la fórmula de "trabajo a éxito", es decir, los honorarios se obtienen a partir del ahorro conseguido al cliente.

Cobertura nacional con seis sedes principales, más de tres años especializados en gestión catastral para empresas.
Web: www.impuestalia.net

INTERMUNDIAL

Intermundial es el broker de seguros especialista en turismo que crea y comercializa productos únicos tanto para las empresas del sector turístico como para los viajeros: soluciones a medida para hoteles y alojamientos turísticos; seguros para turoperadores, agencias de viaje, y otras empresas turísticas, así como para sus empleados; seguros para todo tipo de viajes (vacaciones, aventura, cruceros, ejecutivos, etc.). Intermundial realiza estudios de riesgos y diseña planes de pólizas que responden exactamente a las necesidades de los hoteleros.
Telf.: 91 290 30 82
www.intermundial.es

"LA CAIXA"

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

LINGUASERVE

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

LUMELCO

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

MYPROVIDER

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

NESTLE

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
Telefono: SAC: 934805008 / 902112113 (Helados)
swww.nestleprofessional.es / www.helados.nestle.es

PIKOLIN

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

RENOLIT

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

SODEXO

Sodexo es la única empresa del sector que integra una oferta completa de servicios innovadores basada en más de 100 profesiones. En España da servicio a 425.000 personas, sus servicios On Site se basan en un modelo de Facility Management orientado a lograr una combinación óptima de reducción de costes y garantía de servicio.

Sodexo responde a las necesidades del sector hotelero gracias a sus más de 48 años de experiencia ofreciendo servicios que van desde la recepción, limpieza y mantenimiento, hasta servicios de restauración y gestión de plagas o climatización.
Contacto: 91 602 40 00
www.solucionesdeserviciosodexo.es

ST SOCIEDAD DE TASACIÓN

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

Test de deterioro o 'impairment test' y su efecto en el negocio

Todas las sociedades están obligadas a evaluar, en la fecha de cierre del balance, si existe algún indicio de deterioro del valor de sus activos

El fin último de la contabilidad es ofrecer una imagen fiel de la empresa que permita a terceros conocer la situación de la compañía, y a ésta, tomar decisiones y fijar estrategias adecuadas para su negocio. Podemos definir la contabilidad como el lenguaje que refleja en libros la marcha de un negocio. Tal como ocurre en la vida real, existen dialectos (normas locales) que provocan diferencias en la forma de contabilizar. En una concepción supranacional del mercado, se hacen necesarias unas Normas Internacionales de Contabilidad / Normas Internacionales de Información Financiera (NIC /NIIF) que permitan poner en un mismo lenguaje las reglas del juego, con independencia del ámbito geográfico donde se contabilice.

Es obvio decir que toda sociedad necesita activos para el desempeño de su actividad, ya sea industrial, comercial, o de servicios. Pero es necesario distinguir entre activos con periodo de realización inferior a un año, clasificados como "activos corrientes", y activos con un periodo de realización superior, o "activos no corrientes".

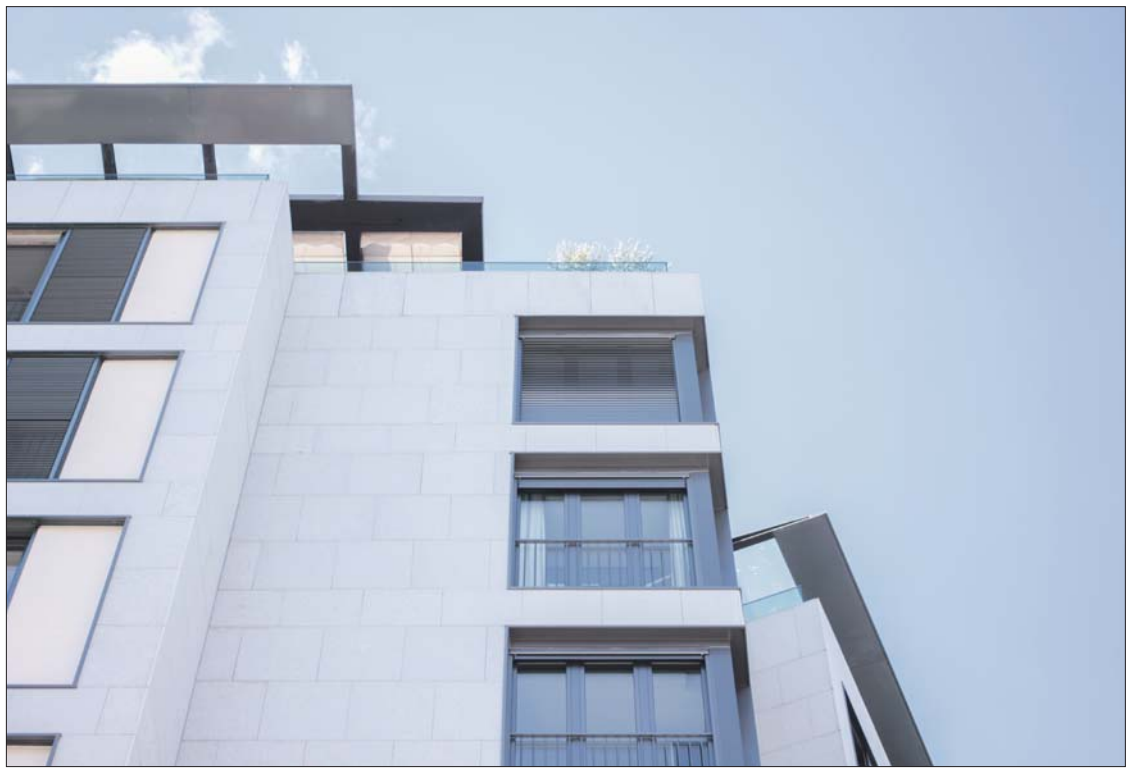
El valor de un activo corriente estará normalmente limitado por su valor realizable. Como hemos dicho, su realización debe producirse en el corto plazo, recogiéndose, por tanto, cualquier variación negativa de valor mediante el importe de su venta o, en el caso de no se llegase a vender, mediante el puntual reconocimiento de una pérdida por depreciación.

Por otra parte, el valor de determinados activos no corrientes, será transferido durante su vida útil a los productos o servicios prestados, siendo necesario establecer reglas objetivas que permitan estimar qué parte del activo queda incorporado a dichos productos o servicios. Haciendo un ejercicio de simplificación, la amortización no es más que un mecanismo predeterminado por el que se traspasa el valor de un activo (no corriente) a otro activo (corriente), que esperamos materializar en el corto plazo mediante su venta o prestación de servicio. Calificamos la amortización como mecanismo "predeterminado" porque en realidad no deja de tener un componente teórico de transmisión de valor (coste del activo) a lo largo de una vida útil estandarizada, con independencia de que la empresa produzca o no.

Como ocurre siempre que hablamos de algo a largo plazo, existen imponderables que podrán variar el valor neto de nuestro activo, más allá del nivel de amortización que teníamos previsto. Ante la evidencia de indicios internos o externos que puedan hacernos suponer una caída del valor en el mercado, se establecen mecanismos de contraste de obligado cumplimiento que pondrán de manifiesto, si éste último se encuentra por debajo de su valor neto contable (ya haya sido calculado por el modelo de coste o por el modelo de revalorización), en cuyo caso deberá reconocerse una pérdida por deterioro. Este mecanismo de contraste es conocido como "impairment test" o test de deterioro.

Técnicamente, un test de deterioro llegará al valor recuperable mediante el cálculo, tanto del valor razonable (menos los costes de venta), como del valor en uso, y tomará el mayor de ellos. Para que se entienda mejor con un ejemplo, pensemos en el valor del coche que tenemos cada uno. Probablemente, el valor razonable frente a un tercero no coincida con el valor que nosotros damos del servicio que nos presta. Pues en las empresas ocurre lo mismo: mientras el negocio sea rentable, el valor en uso de un activo no corriente puede diferir significativamente del que un tercero estaría dispuesto a pagar.

En el sector hotelero, dado el peso que el operador en muchas ocasiones aporta a la explotación, no es extraño encontrarnos que el valor en uso exceda al valor que un tercero estaría dispuesto a pagar meramente por el activo. Esto es así porque el valor razonable se basa en la aplicación de hipótesis generalistas en el mercado, mientras que el valor en uso considera factores específicos como puedan ser el valor adicional por agrupación de activos, sinergias, derechos o restricciones legales, y beneficios o gravámenes fiscales aplicables tan sólo al propietario actual del activo. Sociedad de Tasación cuenta con el conocimiento y experiencia suficiente en el sector hotelero que le permite calcular adecuadamente el valor en uso, habiendo emitido más de 2.000 informes de valoración para el sector hotelero en los últimos cinco años. No hay que olvidar que, en este análisis, deberá actualizarse el valor esperado de los flujos de efectivo futuro, teniendo en consideración una serie de factores, entre los que destacan: las entradas y salidas de tesorería, la tasa de descuento, el capex de mantenimiento, tipos de interés de mercado e IPC, incertidumbre inherente de los activos, y el grado de liquidez de los mismos.



En el sector hotelero no es extraño que el valor en uso exceda al valor que un tercero está dispuesto a pagar por el activo.

Un test de deterioro es aplicable tanto a activos intangibles como a activos materiales, si bien, determinadas clasificaciones de estos últimos están obligadas a contabilizar directamente por su valor razonable sin esperar a que haya indicios en el mercado de posible caída de valor. Este es el caso de las inversiones inmobiliarias y de los activos no corrientes mantenidos para la venta. Las normas aconsejan que este valor razonable sea calculado por un experto externo independiente.

Por último, es preciso matizar que, como casi todo en la vida, siempre cabe una rectificación, y no debemos olvidarnos de ella. En cada fecha del balance, la entidad deberá valorar si existe algún indicio (interno o externo) de que la pérdida por deterioro reconocida haya disminuido o ya no exista, en cuyo caso, deberá estimarse de nuevo el importe recuperable y se revertirá la pérdida incrementando por tanto el valor del activo en el balance. Nuevamente, sus implicaciones en la cuenta de resultados y sus efectos fiscales serán directos.

Como conclusión: además de ser una exigencia normativa debemos destacar la necesidad de asegurar que un test de deterioro se realiza de forma adecuada, dado su inmediato reflejo en la cuenta de resultados del ejercicio y en la estructura patrimonial y financiera del balance, sin olvidar el efecto fiscal que en un sentido o en otro ocasionará. En el caso de que el deterioro del valor contable no llegase a producirse, un indicio de deterioro puede conllevar una modificación en la vida útil restante en el método de amortización utilizado y en el valor residual del activo.

Hay que asegurar que un test de deterioro se realiza de forma adecuada dado su reflejo en la cuenta de resultados.

Ángel Herrero, director de Desarrollo de Negocio de ST Sociedad de Tasación

¡Bajemos el labio!

Jorge Marichal, presidente de Ashotel

El presidente de Ashotel, Jorge Marichal, reflexiona sobre la famosa tasa turística que se quiere aplicar en Canarias tras haber sido impuesta en las grandes ciudades del mundo. Lo que no se sabe es que un importe similar al que una tasa turística podría recaudar en Canarias se percibe del sector de alojamiento turístico debido al incremento del IGIC.

Quienes me conocen saben que suelo recurrir a esta expresión tan canaria, '¡baja el labio!', ¡bajemos el labio!, para pedir que se relajen un poco aquellos que, con demasiada frecuencia, quieren pasar por encima de los demás pisoteando al resto o pretendiendo sentar cátedra con propuestas descabelladas, aun a pesar de no tener ni idea de lo que hablan.

Pues bien, este ¡baja el labio! quiero dedicárselo a todos esos seudogurús turísticos que en las últimas semanas ocupan portadas y artículos de opinión en periódicos y pululan por tertulias y entrevistas radiofónicas con la solución a todos los males que, supuestamente, genera el sector turístico canario, o que generamos las "malas personas" que trabajamos en él.

Algunos de estos nuevos profetas turísticos tienen incluso algún puesto representativo, lo que parece que da cierta áurea de credibilidad a sus declaraciones. Resulta curioso que estas recetas las den quienes nunca han trabajado en turismo o hayan gestionado una empresa, pero ya se sabe: consejos vendo que para mí no tengo.

Hablan de la importancia de establecer una tasa turística en Canarias porque las principales ciudades del mundo la tienen. ¡Estupendo! Pues me pido la conectividad aérea de Nueva York, la red de carreteras de Francia, la terminal del aeropuerto de Barcelona (la de Madrid también me vale) y el museo británico. Total, puestos a pedir pidamos todos, ¿no?

Lo que no dicen, seguramente porque no lo saben, es que precisamente un importe similar al que una tasa turística podría recaudar en Canarias (entre 100 y 120 millones de euros anuales) lo está percibiendo hace precisamente tres años el Gobierno de Canarias del sector de alojamiento turístico debido al incremento del 40% que hizo en el IGIC en julio de 2012, al aumentarlo del 5% al 7%. Efectivamente, la subida del IGIC supuso un incremento de recaudación de casi 100 millones de euros SOLO en el sector de alojamiento turístico. De esos 100 millones, ¿saben ustedes cuánto se ha dedicado a mejorar los destinos turísticos? No se preocupen, ya se los digo yo: CERO.

Y no hay que olvidar los 1.800 millones de euros en recaudación impositiva que generó el pasado año el sector turístico en Canarias. Así que no nos creamos ahora que una tasa turística que se invente algún iluminado vaya a destinarse a mejorar nuestros destinos turísticos, pero sí servirá para encarecernos frente a otros competidores y para que los turoperadores nos empiecen a ver con recelo.

Les pongo un ejemplo de lo que sí marcha bien. Desde 2007 viene funcionando en Tenerife el Convenio para la Regeneración del Espacio Turístico. Se trata de un acuerdo en el que participan el Cabildo de Tenerife, los cuatro ayuntamientos turísticos de la isla (Adeje, Arona, Puerto de la Cruz y Santiago del Teide), Ashotel y otras entidades, para identificar y crear proyectos de intervención en el espacio público turístico, de manera que una vez redactados puedan presentarse a diferentes convocatorias de financiación pública. De esta forma, y poco a poco, se han ido transformando los espacios públicos turísticos de Tenerife en beneficio de todos: los turistas, los residentes y los operadores. Y eso sin necesidad de tasa turística ni nada por el estilo. Puestos a copiar, copiemos lo que funciona.

Y a los que les recomiendo bajar el labio les recuerdo también que los experimentos, mejor en casa y, a ser posible, con gaseosa.

El presiden de ASHOTEL, Jorge Marichal.

Convenio de colaboración de Dyrecto y MBA

La Fundación Canaria MBA a través de su Escuela de Negocios MBA Business School ha cerrado un acuerdo de colaboración con Dyrecto Consultores para el fomento de sus programas para la formación empresarial y perfeccionamiento directivo.

Tanto la Fundación como Dyrecto consideran que es muy positivo establecer en el archipiélago canales de colaboración que propicien el proceso de desarrollo del mercado laboral, los procesos de expansión, innovación e internacionalización de empresas en Canarias.

Por tal motivo se ha cerrado esta alianza entre ambas entidades buscando afianzar las relaciones entre el tejido empresarial y el emprendedor de Canarias aportando valor, experiencia y diferenciación que permitan una competitividad efectiva.

El objetivo de este convenio se centra en desarrollar programas y sesiones de interés en el que ambas partes se complementen para incrementar el nivel competitivo de los programas de gestión empresarial.

DYRECTO CONSULTORES

mba BUSINESS SCHOOL

El objetivo del convenio se centra en desarrollar programas de interés.

Servicio de resolución 'online' de consultas sobre la igualdad de oportunidades

Recientemente, en el marco del Proyecto Equotel para impulsar la igualdad en las empresas hoteleras, CEHAT hizo pública una nueva página web desde la cual ofrecer información e instrumentos para facilitar el avance en materia de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Los contenidos de esta página se están enriqueciendo y actualizando continuamente, de manera que estén plenamente operativos antes del próximo mes de octubre.

Entre las materias sobre las que se puede obtener información están las posibilidades de conciliación de vida laboral y familiar, el principio de no discriminación, la prevención de situaciones de acoso sexual, o el concepto de lenguaje sexista y no sexista. Específicamente, se ha abierto una vía ad hoc para la resolución de cuestiones directas en estas materias, mediante el envío de un formulario, para que el empresario pueda disponer de una primera orientación y documentación que resuelva sus dudas.

En los próximos meses, la web tendrá un acceso a instrumentos telemáticos con la posibilidad de que cada establecimiento realice un Pre-Diagnóstico de Igualdad contestando a un sencillo programa que le facilitará una primera valoración sobre la situación de su empresa y los campos en los que se recomienda introducir mejoras.

Para un sector como el alojamiento y hostelería, intensivo en mano de obra y con tanto personal en contacto directo con el cliente, la preparación y actitud de los trabajadores resulta esencial para ofrecer buenos servicios, y es por tanto de primer interés que cada puesto esté ocupado por el mejor profesional para el mismo, liberándonos de posibles prejuicios que puedan condicionar el acceso a mujeres o a hombres, en atención a su sexo. En este sentido, desde la web de Equotel se tendrá acceso a un portal de formación -específico para las empresas hoteleras- con cursos y contenidos para cualificar al personal en estas materias.

El Proyecto Equotel, impulsado desde CEHAT e ITH, está cofinanciado por el Instrumento Financiero del Espacio Económico Europeo (Noruega, Islandia y Liechtenstein) mediante convocatoria pública y competitiva del Instituto de la mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

Más información sobre el Proyecto EQUOTEL:
Fernando Otero Alvarado, coordinador.
ferotero@proyectoequotel.es
www.proyectoequotel.es

La página de Internet que desarrolla el Proyecto EQUOTEL.

Feria Nacional Profesional

InnoCamping

Servicios y **Equipamientos** para los **Campings** y **Empresas** de **Ocio** al **Aire Libre**

Lleida, 13–16 / octubre / 2015

2015: la consolidación de Innocamping

Innocamping, II edición del salón profesional de equipamientos y servicios al aire libre está dirigido al sector del camping, parques de vacaciones, ocio y equipamientos deportivos.

El objetivo del certamen es reunir empresas proveedoras innovadoras de productos y servicios para el sector turístico y de ocio, uno de los más consolidados en España. También nos encontraremos con una zona para las Instalaciones Deportivas – FID y como no, equipamientos para Alojamientos Turísticos y Ciudades de Vacaciones – EQUIPTUR.

Recibir y atraer clientes requiere renovar instalaciones, ofrecer nuevos servicios y equipamientos y a la vez gestionar de manera más eficiente las infraestructuras para poder tener un rendimiento óptimo.

Una completa área de exposición

• Instalaciones deportivas y de ocio • Piscinas y sistemas de depuración • Señalización e iluminación por led • Sistemas de recogida y selección de residuos • Jardinería y espacios verdes • Energías renovables • Nuevas tecnologías y TIC • Seguridad y vigilancia • Redes de aguas • Parques infantiles • Prestaciones de servicios • Bungalows y mobil homes • Mobiliario interior y exterior • Control de acceso y automatismos • Vehículos

¡La cita ineludible: No deje pasar la oportunidad y participe como expositor!

Fira de Lleida

En el marco de: Feria Internacional Municipalia Equipamientos y Servicios Municipales

973 70 50 04
www.innocamping.es
innocamping@firadelleida.com

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

ITH
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

EQUOTEL
PROYECTO PARA IMPULSAR LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICO HOTELERAS

Impulsamos la conciliación de la vida laboral y familiar

Investigación Universitaria para detectar las causas de las diferencias salariales.

Evitar situaciones en las que pueda existir discriminación por razón de sexo.

Ofrecemos formación específica en materia de igualdad entre mujeres y hombres.

Herramientas telemáticas para realizar Diagnósticos de Igualdad.

Asesoramiento para definir e implementar Planes de Igualdad. Fondo documental y Unidad especializada de apoyo al sector.

Se constituye la nueva Subcomisión Empresarial de Igualdad de Oportunidades en la CEOE

La Subcomisión de Igualdad de Oportunidades de CEOE celebró el 17 de abril su primera reunión tras la reciente constitución de la Comisión de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad, bajo la dirección de su Vicepresidenta, Marival Díez Rodrigálvarez.

En esta reunión se presentó la Herramienta de Autodiagnóstico de Brecha Salarial por la Direccción General del instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. También se conocieron los avances en los Proyectos "Promociona" e "IgualEs" de CEOE y CEPYME, respectivamente. La Subcomisión tiene entre sus principales objetivos la elaboración de un Documento empresarial sobre la Igualdad de Oportunidades que refleje que las empresas no son ajenas a la evolución de la sociedad.

Las empresas han sido protagonistas en la incorporación natural de la mujer en el ámbito laboral en condiciones de igualdad de trato y oportunidades, y se reconoce que el principio de igualdad debe ser uno de los ejes conductores de las empresas y de su cultura, partiendo desde la propia convicción y voluntariedad.

CEHAT pertenece a esta Subcomisión, que aúna a organizaciones sectoriales, territoriales y empresas sensibilizadas en materia de igualdad.

EQUOTEL
PROYECTO PARA IMPULSAR LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICO HOTELERAS

Servicio de asesoramiento en materia de igualdad de oportunidades

Consultas y resolución de dudas sobre igualdad entre hombres y mujeres en la empresa hotelera

Accede a nuestro servicio de consultas

www.proyectoequotel.es

¿Existe brecha salarial en mi empresa?

HERRAMIENTA DE AUTODIAGNÓSTICO DE BRECHA SALARIAL

¿Qué se puede hacer para identificarla, reducirla y eliminarla?

igualdadenlaempresa.es

ICELAND
LIECHTENSTEIN
NORWAY
eea grants

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Grupo Cosentino renueva el acuerdo de colaboración con CEHAT

Grupo Cosentino se pone a disposición del sector para participar activamente en la renovación de la planta hotelera española, ofreciendo su amplia oferta de superficies decorativas, tales como Silestone o Dekton.

Grupo Cosentino, compañía global española líder en la producción y distribución de superficies innovadoras para el mundo de la arquitectura y el diseño, y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), han renovado su acuerdo de colaboración, firmado por primera vez en 2014, por el que la multinacional española sigue siendo socio colaborador de dicha Confederación que representa a las principales empresas de alojamiento español.

Juan Molas y Santiago Alfonso firmando la renovación del acuerdo.

Grupo Cosentino reafirma así su compromiso con este sector y se pone a su disposición como proveedor de confianza para participar activamente en la renovación de la planta hotelera española. Cosentino ofrece su amplia gama de superficies innovadoras y decorativas, tales como la superficie ultracompacta Dekton® o la superficie de cuarzo Silestone®, que se adaptan perfectamente a las exigentes necesidades actuales de los alojamientos hoteleros y turísticos. Sus productos cuentan con los más exigentes estándares de calidad, integrando criterios de sostenibilidad, las más altas características técnicas y facilitando el diseño y la ejecución de proyectos constructivos de nuevos hoteles, así como la reforma de los ya existentes.

Fruto además de esta colaboración, Cosentino y CEHAT trabajarán conjuntamente en la elaboración de un libro sobre el contract en las cocinas hoteleras que sirva como guía para los profesionales del sector, y en la preparación y difusión de un caso de éxito donde se reflejen las ventajas arquitectónicas y estéticas que supone aplicar el producto Dekton® by Cosentino en hoteles.

La renovación del contrato fue suscrita por Santiago Alfonso, director de Comunicación y Marketing de Grupo Cosentino, y Juan Molas, presidente de CEHAT.

Josefa García Cirac, nueva consejera de Cultura y Turismo de Castilla y León

Josefa García Cirac es la nueva consejera de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Durante la última legislatura ejerció como presidenta de las Cortes regionales.

Sustituye a Alicia García Rodríguez, consejera de Cultura y Turismo en la última legislatura y que pasa a dirigir la cartera de Familia e Igualdad de Oportunidades en el nuevo Gobierno presidido por Juan Vicente Herrera.

Dicha consejería continuará como está ahora, adscrita a la Fundación Siglo y para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

Josefa García Cirac, nacida en Benavente (Zamora), en 1969, es vicesecretaria de Políticas Sectoriales del PP de Castilla y León y, además, de ocupar la presidencia de las Cortes regionales en la última legislatura, entre otros cargos destacados ha sido consejera delegada de las áreas de Sanidad, Consumo y Mayores en el Ayuntamiento de Salamanca (1999-2003); procuradora en las Cortes de Castilla y León por la provincia de Salamanca (2007-2011); portavoz de la Comisión de Presidencia y Administración Autonómica y vocal de las Comisiones de Educación, Familia e Igualdad de Oportunidades.

Asimismo, es presidenta de la Fundación Villalar de Castilla y León.

Josefa García CiracMiguel Mirones es vicesecretaria de Políticas Sectoriales del PP de Castilla y León.

Séptima edición del Título Universitario de Experto en Revenue Management

La Universidad Rey Juan Carlos y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos promueven la VII Edición del Título Universitario de Experto en Revenue Management.

Tras el éxito conseguido con las ediciones pasadas, la Universidad Rey Juan Carlos, en colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, promueven la séptima edición del Título Universitario de Experto en Revenue Management, pionero en España, dirigido a profesionales del sector hotelero y a diplomados, licenciados y graduados que deseen profundizar en las técnicas más novedosas de Revenue Management.

Como en la edición pasada la CEHAT cuenta con dos becas de 2.000 euros cada una para sus asociados, para lo cual los interesados deben inscribirse en el curso y justificar ser miembro de la CEHAT o trabajar para una empresa asociada. Las becas se conceden por orden de inscripción. Por otra parte, además de las becas de la CEHAT este curso es susceptible de ser financiado a través de los fondos que la Fundación Tripartita concede a las empresas.

El curso dará comienzo en octubre de 2015 y tendrá una duración de 205 horas. El importe del curso es 4.900 euros y se puede financiar en cómodos plazos.

Las clases se desarrollarán en el Campus de Manuel Becerra los miércoles, jueves y viernes de 18 a 21 horas. Las plazas son limitadas por lo que conviene realizar la reserva cuanto antes, debido al éxito obtenido en anteriores ediciones.

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Teléfono: 670 79 23 68
https://www.urjc.es/estudios/titulos-propios/795-experto-en-revenue-management
http://www.urjc.es/estudios/titulos_propios/revenue_management/index.html
pilar.talon@urjc.es - cristina.figueroa@urjc.es

El sector turístico renueva su confianza en Miguel Mirones al frente del ICTE

La Junta Directiva del ICTE, formada por las tres Administraciones (nacional, autonómica y municipal) y las principales patronales del sector han renovado su confianza en Miguel Mirones como presidente del instituto por un período de otros tres años. Las elecciones se han efectuado durante la Asamblea General Extraordinaria celebrada en la sede central del Instituto, en la que también se ha elegido como vicepresidentes a Valentín Ugalde, de la Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y a Emilio Gallego, de la Federación de Hostelería y Restauración (FEHR); como secretario, a Rafael Gallego, presidente de la Confederación de Agencias de Viajes (CEAV); y como tesorero a Jesús Blanco, representante de la Asociación de Turismo Rural (ACTR).

Tras ser reelegido, Mirones ha declarado que, ante los nuevos retos que le han planteado los diferentes sectores turísticos que conforman el ICTE, "afronto este nuevo mandato dispuesto a trasladar con claridad la posición del sector turístico privado en todo lo concerniente a la calidad turística, tanto en sus vertientes estratégicas para el crecimiento de destinos como de gestión para la consolidación de los mismos".

Por su parte, el presidente de CEHAT, Juan Molas, ha manifestado que "en momentos como los actuales, en los que desde diferentes ámbitos se ha abierto el debate sobre el futuro del modelo turístico español, sobre cantidad o calidad, el ICTE -como gestor del sistema de calidad turístico español y de la marca Q y con toda la experiencia internacional acumulada durante estos últimos años- puede aportar una visión profesional y enriquecedora. En este sentido, toda la Asamblea hemos considerado que Miguel Mirones es la persona adecuada para presidir el Instituto". La CEHAT, miembro activo del ICTE, considera imprescindible seguir manteniendo la divulgación e implantación de los sistemas de calidad que desde el Instituto se divulgan y se promueven en colaboración con todos los actores turísticos y, naturalmente, con las Administraciones Públicas. "Por ello, desde CEHAT, apoyamos la reelección de Miguel Mirones como Presidente del ICTE para dar continuidad a un proyecto de éxito absolutamente consolidado" ha señalado Molas.

Miguel Mirones decidió adelantar las elecciones -previstas para principios del próximo año- ante el nuevo escenario político tras los comicios autonómicos y locales de mayo. La reelección de la nueva Junta Directiva del ICTE permite un horizonte más amplio para negociar con las distintas administraciones ya que la colaboración público-privada es la base fundamental de su actuación.

Propietario de la primera cadena española de balnearios, Relais Termal, Miguel Mirones fue elegido presidente del ICTE por primera vez en marzo de 2003. Desde entonces, ha venido desarrollando varias líneas estratégicas para promocionar la marca Q de Calidad Turística que ya han ostentado más de 4.500 establecimientos y organizaciones.

Miguel Mirones, presidente del ICTE.

Organizan: cenfim Innovación en hábitat · AMIC

Con el apoyo de: ACCIÓ · Generalitat de Catalunya · AEI minetur agrupaciones empresariales innovadoras · FEDER

InteriHOTEL, showroom y sesiones técnicas para el interiorismo de hoteles

Con el objetivo de establecer conexiones profesionales

InteriHOTEL prepara, paralelamente al marketplace y a su completo showroom, un conjunto de actividades y sesiones técnicas de transferencia de conocimiento denominadas IH Meeting & Congress. Estas sesiones están enfocadas a que los diferentes actores que integran el mercado contract hotelero adquieran conocimiento sobre este canal y establezcan conexiones profesionales más eficientes.

El IH Meeting & Congress se presenta este año como una de las novedades más importantes de InteriHOTEL. Su celebración aportará valor a todos los participantes a este evento: tanto expositores y fabricantes especializados en contract como visitantes (hoteleros, responsables de compras, interioristas y arquitectos especializados). Las diferentes sesiones y actividades del programa se llevarán a cabo durante los tres días del evento -del 21 al 23 de octubre en el CCIB de Barcelona- en la Knowledge Area, un espacio específico concebido dentro del propio marketplace para la transferencia de conocimiento, el debate, la promoción de ideas innovadoras y el networking profesional.

Aunque el programa del IH Meeting & Congress todavía no está cerrado totalmente, abarcará un amplio abanico de temáticas y actividades que cubrirán las inquietudes e intereses más candentes del momento. Por ejemplo, se hablará sobre cómo proyectar hoteles con encanto, la accesibilidad en los hoteles, la apuesta por la reconversión de hoteles, los hoteles boutique o la sostenibilidad en este tipo de establecimientos. Para ello se contará con la experiencia y el conocimiento de empresas reales que se encuentran actualmente operando en el mercado -de la talla de Axel Hotels o el Majestic Hotel & Spa de Barcelona- y especialistas reconocidos -como la interiorista Raquel Chamorro o Enrique Rovira-Beleta-. Además, estas sesiones vendrán acompañadas por una mesa de debate posterior en la que intervendrán tanto otros actores reconocidos invitados como el propio público asistente.

Por otro lado, cabe destacar que, fruto de la misión inversa que InteriHOTEL realiza en esta edición, también participarán en estas sesiones los principales arquitectos y gestores de proyectos de Latinoamérica y Estados Unidos quienes añadirán valor al programa de actividades paralelas aportando su experiencia y punto de vista así como otorgando las claves para un enfoque internacional de la actividad económica.

Siguiendo con la dinámica de años anteriores, InteriHOTEL facilitará que el visitante pueda programar su agenda de reuniones face to face con los expositores y, además, en esta edición se ha creado un programa premium de reuniones exclusivas entre responsables de compras de cadenas hoteleras españolas y algunos operadores contract seleccionados.

Asimismo, se fomentará el networking informal para la generación de contactos profesionales con dos actividades fundamentales: el "Networking coffee" que tendrá lugar a primera hora de la mañana y de la tarde en la Zona Lounge -comisariada y decorada por REDAEDE (Asociación de Empresas de Diseño Español)- y el ya conocido "Tapas & Contract" tras la sesiones de transferencia de conocimiento de la Knowledge Area.

Igualmente, cabe destacar que InteriHOTEL es reconocido por su espectacular showroom que cuenta con mobiliario exterior, proyectos integrales de equipamiento de habitaciones de hotel, baños y zonas comunes, y productos especializados para el interiorismo hotelero (textil, iluminación, revestimientos, decoración…).

De hecho, uno de los motivos por los que InteriHOTEL se ha convertido en el mayor referente en interiorismo de hoteles es por su firme apuesta por la selección cuidadosa de perfiles de expositor y visitantes claramente especializados. En cuanto a los expositores, únicamente se permite la participación a empresas de project management hotelero y a fabricantes de equipamiento para interiores de hoteles que, o bien presentan una oferta agrupada con servicio de llaves en mano, o bien una línea de productos para interiorismo (muebles, iluminación, textil, revestimientos...), pero siempre presentando ambientes de decoración al estilo de show-rooms que recreen el interiorismo real de un espacio o estancia de hotel.

Por lo que respecta al visitante, la organización exige que se trate de un perfil especializado perteneciente al sector de la hotelería y la prescripción (arquitectos, interioristas y decoradores). Así pues, la posibilidad de que el visitante establezca contacto directo con proveedores de este tipo se convierte en una gran ventaja ya que favorece la eficiencia en la ejecución de sus proyectos de reforma.

El registro para asistir a InteriHOTEL se puede realizar gratuitamente en la web del evento (www.interihotel.com). Además, allí mismo se irá publicando el listado actualizado de expositores para la presente edición así como recomendaciones para gestionar la visita.

InteriHOTEL cuenta con el apoyo del MINETUR y del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

InteriHOTEL selecciona de manera cuidadosa los perfiles de expositor y visitante claramente especializados.

Participarán en estas sesiones los principales arquitectos y gestores de proyectos de Latinoamérica y Estados Unidos.

Girbau se incorpora como nuevo socio del Instituto Tecnológico Hotelero

Aportará su know-how en el sector de lavandería industrial al negocio hotelero español

Girbau Group, fabricante internacional de maquinaria para lavandería industrial, acaba de adherirse como socio al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). La firma del acuerdo suscrito entre Juan Ruiz, country manager España de Girbau Group, y Juan Molas, presidente de ITH, se realizó durante la XI Asamblea Anual del Instituto Tecnológico Hotelero que se celebró el pasado 15 de julio.

La eficiencia y la sostenibilidad, con el consiguiente ahorro de consumos energéticos y naturales, se configuran como principales ejes de la cadena valor de Girbau en las soluciones de lavandería que el grupo proporciona. Para la compañía, el ecodiseño, además de reducir el consumo de recursos naturales y energéticos, también ha significado la ampliación de las posibilidades de programación de las máquinas para ajustarlas a las necesidades exactas de lavado, secado o planchado, sin gastar ni una gota de agua ni un kW de más del que requiere el proceso en función del tipo de ropa.

El ecodiseño repercute así directamente en la cuenta de resultados de los clientes tanto por el ahorro energético como por el aumento de productividad gracias a la automatización de procesos. Además del ahorro y la fiabilidad, la empresa incluye entre sus valores diferenciales la proximidad al cliente, tanto geográfica, como de asesoramiento y acompañamiento en postventa.

Para Girbau su asociación a ITH se traduce en un matrimonio con el sector hotelero. "Esperamos aportar todo el know-how que atesoramos por nuestra experiencia de más de 55 años construyendo soluciones de lavandería y valor añadido en hoteles de todo el mundo", afirma Juan Ruiz, country manager España de Girbau Group. "Queremos escuchar la voz de los empresarios del sector hotelero, tener reuniones en directo con ellos para conocer de primera mano sus necesidades y de este modo construir soluciones a medida que cumplan sus expectativas", añade.

Además de asociarse a ITH, Girbau patrocina este año por primera vez las II Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos que organiza ITH. La primera de ellas se ha celebrado en Vielha y las próximas serán en Salamanca (en octubre) y en Córdoba (en noviembre).

Para ITH es importante contar con una empresa de este calado entre sus socios que pueda aportar un aspecto innovador y sostenible en el servicio de lavandería para los hoteles españoles.

La inversión en innovación e investigación, que supone el 3,5% de la facturación anual de Girbau, les ha permitido reducir hasta un 23% el tiempo en los procesos de su maquinaria y un 59% el consumo de agua.

"Hemos de innovar continuamente porque lo que era considerado como bueno hace pocos años ahora puede estar obsoleto. En Girbau en los últimos cinco años hemos tenido cambios, hemos invertido en personas y en nuevas tecnologías preparándonos para el futuro, incluso en épocas de crisis. Las tecnologías disruptivas revolucionan el mercado de una manera muy rápida. El éxito de una empresa vendrá marcado por su acierto en la innovación, en saber adaptarse a las necesidades del mercado, controlando pequeños detalles para buscar la excelencia, buscando el valor añadido y huyendo de la guerra de precios, invirtiendo en maquinaria y en herramientas de última generación".

Javier Alonso, director de ventas zona centro de Girbau, Juan Molas, presidente de ITH, Juan Ruiz, country manager España de Girbau, y Alvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.

Con 55 años de experiencia, Girbau Group es líder mundial en la fabricación de maquinaria para lavanderías de cualquier dimensión que se instalan en negocios de todo tipo: hoteles, hospitales, restaurantes, lavanderías industriales, lavanderías autoservicio, campings, cruceros… El grupo ofrece soluciones integrales de lavandería basadas en la eficiencia, la rentabilidad y la sostenibilidad, mediante la reinversión permanente en innovación y el objetivo de la mejora continua. Con cuatro centros de producción propios, dispone de filiales en Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Cancún, Cuba, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Francia, Italia, Portugal, Reino Unido, República Dominicana y China, y de una red de distribuidores y servicio técnico en más de 90 países del mundo.

Los hoteles se sitúan a la cabeza en penetración de web corporativas entre microempresas españolas

El Informe ePyme 2014 analiza la implantación de las TIC en las pequeñas y medianas empresas

El uso de las tecnologías en el sector hotelero va evolucionando favorablemente. De hecho, en este sector se alcanza la mayor penetración de las páginas web entre las microempresas españolas. Así se desprende del Informe ePyme 2014 que analiza la penetración de las TIC en los distintos sectores industriales españoles.

El Informe ePyme 2014. Análisis sectorial de la implantación de las TIC en la pyme española está elaborado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es, y Fundetec en colaboración con las entidades sectoriales que han proporcionado información representativa de los distintos segmentos empresariales. El Instituto Tecnológico Hotelero ha sido la organización encargada de aportar la información sobre el sector turístico, que ha englobado 23.600 empresas de servicio de alojamiento (de las cuales 20.666 son microempresas) y 11.367empresas de actividades de agencias de viaje, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos (de las cuales 10.929 son microempresas).

Hoteles, camping y agencias de viajes (englobados como un mismo segmento dentro del Informe ePyme 2014) se configuran como el sector donde mayor implantación existe de web corporativa en microempresas, con un 76,2% de penetración, mientras que en el resto de sectores analizados no llega al 40% en la mayoría de los casos. También en las pymes y grandes empresas la penetración de la web corporativa es de las mayores analizadas, del 93,7%. Esta elevada penetración muestra la importancia de la página web como herramienta de marketing y comercialización de los servicios de alojamiento y gestión de viajes.

El ordenador y la conexión a internet son universales en pymes y grandes empresas y en nueve de cada diez microempresas. El uso de telefonía móvil aumenta en ambas tipologías empresariales, siendo su penetración del 91,4% en pymes y grandes empresas y del 76,4%, en microempresas. Los principales usos de la conexión a internet continúan siendo la búsqueda de información y su empleo como plataforma de comunicación. Donde más ha crecido en el caso de las pymes y grandes empresas es en su uso para actividades relacionadas con formación y aprendizaje; y en microempresas, para obtener servicios bancarios y financieros, observar el comportamiento del mercado y obtener servicios postventa/preventa.

El 99,7% de las pymes y grandes empresas y el 98,5% de las microempresas de este segmento cuentan con conexión a internet de banda ancha.

Retos para el sector

En el caso de los hoteles se ha detectado un desconocimiento en los servicios del cloud computing. Hoteles independientes y pequeños tienen dificultades ya que en muchas ocasiones no saben qué tienen que contratar. Únicamente el 15% de las pymes y grandes empresas y el 5,4% de las microempresa ha comprado algún servicio de cloud a través de internet. En el caso de las pymes y grandes empresas, el servicio más adquirido es el email, seguido del almacenamiento de ficheros. En las microempresas el almacenamiento de ficheros se sitúa en el primer lugar, seguido de las aplicaciones de software para tratar información sobre clientes. Además del desconocimiento, otro motivo importante para no utilizar soluciones de cloud computing es que las empresas no lo consideran como necesidad. Otros menos importantes son el coste o motivos relativos a la falta de seguridad.

En cuanto a la formación en TIC continúa siendo minoritaria en el sector y solo la ofrecen el 26% de las pymes y grandes empresas y el 5,6% de las microempresas.

Redes sociales

Los medios sociales tienen un impacto muy elevado. El 99,2% de pymes y grandes empresas y el 95,1% de microempresas usan las redes sociales. El resto de medios, como el uso de blogs o microblogs (en el 51,4% de las pymes y grandes empresas y en el 36,3% de las microempresas), tiene una incidencia menor.

Conclusiones

En términos generales sobre la implantación de las TIC en el sector, el recorrido que queda aún es muy grande. Hay que tener en cuenta que todavía algunos hoteleros entienden la tecnología como un gasto y no como una inversión y además, la rápida evolución de las TIC provoca que no se conozca con claridad el destino de las inversiones a realizar o los servicios que pueden prestarse con lo que ya se tiene.

El Instituto Tecnológico Hotelero celebra once años de innovación en el sector durante su Asamblea Anual

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, inauguró el evento con un mensaje positivo para la industria

El pasado 15 de julio el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) reunió a sus socios y colaboradores en la celebración de su Asamblea Anual, que tuvo lugar en el Hotel NH Collection Eurobuilding Madrid. Entre los participantes se encontraban la Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, el presidente de Segittur, Antonio López de Ávila, el ponente y coach de directivos Luis Huete, y de ITH el presidente, Juan Molas, el secretario general, Ramón Estalella, y el director general, Alvaro Carrillo de Albornoz.

En la inauguración oficial, el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero y de CEHAT, Juan Molas, estuvo acompañado de Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT, y de Isabel Borrego Cortés, la Secretaria de Estado de Turismo, que fue la encargada de ofrecer un discurso de apertura y felicitó a ITH por su trayectoria potenciando la innovación y el uso de tecnologías para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector.

Según Borrego, es importante adaptarse al cambio para dar impulso a un sector que está sufriendo cambios de la mano de las nuevas tecnologías. Los países con mejores resultados en turismo son los que están mejor preparados de cara a las nuevas tendencias. La Secretaria de Estado de Turismo en España instó al ITH a seguir colaborando con la Administración pública para seguir avanzando en el sector hotelero y conseguir mayor rentabilidad a través del uso de las nuevas tecnologías. Además, avanzó que los próximos Presupuestos Generales del Estado contarán con ayudas a la innovación hotelera.

El encargado de presentar las iniciativas realizadas en 2014 y avanzar los proyectos en los que la entidad está trabajando este año fue el director general de ITH, Alvaro Carrillo de Albornoz. Carrillo de Albornoz recordó el papel de la innovación como motor de cambio ante los diversos intereses y necesidades del sector. "Hay que hacer las cosas de manera diferente. Eso es innovar", afirmó añadiendo que lo más difícil es gestionar el cambio, convencer a las empresas del éxito que pueden obtener haciendo las cosas de manera distinta y trabajar el modo en que las personas afrontan los problemas.

A continuación, Luis Huete, profesor de IESE Business School, consultor de alta dirección, speaker, escritor y coach de directivos, ofreció la ponencia magistral "Ganando la cabeza y el corazón de los clientes". Por una parte, la cabeza del cliente se fija en el proveedor que le dé el mejor servicio al mejor precio, mientras que el corazón busca que le valoren y le escuchen, siendo en este punto la identificación con el producto fundamental. Huete analizó los distintos perfiles directivos y las cualidades que deben tener para cada área y señaló la importancia de un equilibrio entre control y flexibilidad en las empresas. Recordó asimismo que la innovación es parte del día a día y de la cultura que se debe crear a partir de nuevas preguntas, nuevas perspectivas, nuevas miradas, nuevas pasiones y nuevos experimentos.

Por último, Antonio López de Ávila, presidente de Segittur, y Juan Molas clausuraron la Asamblea. El presidente de ITH anunció que se incorporarán en 2015 nuevas iniciativas dentro del sector para conseguir una industria turística de calidad. Por su parte, López de Ávila afirmó que "si el ITH no existiera, habría que inventarlo. Ha conseguido que muchos hoteles piensen de otra forma, que vean la necesidad de cambiar modelos de negocio en toda la actividad turística, y no sólo en los hoteles".

Con este evento ITH celebró once años de innovación como referente para el sector hotelero español.

Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT, Isabel Borrego, secretaria de Estado de Turismo, y Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT, abrieron la Asamblea.

Luis Huete ofreció la conferencia 'Ganando la cabeza y el corazón de los clientes'.

Alvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, Ramón Estalella, secretario general de ITH, y Antonio López de Ávila, presidente de Segittur.

Alvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, expuso las actividades realizadas por la organización en 2014 y los proyectos iniciados en 2015.

La Asamblea reunió a más de 60 socios y colaboradores de ITH.

Antonio López de Ávila, presidente de Segittur, clausuró el evento junto a Juan Molas.

Transfiere se marca como objetivos aumentar la presencia de plataformas tecnológicas

ITH forma parte del Comité Organizador del Foro

Foro Transfiere, Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación, alcanzará su quinta edición los próximos 10 y 11 de febrero de 2016 en Málaga. El comité organizador del encuentro se reunió en Madrid por segunda vez para marcar las líneas estratégicas, que pasarán por una mayor presencia de empresas demandantes de tecnología y el reforzamiento del sector financiero.

La sede del Ministerio de Economía y Competitividad en Madrid acogió la reunión de Transfiere 2016 con la asistencia de los representantes de su Comité Organizador, que ha establecido los objetivos para la próxima convocatoria, prevista en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) los días 10 y 11 de febrero de 2016.

Es la segunda vez que el Comité de Transfiere se reúne para continuar con las líneas maestras que se fijaron el pasado mes de abril, también en Madrid. Así pues, en la edición de 2016 se reforzará la presencia del sector de la financiación con la asistencia de fondos de inversión así como buscar la presencia de grandes empresas demandantes de tecnologías.

Juan Molas, presidente de ITH, Alvaro Carrillo, director general de ITH, y Fernando Panizo, vocal de ITH y presidente de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur, son miembros del Comité Organizador de Transfiere desde su creación. Desde su inauguración en 2011 ITH ha estado presente con un stand en las distintas ediciones de la feria y ha participado en las mesas redondas que se organizan en los foros paralelos. En 2016 participará de la misma forma.

Siguiendo con la iniciativa implantada en la última convocatoria de incorporar a un país invitado para analizar en profundidad su modelo de innovación, la próxima edición de Foro Transfiere contará con la presencia de una delegación procedente de Corea del Sur. Cabe destacar que la edición 2015, celebrada los días 11 y 12 del pasado mes de febrero, fue la más internacional hasta el momento, con la presencia de 26 países de todo el mundo e Israel como nación invitada.

El evento, que se ha consolidado como la principal cita nacional sobre I+D+i, viene avalada por los datos de la edición anterior, en el que se dieron cita más de 2.300 profesionales del sector y hubo 5.000 reuniones de trabajo en apenas día y medio. Así, Transfiere toma como base la necesidad de fomentar el diálogo entre el tejido investigador y la empresa para potenciar la innovación española en el ámbito global.

Así pues, se incorporará una agenda de citas online para la celebración de reuniones en torno a los principales sectores productivos, tales como el las TICs, la sanidad, el medio ambiente, la infraestructura y el transporte, la industria, la energía, y los sectores agroalimentario, aeronáutico y aeroespacial sin olvidar las administraciones públicas.

En Transfiere se reúnen cada año agentes públicos y privados vinculados al ecosistema del I+D+i, así como a profesionales independientes y representantes de pymes y multinacionales, administraciones públicas, universidades, centros tecnológicos y parques científicos y tecnológicos entre otros.

En febrero de 2015 fueron más de 450 las entidades públicas y privadas participantes en el foro, que se consolida como escaparate prioritario de la innovación española al aglutinar 2.050 perfiles tecnológicos, medio centenar de universidades, 220 grupos de investigación y más de 130 expertos internacionales en su programa de conferencias y mesas redondas.

La convocatoria de ayudas para las encuestas de ocupación estará abierta hasta el 19 de septiembre

Las cadenas hoteleras pueden obtener hasta 3.000 euros de ayuda

El Instituto Nacional de Estadística (INE) concederá ayudas de 200 euros por establecimiento a aquellos hoteles y apartamentos turísticos que envíen a través de ficheros XML sus datos para las encuestas de ocupación. La fecha límite para la solicitud de esta subvención es el próximo 19 de septiembre.

Esta línea de subvenciones, recogida en la orden del Ministerio de Economía y Competitividad publicada en el BOE del 20 de mayo, está dirigida tanto a hoteles como a apartamentos turísticos que están obligados a cumplimentar cada mes la Encuesta de Ocupación Hotelera y la Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos del INE, respectivamente. La recogida de estos datos permite realizar un análisis de la evolución de la oferta y la demanda en el sector.

Mediante el uso de ficheros XML para el envío de los datos estadísticos, se reduce la carga a los informantes y se mejora el sistema de gestión de clientes, a la vez que el INE obtiene la información a un menor coste.

La dotación global prevista para las subvenciones es de 500.000 euros, de los cuales 100.000 euros se destinan a la Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos y 400.000 euros para la Encuesta de Ocupación Hotelera. El importe de la subvención individual se fija en 200 euros por establecimiento turístico. En el caso de las cadenas hoteleras, podrán obtener hasta 3.000 euros, ya que este es el límite máximo establecido por perceptor.

Según Fernando Ruiz, jefe de Proyectos del Área de Nuevas Tecnologías del Instituto Tecnológico Hotelero, la incorporación del proceso de envío de ficheros XML tiene un beneficio para mejorar la competitividad del hotel. Mensualmente, coincidiendo con el día de publicación de los datos estadísticos del INE, el hotelero recibirá de forma gratuita un informe personalizado con la comparativa de su ocupación, RevPar y ADR frente a los competidores de su municipio o destino.

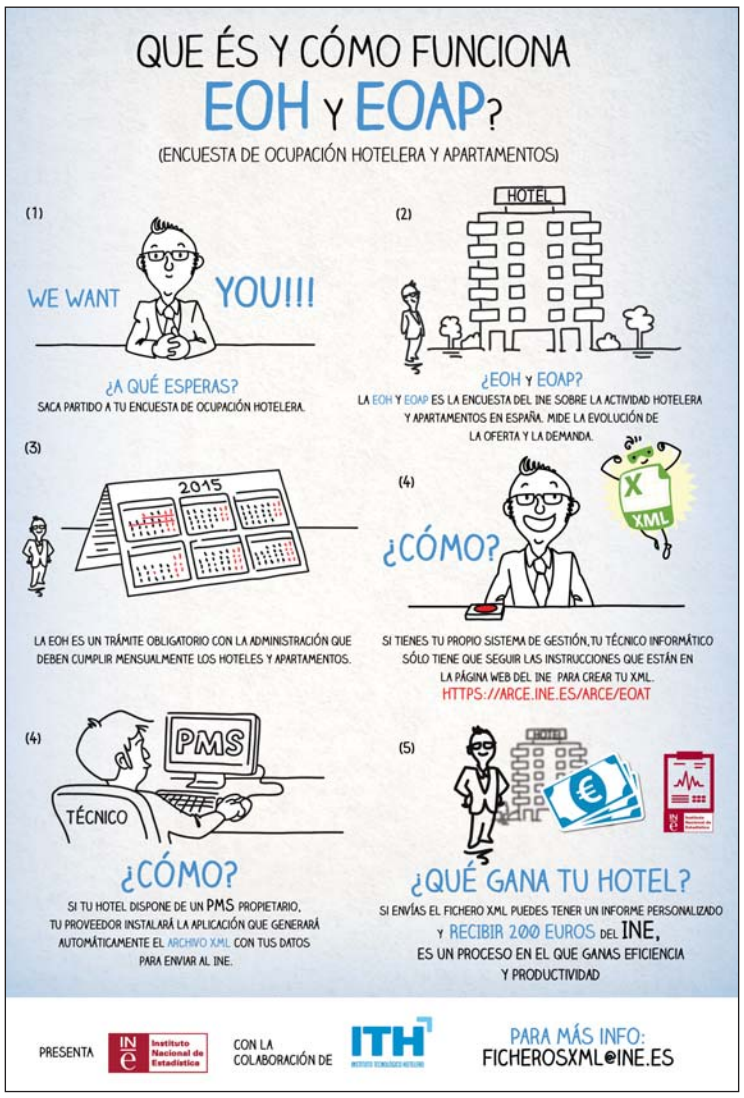
El formato establecido para el envío de los datos se encuentra en la siguiente dirección: https://arce.ine.es/ARCE/jsp/encuestaXml.jsp. Es necesario que el solicitante realice el envío mediante este proceso al menos durante seis meses consecutivos.

Desde este enlace se puede acceder a la información publicada en el BOE: http://www.boe.es/boe/dias/2015/05/20/pdfs/BOE-A-2015-5584.pdf.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) colabora con el INE en la difusión de este programa de ayudas y ha elaborado un vídeo explicativo en el que se detalla cómo realizar el proceso mediante el envío de un archivo XML que recopila todos los datos del establecimiento solicitados en el cuestionario en solo tres minutos: https://www.youtube.com/watch?v=2HgEHT_lixo

La Encuesta de Ocupación Hotelera se publica mensualmente dentro del informe de Coyuntura Turística Hotelera del INE, que incluye también el Índice de Precios Hoteleros y el Índice de Rentabilidad Hotelera. Los últimos datos publicados correspondientes a la ocupación del mes de junio presentan un aumento del 1,6% en las pernoctaciones, respecto al mismo mes del anterior. Para el acumulado de los primeros seis meses de 2015, el aumento de las pernoctaciones ha sido de un 3,3%. Los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania concentran el 29,7% y el 25,0%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en junio.

La Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos se publica mensualmente dentro del informe que recoge los datos de los alojamientos turísticos extrahoteleros, junto a la información de los camping y los alojamientos rurales. Según los últimos datos proporcionados por el INE correspondientes al mes de mayo, los establecimientos extrahoteleros registraron un aumento del 6,8% respecto al mismo período del año anterior. En el caso concreto de los apartamentos turísticos, la subida fue del 2,5%, presentando mejoras tanto en viajeros residentes como en viajeros extranjeros.



Infografía que resume los pasos para enviar los datos de ocupación hotelera.

ITH prepara la primera subasta de gas para el sector hotelero

Ya está abierto el grupo de compra para que se incorporen todos los hoteles interesados en participar

Dentro de los proyectos que el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) está desarrollando para fomentar la reducción de costes en los hoteles se engloba la creación de grupos de compra agregada. Así, la organización abre ahora el primer grupo de compra de gas natural a todos los hoteles, tras el grupo de compra de energía eléctrica.

"En el sector del alojamiento, el gasóleo o el propano superan al gas natural en términos de uso, a pesar de que este último presenta una serie de particularidades que pueden beneficiar al hotelero y aportarle reducción de costes energéticos. Con el objetivo de dar a conocer estas ventajas, conseguir mejores precios para el sector y motivar una mayor adopción de este combustible por los hoteles, ITH realizará una subasta de gas natural tras el verano", explica Óscar Alonso, técnico del Área de Sostenibilidad y Eficiencia

Se trata de una fórmula con la que se persigue la mejora de la competitividad del sector del alojamiento en España. Entre los objetivos de la iniciativa se incluyen dar mejor servicios a los usuarios de gas natural y obtener mejores precios para este suministro.

Procedimiento de la subasta

El funcionamiento del grupo de compra de gas natural es análogo al del grupo previo de compra eléctrica, que ya se encuentra en marcha. Ahora arranca la creación del grupo, incorporando a todos los alojamientos interesados, uniendo sus consumos a los del resto de alojamientos participantes.

A finales de verano se presentará la licitación del consumo total del grupo a las comercializadoras de gas natural interesadas en participar. La subasta se realizará en octubre donde las diferentes comercializadoras pujarán a la baja, ganando aquella que ofrezca la tarifa más baja. Ese precio se hará llegar a todos los integrantes del grupo de compra para que valoren si les interesa contratar el suministro de gas natural a través del grupo. Si así fuera, cuando vayan acabando sus contratos podrán contratar con la nueva comercializadora y al precio obtenido, pero es importante resaltar que no hay compromiso de compra con el grupo si el precio conseguido no es mejor que el que tengan actualmente.

Cuando un establecimiento se incorpora al grupo de compra no sólo puede acceder al precio obtenido, sino que, al unir sus consumos a los del resto del grupo está ayudando a conseguir una mejor tarifa, pues cuanto mayor sea el consumo subastado, mayor interés tendrán las comercializadoras en pujar más bajo.

El consumo de un hotel medio se divide aproximadamente en 50% eléctrico y 50% térmico, y por eso es imperativo buscar la eficiencia en los sistemas de producción térmica puesto que este concepto supone la mitad del consumo. Y en este sentido, los hoteleros han ido poco a poco descubriendo las bondades del cambio de combustible al gas natural, aumentando con el tiempo el número de usuarios, en consonancia con el aumento de la canalización de gas natural a más zonas del territorio nacional, freno hasta ahora para una mayor adopción por parte del hotelero.

El gas natural tiene una serie de ventajas que disfrutan los establecimientos que lo utilizan e importantes a tener en cuenta a la hora de valorar el cambio al gas natural, como es su menor coste y mayor eficiencia, la comodidad del suministro al no necesitar de algún tipo de depósito como ocurre con el gasóleo o el GLP, la reducción de las emisiones de partículas, CO2, CO, NOX, SO2, etc. frente a otros combustibles fósiles, la ausencia de inquemados sólidos, la mayor facilidad de operación, etc.

Todos aquellos establecimientos que se interesen por formar parte del grupo deben enviar un correo electrónico indicando su intención de participar a ITH acompañado de las últimas doce facturas de gas natural. Con ellas se obtendrán los datos necesarios como el perfil de consumo, tipo de tarifa, fecha de fin de contrato, etc.

Soluciones térmicas de alta eficiencia, alternativa de ahorro para la gestión de establecimientos

II Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos

Las soluciones térmicas de alta eficiencia son uno de los ejes de la II Jornada de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) con el patrocinio de Repsol. Este segundo ciclo arrancó el martes 7 de julio en Vielha (Val d'Aran) y llegarán a Salamanca, en octubre, y Córdoba, en noviembre.

Estas jornadas están dirigidas a establecimientos turísticos con demanda energética relevante (hoteles y casas rurales, de montaña, balnearios, camping, restaurantes, etc.), situados en entornos en los que se necesitan alternativas energéticas eficientes para la gestión de sus consumos y para incrementar el confort de sus clientes.

Durante su desarrollo se da así a conocer a estos establecimientos las fórmulas para sacar partido a las fuentes de energía que tienen disponibles en su entorno y las fórmulas para optimizar la producción de climatización, ACS y los usos térmicos en general. Asimismo, se presenta la diversidad de soluciones que los establecimientos pueden escoger dependiendo de su tipología y necesidades y las facilidades de financiación a su alcance.

Los participantes y ponentes son los principales agentes implicados en estos procesos que ofrecen su visión a los asistentes. Se trata de aportar soluciones que permitan a los alojamientos maximizar el ahorro energético en sus instalaciones y, consecuentemente, obtener una reducción de costes de operación y un óptimo mantenimiento de los equipos instalados, que permita conseguir inversiones con retornos rápidos.

También se identifican durante las jornadas el papel de las entidades bancarias, sus propuestas de financiación y su adaptación, tanto a las tecnologías y servicios, como a las particularidades del sector turístico.

Este es el segundo ciclo que se celebra tras el éxito cosechado en las jornadas que se celebraron en 2014 bajo este concepto.

Aparte de estas jornadas dirigidas a establecimientos en enclaves no urbanos, ITH también organiza otro ciclo de jornadas en materia de sostenibilidad y eficiencia energética para el sector hotelero, que este año cumple su séptima edición.

Inauguración en Vielha

Las II Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos arrancaron el 7 de julio en el Hotel Tryp Vielha Baqueira. La inauguración corrió a cargo de Anna Díaz Morelló, conselhera de Torisme, Conselh Generau d'Aran; Juan Antonio Serrano Iglesias, alcalde del Ayuntamiento de Vielha e Mijaran; Ramón Solsona Vila, secretario general de la Federació Provincial d'Hostaleria de Lleida; Coralía Pino, responsable Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero; e Ignacio Leiva, gerente Soluciones Energéticas de Gas GLP España de Repsol.

Coralía Pino habló a continuación sobre las oportunidades de ahorro energético en hoteles e Ignacio Leiva centró su intervención en las oportunidades para la competitividad y sostenibilidad con soluciones térmicas de alta eficiencia.

"Sistemas eficientes para la producción de calefacción y ACS en instalaciones hoteleras" fue el título de la ponencia de Ferrán González, Dirección Nacional de Ventas de Bosch-Buderus.

Santiago de la Fuente, consejero de Absorsistem, S.L., habló sobre la climatización de alta eficiencia en hoteles con bombas de calor por ciclo de compresión y de absorción a gas. David Luesma Meseguer, responsable de Proyectos en Red Aislada y Red Débil de Altare, centró su participación en la microcogeneración con gas propano, eficiencia en climatización, ACS y generación local de electricidad.

Juan Ruiz, country manager España de Girbau Group intervino para dar a conocer las tendencias innovadoras y de eficiencia que se pueden desarrollar en los procesos de lavandería en el hotel.

Mesa debate durante la primera Jornada de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos de 2015, que se celebró en Vielha.

La financiación de las inversiones en tecnología eficiente en establecimientos turísticos fue explicada por Javier León Fernández, director de Bansabadell Renting de Banco Sabadell

Por último, y antes del cóctel que se ofreció a los asistentes, se realizó una mesa debate que giró en torno a la gestión eficiente en climatización y producción de ACS.

Las jornadas están organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero con Repsol como patrocinador principal del evento y están co-patrocinadas por Bosch/Buderus, Absorsistem, Banco Sabadell, Girbau y Altare.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

EL NOTICIERO OPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
ANUARIO (1 EDICION)

DOSSIER
CONVENIO LABORAL DE AGENCIAS DE VIAJES

Futuralia
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO
ANUARIO (1 EDICION)

unav
CONGRESO UNAV
ANUARIO (1 EDICION)

CONEXO
COYUNTURA REUNIONES
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

CONEXO
PALACIOS DE CONGRESOS Y CONVENTIONS BUREAU

Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional

Placa al Mérito Turístico del Estado Español

Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

GRUPO Nexo

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

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

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

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

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

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

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

GOLD&TIME magazine
JOYERÍA, GEMOLOGÍA, ORFEBRERÍA
REVISTA SEMESTRAL (2 EDICIONES)

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

EL ECO
FILATELICO Y NUMISMATICO
FILATELIA Y NUMISMÁTICA
MENSUAL (11 EDICIONES)

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

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

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

ART&VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

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

VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN people
TRANSPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

MANmagazine
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN TRUCK & BUS WORLD
TRANSPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2EDICIONES)

AEJ
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO editores s.a.

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

Ashotel y el Ayuntamiento de Santa Cruz potencian la ciudad como destino

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife trabajarán conjuntamente para conseguir que la capital se posicione como destino turístico sólido.

El plan de trabajo, un documento articulado en el que trabajarán coco a codo la corporación local y la Asociación, establece como primera medida la constitución, según anunció el alcalde, José Manuel Bermúdez, de una mesa de turismo para hacer un seguimiento de las acciones que se implanten. Para Bermúdez es primordial convertir la capital tinerfeña en una "cuidad más turística", aspecto secundado para Jorge Marichal, quien incidió en la importancia de que sea una "mesa que tenga el consenso del sector", y en la que se tengan "las ideas claras, los proyectos definidos, y se busquen las líneas de financiación necesarias" para lograr ese objetivo.

Esta estrategia conjunta se expuso durante la reunión mantenida entre el alcalde de Santa Cruz de Tenerife, José Manuel Bermúdez, el presidente de Ashotel, Jorge Marichal, y los representantes del sector hotelero de la capital, que pudieron conocer de primera mano los principales ejes de actuación del Plan Director de Turismo, aprobado a finales del pasado mes de abril, y elaborado por la Cátedra de Turismo Caja Canarias-Ashotel-ULL, a instancias de la Sociedad de Desarrollo.

En el acto, también estuvieron presentes el responsable del área de Promoción Económica, Empleo y Calidad de Vida, Alfonso Cabello, y el vicepresidente de Ashotel, Gabriel Wolgeschaffen, Eduardo Parra, miembro de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-ULL, dio una visión global de los objetivos del Plan Director de Turismo de Santa Cruz de Tenerife, que además de situar a la ciudad como un destino turístico consolidado, busca dinamizar el comercio y mejorar la calidad de vida de la población residente.

El documento se modula en cuatro grandes ejes estratégicos de actuación: Mar (frente marítimo; plaza de España; cruceros; playa de Las Teresitas; parque marítimo y náutica); Go CCC (gastronomía; ocio; comercio: cultura y carnavales), Aire Libre (parques, plazas, jardines; terrazas, calles peatonales; Anaga; actividades en calle y grandes eventos) y Transversal (calidad de vida; tráfico y accesibilidad; limpieza; eventos; web 2.0 y formación).

Demanda de Ashotel

Este proyecto ha sido una las grandes demandas de Ashotel, por entender la "necesidad que había en la capital de tener un documento articulado que sirviera de herramienta para posicionarla turísticamente", según Gabriel Wolgeschaffen, quien considera que el impulso que necesita la estrategia turística de Santa Cruz debe implicar a todas las áreas de la corporación local, "tal y como se va a hacer a partir de ahora".

En la reunión se abordaron también otros aspectos clave en la dinamización turística: el desarrollo de la imagen de la marca turística de la ciudad, la puesta en marcha, en breve, de un plan de señalética turística, y la dotación de asistencia técnica y recursos suficientes para poder implantar la totalidad de las acciones contempladas en el proyecto.

Santa Cruz de Tenerife cuenta en la actualidad con 15 hoteles, seis de ellos (40%) de tres estrellas, aunque en lo referente al porcentaje de plazas hoteleras, el 23% y el 16% de la capacidad alojativa hotelera pertenecen a los hoteles de cinco y cuatro estrellas, respectivamente.

Ángel Cuevas García, nuevo presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria

Ángel Cuevas García (1961, Queveda, Santillana del Mar) fue proclamado presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) en una reunión de la Junta Directiva que tuvo lugar en el Hotel-Escuela Las Carolinas.

En la misma se analizó el número y la validez de avales presentados por esta candidatura de acuerdo a los Estatutos que rigen el funcionamiento de la Asociación. La de Cuevas García ha sido la única candidatura que ha concurrido en el proceso abierto por la AEHC el pasado 12 de junio.

Ángel Cuevas ha formado parte de la Junta Permanente de la AEHC a lo largo de los últimos ocho años, bajo la presidencia de Emérito Astuy Martínez. Este empresario dirige un grupo familiar en el que ya está implicada la tercera generación. Cuenta con tres hoteles en Santillana del Mar -Cuevas I y II, inaugurados en 1987, y Casa del Marqués, un establecimiento de cinco estrellas que abrió sus puertas en el año 2000- y Suances, donde la actividad se centra en el Hotel Cuevas III, en funcionamiento desde 1996 y remodelado el año pasado para convertirse en el segundo hotel de la cadena de cinco estrellas, y en los apartamentos turísticos Costa Esmeralda.

El grupo hostelero es también propietario de La Casa de los Hombrones (en Santillana del Mar), que alberga varios negocios en alquiler, y gestiona el Hotel Faro en San Vicente de la Barquera, perteneciente a un grupo mexicano con gran interés por realizar inversiones en Cantabria.

La trayectoria profesional de Ángel Cuevas García comenzó a los 16 años, momento en el que se suma a la plantilla de la Taberna Moisés, en El Sardinero (Santander), como camarero. Allí trabajó durante dos años, hasta que sus padres inauguraron un bar-restaurante cerca de las Cuevas de Altamira. Cuatro años más tarde, en 1983, pusieron en marcha una cafetería-restaurante y un hospedaje de cinco habitaciones en Santillana del Mar.

Ángel Cuevas García.

AEHCOS firma un convenio con la Clínica Santa Elena

El presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), José Carlos Escribano y el director de Clínica Santa Elena, Javier Seara Escudero, han suscrito un acuerdo de colaboración mediante el cual los establecimientos asociados y sus empleados, unos 17.000 personas en temporada alta, podrán beneficiarse de unas condiciones muy ventajosas en todo tipo de consultas y tratamientos médicos. Esta relación entre la asociación hotelera y Clínica Santa Elena se inició ya hace varios años. A través de este convenio se trata de extrapolar los servicios y ventajas que ofrece la Clínica también a los empleados de los hoteles asociados. El objetivo es mejorar las condiciones para los empresarios, empleados y clientes de los establecimientos hoteleros.

José Carlos Escribano y Javier Seara Escudero.

ASOLAN se reúne con el nuevo consejero de Turismo del Cabildo de Lanzarote

La Asociación de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote (ASOLAN) se ha reunido con el nuevo consejero de Turismo del Cabildo de Lanzarote, Echedey Eugenio, con el alcalde de Teguise Oswaldo Betancort y con el primer edil de Tías, Francisco Hernández.

Durante los encuentros, miembros de la Junta Directiva de la Patronal han abordado las actuaciones que quedaron pendientes durante la pasada legislatura y que, a juicio de los empresarios, son prioritarias y deberían concretarse en los primeros meses de este inicio de legislatura.

Así lo trasladaron al nuevo responsable del Área de Turismo del Cabildo de Lanzarote, que estuvo acompañado por el Consejero Delegado de la Sociedad de Promoción Exterior (SPEL) y Gerente Patronato, Héctor Fernández. Los empresarios han insistido en la unificación de la SPEL y el Patronato de Turismo.

ASOLAN considera que se debe dar un Impulso definitivo a la SPEL como único ente responsable de la promoción de Lanzarote. La Sociedad lleva constituida y en funcionamiento 7 años, sin embargo, la existencia aún del Patronato de Turismo, "ralentiza su funcionamiento e impide que esta Sociedad mixta desarrolle toda su actividad". La duplicidad de entes dificulta la gestión de los Clubs de Producto. En este sentido, ASOLAN solicita un mayor impulso de los actuales, MICE y ESD, y culminar otros como; Saborea Lanzarote o Turismo Sostenible.

Por otro lado, la Asociación ha solicitado al Consejero, también responsable de Ordenación Turística, mayor agilidad en la tramitación de autorizaciones, proyectos de modernización y renovación hotelera, así como una respuesta definitiva a la Ordenación Villas Turísticas; un problema enquistado desde hace más de 10 años.

En la reunión, ambas partes analizaron las últimas estadísticas de enero a mayo de 2015 que dejan un balance positivo sobre la llegada de turistas a la isla. Pero, la Presidenta de ASOLAN apuntó que; "debemos ser cautos al hacer valoraciones ya que tenemos que seguir estudiando el comportamiento de los mercados tradicionales, como el Alemán, y otros emergentes. Además no podemos olvidar que parte de estos datos podrían ser el producto de la inestabilidad al norte de África".

La puesta en marcha definitiva de la plataforma turismolanzarote.com, una herramienta que se ha hecho obsoleta, ya que según la presidenta de la Asociación de Empresarios, Susana Pérez, "hace ya dos años se planteó la necesidad de cambiarla, actualizarla y adaptarla a los dispositivos móviles sin que a día de hoy se hayan producido estos cambios que han convertido al portal en un elemento que resta competitividad al destino".

En el encuentro con el alcalde de Teguise, Oswaldo Betancort y concejal de Turismo, Antonio Callero, ASOLAN puso sobre la mesa el seguimiento de las obras que están en marcha como el asfaltado de calles y aceras, accesibilidad a la Playa de los Charcos, así como los Proyectos de Infraestructura Turísticas previstos para 2015 en los que se contemplan obras de embellecimiento, de las zonas turísticas del municipio y el carril bici. La Asociación también se interesó por la próxima publicación del Plan de Modernización de Costa Teguise y solicitó agilidad en la tramitación de los proyectos. Pérez incidió en la necesidad de mejorar el servicio de jardinería que en la actualidad es insuficiente; "no podemos obviar que las zonas verdes de Costa Teguise necesitan una actuación importante".

También se abordó el Plan Hidrológico en trámite. La Patronal trasladó su preocupación al primer edil, e insiste en que Lanzarote debe disponer de un Plan Hidrológico que regule y contemple la actividad de las plantas desaladoras que prevea la planificación integral y haga compatible la gestión pública y privada, tal y como recoge la Ley de Aguas de Canarias.

Seguridad

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

3

3 Meses sin intereses*

902 400 454
viajeselcorteingles.es

VIAJES El Corte Inglés
Una sonrisa de ida y vuelta

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

Spaincares y la OMT firman un Memorándum de Entendimiento

Spaincares y la Organización Mundial del Turismo (OMT) firman un Memorándum de Entendimiento para fomentar la cooperación entre ambas organizaciones. Una de las primeras acciones conjuntas será el informe de Miembros Asociados.

El Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, ha firmado un memorandum of understanding (MOU, memorándum de entendimiento) entre su organización y el Presidente de Miembros Afiliados de la OMT y Vicepresidente del Clúster Español de Turismo de Salud (Spaincares), Miguel Mirones con el objetivo de mejorar la cooperación entre las dos organizaciones.

Una de las primeras acciones conjuntas que van a realizar va a ser la publicación en los próximos meses de un informe de Miembros Afiliados sobre el Clúster como herramienta competitiva en el turismo de salud; una aproximación a la colaboración público-privada en los segmentos especializados.

Las partes han acordado que cooperarán estrechamente y se consultarán la una a la otra sobre cuestiones de interés mutuo para alcanzar sus objetivos comunes, como: la promoción del desarrollo del conocimiento en el ámbito del turismo de salud, el posicionamiento de esta nueva tipología turística a nivel global como nuevo segmento de turismo con un alto potencial de crecimiento y desarrollo, generar una dinámica de colaboración entre la OMT y Spaincares en la identificación de las mejores prácticas en turismo de salud a nivel internacional y la generación de una permanente transferencia de conocimiento entre los destinos con potencial desarrollo en el área del turismo de salud.

Miguel Mirones ha destacado la importancia de la firma de este acuerdo por el impulso que va a suponer liderar desde España, el desarrollo de una nueva metodología para el análisis y el estudio de este nuevo turismo, que tanto potencial de crecimiento y de innovación puede generar para el modelo turístico español.

Miguel Mirones y Talef Rifai en la firma del acuerdo.

Hosteleros de Granada fomentarán el turismo gastronómico con tapas

Los hosteleros de Granada buscarán fomentar el turismo gastronómico en la capital así como en el resto de la provincia a través de las tapas y los productos de calidad que produzcan "experiencias en el turista", tal y como se desprende de un estudio elaborado dentro del Plan de Excelencia Turística.

El responsable de la consultora Cercanía Consultores, encargada de elaborar el estudio, Isaías Pérez Domínguez, ha explicado que el primer paso para alcanzar un turismo gastronómico de calidad es analizar este segmento turístico y estructurar la oferta que puede dar la ciudad en particular y en el conjunto de la provincia puesto que "el turismo busca experiencias completas".

La tapa es la característica por excelencia de la gastronomía granadina pero "en los últimos años ha primado más la cantidad que la calidad", un concepto que debe cambiar a la par que hay que explotar la "excelencia reconocida de los restaurantes" que, además, "va creciendo con jóvenes impulsores que están creando una gran oferta".

"Esta gran potencialidad necesitaba un hilo conductor", ha especificado Pérez Domínguez para "sentar las bases para que cualquier empresa de hostelería implantada o nueva conozca este segmento de comercialización y lo explote de manera adecuada" y ha hecho mención, en este sentido, a la necesaria profesionalización de los empleados del sector.

Ha resaltado la necesidad de trabajar en el conjunto de la provincia y ofrecer una oferta completa que, además del plato elaborado, permita al turista conocer los orígenes del producto y su elaboración destacando, asimismo, los sellos de calidad con los que cuenta la gastronomía local así como la "continuidad en la colaboración entre instituciones para mantener la excelencia".

El presidente de la Federación de Empresas de Hostelería en Granada, Trinitario Betoret, ha mostrado su satisfacción por haber participado en este Plan de Excelencia Turística y "haber contribuido a que haya sido un rotundo éxito", una "herramienta muy útil que ha conseguido posicionar la marca granada dentro del escenario turístico" y que la Federación volverá a solicitar.

La Asociación Riojana de Hoteles elige a Demetrio Domínguez como nuevo presidente de la entidad

La Asociación Riojana de Hoteles, integrada en la FER, ha elegido al empresario Demetrio Domínguez (Hotel Victoria de Arnedo) nuevo presidente para un periodo de mandato de cuatro años. Domínguez releva a Jaime García-Calzada, quien ha desempeñado el cargo durante los últimos 12 años. El presidente saliente ha recibido una placa en reconocimiento a la labor desempeñada y por su contribución al sector.

La Asociación ha celebrado su Asamblea General con la elección del Presidente y de los miembros de la Junta Directiva.

Presidente: Demetrio Domínguez Ruiz, en representación de Herruca, S.L. (Hotel Victoria).

Vicepresidente: Jaime García-Calzada Barrena, en representación de Jaime García-Calzada, S.L. (Hotel Marqués de Vallejo).

Vocales: Germán García Genís, en representación de Berceo, S.A. (Hotel Carlton Rioja); Sonia Bartolomé Nájera, en representación de San Camilo Hoteles, S.L. (Hotel San Camilo); Daniel Muela Sáez, en representación de Kendari, S.L. (Hotel F&G); Jaime José Abad Conde, en representación de Los Agustinos, S.A. (Hotel Los Agustinos); Alberto Castella Monteagudo, en representación de Servicios Aguilar-Castella, S.A. (Hostal Gala); y José Félix Paniego Sánchez, en representación de Félix Paniego Gutiérrez, S.L. (Hotel Echaurren).

Secretario General: Miguel Ángel Librada Tomás.

Demetrio Domínguez.

Hosbec recibe la Placa al Mérito Turístico junto a importantes personalidades

Esta Asociación ha recibido la Placa al Mérito Turístico a la colaboración público-privada para modernización de Destinos Maduros por constituir 'un modelo ejemplar de colaboración entre empresas turísticas, administraciones públicas y organizaciones empresariales' tal y como se describe en acuerdo del Consejo de Ministros por que se conceden los Distintivos al Mérito Turístico y que constituye el más importante galardón en el ámbito turístico español.

En esta ocasión, la distinción otorgada a HOSBEC viene a reconocer el trabajo desarrollado desde su fundación en el año 1977, y en especial su labor de coordinación y cooperación con las diferentes administraciones públicas, y todo el esfuerzo empresarial desarrollado por sus miembros para la modernización de un destino turístico por excelencia como es Benidorm y la Costa Blanca. También se destaca su papel fundamental en la creación y consolidación de la Fundación Turismo de Benidorm como entidad gestora de la promoción de la ciudad y ejemplo de cómo este tipo de entidades pueden funcionar de forma ejemplar con la colaboración y aportación de todos los interesados.

El acto de entrega estuvo presidido por José Manuel Soria, Ministro de Industria, Energía y Turismo y que tuvo lugar en el Puerto de la Cruz, Tenerife.

HOSBEC comparte galardón en esta edición con importantes personalidades de la vida económica, cultural y social como Enrique Sarasola, fundador de Room Mate Hotels, Pablo Piñero, propietario de Soltour y Hoteles Bahía Príncipe entre otros productos turísticos del Grupo Piñero, Carlos Moro, presidente de las Bodegas Matarromera, la Vuelta Ciclista a España, representada por su Director General, Javier Guillén y la Baronesa Carmen Cervera, propietaria de la Colección Thyssen Bornemisza.

En el apartado de entidades, la Isla de la Palma ha sido la otra entidad galardonada con la Placa al Mérito Turístico por haber sabido posicionarse como un destino activo y nada convencional gracias, entre otros, al "turismo de estrellas".

Nuria Montes, secretaria general de Hosbec, recogió la Placa al Mérito Turístico del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El Sector ha cambiado

y la Información también

Date de alta
en Nexohotel.com
Diario *online* de Hotelería

...y recíbelo cada mañana en tu email

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

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:
www.cehat.com