El evento de la Innovación Hotelera llega a Madrid

GUEST nace para convertirse en la única feria de innovación del sector hospitality en España.

pág. 26

Acuerdo de colaboración entre Murprotec y CEHAT

Gracias a este convenio los asociados podrán conocer y solventar los problemas de humedades estructurales de sus establecimientos.

pág. 28

Nuevo presidente para la hostelería de Cataluña

Santiago García-Nieto es el nuevo presidente de la Confederación Empresarial de Hostelería y Restauración de Cataluña.

pág. 28

Directora: Mónica González. Noviembre 2017 / Nº 141 / Año XII

Una Publicación del Grupo Nexo

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Nuevo impulso al Modelo ITH de Sostenibilidad

La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Pastora Asían González, y el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas Marcellés, han firmado un convenio que supone un reconocimiento a la labor desempeñada por ITH como entidad comprometida con el desarrollo competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera y turística de nuestro país.

La firma de este convenio supone un importante impulso a la sostenibilidad en el sector, favoreciendo la difusión de un conjunto de medidas que, compiladas en el Modelo ITH de Sostenibilidad, y articuladas en la herramienta de acceso gratuito para hoteles iSave Hotel, entre otras acciones, se erigen en una hoja de ruta personalizable y ajustada a la realidad particular de cada establecimiento hotelero.

Tras el lanzamiento y puesta en marcha el pasado año 2016, el Modelo ITH de Sostenibilidad, y su plataforma tecnológica iSave Hotel, han despertado enorme interés por parte del sector hotelero, cada vez más concienciado con la necesidad de incorporar medidas que garanticen la sostenibilidad y la eficiencia energética de sus negocios. Las acciones enmarcadas en el convenio firmado entre la Secretaría de Estado de Turismo y el ITH contemplan la inclusión al Modelo de conceptos de economía circular, así como la incorporación a la herramienta iSave Hotel de nuevos módulos funcionales sobre accesibilidad, benchmarking de consumo energético y confort acústico. Asimismo, se realizará una ampliación del ámbito de aplicación de las medidas propuestas por la herramienta, adecuándola a los campings. ***Pág. 22***

Juan Molas y Matilde Pastora Asían firman el acuerdo de colaboración.

Despido nulo de una trabajadora

Carlos Sedano analiza una sentencia en la que el Tribunal Supremo declara nulo un despido de una trabajadora que estaba en proceso de fecundación in vitro. ***Pág. 6***

Eduardo Gómez de Salazar

La fiscalidad de la movilidad internacional: España a México. ***Pág. 4***

INSTALACIONES HOTELERAS

Financiación de sus inversiones

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

www.CaixaBank.es/empresas

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, Miguel Praga y Germán Ruiz

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:* Mercedes León. **FACTURACIÓN:** María José González
SUSCRIPCIONES: Mercedes León. **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Jorge de Jorge. **BASE DE DATOS:** Mar Fernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa *(Asesoría-Auditoría)*, Nexopublic *(Consultoría)*, Nexo Creativo *(Auto-edición)*, 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 M-31312015 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

EDITORIAL

CEHAT apuesta por Guest

Casi todos los sectores económicos disponen con carácter regular de unos eventos y lugares que son considerados un "must" al que hay que asistir si queremos estar con los que hay que estar y entender hacía donde van las dinámicas sectoriales.

Desde hace tres años Easyfairs, empresa líder en la organización de salones profesionales, venía barajando la posibilidad de hacer un salón diferente a los habituales, más centrado en el alojamiento hotelero que en el propio sector turístico, donde confluyen diferentes actividades. CEHAT y su Asamblea General vieron con entusiasmo que de la mano de los profesionales en la materia se podía iniciar un evento de carácter anual, donde se pudieran exponer las últimas novedades, pero donde podríamos vernos todos aquellos interesados en la hotelería, sin perdernos en los pasillos de la magnífica feria por antonomasia que es FITUR. La idea de Guest surge para mostrar las tendencias actuales en el sector hotelero, sobre todo en tecnología, experiencia del cliente y sostenibilidad, que están marcando el rumbo en la planificación de las nuevas estrategias a implementar, e influirán en el modo en que se gestiona una empresa hotelera en general.

Estamos a punto de abrir las puertas, hemos hecho un gran esfuerzo desde hace meses y esperamos que GUEST fructifique y que dentro de unos años, cuando celebremos su primera década veamos con orgullo que aquella apuesta sectorial ha servido a nuestro único objetivo que es fortalecer al sector hotelero Español, piedra angular del turismo y motor de la economía Española.

El visitante de GUEST, encontrará soluciones para sus problemas y dificultades actuales. En GUEST van a encontrar lo mejor en equipamiento, servicios, tecnología y lo que adquiera y contrate en el salón le va a ayudar a mantenerse activo en el mercado y a mejorar su cuenta de resultados. El visitante debe planificar su visita, estudiar los expositores y concertar citas con ellos para sacar el máximo partido al salón.

Dentro de Guest y durante los 2 días que dura el mismo, tendrá lugar Guest Summit, que tomará el pulso al sector. En palabras del residente de la CEHAT, Juan Molas, Guest Summit es "un gran evento con debates, ponencias y mesas redondas para interactuar e intercambiar las tendencias sectoriales en una temporada en la que tenemos que mejorar la calidad y la rentabilidad del turismo español". Para Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, la nueva feria "es el encuentro que el sector hotelero estaba esperando. Su foco en aspectos como la innovación y mejora de la eficiencia nos servirá para poder afrontar los retos de futuro y seguir manteniendo el liderazgo en competitividad turística mundial, algo especialmente crucial en la economía española.

Razones para no perderte Guest

***Concha Casas** / Directora del evento Guest*

El próximo 28 y 29 de noviembre en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid tienes una cita con GUEST-The future of hospitality. En colaboración con CEHAT e ITH, el evento hecho, por y para hoteleros, tiene como objetivo ofrecer toda la innovación del sector tanto a través de un contenido único, como de una zona expositiva que ya cuenta con las empresas de referencia de la industria.

Al igual que otras industrias, el sector hotelero se ha visto obligado a reinventarse para ofrecer al cliente algo más que una estancia, en este sentido hablamos de experiencias.

En el año 2060 los hoteles del futuro ofrecerán desde camas adaptables por "neurofeedback" hasta gastronomía y servicios de spa diseñados a partir del ADN, incluso programación onírica para que el huésped tenga sueños memorables.

James Canton, especialista del Institute for Global Futures de Estados Unidos, realizó una investigación donde se estudian las principales tendencias emergentes de consumo.

Robots, camas adaptables al deseo propio: neurofeedback, reconocimiento facial para abrir la puerta de la habitación o sala de reuniones, sensores regulados por la voz, pantallas táctiles e interactivas en todas las superficies, experiencias de realidad aumentada, espejos con transmisión de noticias en tiempo real y hasta inodoros inteligentes son sólo algunos de los ítems que, se cree, serán comunes en la habitación de hotel, es decir un mix entre la llamada "supertecnología" y la "superciencia".

El mundo hotelero está de enhorabuena. Las tendencias actuales en el sector hotelero, están marcando el rumbo en la planificación de las nuevas estrategias a implementar, e influirán en el modo en que se gestiona una empresa hotelera en general. CEHAT, patronal que representa al 90% de los hoteleros españoles, consciente de la transformación del sector impulsa este salón.

Estas son algunas de las razones por las que no puedes perderte el evento hotelero que mira al futuro:

1. Porque habrá presencia de los actores clave del sector hospitality, en Guest Summit y en la zona expositiva, tanto a nivel nacional como internacional.

2. Porque "ataca" directamente a la necesidad que existe de unificar inteligencia de mercado, tecnología y planteamientos innovadores.

3. Porque en Guest Summit es una oportunidad única para conocer la opinión de los Key Players nacionales e internacionales de la industria y plantear todas tus opiniones y dudas.

4. Porque el turismo y este evento en concreto no entiende ni de grandes ni de pequeños sino de calidad y personalización del servicio, y durante Guest Madrid se hablará mucho de este tema.

5. Porque la innovación no solo es tecnología sino es satisfacción del cliente, de manera que se tratarán temáticas relacionadas con online pero también con el offline.

6. Porque se necesitaba platear un evento práctico desde el "barro" que ayude a proponer soluciones y no tanto desde la "Teoría de las ideas".

7. Porque este evento facilita trabajar en red y la red se consigue siendo profesionales y perdiendo el miedo a colaborar entre todos.

8. Porque el evento está pensado y diseñado para ofrecer una experiencia única al visitante que podrá descubrir los productos y servicios más innovadores y un contenido exclusivo y formativo a través del Summit, los Workshops y la Innovation Gallery.

9. Porque es el único evento donde sólo el visitante profesional tendrá acceso. Guest es un evento pensado para hacer networking para dar soluciones a problemas reales, expositor, ponente y visitante son perfiles 100% profesionales de la industria.

10. Porque este evento ofrece al hotelero soluciones innovadoras que, entre otras cosas, le darán la oportunidad de mejorar la rentabilidad de su negocio, a la vez que mejora la satisfacción del cliente.

Guest es el único evento que combina un contenido centrado en la innovación, con una zona expositiva que presenta las tendencias más innovadoras, ya sea a través de la presencia con stands de las empresas más relevantes de la industria, ya sea en las diferentes áreas como el Workshop Area, Start-up Speaking Corner y el Innovation Hall.

Lo que diferencia a Guest Summit es, no sólo el formato el cual es totalmente diferente y dinámico, sino el panel de ponentes y contenido, durante los dos días que dura el evento los primeros espadas de la industria pondrán las cartas encima de la mesa a la hora de hablar de todos los aspectos que rodean a la industria.

Distribución, economía colaborativa, viajeros premium, los hostals, la personalización de los servicios, el turismo sostenible, los metas, estrategias para llegar y fidelizar al cliente, el papel de empresas como Google, Twitter o Facebook en la industria hotelera, la importancia de la hostelería en hotelería, el equilibrio entre los destinos y los residentes locales, son las temáticas que se tratarán y debatirán en mesas redondas, entrevistas ejecutivas, ponencias rápidas y cara a cara.

> Guest ofrecerá toda la innovación del sector a través de un contenido único y una zona expositiva

Si hay un lugar donde el hotelero encontrará las mejores soluciones para su alojamiento, donde hacer negocios y donde conocer de primera mano las opiniones de los keyplayers del sector, ese lugar es Guest.

Si quieres dar una solución tecnológica e innovadora a tu negocio o simplemente, quieres viajar al futuro del sector hotelero, te esperamos en GUEST, Palacio Municipal de Congresos de Madrid, los días 28 y 29 de noviembre.

Eduardo Gómez de Salazar
Socio del departamento de Human Capital Services de Garrigues

Ricardo Fernández de Arellano
Asociado sénior del departamento fiscal de Garrigues en Ciudad de México

Fiscalidad de la movilidad internacional: El caso de España a México

La búsqueda por parte de las empresas españolas de vías para incrementar su cuota de negocio fuera del país es constante. El sector hotelero y turístico ha constituido una punta de lanza de dicho proceso que, lejos de reducirse, continúa en pleno auge, sobre todo por lo que respecta a las inversiones en México. Uno de los aspectos relevantes en los procesos de expansión internacional es la tributación, tanto en el país de origen como en destino, del personal desplazado. En este sentido, la conjunción de los beneficios fiscales establecidos en la normativa española y las características del régimen tributario mexicano hace que México constituya un destino atractivo para el expatriado.

En materia de expatriación son dos las medidas establecidas por el legislador español que han venido aplicándose para favorecer la expansión de nuestras empresas internacionalmente: por un lado la exención prevista en el artículo 7.p) de la Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas ("Ley del IRPF") y por otro el denominado régimen de excesos o prima de expatriación.

La propia dinámica de las empresas con intereses fuera de España ha hecho que los desplazamientos del personal en muchos casos tengan un carácter puntual aunque sostenido en el tiempo. En este escenario, las empresas han venido aplicando de forma habitual el beneficio fiscal recogido en el citado artículo 7.p) de la Ley del IRPF, que establece la posibilidad de que los rendimientos derivados de trabajos desarrollados en el extranjero queden exentos de tributación en España hasta un importe de 60.100 euros, siempre que se cumplan determinados requisitos.

Hay que destacar, a este respecto, que la referida exención exige que el contribuyente tenga la condición de residente fiscal en España, que los trabajos se desarrollen físicamente en el extranjero para una empresa no residente en España, que exista una relación laboral y que en el país de destino se aplique un impuesto de naturaleza idéntica o análoga al IRPF.

El artículo 7.p) no establece cuál debe ser la duración mínima del desplazamiento para que los rendimientos obtenidos resulten exentos en el IRPF, por lo que basta cualquier desplazamiento (inclusive de un solo día) para que, siempre que se cumplan el resto de requisitos, se aplique la referida exención.

Junto con la medida anterior, la normativa del IRPF establece, a su vez, la consideración de renta no sometida a tributación de la denominada "prima de expatriación", que puede definirse como todo complemento o ayuda pagada al empleado como consecuencia de su desplazamiento, que no percibiría en caso de seguir trabajando en España.

La legislación fiscal española establece, pues, determinadas ventajas fiscales en materia de expatriación que pueden ser muy relevantes a la hora de abordar los desplazamientos internacionales. No obstante, el análisis de las implicaciones fiscales globales de un determinado desplazamiento requiere conocer también cuál es el tratamiento fiscal del personal desplazado en el país de destino (en este caso México).

Pues bien, aunque la normativa fiscal mexicana no establece ningún beneficio fiscal específicamente dirigido al personal expatriado, ni en relación con el personal que se desplaza a México ni con el personal mexicano que se desplaza al extranjero, existen determinadas características del régimen tributario de las personas físicas en México que, sin duda, pueden resultar relevantes en este ámbito.

Así, sin ánimo de ser exhaustivos, la normativa fiscal mexicana establece aún tipos impositivos sensiblemente más reducidos que la media de la OCDE para los contribuyentes que tienen la consideración de residentes fiscales en el país (el tipo impositivo marginal máximo se establece en el 35%).

> "Existen ventajas fiscales en materia de expatriación muy relevantes"

Por lo que respecta al personal que, por las características del desplazamiento, no adquiriera la condición de residente fiscal en México, la normativa establece una exención aplicable a los primeros $125.900 pesos mexicanos en concepto de rendimiento del trabajo que se obtengan, un tipo impositivo del 15% aplicable a los rendimientos obtenidos hasta la cifra de $1.000.000 de pesos y un tipo impositivo del 30% a los ingresos percibidos que superen la cantidad de $1.000.000 de pesos mexicanos.

Finalmente, hay que recordar que el Convenio entre España y México para evitar la doble imposición establece que los rendimientos percibidos por una persona física residente fiscal en España percibidos por trabajos desarrollados en México no se someterán a imposición en dicho país cuando: i) la persona no permanezca en México más de 183 días en cualquier periodo continuo de doce meses; ii) las remuneraciones se paguen por un no residente en México y iii) las remuneraciones no se soporten por un establecimiento permanente o una base fija que el empleador tenga en México.

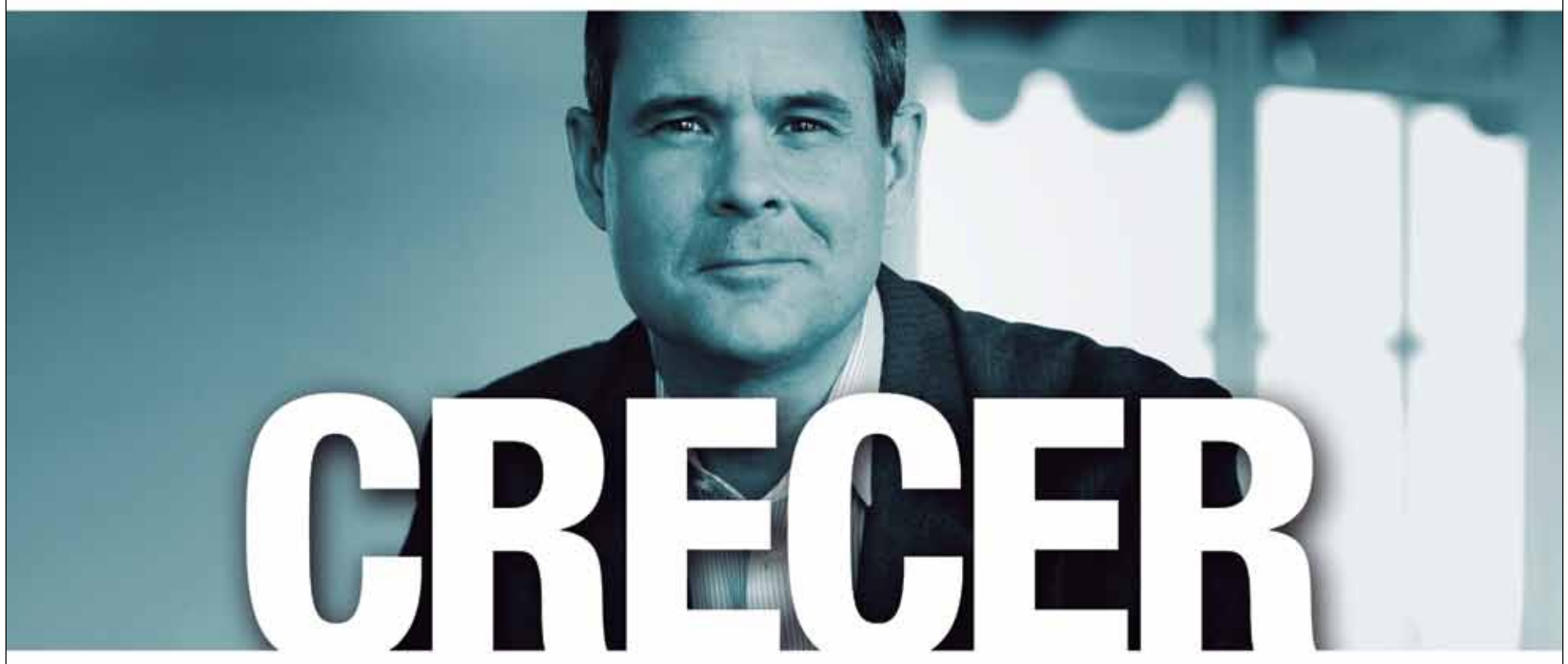
En suma, la conjunción de los beneficios fiscales establecidos por la normativa española, junto con las características del régimen fiscal mexicano hace que México constituya, a priori, un país favorable tanto para el personal expatriado, que podrá ver maximizada su retribución neta como consecuencia del desplazamiento, como para las empresas, que estarán en condiciones de ofrecer unas condiciones de desplazamiento más competitivas al personal desplazado sin incurrir en excesivos costes.

En cualquier caso, no hay que olvidar que México también plantea dificultades técnicas a la hora de implementar estos desplazamientos internacionales (un ejemplo de ello es la práctica de retenciones en los esquemas de Split Payroll), por lo que resulta muy conveniente que la compañía cuente, en la medida de lo posible, con una política de asignaciones internacionales adecuada y con expertos que regulen y estudien de una forma cuidadosa la citada fiscalidad vinculada a estos desplazamientos.

Aportamos toda nuestra energía para fomentar el desarrollo de nuestro entorno,
y de las empresas y profesionales del sector hotelero.

Trabajamos para diseñar fórmulas de financiación a la medida de tus proyectos:
modernización, internacionalización, eficiencia energética, renovación de interiores...

Con todos nuestros productos y servicios a tu disposición.
www.grupocooperativocajamar.es/sectorhotelero



Contigo

GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR

Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

El despido de una trabajadora sometida a tratamiento de fecundación es nulo

El Tribunal Supremo, en sentencia de 4 de abril de 2017, ha declarado nulo, por discriminatorio, el despido de una profesora de un colegio religioso que se encontraba en una fase avanzada de un proceso de fecundación in vitro, al no acreditar el colegio para el que trabajaba que la causa del cese no guardaba ninguna relación con dicho tratamiento de reproducción asistida. La sentencia considera que la empresa, que reconoció la improcedencia del cese que había articulado por causas económicas, no ofreció una justificación objetiva y razonable, además de suficientemente probada, de que el despido se debiera a razones ajenas a la vulneración del derecho fundamental a la no discriminación por razón de sexo alegada por la profesora, por lo que se declara nulo.

La trabajadora despedida estaba prestando servicios como profesora de educación infantil y primaria en el Colegio El Salvador-Maristas de Bilbao con una antigüedad del año 2005. Desde el año 2009, se había sometido a diferentes tratamientos de fertilidad de reproducción asistida; el último lo inició el 27 de mayo de 2014. Un mes más tarde, el colegio, que sabía que la profesora estaba sometida a dicho tratamiento, le comunicó por escrito su despido, alegando causas económicas, con efectos del 31 de agosto de ese año. En el momento del despido los óvulos fecundados in vitro no habían sido implantados en el útero de la profesora, estando previsto dicho tratamiento para los días siguientes. La empresa acreditó, en orden a justificar las causas económicas alegadas en la carta de cese, que la unidad infantil/guardería había registrado pérdidas durante 2012 y 2013; sin embargo, los resultados de explotación del colegio durante ese tiempo fueron positivos.

El Juzgado de lo Social nº 1 de Bilbao y la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco declararon el despido improcedente, condenando a la empresa a su readmisión o al abono de una indemnización de 34.037 euros, sin salarios de tramitación. Entendieron que, aunque existían indicios de que la actuación empresarial pudiera resultar discriminatoria por razón de sexo, los mismos habían quedado desvirtuados por las causas imputadas en la carta de despido. Además, señalaron que la protección que el derecho de la Unión Europea dispensa a la mujer embarazada no alcanza a una trabajadora que, estando sometida a un proceso de fertilización y fecundación in vitro, es despedida cuando aún no le han sido implantados los óvulos.

El Tribunal Supremo, en cambio, estima el recurso de casación para la unificación de doctrina de la profesora y declara nulo su despido; decisión que obliga a su readmisión y al pago de los salarios de tramitación. En su sentencia, aclara que en este caso no se pretende equiparar la situación de una mujer sometida a fecundación in vitro, a la que aún no le han implantado los óvulos, con la que está embarazada, a los efectos de aplicar automáticamente la 'sanción' de nulidad del despido prevista en el artículo 55.5 b) del Estatuto de los Trabajadores, sino que el objeto de debate es la licitud o no de un despido cuando hay indicios de que el mismo obedece al hecho de que una trabajadora está siendo sometida a un tratamiento específico de reproducción asistida, por lo que puede haberse producido una discriminación.

En este supuesto, la Sala de lo Social del alto tribunal explica que corresponde al demandado -la congregación religiosa titular del colegio- aportar una justificación objetiva y razonable, suficientemente probada, de las medidas adoptadas y de su proporcionalidad. Esto puede hacerlo probando que su comportamiento no ha provocado la violación de ningún derecho fundamental del trabajador o demostrando la existencia de algún tipo de circunstancia de entidad suficiente para justificar el acto empresarial que excluya cualquier sospecha de trato discriminatorio.

Sin embargo, la conclusión a la que llega la Sala es que el colegio no ha acreditado que las causas del cese fueron completamente extrañas a la vulneración alegada por la trabajadora. Así, subraya la sentencia, en ningún momento se intentó justificar la procedencia del despido llevado a cabo por causas objetivas, en base a circunstancias económicas, lo que podría haber eliminado cualquier sospecha de comportamiento discriminatorio, sino que reconoció expresamente su improcedencia.

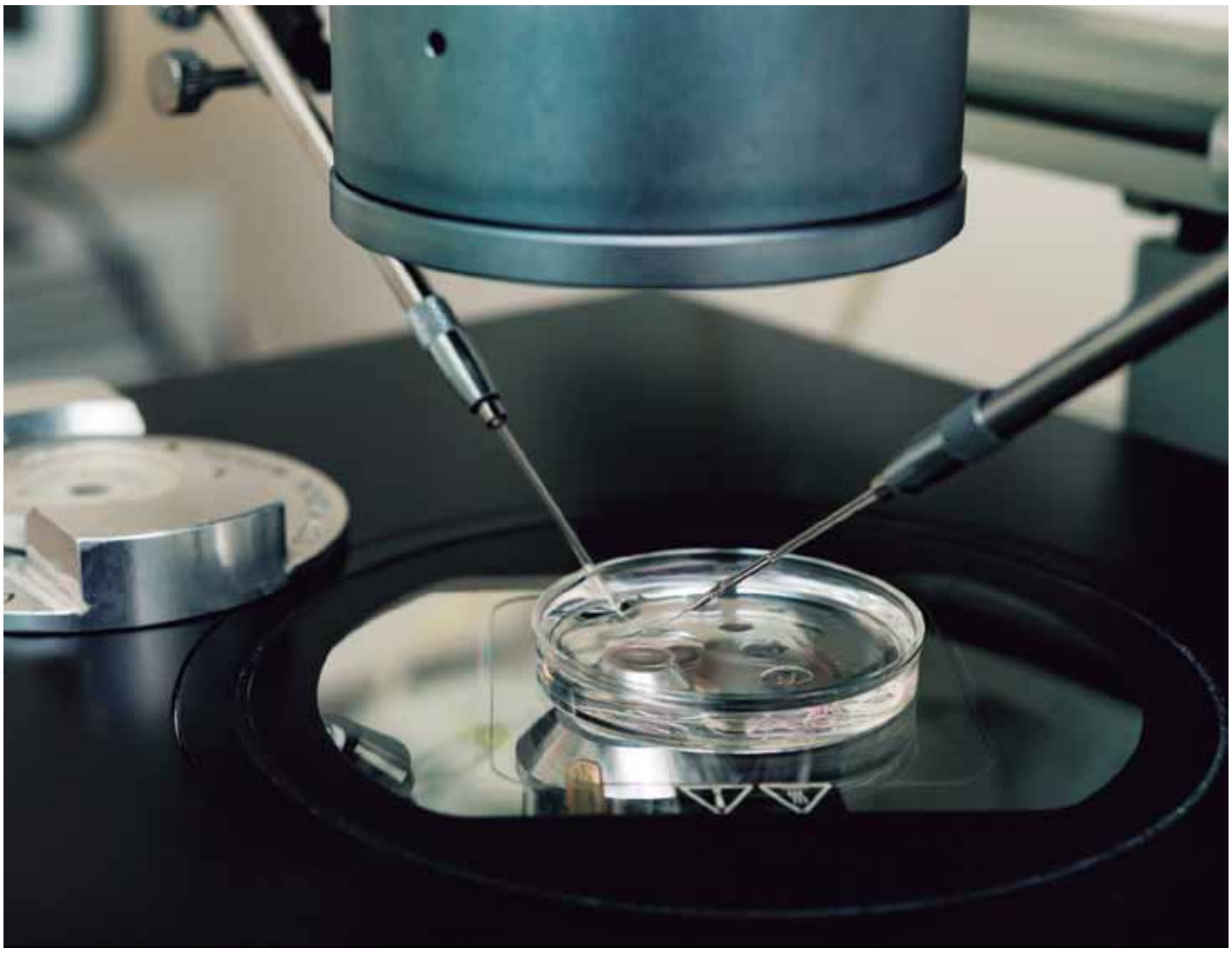
> La trabajadora prestaba servicio como profesora de educación infantil desde el año 2009

Ese reconocimiento, añade la Sala, cuyos efectos procesales en el plano de un despido ordinario podrían ser perfectamente entendibles, no lo eran cuando de lo que se trataba era de dejar patente que en la actuación empresarial existía una "justificación objetiva y razonable" de la decisión extintiva adoptada; justificación que necesariamente tenía que estar "suficientemente probada" por mandato de la propia ley. A este respecto, afirma que esto resulta objetivamente imposible en este supuesto en el que la empresa reconoce que el despido era improcedente.

"Mal puede sostenerse que una actuación no ajustada a derecho -reconocida así por su propio autor- constituya una justificación razonable y objetiva de la cuestionada decisión extintiva que, además, resulte proporcionada en función de las circunstancias concurrentes. Antes bien, el despido producido, precisamente por su carácter ilícito, no cumple con la exigencia legal que excluya el móvil discriminatorio ante un claro panorama indiciario de vulneración del principio de igualdad denunciado por la trabajadora", afirma la Sala Cuarta.

Para la Sala de lo Social, la propia carta de despido no se refiere expresamente a la existencia de causas económicas que motivan el despido, sin cifrar cantidad alguna, por más que mencione la necesidad de reducir el déficit en las aulas de niños de menos de dos años. En este sentido, señala que el déficit de la sección infantil/guardería -aun importante- hay que ponerlo en conexión con la existencia de resultados positivos en la explotación global.

Por último, resalta que el hecho, alegado por la empresa, de que más de la mitad de la plantilla sean trabajadoras y gran parte de éstas sean madres con hijos "tiene que ver muy tangencialmente con los indicios discriminatorios que se sustentan en el sometimiento de la trabajadora a reiterados tratamientos de fertilidad desde el año 2009 y, finalmente al ciclo de reproducción asistida que coincide temporalmente con la decisión extintiva", concluye la sentencia.



pikolin grupo CONTRACT

GRUPO PIKOLIN CONTRACT

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

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

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

Tfno: +34 91.485.26.30 - www.grupopikolincontract.com

Hipotels Playa de Palma, con Dekton y Silestone by Cosentino

La cadena hotelera Hipotels ha abierto dos nuevos hoteles en la Playa de Palma (Palma de Mallorca) donde se han empleado más de 72.700 metros cuadrados de la superficie ultracompacta Dekton® y más de 1.600 metros cuadrados de la superficie de cuarzo Silestone®. Orientados especialmente al turismo extranjero, el principal objetivo de la cadena es ofrecer establecimientos de calidad, un trato personalizado, una excelente ubicación y una dotación de instalaciones y servicios muy por encima de las exigencias del mercado.

Conectados entre sí por un centro de convenciones, Hipotels Gran Playa de Palma (4 estrellas) cuenta con 368 habitaciones distribuidas en seis plantas, mientras que Hipotels Playa de Palma Palace (5 estrellas) cuenta con 224 habitaciones repartidas en siete plantas. A tan sólo 200 metros de la playa, disponen de un sinfín de servicios como terraza, piscina exterior e interior, spa, bares y restaurantes.

Solería zona ascensores Hipotels 5 con Dekton Sirocco en gran formato.*

Dekton® en pavimentos, fachada, aplacados de pared y elementos arquitectónicos especiales

La superficie ultracompacta Dekton® compone gran parte de la pavimentación de ambos hoteles, entre suelos de interior y exterior. Más de 41.000 metros cuadrados de Dekton® se han utilizado en solería.

El gran formato de las piezas de Dekton® (320 x 144 cm) ha permitido crear pavimentos llenos de calidad y belleza en habitaciones, zonas comunes o piscina exterior. Piezas de Dekton® elaboradas en otros tamaños más pequeños dan forma a los suelos de terrazas y duchas de las habitaciones, escaleras, spa (5*) y piscina climatizada (5*). Su dureza, su resistencia a la abrasión, su fácil mantenimiento diario, el uso de la tecnología grip antideslizante y su alta resistencia a la hidrólisis le convierten el material idóneo para solería en ambientes secos y húmedos.

Simplemente espectacular es la fachada ventilada del hotel 4 estrellas, compuesto por más de 9.000 metros cuadrados de Dekton®. Debido a la proximidad al mar, Dekton® se comporta de forma óptima ante la erosión de la arena de la playa y el salitre. Asimismo, cuenta con cualidades excepcionales como alta resistencia a los rayos ultravioleta, estabilidad al color o alta resistencia a las manchas.

La superficie Dekton® se convierte además en la piel de gran parte de las paredes del proyecto. Más de 20.000 metros cuadrados de Dekton® se han aplicado como revestimiento de paredes. Gracias a la fabricación de piezas de gran tamaño de Dekton®, esta aplicación destaca exponencialmente en el diseño final. La planeidad del producto se aprecia incluso en su formato de 8 mm de espesor para su instalación en vertical, y la uniformidad resultante es impactante desde un punto de vista arquitectónico y estético. Paredes completas de Dekton® pueden verse aplicadas en habitaciones, zonas comunes, comedores, bares, piscina climatizada (5*), baños de habitaciones y spa (5*).

Dekton® ha permitido hacer también realidad detalles arquitectónicos como diversos pilares que engalanan el hall de ambos hoteles, y que suponen estructuras verticales que destacan por su elegancia y belleza. Las entradas a las habitaciones del hotel de 4 estrellas cuentan además con unos marcos diseñados a medida en Dekton®. Cualquier detalle a medida es posible con este material, otorgando exclusividad, personalización y diferenciación al diseño.

Silestone® en recepción, bufetes, barras, encimeras de baño y lavabos integrados

Las zonas comunes compuestas por bares y comedores de ambos hoteles se visten con Silestone®. Aproximadamente 1.000 metros cuadrados de la superficie de cuarzo Silestone® se han utilizado en estas aplicaciones concretas, convirtiéndose en la opción perfecta gracias a unas características extraordinarias como fácil limpieza diaria, gran resistencia al impacto y al rayado, y fabricación a medida.

Los ambientes de baño de las habitaciones cuentan asimismo con encimeras elaboradas a medida en Silestone® e integran dos lavabos, modelo Exclusive. Al tratarse el conjunto de una sola pieza de Silestone®, el resultado estético destaca por una perfecta continuidad visual y una mayor higiene. La encimera y el lavabo Exclusive de Silestone® aportan al espacio del baño, diseño, estilo, vanguardia y altas prestaciones como dureza, gran resistencia a las manchas y al rayado, y una baja absorción de líquidos.

Fachada de Hipotels 4 con Dekton Edora.*

Encimera y frontal de bufetes con Silestone Blanco Zeus.

El Gas de Repsol

La energía que cubre todas las necesidades de tu negocio

REPSOL

Inventemos el futuro

Cuenta siempre con el **Gas de Repsol,** una alternativa energética eficiente gracias a su alto **poder calorífico,** que te ofrece:

- **Asesoramiento energético gratuito:** te ofrecemos un proyecto llave en mano y **financiación.**
- Con tu depósito de gas, **instalación y mantenimiento gratis*.**
- **Descuentos personalizados** en el consumo del gas.

Llama ya al 901 100 125
o infórmate en *repsol.es*

*Oferta comercial de Repsol Butano, S.A. (c/ Méndez Álvaro, 44. 28045 Madrid) válida hasta el 30 de abril de 2018 para contratos de Plan Personalizado con depósito individual en instalaciones que se den de alta antes del 31 de diciembre de 2017. La cuota de instalación (obra mecánica del depósito y receptora exterior) será 0€ para consumos superiores a 1.000 kg y con volúmenes de depósito iguales o inferiores a 2.450 litros, o consumos de 1.500 kg con volúmenes de depósito superiores a 2.450 litros. La cuota de servicios correspondiente al mantenimiento reglamentario será 0€ para toda la duración del contrato independientemente del consumo. Más información y bases notariales en ***repsol.es***

Júlia Petit Terradas
Abogada de Tourism & Law

Las tasas turísticas: Cataluña, Baleares y ¿Comunidad Valenciana?

En los últimos años hemos visto como algunas Comunidades Autónomas han diseñado e implementado tributos encaminados a grabar la actividad turística, siguiendo así el modelo desarrollado en otros países como Croacia o República Checa y ciudades europeas como París, Roma, Berlín, Ámsterdam o Lisboa, dónde todas ellas aplican una tasa turística por pernoctación. En el mismo sentido, el último en plantear su creación ha sido el gobierno de la Comunidad Valenciana.

Siendo la naturaleza e impacto de estos tributos discutida, su desarrollo normativo en nuestro país los configura como una medida finalista, entendiendo que su recaudación puede compensar el uso y coste de los servicios públicos de los destinos visitados, la mejora de sus infraestructuras, la conservación del patrimonio o de espacios naturales o la promoción turística, entre otros. Sin embargo, su finalidad puede resultar dudosa al ser difícil desde un punto de vista administrativo que su recaudación no se destine a la financiación de otros servicios públicos u otros segmentos dentro de la administración pública .

A pesar de su diferente justificación, las tasas turísticas implementadas actualmente, repercuten sobre las estancias en alojamientos turísticos regulados, tales como hoteles, aparthoteles, hostales, pensiones, campings y apartamentos turísticos. Las tarifas aplicables en todos los casos varían en función del tipo de alojamiento o equipamiento, categoría y ubicación, abonándose por persona y unidad de estancia (días o fracciones).

Aunque a principios del 2000 Baleares ya desarrolló la llamada ecotasa, la cual no obtuvo la aprobación del sector, la primera en implantar la tasa turística fue Cataluña entrando la misma en vigor en noviembre de 2012 (Ley 5/2012, de 20 de marzo). La medida obtuvo el rechazo inicial del sector turístico catalán y se configuró con el objetivo de nutrir el Fondo para el Fomento del Turismo a fin de impulsar el turismo sostenible, la mejora de los servicios de control e inspección sobre los establecimientos turísticos y el desarrollo de infraestructuras y servicios relacionados, según el preámbulo de la citada Ley.

Actualmente, los importes a facturar por estancia oscilan entre los 2,25 –hoteles cinco estrellas y cruceros- y los 0,65 euros –en Barcelona ciudad- y 0,45 euros–en el resto de Cataluña-.

Con la finalidad de adaptar la normativa vigente a los cambios acaecidos en el sector turístico como la nuevas formas de alojamiento –que restan sin regulación específica- o la irrupción de las plataformas tecnológicas de comercialización de establecimientos turísticos, recientemente se ha aprobado por parte de la Generalitat el nuevo Reglamento del impuesto sobre estancias en establecimientos turísticos –Decreto 141/2017, de 19 de septiembre-. Con ello, se pretende corregir y mejorar la eficacia en la gestión de las tasas y reducir las cargas administrativas. Apuntar, entre otras novedades, y en cuanto a la liquidación del impuesto, la autoliquidación agregada, es decir, la posibilidad de efectuar el pago en un solo trámite de las cuotas referidas a cada uno de los establecimientos o equipamientos turísticos. Así mismo, el calendario de la liquidación ha pasado de ser trimestral a semestral.

Añadido a la tasa autonómica, por su parte, el Ayuntamiento de Barcelona está estudiando la posibilidad de implantar una nueva tasa municipal que grabe la modalidad de visitante de día a los turistas que transcurran por la ciudad. Ello responde al hecho de que se estima que el 50% de los viajeros que visitan la ciudad no pernoctan en la misma y abonan ya la tasa autonómica. Así, y ante la dificultad de reclamar el cobro a los propios turistas, la propuesta se encamina a cobrar la tasa a través de los turoperadores. Sin embargo, la finalidad y justificación del tributo no queda tampoco delimitada, toda vez que se pretendería por un lado regular el uso del espacio público, y a la vez contribuir a la conversación del patrimonio histórico y mejora de los servicios e infraestructuras comunitarios.

> La Conselleria de Hacienda busca implementar una tasa turística a partir de 2018

En 2016, Baleares dio luz verde al el impuesto sobre estancias turísticas –Ley 2/2016, de 30 de marzo-, con variaciones respecto de lo planteado en la década anterior, resaltando la finalidad de protección e impulso del turismo sostenible. La tarifa establecida –entre los 0,25 y los 2 euros- varía en función de si la estancia se produce en temporada alta o baja. En este sentido, el Gobierno balear ha confirmado la última semana que duplicará tasa en temporada alta y congelará la de temporada baja para favorecer la desestacionalización. Como en el caso catalán, los empresarios turísticos apuntan que la implementación de la tasa puede comprometer la competitividad de las Islas como destino turístico y comportar que los turistas se desvíen a destinos similares que no apliquen tasas por estancia. En cuanto al gravamen que recae sobre la figura del hotelero como responsable de su cobro, se apunta la posibilidad de que en el futuro pueda cobrarse en puertos y aeropuertos. Destacar como problemática el hecho de que el alquiler vacacional quede fuera del ámbito de aplicación del tributo por no estar su figura regularizada.

En la Comunidad Valenciana, la Conselleria de Hacienda ha impulsado también un proyecto para implementar una tasa turística a partir de 2018. El mismo guarda similitud en cuanto a obligados, tarifas y exenciones a las experiencias de Cataluña y Baleares, y como principal finalidad se argumenta desde el gobierno el de repercutir en la inversión pública en el sector turístico. Disconformes con el primer esbozo elaborado, el sector turístico y empresarial de la Comunidad Valenciana ha publicado un manifiesto titulado 20 razones por las que no se debe aplicar una 'tasa turística' en la Comunidad Valenciana, siendo firmantes del texto la propia CEHAT y las principales asociaciones hoteleras valencianas. Como principales argumentos destacan el carácter de impuesto y no de tasa que contribuye a la presión fiscal que ya soportan los empresarios, el hecho de que sólo se graba a alojamientos reglados o la limitación de la competitividad del destino. Es importante señalar también la dificultad de repercutir los importes en el primer año, por ejemplo, tomando en cuenta que muchos de los paquetes con turoperadores están contratados con más de un año de antelación y ello puede afectar a los contratos ya concluidos.

Así las cosas, la perdurabilidad de las tasas turísticas ya implementadas quedará sujeta a sus resultados a corto y largo plazo y a su adaptación a las nuevas prácticas y agentes del sector, los cuales deben estar regulados y quedar bajo el ámbito de aplicación de la norma para así evitar un gravamen añadido al sector hotelero. En términos recaudatorios, deben revisarse los procedimientos tramitación y gestión, así como su finalidad última dentro de la lógica tributaria. En todo ello, es imprescindible la complicidad y la atención a las demandas del empresariado turístico.

Soluciones de aislamiento para el sector hotelero

La bienvenida más cálida para sus huéspedes

Los sistemas de aislamiento a base de lana de roca son la solución más confortable para sus clientes, que apreciarán el bienestar térmico, tanto en invierno como en verano, y acústico. Además suponen una importante ayuda en la gestión diaria del establecimiento, con reducciones de hasta el 90% en la factura energética asociada a la explotación de este tipo de edificios.

Más info en www.rockwool.es

ROCKWOOL

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.

ACCIONA
Acciona es un grupo líder en soluciones sostenibles de infraestructuras y proyectos de energía renovable en todo el mundo. Su oferta cubre toda la cadena de valor de diseño, construcción, operación y mantenimiento. Cuenta con presencia en más de 30 países y desarrolla su actividad empresarial bajo el compromiso de contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades en las que opera.
Web: www.acciona-infraestructuras.es

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

COPERAMA
Única Central de Compras de sector Horeca, que a nivel europeo, pone a disposición de nuestros clientes un catálogo electrónico con una oferta integral para el ahorro en la gestión de compras. Pertenecer a Coperama supone un ahorro sustancial en la "cesta de la compra" de los hoteles, abarcando toda la cadena de productos y servicios: Desde equipamiento a alimentación/bebida, servicios, consumibles.
Más información: www.coperama.es

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
Web: www.escuelahosteleriajerez.org

FIABILIS CONSULTING GROUP
Fiabilis Consulting Group es la primera empresa española dedicada a la optimización de costes laborales y minoración de riesgos. Visión: Ser el referente en materia laboral para los departamentos de Recursos Humanos. Todos los proyectos se realizan bajo tres premisas esenciales; Trabajar a éxito de forma que nuestra remuneración depende exclusivamente de los ahorros que seamos capaces de aportar. No interferir el día a día de los departamentos permitiéndoles realizar sus tareas ordinarias. Manejar los datos sensibles con total garantía de confidencialidad.
Más información: www.fiabilis.es

GAS NATURAL
El acuerdo firmado entre CEHAT y el grupo Gas Natural Fenosa supone importantes ventajas para los Asociados; Análisis de viabilidad de suministros, realización de estudios a medida comparativos entre gas natural y el combustible actual , considerables ahorros económicos, asesoramiento y apoyo técnico e incluso realización de anteproyectos para la transformación de las instalaciones energéticas.
Web: www.gasnaturaldistribucion.com

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). 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 de 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: Michael Van Os, responsable de Hoteles.
mvanos@cosentino.com

IMF BUSINESS SCHOOL
El Grupo IMF Formación es el grupo de formación internacional líder en formación superior con presencia en Latinoamérica, Asia y Europa, a través de Programas de Grado y Postgrado en todas las modalidades On line, Semi-presencial y Presencial, contando con acuerdos en Universidades de los 5 continentes. Son más de 90.000 los alumnos que ya han participado en alguno de los programas de Postgrado; destacando el valor de los Másteres Oficiales y la Doble titulación de los Masters Profesionales.
Más información: www.imf-formacion.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 bróker líder en soluciones para la industria turística, especializado en el diseño y comercialización de seguros de viaje y deportivos, además de seguros y soluciones a medida para hoteles y alojamientos turísticos, turoperadores, agencias de viaje y otras empresas turísticas y sus empleados. www.intermundial.es

LINGUASERVE
Linguaserve es una compañía especializada en el diseño, desarrollo e implantación de soluciones GILT (globalización, internacionalización, localización y traducción) de última generación. Proporciona soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas. www.linguaserve.com

LUMELCO
Lumelco se dedica a la importación y distribución en exclusiva en España y Portugal de equipos de climatización y ACS de la marca Mitsubishi Heavy Industries, energía solar térmica de tubos de Vacío de Kingspan Thermomax, deshumidificadores del fabricante Dantherm, recuperadores de calor de LMF Clima y enfriadoras por absorción de Broad. Ofrece una amplia gama de soluciones eficientes energéticamente para hoteles.
www.lumelco.es • marketing@lumelco.es

MOMA SERVICIOS INTEGRALES
Constructora referente en el sector hotelero. Durante nuestros años de experiencia hemos entendido las necesidades de nuestros clientes, pudiendo hoy aportar la garantía de haber ejecutado satisfactoriamente más de 40 reformas y 3.000 habitaciones. www.momaservicios.es

MURPROTEC
Murprotec es el líder referente en España y Europa en tratamientos definitivos contra las humedades estructurales. Entre sus claves de éxito destaca la inversión en I+D con la que han obtenido métodos exclusivos y patentados para tratar las humedades por condensación, filtraciones laterales y capilaridad. Murprotec cuenta con la última tecnología en mediciones para identificar el tipo de humedad y ofrecer la solución definitiva y con una garantía de hasta 30 años. www.murprotec.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.
Telfno: 91 485 26 30. Web: www.pikolin.es

ROCKWOOL
El Grupo ROCKWOOL, fundado en 1937 en Dinamarca, es proveedor mundial de sistemas y soluciones de aislamiento de lana de roca, para mejorar la eficiencia energética, las prestaciones acústicas y la seguridad contra incendios en edificios e industria. ROCKWOOL Peninsular S.A.U., filial española, está presente en el mercado español desde 1989 con sede comercial en Barcelona y fábrica en Caparroso, Navarra.

SELECTA HOTELS
MyProvider, la primera comunidad online entre hoteles y proveedores. Selecta Services for Hotels es un grupo empresarial dedicado a la externalización de diferentes actividades para el Hotel. En Selecta desarrollamos servicios de Compras, Restauración, Limpieza, Selección y Trabajo temporal. www.selectaservices.es

Coperama ofrece un catálogo de servicios a medida de cada cliente

Innovar en la gestión de las compras no es fácil. Requiere escuchar, observar y buscar nuevos enfoques donde la participación de todos los integrantes, clientes y proveedores, se base en confianza mutua y en fijar un objetivo común, la optimización de procesos y costes. Nace de esta idea el ofrecer algo más que un catálogo de compra on-line, un servicio de consultoría específico y especializado, para que abrir un hotel sea tan cómodo como alojarte en él.

Desde sus inicios, Coperama ha buscado potenciar y facilitar las compras on-line, donde existen ahorros en costes de transacción por mayor eficiencia, con el objetivo de dar a conocer y fomentar este nuevo canal de venta en el sector HORECA –que actualmente representa el 6% de las compras-. Esta apuesta por el e-commerce ha generado complejidad a la hora de ofrecer servicios cuya comercialización está más relacionada con el trato directo con las personas, los presupuestos o las cotizaciones a medida. Unir tecnología y servicio ha sido una de las premisas en esta nueva propuesta. Por ello, Coperama ha dado un paso más este año en la configuración de una oferta integral y ha desembarcado en la consultoría y servicios de asesoramiento. De esta manera, la central mejora la calidad y el abanico de sus servicios, algo que se ha convertido en una prioridad para la compañía, más allá de crecer únicamente en número de socios.

El concepto se presentó en la última edición de FITUR y ahora ya cuenta con proyectos en ejecución de notable importancia. Dentro de este catálogo de servicios se agrupan desde, por un lado, aquellos que permiten a los establecimientos ahorrar en muchos de los gastos propios de la operativa habitual, hasta aquellos que intervienen más directamente en la estrategia y expansión de la compañía.

La oferta engloba propuestas como la gestión de la lavandería, definiendo cantidades óptimas, trazando maping de flujos y procesos; o la confección y control de los desayunos, valorizando el coste por persona y ofreciendo innovaciones en aras de incrementar la satisfacción del cliente. Uno de los apartados más novedosos es la posibilidad de agrupar volúmenes para realizar Subastas y Concursos conjuntos -sin necesidad de Asociación previa a Coperama- llamado Hub de compras, incluyendo también proyectos llave en mano de diseño, Project management y certificaciones. El cliente dispone también de Pack de Mantenimientos, cuyo objetivo es orientar y asesorar en las nuevas normativas, revisar las cláusulas que pudieran ser abusivas, presentar servicios a la carta o integrales, alinear los vencimientos de los contratos. Por último, Coperama está trabajando en ofrecer un Club de Beneficios Sociales para los empleados de sus clientes, donde puedan disponer de ofertas exclusivas y descuentos en ocio, sanidad, educación, tecnología o moda.

Coperama sigue a disposición de sus asociados para ayudarles a definir sus necesidades, planificar la demanda y construir ofertas en función del precio necesario para rentabilizar la operación.

Además, la atención al cliente se personaliza, creando propuestas adaptadas de manera individual y considerando si se trata de una colectividad, un hotel independiente, hotel urbano o vacacional, o incluso restaurante.

Detrás de cada oferta de servicios se encuentra un amplio equipo de profesionales en cada una de las categorías, que aportan su conocimiento y dilatada experiencia en cadenas hoteleras de primer orden.

De esta manera, los clientes de Coperama disponen ahora de una cartera de servicios complementarios, que resulta especialmente atractiva para cubrir las necesidades del pequeño hotelero independiente y las cadenas de tamaño medio.

Estamos en una etapa de crecimiento en ocupaciones y de gran afluencia de turistas (se prevé batir los 75 millones de visitas del 2016), uniéndose la tendencia a incrementar las inversiones hoteleras (más de 2.000 millones de euros en 2016). Estos indicadores implican enfocar los esfuerzos en no perder esta oportunidad de mejorar los resultados, ofreciendo nuestro Catálogo de Servicios a medida de cada cliente para facilitar este objetivo de crecimiento en ventas.

Coperama se presenta como el equipo de profesionales que trabajarán para la mejora de estos procesos, sumando al cliente tiempo para dedicarse a las áreas clave de su negocio.

La bienvenida más cálida para sus huéspedes

ROCKWOOL, fabricante líder de lana de roca y proveedor de sistemas, ayuda a diseñar hoteles sostenibles con eficiencia energética y rendimiento medioambiental. En otras palabras, aporta en sus productos la composición perfecta para solucionar todos los factores que resultan de vital importancia en el sector hotelero, como por ejemplo el aislamiento del ruido, el uso de materiales sostenibles y la rehabilitación de los mismos,ya que el 80% de la planta hotelera en nuestro país tiene más de 20 años. Es por ello, la importancia del uso de la lana de roca ROCKWOOL, ya que es la única solución que puede ofrecer cuatro ventajas en un mismo producto: el confort acústico, la protección contra el fuego, gran durabilidad, y todo ello a partir de materiales sostenibles.

Soluciones de aislamiento de ROCKWOOL para el sector hotelero

Un 30% de las reclamaciones hoteleras tienen su origen en un nivel de ruido inadecuado, Con estos resultados, el ruido se sitúa como el elemento peor valorado seguido por los ascensores en mal estado, los olores, el aire acondicionado y la calefacción. Es por ello que resulta fundamental construir teniendo en cuenta las soluciones acústicas más adecuadas y evitar tener que gastar dinero posteriormente en medidas compensatorias.

Las soluciones ROCKWOOL para hoteles combinan los elementos necesarios para aportar las mejores prestaciones de aislamiento térmico, acústico y de seguridad en caso de incendio en sus instalaciones, a la vez que cuidan el medio ambiente y pueden llegar a reducir su factura energética hasta un 90%.

En busca de un turismo sostenible

El turismo sostenible es un nuevo concepto que ha despuntado en los últimos años en un país donde existe el mayor potencial de crecimiento y fuentes de riqueza en la industria hotelera, tanto en edificios de nueva construcción como en la rehabilitación de los existentes.

Este tipo de edificios debe proporcionar a sus huéspedes unas características de confort y protección que sean el resultado de una estancia agradable y atractiva. Mientras que para el propietario la limitación de la demanda energética y el ahorro de energía son las premisas básicas para un funcionamiento adecuado y competitivo de estos establecimientos. En definitiva, la eficiencia energética, el confort acústico y la seguridad contra incendios serán los principales factores a tener en cuenta para conseguir el confort deseado tanto para el huésped como para el propietario.

Motivos para rehabilitar

A pesar de la notable concienciación de la importancia de la sostenibilidad en el ámbito hotelero, según datos de la Oficina Española del Cambio Climática, el 80% de la planta hotelera en nuestro país tiene más de 20 años. Un hecho que dificulta mucho la evolución del sector. Existen algunos motivos prioritarios para la rehabilitación que desencadenarán en beneficios para empresarios y huéspedes.

- **La importancia del confort**: Al llegar a un hotel, los huéspedes demandan privacidad, un espacio tranquilo y silencioso donde puedan descansar y desconectar. Lo último que se quiere escuchar es la televisión de la habitación de al lado, los ruidos que provoca el ascensor del pasillo o los pasos del huésped que está en el piso de arriba. Unas instalaciones que cuenten con las soluciones acústicas más adecuadas evitarán todas estas situaciones incómodas que pueden provocar la pérdida del cliente.

- **Seguridad contra incendios**: Un hotel que se quema no contribuye a la sostenibilidad y en Europa los datos nos indican que se producen 7.000 incendios al año, solo en hoteles. Aparte del peligro de pérdidas humanas, existen graves pérdidas materiales: más de la mitad de las empresas que sufren un incendio entran en quiebra en menos de tres años. Cuando hablamos de rehabilitación, la envolvente puede ser el principal medio de propagación de un incendio desde una habitación al resto del hotel. Cumplir con la normativa de seguridad contra incendios puede minimizar el riesgo de pérdidas humanas, pero sólo minimizando el uso de materiales inflamables podemos además proteger los bienes inmuebles.

- **Ahorro en la factura energética**: El control del consumo energético de los hoteles es fundamental, aunque en muchas ocasiones no se tiene en cuenta. Este factor supone uno de los principales costes del establecimiento, pero el desconocimiento de las posibles instalaciones energéticas y su gestión hacen que el nivel de eficiencia energética actual de los hoteles sea bajo. Un adecuado aislamiento permitirá reducir en hasta un 90% la factura energética asociada a la explotación de este tipo de edificios.

ROCKWOOL ayuda a diseñar hoteles sostenibles con eficiencia energética.

ROCKWOOL le ayuda a mejorar su hotel

ROCKWOOL ofrece una amplia variedad de soluciones de aislamiento para el sector hotelero, adaptándose a las necesidades de los usuarios y a los requisitos técnicos establecidos. Nuestras soluciones mejoran el rendimiento global de la envolvente del edificio y superan todas las exigencias con el fin de garantizar un espacio confortable para el descanso.

No dude en contactar con nosotros para más información y recibir el catálogo para el sector hotelero: **www.rockwool.es**.

Síguenos en:

ROCKWOOL.Peninsular

@ROCKWOOL_ES

ROCKWOOL Peninsular

ROCKWOOL Peninsular

La revolución de la distribución en el turismo

El impulso de empresas tan innovadoras para el sector, como Expedia, Destinia, Pangea o Logitravel, serán el punto de partida para analizar los cambios que impulsan nuevos modelos de negocio y paradigmas en productos y servicios turísticos, germen del futuro del turismo. Las claves de la innovación turística en productos, servicios y distribución, se abordaran en GUEST, punto de encuentro y evento profesional turístico del año en España, organizado por Easyfairs, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

La distribución turística, tal y como la conocemos, está cambiando y se transformara radicalmente, y esta gran revolución se está gestando ante los ojos de toda la industria turística, y hotelera en fases: desde la virtualización del viaje, la compra y reserva online, a la movilidad y la experiencia multipantalla, la personalización de la experiencia en entornos que navegan desde escenarios digitales a reales, basados en el Big Data y el IoT.

Cambia la experiencia del viajero, también lo hacen los productos y servicios turísticos que las empresas ofrecen al viajero, con el objetivo de sorprenderle y fidelizarle. Del mismo modo, cambia la demanda de capacidades, conocimientos y expertise que deben aportar los profesionales los diseñan, comercializan, promueven y canalizan.

Las claves de la innovación turística en productos, servicios y distribución, se abordaran en GUEST, punto de encuentro y evento profesional turístico del ano en España, organizado por Easyfairs, la Confederación Española de Hotelesy Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

En este evento, que tendrá lugar los días 28 y 29 de noviembre de 2017 en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, se estudiaran casos como el de Pangea, The Travel Store, cuyo CEO, David Hernández, explicara cómo esta agencia de viajes tradicional ha roto moldes para personalizar la experiencia de viaje de sus clientes; un formato similar al que expondrá Tomeu Benasar, CEO de la agencia de viajes online Logitravel, que abrirá en su primera tienda física en un espacio de 500 metros cuadrados en Kinépolis Ciudad de la Imagen en Madrid, buscando unir “el concepto digital, dinámico, 100% 'online' con el servicio tradicional de asesor”. La interacción y la personalización desdibujan la línea que parecía dividir los espacios virtual y físico, en la medida en la que el viajero y las empresas turísticas buscan el contacto, la asesoría el consejo de un experto, aprovechando la capacidad integradora que ofrece la tecnología. Luis Hurtado de Mendoza, Senior Director, Key and Distribution Accounts EMEA-LATAM de Expedia, explicará el valor que ofrecen las plataformas tecnológicas de intermediación para gestionar de forma flexible, inmediata y eficaz la experiencia de los huéspedes, o para integrar la oferta de vuelos y actividades complementarias a través de un motor de búsqueda potente en el canal directo hotelero, una estrategia de colaboración con los hoteles por la que apuesta esta OTA.

Amplificar la experiencia del viajero, intervenir en cada fase del proceso del viaje de forma efectiva, original y personalizada es el desafío al que se enfrentan las empresas del sector. Amuda Goueli, CEO de Destinia, desgranará las claves de la adquisición, a través de su plataforma B2B TOR Travel, del proveedor de paquetes receptivos Yourttoo con la intención de ampliar la oferta y adecuarse a todos los pasos de la demanda turística.

Cambiar es evolucionar, es innovar y tener la cintura para convertir los cambios en potenciales nuevas formas de negocio e ingresos. Este es el motor del turismo, que será uno de los asuntos centrales que GUEST analizará con los principales actores que están construyendo el futuro del sector.

ITH
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ENERGÍA, TURISMO Y AGENDA DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

MODELO ITH DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

El Modelo ITH de Sostenibilidad Turística, es un proyecto desarrollado por el **Instituto Tecnológico Hotelero** con el apoyo de la **Secretaría de Estado de Turismo**, mediante el que se impulsa la integración de estrategias de sostenibles en el negocio turístico.

Ambas entidades apostamos por un modelo comprometido social y medioambientalmente, que implique una gestión energética eficiente, cuya aplicación repercuta en un aumento de la competitividad económica del sector turístico.

El Modelo ITH se apoya en la plataforma tecnológica de acceso gratuíto para hoteles iSave Hotel.

"iSave Hotel" - Plataforma Tecnológica para Hoteles Eficientes"
www.hotel.isave.es

Eficiencia energética
Posicionamiento diferencial
Mejora de la competitividad
Preservación del medio ambiente
Crecimiento económico sostenible
Planes de mejora

Consulta además información actualizada sobre ayudas y subvenciones en materia de sostenibilidad y eficiencia energética, disponibles a nivel autonómico, nacional y europeo.

Participa en el proyecto: ¡¡Te ayudaremos a gestionar tu hotel de forma sostenible!!

Karina Saravo Sánchez
Directora de In Situ Art Projects

«Integrar arte y arquitectura es algo muy novedoso en España»

In Situ Art Projects es un estudio de arquitectura madrileño cuyo objetivo principal es la integración de obras de arte a espacios arquitectónicos y urbanísticos. "Es un concepto único que no desarrolla ningún otro estudio en el mundo", afirma su directora, Karina Saravo Sánchez, quien explica y detalla en esta entrevista las características de su trabajo y su adaptación al sector hotelero.

—¿Cuál es la actividad principal de la empresa?
In Situ Art Projects forma parte del Grupo Odalys, que a lo largo de los últimos 25 años se ha dedicado a la comercialización, promoción y difusión del arte moderno y contemporáneo. En este caso, In Situ Art Projects busca acercar el arte a las personas a través de intervenciones en la ciudad, es decir, colocar las obras de arte en los espacios arquitectónicos y urbanísticos, de modo tal que el arte sea disfrutado día a día por cada uno de los ciudadanos y que no sea imprescindible asistir a un museo. Proponemos repensar el futuro de las ciudades a través del arte.

In Situ Art Projects se dedica a dos áreas específicamente: una, que es la integración de obras de arte a espacios arquitectónicos y urbanísticos; y la segunda vertiente es la restauración de obras de arte monumental ya existentes. En cuanto a la integración, estudiamos las necesidades del lugar para ofrecer la obra de arte que mejor se adapte a esos requerimientos. Estas obras se proyectan de manera inseparable, aspecto que nos distingue de cualquier otra empresa que se dedique a la comercialización de obras de arte. Ni la obra de arte, ni la edificación o espacio urbano, se pueden separar porque pierden su razón de ser. Incorporamos las obras de arte en el propio edificio, ya sea de nueva construcción o de rehabilitación. Es un concepto pionero ya que no existen estudios de arquitectura que hagan esta fusión; y esto se debe a una formación en arquitectura sumada a toda una experiencia y una formación en arte. En los proyectos que desarrollamos logramos crear espacios sensoriales, en donde arte y arquitectura conviven perfectamente y despiertan sensaciones y percepciones que habitualmente permanecen dormidas ante la falta de estimulación.

En cuanto a la restauración de obras de arte monumental existentes, proponemos recuperar íconos artísticos ya presentes en las ciudades, que se han deteriorado con el paso del tiempo. Adicionalmente ofrecemos dar mantenimiento permanentemente evitando así que estas obras pierdan su valor patrimonial, histórico, icónico, simbólico, turístico, económico y social. En varios países de Latinoamérica, en especial en Venezuela, es muy habitual convivir con el arte. No es necesario que la persona vaya a un museo sino que estando en la ciudad, la ciudad en sí misma es un museo al aire libre. Así es Venezuela. Y esto es lo que queremos hacer en España, de hecho ya estamos trabajando en algunos proyectos para lograrlo.

> Es la primera vez en España que arte y arquitectura se unen de esta manera

—¿En qué proyectos están trabajando sobre la integración del arte en la arquitectura?
Por ejemplo, en estos momentos estamos desarrollando un proyecto en la Calle Montalbán, número 11, de Madrid, que es un edificio privado residencial (edifico histórico de 1916, antigua sede de la Azucarera Nacional con fachada protegida y patio central) en donde todo el edificio, sobre todo en espacios de las zonas comunes, va a tener integración de arte. El edificio no solo será reconocido por su valor patrimonial arquitectónico y por representar el espíritu de una época. A través de esta intervención global con arte se sumará el valor patrimonial artístico, de modo que la persona que viva en este edificio vivirá en una auténtica obra de arte.

La obra artística, del autor Carlos Cruz-Diez —que ha trabajado toda su carrera los distintos puntos de percepción del color y cómo el color se puede generar dependiendo de los medios y de la interacción con el espectador—, se constituye de tres etapas. La primera es un mural en la entrada de seis metros de ancho por tres de alto que conduce hacia el ascensor. Este muro se va transformando en función de la distancia de la persona y de los cambios de la luz de ambiente. La segunda es el ascensor, con cabina de cristal y unos listones negros y el fondo de color, cuando se mueve se genera una serie de colores adicionales virtuales. La idea es un recorrido cromático que empieza en la entrada del edificio hasta que la persona llega a su vivienda, donde también hay una intervención puntual con una obra (tercera etapa). La persona está permanentemente rodeada de color y de unos espacios sensoriales que quizá, no teniendo la obra, sería un espacio arquitectónico "normal", pero no tendría esa diferenciación. Después, en las viviendas hay unos separadores de ambiente que son en sí obras escultóricas que a través de ellas pasa la luz y se genera universo de color que va cambiando a lo largo de todo el día.

Este proyecto es muy importante porque es la primera vez en España que arte y arquitectura se unen de esta manera.

—¿Este concepto se puede trasladar a la construcción, rehabilitación o reforma de un hotel?
Por supuesto. De hecho, ha habido intervenciones muy puntuales, por ejemplo en algún mural de un lobby…, pero una línea de hoteles que como valor añadido incorpore el arte no existe. Integrar arte y arquitectura es algo muy novedoso y especialmente en España. No existen oficinas de arquitectura que lo hagan. Existen intervenciones en su gran mayoría en Venezuela, en el resto del mundo son muy puntales.

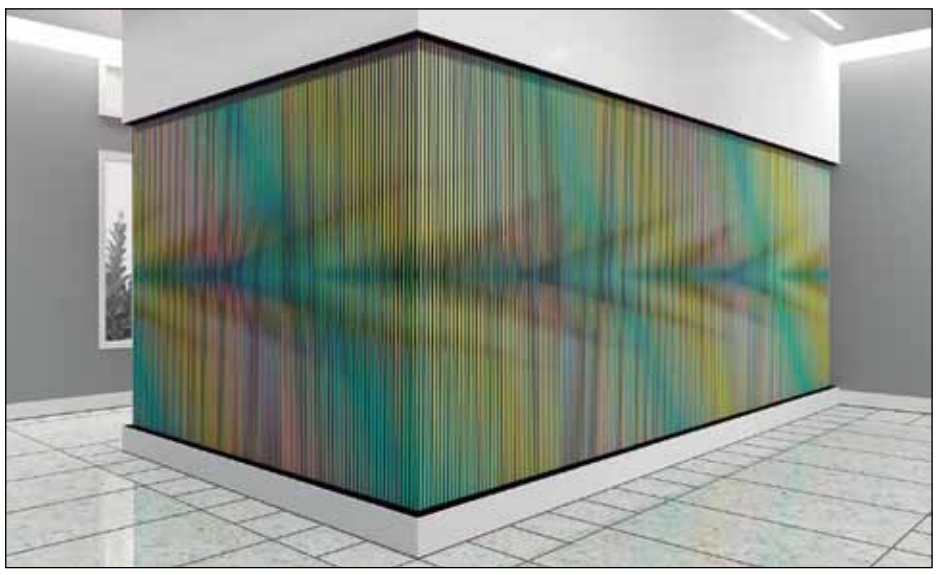
Una forma de dar un valor diferencial a los hoteles es a través de la integración de obras de arte, sin que se requiera rehabilitar todo el edificio. Nuestra propuesta es adecuarnos a lo que existe y aprovechar la dinámica del espacio, porque por ejemplo no es lo mismo la zona de una piscina que el espacio de cóctel… cada uno de ellos está concebido para un uso específico y la obra de arte debe responder específicamente a la tipología del espacio y del usuario. La idea es trabajar de la mano del hotel para conseguir una obra única que nadie más va a tener porque ningún espacio es igual.

—¿Están trabajando en algún proyecto hotelero actualmente o es un objetivo al que quiere llegar?
Concretamente en hoteles no, pero sí estamos trabajando en piscinas y otras áreas sociales para casas privadas que perfectamente se pueden adaptar para hoteles.

—¿Un hotel también puede incorporar obras de arte como parte de la decoración de sus instalaciones?
Perfectamente. Por ejemplo, si un hotel tiene interés específicamente en fotografía, se realiza un estudio a través de la galería para diseñar la mejor propuesta de acuerdo a las necesidades del cliente o los intereses de sus huéspedes. En este caso, ya no estaríamos hablando del concepto de integración, más bien de realizar la curaduría artística del hotel, que sin duda los huéspedes sabrán reconocer y apreciar.

—¿Qué valor añadido daría a un hotel la integración de arte y arquitectura?
Sería un elemento diferenciador respecto a cualquier otro hotel del mundo. Captaría, además, a un público natural interesado en arte. Competitivamente, hoy en día hay pocas cosas en las que los hoteles logren diferenciarse. Pueden tener más tecnología, más domótica, una mejor piscina… pero al final no se ha incursionado en otras áreas que quizá puedan darle otro valor añadido. A través del arte, imagínate el ambiente sensorial que se puede crear dentro del hotel. Cada proyecto sería distinto y realizado específicamente para ese lugar, respondiendo a las necesidades de un hotel y al perfil de sus usuarios. Sumamos a todo esto, lo que representa el arte: una inversión.

Integración de obra de arte a una piscina.



Integración de obra de arte en lobby Montalbán 11.

El Gobierno endurecerá el control del alquiler turístico para evitar fraudes

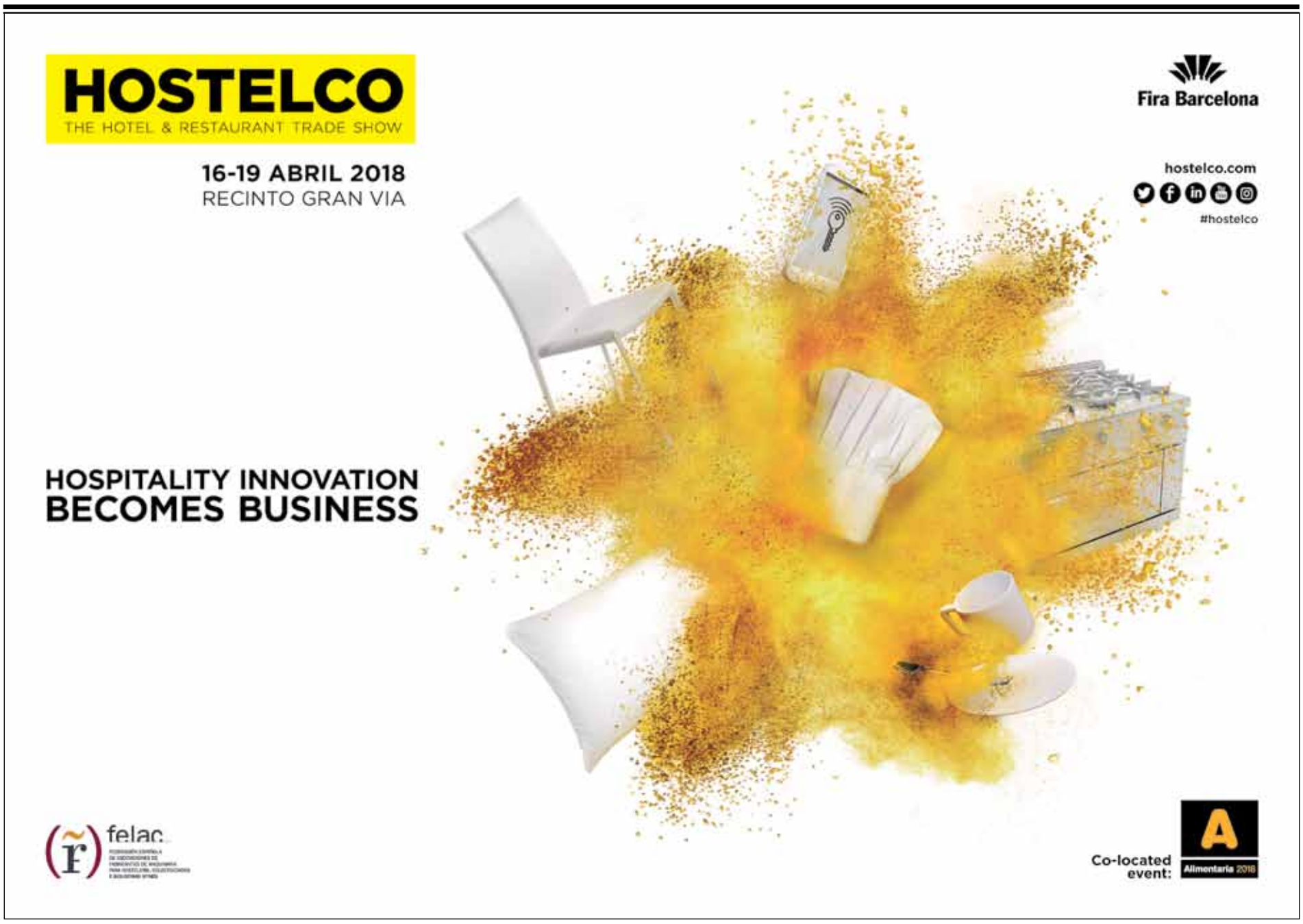
El Ministerio de Hacienda está trabajando en un borrador de Real Decreto que obligue a las grandes plataformas de alquiler turístico a dar una información específica sobre la identidad de los propietarios del inmueble, además de si los pisos que ponen en alquiler tienen fines turísticos o los ingresos que perciben. Y es que, en palabras de Antonio Nieto, subdirector general de Cooperación y Competitividad Turística del Ministerio de Economía, la conocida como economía colaborativa que surge de las viviendas de uso turístico "tiene múltiples ventajas, pero también genera situaciones que crean inconvenientes".

En este sentido, durante la celebración del III Congreso de Viviendas Turísticas Vacacionales, habló de la importancia de evitar que las plataformas "eludan algunas obligaciones como las tributarias, la no declaración de obligaciones fiscales, que fluya dinero negro o, incluso, el blanqueo de capitales". El alquiler de viviendas turísticas va en aumento, motivo por el que las administraciones públicas se han visto en la necesidad de tomar medidas. "Puede ser también que se trata de sistemas sobre los cuales se eluden algunas garantías que tienen los consumidores y que son esenciales para su seguridad", explicó Nieto.

El texto que "se tramitará en los próximos meses" también contempla abordar la seguridad. En esta línea, Nieto recordó que "la ley de Seguridad Ciudadana ya está obligando a los hoteles a suministrar a las fuerzas de seguridad del Estado información sobre las personas que se hospedan en los hoteles". Situación que, entiende, debe extrapolarse a las viviendas turísticas. "Deberá existir un flujo de información sobre las personas que se alojan en este tipo de viviendas", matizó.

Opiniones dispares

Tanto Homeaway como Airbnb, dos de las grandes plataformas presentes en el congreso, mostraron su rechazo al Real Decreto en el que está trabajando el Gobierno. "Las plataformas están dando herramientas para que esta actividad que se ha hecho siempre recaude más impuestos que nunca porque todos los pagos van a cuentas bancarias", explicó ángel Mesado, responsable de Políticas Públicas de Airbnb de España y Portugal.



Cayetano Soler
Socio Responsable de Turismo, Transporte y Servicios de Pwc

Diseño & Data & Digital & Xperience Inductores de crecimiento e innovación

El sector de turismo sigue siendo uno de los principales motores de crecimiento del PIB español, que se estima prolongar durante los próximos años, según todas las previsiones. Lo importante es que el sector se supera año a año, batiendo los crecimientos máximos logrados en la pasada década. Principalmente, esta mejora se debe a un conjunto de factores externos de carácter macroeconómico y del contexto geopolítico competitivo, así como de factores internos, como abordar procesos de mejora de la eficiencia, calidad y competitividad por parte de los todos los agentes principales de la industria, empresarios, trabajadores, administración e inversores.

Actualmente, continuamos en una espiral positiva, ya que estamos inmersos en un incremento en las ventas, por mayor tirón de la demanda nacional e internacional, en todos sus segmentos. Esto unido al resultado de planes de eficiencia operativa y reducción de los costes laborales, energéticos y financieros ha supuesto una notable mejoría en sus resultados finales. Lo cual a su vez permite un incremento en la capitalización del sector y del apetito de la inversión internacional por este negocio y, por tanto del crecimiento de las fusiones y adquisiciones, que será un factor clave en el futuro, ya que apenas el 20% de los establecimientos hoteleros pertenece a una cadena turística. Es muy difícil competir con este nivel de atomización, por lo que preveo que en los próximos años se va a producir una transformación muy relevante del sector hotelero.

Los principales elementos de este crecimiento en esta etapa han sido la recuperación continua de la economía mundial, destacando los principales países demandantes de nuestra industria, el crecimiento mayor de la demanda sobre la oferta hotelera, el nivel de profesionalización y mejora del sector respecto a sus competidores principales.

Pero para continuar con los niveles de crecimiento en esta nueva etapa, tenemos que abordar los siguientes inductores:

- **Diseño**, referido a la capacidad para innovar y dar respuesta a las necesidades de los usuarios, en toda la cadena de valor de la industria. Se centra en entender y dar solución a las necesidades reales de los clientes, con la finalidad de desarrollar ventajas competitivas.

- **Data** (¿Datos?) como palanca de crecimiento y mejora para la toma de decisiones, es una solución clave para entender de manera diferencial las necesidades de nuestros clientes y proponer las soluciones adecuadas, dando respuesta a las siguientes iniciativas:

- Los entornos cloud y nuevas herramientas de data analytics y CRM facilitan poder crear ese modelo "glocal" (global pero local a la vez).

- La creación de un data lake corporativo permite crear la visión local y la global desde la misma fuente de información.

- Adicionalmente, es posible unificar las herramientas de CRM / Sistema de Gestión Comercial, para tener un origen único de información.

- **Digital**: nuestra forma de entender el modelo de operación de los hoteles y nuestro modelo de negocio va a cambiar de manera sustancial como consecuencia de la evolución de la era digital. Tenemos que transformar nuestra forma de entender y dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en todos los puntos de interacción con el mismo.

- **Xperience**. Focalizarse en la experiencia del cliente y en cómo hacerla diferencial en todos los momentos clave del viaje (customer journey), así como fijar la motivación que debe guiar al cliente (why), el camino que debe seguir para cumplir sus metas (how) y los requerimientos para participar en la comunidad X-Perience (what).

> "En los próximos años se va a producir una transformación muy relevante del Sector"

No obstante, hay una serie de riesgos que pueden reducir estas expectativas a futuro y que tendrán un impacto muy importante en ese crecimiento dependiendo de cómo los abordemos y evolucionen, como son la incertidumbre financiera mundial y europea, así como la situación política a nivel local.

Asimismo, el sector en continua evolución y mejora se enfrenta a retos muy importantes, claves para su desarrollo futuro en España, como son:

- Mantenerse como un destino turístico seguro y estable, aspecto clave para el perfil de turista que se decide por nuestro país.

- Afrontar, tanto a nivel regulatorio como empresarial, el crecimiento descontrolado de la economía irregular p2p de servicios y productos turísticos.

- Recuperar el ingreso nominal medio de los turistas nacionales e internacionales, desarrollando una oferta complementaria de servicios mucho más potente y diversificada. (Diseño).

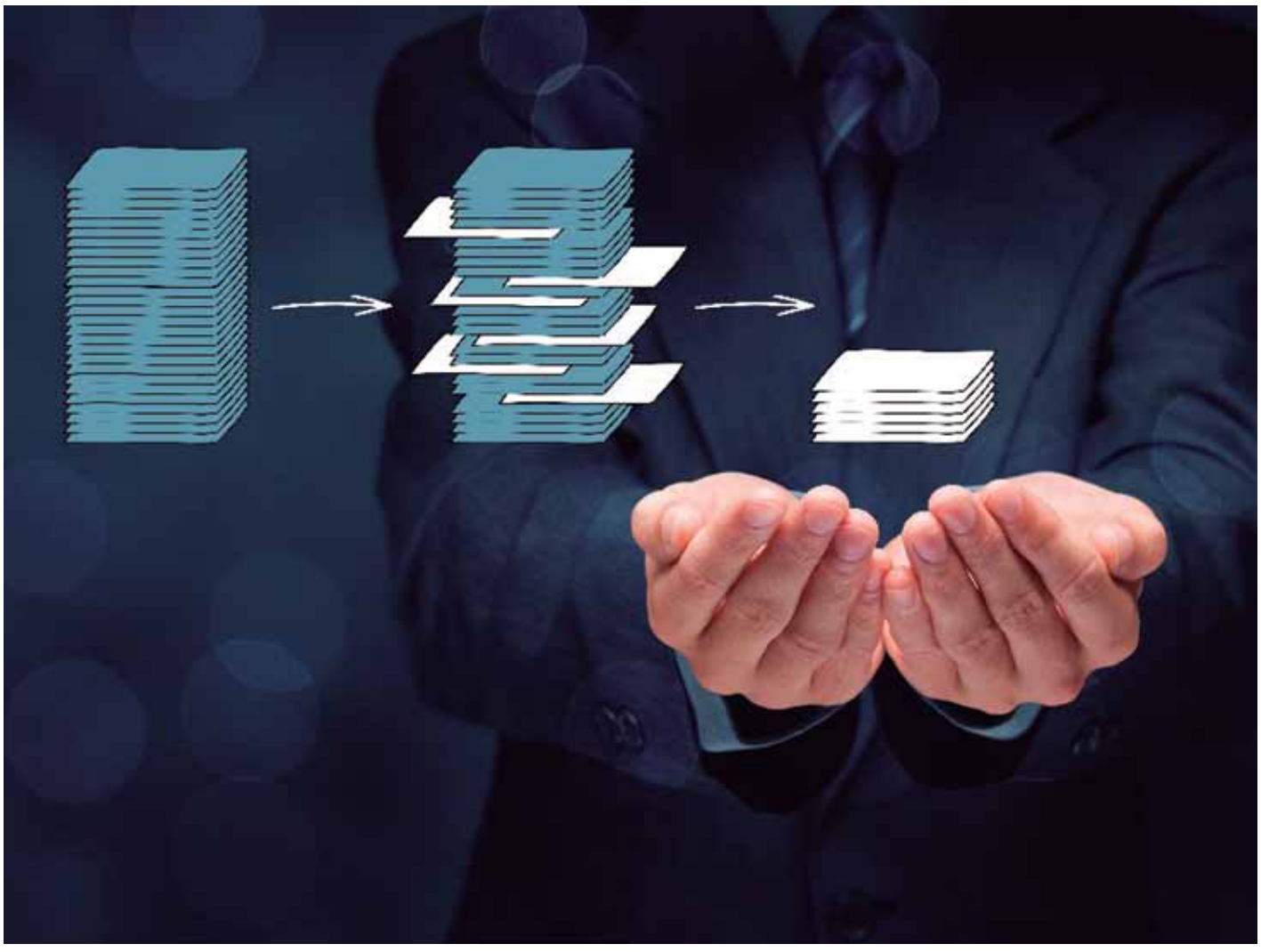
- Desarrollar e invertir en el poder de la marca y nivel de fidelización del cliente. La percepción de la marca está demostrando ser clave en el sector hotelero, especialmente durante la última década marcada por la tendencia a la explotación del negocio sin propiedad de activos. Concentración y Transformación del Mercado.

- Dar respuesta al rápido desarrollo tecnológico que está revolucionando la experiencia del consumidor y en la gestión integral de clientes. Conocer cómo y dónde los consumidores acceden a información sobre hoteles, reservan y comparten sus experiencias en tiempo real, así como comprender cómo interaccionan con una marca y lo que ésta representa, se han convertido en un reto muy importante. Digital&Data

- Cuidar la Responsabilidad Social Corporativa, promoviendo una mayor transparencia y cercanía con los consumidores. Todas las compañías intentan comprender y cuantificar su contribución a la sociedad: la creación de empleo, el impacto medioambiental y el desarrollo de las comunidades son temas que cada vez interesan más a los consumidores, Xperience

- Afrontar la aparición de un nuevo perfil inversor, además del tradicional propietario-gestor, motivado por la separación entre la explotación y la propiedad hotelera.

- Conocer, predecir y satisfacer la Xperiencia del cliente, teniendo en cuenta de manera continua su interacción en todos los puntos del viaje del cliente. Xperience & Data.



ITH analiza el estado de la sostenibilidad en el sector turístico

Con motivo de la celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, y considerando que el Modelo ITH de Sostenibilidad y la puesta en marcha de la plataforma iSave Hotel cuentan ya con un año de recorrido, desde el Instituto Tecnológico Hotelero hemos querido recopilar algunos de los datos obtenidos por medio de esta herramienta, y realizar un breve repaso sobre la percepción y el grado de implementación que el término sostenibilidad tiene en el sector turístico español. Los datos aportados a continuación, podrán consultarse en mayor detalle en el Informe ITH sobre Turismo Sostenible, disponible para su descarga en la página web del Instituto Tecnológico Hotelero.

Con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas. Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables.", según declaró el Secretario General de la ONU, Banki-moon, durante la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en 2015.

En este marco se adoptó la Agenda 2030, en la que se plantean 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que abarcan las esferas económica, social y medioambiental. Asimismo, se designó oficialmente el 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, por el potencial del sector para ejercer como palanca en la adopción de las medidas necesarias para alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En definitiva, el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo se planteó como una herramienta a través de la que fomentar un cambio tangible en las políticas, las prácticas de empresa y el comportamiento de los consumidores.

El concepto sostenibilidad como motivación para el turista

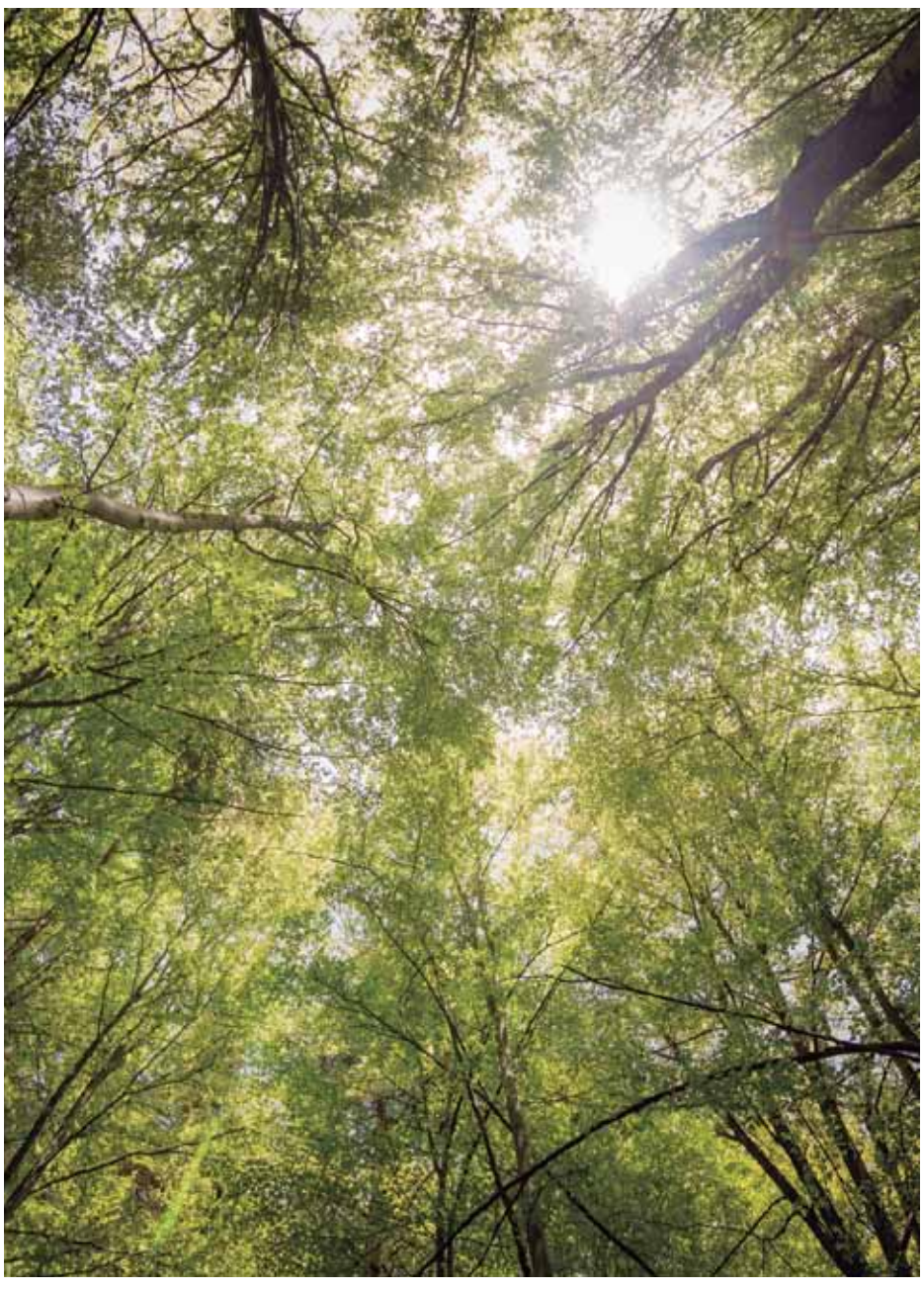
Puede parecernos una pregunta absurda, sin embargo, en el momento actual debemos preguntarnos si el sector turístico y el público en general tiene realmente claro cuál es la definición de turismo sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define turismo sostenible como "el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

Tomando esta definición como punto de partida se hace evidente que el turismo está aún muy lejos poder considerarse una actividad sostenible. Por lo tanto, en la actualidad quizá sería más lógico pensar en comenzar a actuar concienciando tanto al turista como al propio sector, a fin de reducir el impacto ambiental y social del turismo, al tiempo que nos marcamos como objetivo último, alcanzar una sostenibilidad real en el ámbito turístico.

Si bien la labor de concienciación que se viene llevando a cabo desde varios ámbitos a lo largo de los últimos años ha calado superficialmente en la sociedad, hoy por hoy no podemos afirmar que se trate de un término que condicione mayoritariamente la decisión de los turistas a la hora de elegir un destino, un alojamiento u otro servicio turístico.

En este sentido apuntan los datos aportados por la Universidad de Lucerna, que sitúa la sostenibilidad en la 7ª posición del ranking de motivaciones para los turistas. Por su parte, los usuarios de TripAdvisor situaban en la posición número 15 entre sus prioridades de viaje, la posibilidad de realizar un viaje eco friendly y sostenible.



Las encuestas e informes realizados por distintos agentes del sector turístico, apuntan todos ellos en una línea similar a los mencionados. Podemos inferir que, aunque la demanda turística parece encaminarse hacia unas pautas de consumo más acordes con el ámbito de la sostenibilidad, el peso de este factor como elemento decisor es aún muy relativo.

Buenas prácticas en materia de sostenibilidad para hoteles

El "Modelo ITH de Sostenibilidad", desarrollado el pasado año 2016 por el Instituto Tecnológico Hotelero con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, constituye una recopilación de buenas prácticas en materia de sostenibilidad para hoteles que, unido a la plataforma digital iSaveHotel (www.hotel.isave.es), representan una valiosa herramienta que permitirá a los hoteles tomar decisiones que les lleven a ser más eficientes y sostenibles.

La oferta turística debe, en este caso, adelantarse a la demanda, y asumir medidas que les permitan avanzar hacia un modelo de negocio sostenible. En el corto y medio plazo, estas decisiones repercutirán en su cuenta de resultados de forma positiva en forma de ahorros, mientras que en el medio y largo plazo les hará ganar en competitividad y diferenciación frente a un público, que estará cada vez más concienciado e informado.

El estado de la sostenibilidad en el sector hotelero español

Tomando como referencia los hoteles inscritos en la plataforma iSave Hotel, el Instituto Tecnológico Hotelero ha realizado un breve análisis sobre el nivel de sostenibilidad en hoteles del territorio nacional.

Para ello, se ha seleccionado una muestra representativa, en la que se han incluido perfiles de diversos tipos, sol y playa, urbanos y de interior; hoteles independientes y pertenecientes a cadenas hoteleras; grandes resorts y hoteles con perfil low cost; así como diversas categorías y clasificaciones. De este modo se pueden extraer una serie de conclusiones, que se pueden consultar de forma más detallada en el Informe ITH sobre Sostenibilidad en el Sector Hotelero.

Los datos obtenidos nos permiten estimar que el grado de sostenibilidad global de los hoteles analizados es del 65,7%. Esto quiere decir que los hoteles cumplen en esa proporción los más de 150 criterios de sostenibilidad establecidos por el Modelo ITH de Sostenibilidad.

Destaca un mayor cumplimiento de criterios de sostenibilidad en las áreas social y económica, quedando más potencial de mejora en el ámbito medioambiental. Si bien es cierto que esta situación encuentra una explicación razonable atendiendo al marco legal en el que se sitúa España, y que, entre otras cuestiones, protege los derechos de los trabajadores, y garantiza una serie de servicios sociales básicos.

En cuanto a medidas concretas, hemos podido observar que los hoteles españoles incorporan, en su mayor parte, aquellas medidas de ahorro más básicas como la instalación de luces LED, perlizadores, etc; Sin embargo, existe un bajo grado de implantación de medidas más innovadoras que reportarían un potencial mayor de ahorro, como sistemas de monitorización de consumos o sistemas de aislamiento térmico, entre otras cuestiones.

El informe completo puede consultarse en la web de ITH www.ithotelero.com.

Nuevo impulso al modelo ITH de sostenibilidad

El convenio suscrito entre la Secretaría de Estado de Turismo y el Instituto Tecnológico Hotelero permitirá continuar con el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad y la plataforma tecnológica iSave Hotel. Entre las acciones que contempla el convenio, se prevé la inclusión de conceptos de economía circular al Modelo, así como la incorporación a la herramienta iSave Hotel de nuevos módulos y funcionalidades sobre accesibilidad, benchmarking de consumo energético y confort acústico.

El convenio firmado por la Secretaria de Estado de Turismo, Matilde Pastora Asían González, y el Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas Marcellés, supone un reconocimiento a la labor desempeñada por ITH como entidad comprometida con el desarrollo competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera y turística de nuestro país.

La firma de este convenio supone un importante impulso a la sostenibilidad en el sector, favoreciendo la difusión de un conjunto de medidas que, compiladas en el Modelo ITH de Sostenibilidad, y articuladas en la herramienta de acceso gratuito para hoteles iSave Hotel, entre otras acciones, se erigen en una hoja de ruta personalizable y ajustada a la realidad particular de cada establecimiento hotelero.

Tras el lanzamiento y puesta en marcha el pasado año 2016, el Modelo ITH de Sostenibilidad, y su plataforma tecnológica iSave Hotel, ambas han despertado enorme interés por parte del sector hotelero, cada vez más concienciado con la necesidad de incorporar medidas que garanticen la sostenibilidad y la eficiencia energética de sus negocios. Se trata de decisiones que tienen ya un cierto calado en el turista, y que repercuten además de forma positiva en las cuentas de resultado de los hoteles.

Las acciones enmarcadas en el convenio firmado entre la Secretaría de Estado de Turismo y el Instituto Tecnológico Hotelero, contemplan la inclusión al Modelo de conceptos de economía circular, así como la incorporación a la herramienta iSave Hotel de nuevos módulos funcionales sobre accesibilidad, benchmarking de consumo energético y confort acústico. Asimismo, se realizará una ampliación del ámbito de aplicación de las medidas propuestas por la herramienta, adecuándola a los campings.

Los alojamientos turísticos interesados en conocer el estado de sostenibilidad y eficiencia energética de sus instalaciones pueden acceder en la web www.hotel.isave.es, donde además dispondrán de un servicio de asesoría técnica gratuita y podrán observar la incorporación de los nuevos módulos anteriormente mencionados.

Remica se suma a ITH para impulsar la eficiencia energética en hoteles

El Instituto Tecnológico Hotelero ha incorporado recientemente a Remica como asociado en el área de sostenibilidad y eficiencia energética, con el objetivo de ofrecer a nuestros socios hoteleros un servicio integral de gestión energética en sus instalaciones. La incorporación de Remica es una demostración más del fuerte compromiso de ITH por impulsar la eficiencia energética en establecimientos hoteleros. Potenciar la incorporación de medidas que mejoren la eficiencia del sector, disminuyendo el consumo de energía, y por tanto, incrementando el nivel de ahorro de empresas que conforman el sector, en el ámbito de la energía, supondría una clara mejora de la competitividad, que es la misión y objetivo final de ITH.

Remica es una empresa líder en el sector de la eficiencia energética en edificios, que desarrolla sus actividades a nivel nacional y cuenta con más 33 años de presencia en el mercado. Mediante el análisis y la auditoría en un edificio, Remica propone e implementa las medidas que aporten mayor eficiencia energética y ahorro en las instalaciones.

"La incorporación de Remica como asociado en el área de sostenibilidad y eficiencia energética representa el firme compromiso de ITH por impulsar la aplicación de medidas que garanticen la eficiencia energética en el sector hotelero español, generando ahorros y mejorando, consecuentemente, la competitividad del sector. Creemos que para lograrlo debemos apoyarnos en compañías líderes con amplia experiencia y conocimiento sobre las necesidades particulares del sector, como es el caso de Remica." -Según señalaba Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero.

"Es un gran orgullo para Remica formar parte de ITH, después de más de treinta años aportando mejoras de confort, ahorro y eficiencia energética en las instalaciones térmicas de los edificios de nuestros clientes. Con nuestra incorporación a ITH queremos acercarnos aún más al sector hotelero, con el fin de aportar las soluciones técnicas que mejor se adapten a las necesidades específicas de cada establecimiento.

Esperamos que la sintonía en los objetivos de Remica con los de ITH mejore el confort y los costes energéticos en este sector tan estratégico para la economía española." - Según subrayaba José Porras Aguilera, Presidente y Director General del Grupo Remica.

Con la incorporación de Remica reforzaremos el trabajo en la mejora de la eficiencia y ahorro de energía en todas aquellas instalaciones hoteleras, que por diversos motivos no están siendo eficientes, prestando especial atención en mejorar los sistemas de producción de frío y calor, la incorporación de fuentes de energía gratuita, la disminución de pérdidas de energía en la distribución en los edificios, el control de las instalaciones y en la gestión energética en hoteles.

ITH lleva el panorama de la distribución hotelera a examen

"The Hotel Distribution Game", el ciclo de jornadas sobre comercialización hotelera organizado por ITH, lleva a análisis la realidad del panorama de la distribución hotelera de la mano de expertos pertenecientes a empresas de la talla de Expedia, STR, IDeaS Revenue Solutions y ReviewPro. Tras la gran acogida de la primera jornada de este ciclo, celebrada en Mallorca el pasado mes de octubre, y a la que acudieron más de 70 hoteleros, el ciclo mantiene el interés del sector a su paso por Málaga y Valencia, donde concluirá el próximo día 14 de noviembre.

La progresiva incorporación de la tecnología ha facilitado multitud de aspectos del día a día en la gestión hotelera, y la distribución, sin duda, es uno de ellos.

Empleando el conjunto de herramientas correctas, un hotel puede controlar de forma relativamente sencilla aspectos clave como la realización de comparativas de precios que determinen su posición en el mercado, analizar su rendimiento frente al de la competencia, conocer las preferencias y predecir el comportamiento de su perfil de cliente objetivo, adaptar su rango de precios para cada servicio, perfil de turista y época del año, elegir los canales de venta más adecuados en cada caso, controlando en todo momento la reputación del hotel en los distintos canales.

Sin duda, el hotelero tiene a su alcance un potentísimo conjunto de herramientas que pueden llevarle mucho más lejos que nunca. Sin embargo, la continua incorporación de nuevos canales, nuevas herramientas, y el desarrollo de nuevas estrategias de comercialización, basadas en los nuevos perfiles de cliente, que reclaman servicios mucho más personalizados y flexibles, pueden llegar a saturar a los profesionales del sector hotelero, que se encuentran frente a una abrumadora realidad, complicada de controlar, dado el esfuerzo constante que requieren para mantenerse actualizado.

"The Hotel Distribution Game" es un ciclo de jornadas, organizado por ITH, y dirigido de forma exclusiva a profesionales hoteleros, mediante el que se busca compartir las últimas novedades y tendencias de la distribución en hoteles de una forma eminentemente práctica, en torno a breves talleres y ponencias técnicas, dirigidas expertos de empresas de la talla de Expedia, STR, IDeaS Revenue Solutions y ReviewPro.

El rendimiento Hotelero en España, profundizando en la información en cada caso a nivel local; la Inteligencia de Datos para la óptima estrategia de Revenue; las mejores fórmulas para sacar provecho de la reputación online, así como nuevas tendencias en las herramientas y estrategias de distribución hotelera son algunas de las temáticas que se vienen abordando en este ciclo de jornadas, que han contado con una gran acogida por parte del sector hotelero, reuniendo a más de 100 hoteleros a su paso por Mallorca y Málaga.

La tercera y última jornada del ciclo tendrá lugar el próximo día 14 de noviembre en Valencia.

Quonext e ITH se unen para mejorar la gestión operativa en hoteles

El Instituto Tecnológico Hotelero ha incorporado recientemente a Quonext como partner tecnológico en el área de nuevas tecnologías y operaciones, con la finalidad de ofrecer una solución de software que mejore la operativa interna de sus socios hoteleros. La asociación de ITH y Quonext establece una línea de cooperación entre ambas partes, que permitirá explorar nuevas oportunidades de desarrollo y mejora de las soluciones de software de gestión hotelera, así como posibilidades de incorporación de nuevas funcionalidades que favorezcan la integración de todas las áreas de negocio en una única solución.

La incorporación de Quonext como partner tecnológico de ITH en el área de nuevas tecnologías y operaciones, representa para nuestros socios hoteleros la oportunidad de incorporar una solución de software que facilite la integración de diferentes áreas de negocio y su operativa interna.

El desarrollo de un software de gestión, como QuoHotel, que integra las soluciones para ERP y PMS, supone una mejora en la conexión de las áreas operativas y estratégicas del negocio durante el desarrollo habitual de la actividad hotelera, por lo tanto, facilita los procedimientos internos y permite centrar la atención en el huésped, mejorando el rendimiento y, consecuentemente, el servicio que se ofrece.

En este sentido, para el Instituto Tecnológico Hotelero, "la incorporación de Quonext representa una decisión coherente con nuestro objetivo fundamental de contribuir a la mejora de la competitividad de las empresas vinculadas la industria hotelera y turística. Se trata de una compañía con experiencia en distintos ámbitos dentro del sector turístico, cuyo desarrollo de software cuenta con un importante reconocimiento por parte del sector", según señala Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.

QuoHotel cuenta ya con más de 800 instalaciones por todo el mundo y ha recibido la certificación CfMD de Microsoft, un distintivo que reconoce la excelencia en el aprovechamiento de su plataforma tecnológica.

En palabras de Ferran Cabanes, director general de Quonext Turismo, "compartimos al 100% con ITH el objetivo de aportar innovación y tecnología al sector hotelero para mejorar su competitividad, calidad y eficiencia. Era cuestión de tiempo que entrásemos a formar parte de él. Nuestro conocimiento y experiencia aportando soluciones de gestión a los negocios hoteleros han facilitado que el ITH deposite su confianza en Quonext Turismo como su partner exclusivo en este ámbito. Nos sentimos muy honrados por esta decisión".

La asociación de ITH y Quonext establece una interesante línea de cooperación entre ambas partes, que permitirá explorar nuevas oportunidades de desarrollo y mejora de las soluciones de software de gestión hotelera, así como posibilidades de incorporación de nuevas funcionalidades que favorezcan la integración de todas las áreas de negocio en una única solución.

180 hoteleros han participado en el I ciclo de Seguridad Digital organizado por ITH

Más de 180 hoteleros han acudido a las tres jornadas organizadas por ITH en el marco del I Ciclo de Jornadas sobre Seguridad Digital en Hoteles, a su paso por las ciudades de Madrid, Barcelona y Benidorm. La progresiva incorporación de la tecnología en todos los ámbitos de la gestión hotelera, conllevan una necesaria atención a la seguridad del entorno digital. Ante esta nueva realidad, resulta esencial establecer medidas preventivas y protocolos de seguridad, que garanticen la privacidad de la información de los huéspedes.

Este primer ciclo de jornadas sobre seguridad digital, organizado por ITH, concluyó el pasado mes de octubre, tras congregar a más de 180 hoteleros a su paso por Barcelona, Madrid y Benidorm, y es que la seguridad en el entorno digital, es una preocupación que toma forma en el sector hotelero, especialmente tras los virulentos ataques por ransomware sufridos en los últimos meses por empresas del perfil de Telefónica o Deloitte, entre otras.

En definitiva, la inversión en infraestructuras tecnológicas debe, necesariamente, ir acompañada de una inversión en seguridad que las proteja. Del mismo modo, todas las áreas y empleados de la empresa deben ser incluidos en la planificación y puesta en marcha de protocolos y estrategias de prevención y actuación, en el caso de un ciberataque.

Tras concluir el ciclo, consultamos a los ponentes y expertos en la materia sobre el tipo de soluciones y herramientas que pueden implantar los hoteles para hacer frente a las amenazas y ciberataques, que pueden llegar a afectar a las infraestructuras físicas y virtuales del hotel.

Melchor Sanz, Director de Tecnología y Preventa de HP Ibérica, en primer lugar, apuntaba a la necesidad de realizar un análisis previo de la situación del establecimiento con el que obtener un informe de cumplimiento, riesgos y medidas a tomar. Entre esas medidas, en la mayoría de los casos, se debe proteger los sistemas de acceso a la información (PCs, tablets, impresoras), y definir una política sobre seguridad y cumplimiento normativo.

Daniel Just, Director de la Unidad de Negocio Hospitality de Nethits, por su parte, nos indicaba que no deben faltar elementos como una política de configuración de red a medida del establecimiento, Firewall UTM y un portal de autenticación de usuarios (Hot-Spot).

Asimismo, Ruperto García-Soto, Ingeniero de Preventa de ZyXEL Iberia, apuntaba hacia la utilidad de los sistemas de almacenamiento, copia y respaldo avanzados, que ayuden a reducir el tiempo de crisis frente a un ataque.

Y, por último, Julio Giménez, Director General de Zennio, hacía referencia a la parte más física de la domótica, en la que los protocolos estándar de comunicación, como es el caso de KNX, están soportados por equipos experimentados y conscientes de las amenazas y hacen evolucionar las prestaciones de seguridad de forma constante.

Culmina el IV ciclo de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos en Huesca

El cuarto ciclo de jornadas sobre eficiencia energética en establecimientos turísticos, que cuenta con el patrocinio principal de Repsol, culminará en Huesca el próximo día 5 de noviembre, y previamente ha pasado por Gijón y Gerona, alcanzando un amplio nivel de convocatoria entre los profesionales del sector. Alcanzar un nivel adecuado de eficiencia energética, especialmente en el caso de establecimientos hoteleros localizados en zonas con un acceso restringido a fuentes de energía, representa al mismo tiempo un reto y una necesidad que requiere una cuidadosa planificación que garantice la incorporación de las mejores soluciones tecnológicas del mercado, y garantice el confort de los clientes al tiempo que disminuya el consumo energético, con el consiguiente ahorro para el negocio turístico.

Tras su paso por Gijón y Gerona, el cuarto ciclo de Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos, organizado por Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), culminará en Huesca el próximo día 5 de noviembre.

Este ciclo de jornadas está especialmente dirigido a establecimientos turísticos con una demanda relevante de energía, y cuya localización ofrece acceso restringido a fuentes de energía. Esta situación requiere un cuidadoso análisis de alternativas eficientes por parte de los establecimientos turísticos, que deben optimizar los costes derivados de su consumo energético, garantizando siempre el confort de sus clientes.

Por medio de estas jornadas, los agentes implicados en el proceso aportarán a los asistentes información sobre las principales alternativas del mercado, a fin de ofrecer respuesta a las distintas necesidades que los perfiles particulares de establecimiento a los que se dirigen, requieren en materia de climatización, producción de ACS u otros usos térmicos como lavanderías, piscinas climatizadas, SPA, etc.

En cada una de las jornadas se plantean distintas propuestas, capaces de ayudar a diseñar la solución óptima en cada proyecto, con el objetivo de maximizar la obtención de ahorro energético en dichas instalaciones. Esto se traduce en garantía de resultados y reducción de los costes de operación y mantenimiento de los equipos instalados, siempre con inversiones optimizadas para conseguir retornos adecuados.

Por último, se realiza un repaso a las ayudas disponibles para el sector en ésta área, así como 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 IV Ciclo de Jornadas de Eficiencia Energética en Establecimientos Turísticos cuenta con el patrocinio principal de Repsol, así como Bosch Buderus, Absorsistem, Banco Sabadell, ACV, Wilo Ibérica, Sedical, Italsan, Schneider Electric, e i3i Ingeniería Avanzada como co-patrocinadores. Asimismo, ITH ha contado con la colaboración activa de las asociaciones provinciales, OTEA (Asociación de Hostelería y Turismo en Asturias), Hostelería y Turismo de Huesca, y la Unión de Hostelería y Turismo Costa Brava, como anfitriones de las jornadas.

FiturtechY 2018: El origen de un sueño

FiturtechY propone volver al origen, el lugar en el que se construyen los sueños que invitan al turista a seguir descubriendo el mundo en la edición de FITUR 2018. Los días 17, 18 y 19 de enero, los profesionales del sector turístico tienen una importante cita en el Pabellón 10 de FITUR. Cuatro foros especializados en los que se abordarán temáticas esenciales para la gestión del negocio, los destinos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro en el sector turístico, todo ello con la tecnología como hilo conductor y herramienta fundamental que nos permite conocer al turista hasta el punto de llegar a inducir en él el sueño de viajar.

Fiturtech se ha convertido a lo largo de sus 11 años de historia en el punto de encuentro para los profesionales más inquietos del sector turístico, en el marco de FITUR.

Durante los tres días, en los que la Feria Internacional del Turismo abre sus puertas de forma exclusiva para profesionales, el espacio de FiturtechY localizado en el Pabellón 10, ofrecerá una oportunidad única para reflexionar, debatir y conocer las innovaciones que están transformando el sector, así como aquellas que se abren paso con fuerza y prometen cambiar la forma en la que concebimos el turismo.

Con el desarrollo de cuatro foros simultáneos, especializados en el ámbito de la empresa, la gestión de destinos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro, FITUR y el Instituto Tecnológico Hotelero proponen realizar un viaje a través de los sueños del turista.

Desde el estímulo original que impulsa a cada turista a viajar, pasando por las expectativas que nacen ante la idea de conocer un nuevo destino, para culminar en la construcción del viaje mismo. La tecnología nos guía en cada paso de este viaje, permitiendo a las empresas y destinos turísticos construir una imagen de marca especial y única, que dé respuesta a los sueños propios de cada individuo. Los viajes, como los sueños, pasan a ser únicos y personales, porque el turista así lo espera. La tecnología ya pone al alcance de las empresas y destinos turísticos la oportunidad de conocer al turista, como individuo. Adaptarnos a sus ilusiones y expectativas particulares, incluso antes de que sueñe con viajar. Estamos frente a la oportunidad inédita de inducir el sueño.

Desde FiturtechY, a lo largo de las tres jornadas dedicadas a profesionales, en esta nueva edición de 2018, abordaremos temáticas esenciales para la gestión del negocio, los destinos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro.

Cuatro foros especializados que ofrecerán al público asistente una perspectiva sobre la actualidad y el futuro del sector, en el que la diferenciación y la especialización que facilita el uso de la tecnología, nos permite conocer al turista hasta límites insospechados, llevándonos a adaptar nuestros productos, destinos o negocios a las expectativas únicas del turista.

#techYnegocio: abordará el impacto de los nuevos desarrollos tecnológicos en las diferentes negocios turísticos, tomando como protagonistas temáticas como la aplicación del Internet of Things (IoT), los chatbots, la Inteligencia Artificial (AI), los asistentes virtuales, etc.

#techYsostenibilidad: nos acercará a la evolución del concepto sostenibilidad, la realidad y su estado de aplicación en el sector, así como la necesidad de evolucionar hacia un modelo de turismo que resulte rentable sin poner en peligro el medio en el que se desarrolla, tomando para ello como referencia los modelos, objetivos e indicadores de desarrollo sostenible promovidos en los últimos años.

#techYfuturo: transportará a los asistentes a una nueva realidad que ya está fraguándose en la actualidad, y en la que no podemos dejar de poner la mirada. El desarrollo de los blockchains, la convivencia entre humanos y máquinas, cada vez más cercanas al desarrollo de una conciencia propia; así como el futuro, casi presente, del transporte virtual y espacial.

#techYdestino: aproximará al público profesional a un entorno en que la arquitectura, los medios de transporte, y la propia vida de la ciudad gira en torno a las expectativas y necesidades de distintos perfiles de turista, que conviven en un mismo espacio, enriqueciendo cultural y estratégicamente las perspectivas de desarrollo y reposicionamiento local.

Los profesionales del sector turístico tienen una cita ineludible en el Pabellón 10 de FITUR los días 17,18 y 19 de enero de 2018.

TechYHotel, la proyección de un sueño

El espacio FiturtechY ofrecerá a sus visitantes mucho más que la oportunidad de conocer y reflexionar sobre el futuro del sector, de la mano de destacados profesionales de empresas que son hoy por hoy la punta de lanza de la innovación en el turismo.

TechYhotel se convierte en el corazón de los 2000 metros cuadrados que albergarán FiturtechY. Situado en el Pabellón 10, junto a los foros #techYnegocio, #techYfuturo, #techYdestino y #techYsostenibilidad, se alzará un espacio de experimentación en el que será posible conocer e interactuar con las últimas innovaciones en equipamiento hotelero.

El visitante podrá experimentar con un conjunto soluciones tecnológicas que permiten conocer al cliente, conectar con él y personalizar su experiencia en un entorno, que se viste de forma diferente para cada huésped, adaptándose así a cada perfil, en cada momento.

Sistemas de gestión inteligente, que integran todas aquellas herramientas con las que el hotel podrá optimizar los procesos internos, al tiempo que mejoran y adaptan la experiencia del cliente, haciéndola diferente, personal y única.

Pantallas interactivas, iluminación que se adapta al estado de ánimo del cliente, en definitiva, un entorno casi vivo, que ofrece al huésped la información y capacidad de interactuar con los espacios en cada momento de su estancia.

Guest, el evento de la Innovación Hotelera ¿Por qué no te lo puedes perder?

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y el Instituto Tecnológico Hotelero presentan, junto a Easyfairs, GUEST

No esperes más y consigue tu entrada a GUEST y GUEST SUMMIT con el código DISC2017

Organizado por Easyfairs y promovido por CEHAT-ITH, llega GUEST, evento que se celebrará los días 28 y 29 de noviembre de 2017 en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

GUEST nace para convertirse en la única feria de innovación del sector hospitaliy en España. Se trata de un evento centrado en hacer negocios, en el que poder exponer, trabajar, y, sobre todo, conocer las últimas tendencias y los planteamientos más novedosos de la industria.

Dos días en los que las mejores empresas del sector ofrecen productos y servicios innovadores y las últimas tendencias y tecnologías pensando en el cliente. Algunos ejemplos son:

Dyson: Presentará su último secador de la gama Dyson Airblade, que permiten un secado más rápido e higiénico, ocupando menos espacios y ofreciendo más resistencia.

Forbo: Presenta Coral, el pavimento de acceso que evita la suciedad hasta en un 95%, y Flotex, único pavimento textil lavable, con aspecto de moqueta, pero con la practicidad y características del PVC.

Gumsup: Descubre las herramientas más innovadoras de mk en RRSS de la mano de Gumsup.

Loopon: Innova en reputación, sus herramientas te permitirán gestionar de forma más eficaz y obtener una mayor satisfacción del huésped.

Defcon8: Presenta un novedoso sistema de ahorro hídrico y energético a través de IOT.

Showcases: Usar el móvil para interactuar con el entorno sin descargar una APP es lo que la nueva aplicación de Showcases permite, lo que ayuda a fidelizar y acelerar procesos de interacción con los clientes.

Omnitech: Presenta Active, la cerradura por tecnología bluetooth, que permite abrir puertas con el móvil.

Renolit Ibérica: Trae a Guest un revestimiento impermeable y decorativo para piscinas, sin mantenimiento.

Tecnoloop: Combinando diseño y funcionalidad sus cargadores son un gran valor añadido para los alojamientos.

Para Ramón Estalella, Secretario General de CEHAT, "GUEST es el encuentro que el sector hotelero estaba esperando. Su foco en aspectos como la innovación y mejora de la eficiencia, nos servirá, para poder afrontar los retos de futuro y seguir manteniendo el liderazgo en competitividad turística mundial, algo especialmente crucial en la economía española. El Guest Summit será la ocasión para conocer las próximas tendencias y adelantarnos al futuro".

Por su parte, Alvaro Carrillo de Albornoz, Director General del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), cree que "en GUEST vamos a poner encima de la mesa las temáticas que en el futuro van a marcar tendencia en el sector. La aplicación de Inteligencia artificial al Big Data en el sector turístico, y el cambio que eso va a suponer en la percepción del servicio por parte del cliente, y los nuevos modelos de negocio que se están generando. El avance en la tecnología semántica, el reconocimiento del lenguaje natural y el machine learning se aplican ya en asistentes como chatbots. El reconocimiento de voz (Siri, Alexa, Google Home), la realidad aumentada e inmersiva, van a cambiar los hábitos de compra y la manera de vivir las experiencias en destino".

Dos días de debates, ponencias y mesas redondas en Guest Summit

Dentro de Guest y durante los dos días que dura el mismo, tendrá lugar Guest Summit, que tomará el pulso al sector. En palabras de Juan Molas, presidente de la CEHAT, Guest Summit es "un gran evento con debates, ponencias y mesas redondas para interactuar e intercambiar las tendencias sectoriales en una temporada en la que tenemos que mejorar la calidad y la rentabilidad del turismo español". Las principales empresas hoteleras y sus principales representantes ponen voz a un contenido que, a través de mesas redondas, flash speeches, ponencias magistrales y entrevistas ejecutivas, cogerá las riendas de la innovación y la llevará por todos los aspectos que más preocupan a la industria para dar las respuestas que el sector necesita.

Algunos de los ponentes más importantes de Guest Summit.

EXPOSITORES

STAY
UNITED FUSION
DEFCON8
LINGUASERVE
OMNITEC SYSTEMS
ENTERTAINMENT SOLUTIONS
GAS NATURAL
ZENNIO
TRIVAGO
NETHITS
SENSOTEL
FORBO
TECNOLOOP
DYSON
LOCK UP DOORS
ICAR VISION
RENOLIT
LOOPON
UNIVERSALPAY
GUMSUP
GUFERVI
KIW INTERCLOUD
CA CUSTOMER ALLIANCE
GCC BANCO CAJAMAR
MOVILOK SHOWCASES
QUONEXT
MOP SOLUTIONS
TESA ASSA ABLOY
PROTEL
FUTURE BROADBAND/NETGEAR
ARAVOLO
MAESTROS HOTELEROS
EQUIPAMIENTO HOSTELERO Y
GRAN HOTEL
HOSTELPRO Y PROMATERIALES
ANDRESTURIWEB/ASIRI
FUTURENERGY
HOSTELTUR
HR
INDISA
INFOHORECA
SKIFT
TECNOHOTEL
THE19thROOM
LIONBRIDGE
BEEVA
HOTELKIT
ALIMARKET
SAMSUNG
ONEPARK
HOTELPLAY
ROIBACK
SINERGIA VISUAL
NEOBOOKINGS
BOOKING
MMCONECTA
ROOMMATIK
MEET - IN
KiC INNOENERGY
WMF
BRINERGY
ROSA GRES
INTUREA
BY DEMES

DECLARACIONES DE ALGUNOS DE LOS EXPOSITORES DE GUEST

José Antonio Candil - Director de la División Profesional de Dyson Iberia
"Nuestro empeño reside en tratar de ofrecer al cliente productos tecnológicos que solucionen problemas cotidianos. Para ello, pensamos que la tecnología debe ir siempre acompañada de tres pilares básicos: la experiencia cliente, el respeto por el medio ambiente y la eficiencia energética. A través de esta visión, queremos transmitir en Guest una sólida propuesta perfectamente adaptada al sector Hospitality.

Joan Llado -CEO Stay App
"Guest constatará en este gran evento del sector hospitality que la tecnología está revolucionando el sector turístico y pondrá de manifiesto cómo las últimas herramientas, como apps y chatbots, mejoran la experiencia de los huéspedes y potencian el servicio y la rentabilidad de los hoteles".

Mariona Campmany -CMO Icar
"Es evidente que estamos en una constante transformación digital. Es crítico para el sector conocer las tendencias innovadoras que pueden aportar valor a su negocio a la vez que ser conscientes de lo que quiere el consumidor. Guest apuesta por la innovación, y ser la plataforma de unión de los diferentes ecosistemas que permiten y van a permitir que esta transformación digital sea una realidad en el sector hospitality".

David Senar Julia - Director General en ARAVOLO.COM
Agradecemos a Guest la invitación a participar en el evento para explicar la gran posibilidad de mejora que tienen los profesionales del sector Directores de Hoteles y Cadenas, Gestores de apartamentos y software en el turismo.

Murprotec y CEHAT firman un acuerdo de colaboración

Murprotec, multinacional europea líder en tratamientos contra las humedades y CEHAT, Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos, han firmado un acuerdo de colaboración para desarrollar diferentes acciones dirigidas a que los asociados puedan conocer y solventar los problemas de humedades estructurales de sus establecimientos turísticos. La confederación cuenta con más de 13.000 establecimientos y 1.500.000 plazas agrupadas en 54 Asociaciones de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

Una de las campañas más destacadas gracias a esta alianza será la auditoría gratuita de diagnóstico de humedades que Murprotec llevará a cabo en los establecimientos interesados de la Península y Baleares. Los socios de CEHAT, que representa a todo el sector del alojamiento español (balnearios, alojamientos de tiempo compartido y campings & resorts) podrán beneficiarse del asesoramiento personalizado por parte de Murprotec, así como de condiciones especiales muy ventajosas para tratar las humedades estructurales que afecten a los establecimientos de forma definitiva. Asimismo, Murprotec también estará presente en el próximo Congreso de Hoteleros Españoles y en las diferentes comunicaciones que lleva a cabo la institución.

"La reforma y mantenimiento adecuado de los inmuebles turísticos es fundamental para el sector y estamos en un momento óptimo para esta inversión. Por esto, desde CEHAT apostamos por alianzas con empresas referentes como Murprotec" afirma Ramón Estalella, Secretario General de la CEHAT. Por su parte, Miguel Ángel López, Director General de Murprotec en España y Portugal añade que "los alojamientos turísticos son muy susceptibles de padecer humedades, ya sea por su ubicación -cerca de zonas húmedas o entornos rurales- o por su actividad -como balnearios o spas-. Por esto, para Murprotec ir de la mano de una institución como CEHAT se convierte en una acción estratégica y prioritaria con la que pretendemos llegar a un sector tan importante para España como es el turístico".

Las humedades más comunes en los establecimientos hoteleros

Los tres tipos de humedades estructurales más frecuentes que padecen los edificios son la condensación, la capilaridad y la filtración lateral.

Concretamente, la condensación se genera cuando se produce un excesivo nivel de vapor en el ambiente y se genera la condensación del agua. Los efectos más visibles de estas humedades son hongos y mohos en esquinas y paredes; cristales empañados en ventanas y espejos; mobiliario y otros objetos deteriorados, etc. y pueden provocar, además, consecuencias graves en la salud de las personas que padecen problemas respiratorios, óseos o musculares.

Las humedades por capilaridad aparecen cuando el terreno absorbe mucha humedad y los muros de los edificios filtran el agua como si fuera una esponja. Este fenómeno provoca humedades que pueden llegar al metro y medio de altura.

Las humedades por filtraciones suelen aparecer en los garajes, sótanos y plantas bajas. Aparecen cuando el agua presente al otro lado de un muro penetra dentro del edificio a través de la pared de forma lateral.

Para estos tres tipos de humedades Murprotec ofrece soluciones definitivas a través de sus tratamientos exclusivos y patentados y con una garantía de hasta 30 años.

Santiago García-Nieto es el nuevo presidente de Confecat

En el transcurso de la asamblea extraordinaria que ha celebrado la entidad, el empresario hotelero Santiago García-Nieto fue elegido por unanimidad como nuevo Presidente de la Confederación Empresarial de Hostelería y Restauración de Cataluña (Confecat). La entidad empresarial agrupa y representa a las principales asociaciones y federaciones de alojamiento turístico, de restauración y turísticas de Cataluña. Santiago García-Nieto es empresario hotelero directivo de Bondia Hotels.

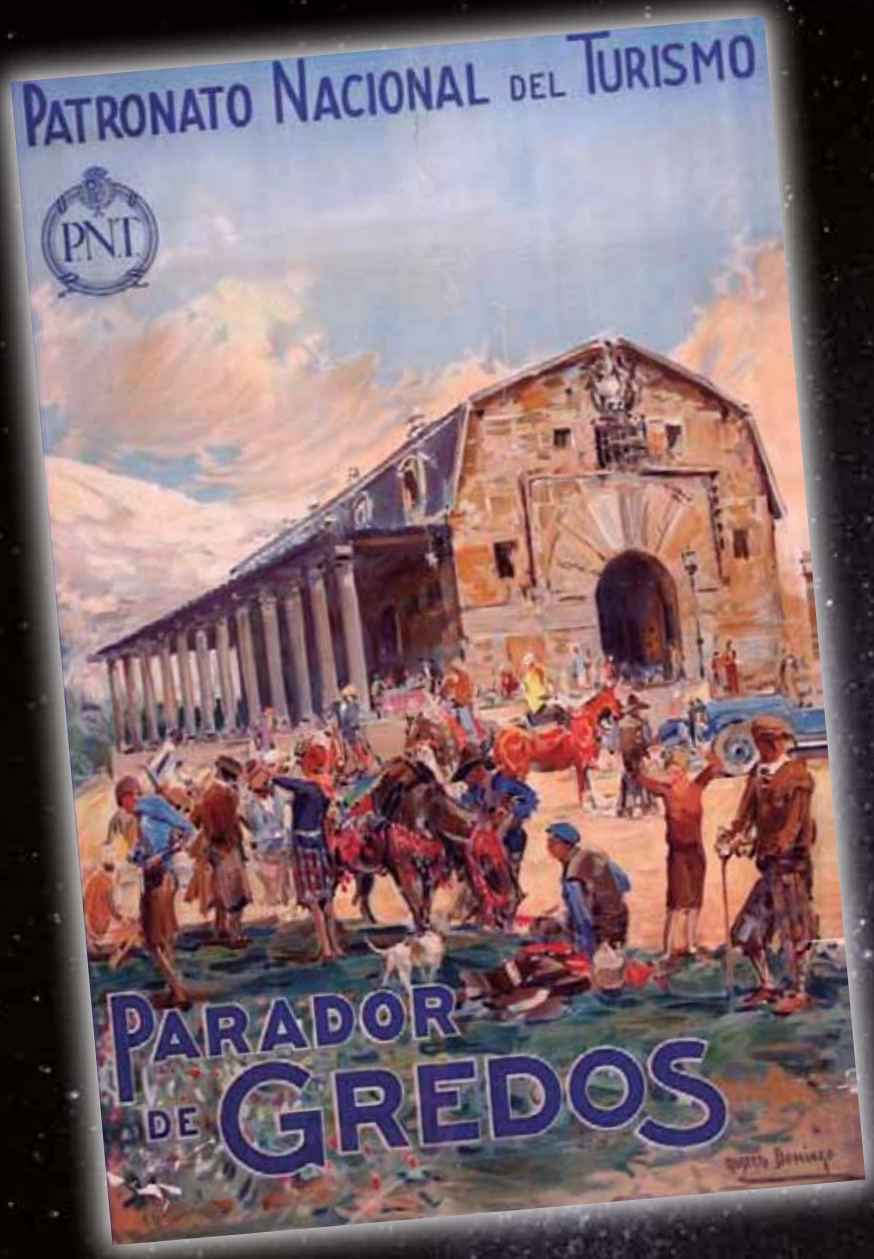
Horeca y CEHAT analizan en Zaragoza el futuro del sector

El presidente de CEHAT, Juan Molas, y el secretario general, Ramon Estalella, se han reunido con el Comité Ejecutivo de la Federación de Empresarios de Hostelería de Zaragoza (Horeca), donde han debatido los problemas que afectan al sector turístico español y zaragozano en particular, con el objetivo de potenciar las líneas estratégicas de actuación del tejido empresarial hotelero que permitan favorecer el turismo español y del conjunto de la provincia.

En el transcurso de esta reunión, Juan Molas analizó la situación que atraviesa el turismo nacional, afirmando que ha habido años difíciles, notándose un cambio de tendencia a partir del año 2014 , dándose actualmente una situación positiva, si bien pudiera darse alguna situación de inestabilidad. Del mismo modo, se ha valorado la situación de la hotelería, que desarrolla su actividad en un entorno cada vez más complejo, siendo el pulmón del turismo, destacando que España dispone de la mejor planta hotelera de toda Europa. Asimismo, ha señalado la oferta de alojamiento ilegal existente, como el principal problema del sector turístico en estos momentos.

En este Comité Ejecutivo también se abordaron cuestiones primordiales para el sector del alojamiento como la distribución digital de los servicios de alojamiento, y las cláusulas de paridad de precios o la situación en que se encuentra las negociaciones de las tarifas generales de los denominados derechos de autor. Se prestó especial atención al análisis de la mal llamada economía colaborativa, valorando su situación actual, cómo está perjudicando a los destinos y a la propia sociedad, cómo se está abordando esta cuestión en otros países, y cuáles son las prioridades de actuación que debieran ser atendidas por las diferentes administraciones. Sobre este último punto, se informó a los asistentes del documento consensuado con HOTREC acerca de diez propuestas que permitirían desarrollar una verdadera economía colaborativa sostenible y responsable en el sector del alojamiento. Entre las peticiones planteadas en el documento, se contempla la protección de los derechos y beneficios de las personas empleadas por ésta tipología de alojamiento, proteger la calidad de vida de los vecinos, o contribuir a la seguridad de los de los destinos, verificando la identidad de los clientes, de conformidad con la legislación vigente. Horeca Zaragoza realizará un documento con las conclusiones de esta Jornada y que será trasladado a las diferentes administraciones y agentes que poseen competencias en materia de 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

El sector turístico de Teruel analiza su situación con el presidente de CEHAT

El presidente de CEHAT, Juan Molas, ha visitado Teruel y la Asociación provincial de Empresarios Turísticos le ha presentado los datos más relevantes del sector, su evolución y las carencias. El presidente de CEHAT ha realizado una visita a Teruel invitado por la Asociación provincial de Empresarios turísticos para conocer la situación del sector en la provincia, además de darle a conocer su patrimonio y gastronomía. Los empresarios han expuesto a Juan Molas la gran evolución y crecimiento del sector, así como los problemas que encuentran los empresarios y las carencias que tiene el territorio.

Durante la jornada participaron en el comité ejecutivo de la Asociación provincial de Empresarios Turísticos de Teruel para conocer de primera mano los principales problemas que se encuentran los empresarios turísticos en el desarrollo de su actividad, como la falta de infraestructuras viarias y de telecomunicaciones. Previamente y acompañados por el presidente y el vicepresidente de la Asociación provincial de Empresarios Turísticos de Teruel, Juan Ciércoles y Fernando Cánovas, se reunieron con el delegado del Gobierno de Aragón en Teruel, Antonio Arrufat; el presidente de la Diputación, Ramón Millán; y la alcaldesa, Emma Buj.

El presidente de CEHAT Juan Molas, consideró en rueda de prensa que "el turismo es el único sector que puede salvar a Teruel, y a otras zonas despobladas de la España interior, de su situación económica y social". "No hay industria, ni sectores alternativos tan potentes y que den tanta estabilidad a la economía como el turismo", insistió. Por eso, pidió a los responsables de las Administraciones Públicas con los que se reunió que colaboren con la iniciativa privada para impulsar la llegada de viajeros a la provincia, cifrada en 337.311 para los 9 primeros meses del año, y especialmente la de extranjeros, que suponen todavía un pequeño porcentaje del total, concretamente un 11,7% con 39.511 visitantes.

Juan Molas señaló que, frente al "monocultivo" del turismo de sol y playa en España, hay que buscar alternativas para captar viajeros en el turismo cultural, deportivo y de salud. En este sentido, elogió la puesta en funcionamiento en la provincia de Teruel de dos nuevos balnearios en Segura de los Baños y Ariño, que vienen a sumarse al existente en Manzanera. En su opinión, Teruel cuenta con grandes potencialidades, como sus atractivos turísticos y su proximidad a ciudades muy pobladas –como Madrid, Valencia, Zaragoza y Barcelona– para incrementar la llegada de turistas, pero indicó que para ello hace falta "esfuerzo, inteligencia y buena voluntad, además de dedicar recursos, tanto públicos como privados". Entre las carencias que los presidentes de CEHAT y la Asociación provincial de Empresarios Turísticos de Teruel coincidieron en destacar se encuentra las deficitarias conexiones con Cataluña y Madrid, así como las dificultades de conexión a internet, e incluso de cobertura móvil, que padece buena parte del medio rural. Asimismo, señalaron la necesidad de contar con profesionales en el sector hostelero, por lo que pidieron el incremento de los ciclos formativos de esta familia que ofrezcan nuevas salidas laborales a los jóvenes. Por su parte, el secretario de la Confederación Española de Hoteles y Establecimientos Turísticos, Ramón Estalella, indicó que para impulsar el sector Turístico en la provincia es importante suplir las carencias en comunicaciones pero, sobre todo, convertir los recursos que dispone en productos turísticos. Como ejemplo, indicó que sería positivo promocionar el turismo ornitológico ligado a la laguna de Gallocanta. En este sentido, indicó que Andalucía y Cáceres reciben anualmente 400.000 visitantes extranjeros atraídos por la posibilidad de contemplar rapaces y grullas. Del mismo modo, abogó por crear una ruta por las seis localidades turolenses que forman parte de la asociación Los pueblos más bonitos de España (Albarracín, Valderrobres, Rubielos de Mora, Calaceite, Puertomingalvo y Cantavieja), o una ruta del Mudéjar en colaboración con otras ciudades que también gozan de este patrimonio arquitectónico. "La conversión de los recursos en productos turísticos trae oportunidades a las comarcas que se están despoblando", señaló Estalella. Precisó que para crear estos productos y promocionarlos no se requiere una gran inversión, aunque sí "tiempo y trabajo". "Es necesario confeccionar guías y páginas especializadas en internet, participar en ferias y crear empresas que lo gestionen", puntualizó. Como ejemplo de "productos estrella" que han conseguido atraer a muchos viajeros señaló el turismo del vino en La Rioja o el Camino de Santiago.

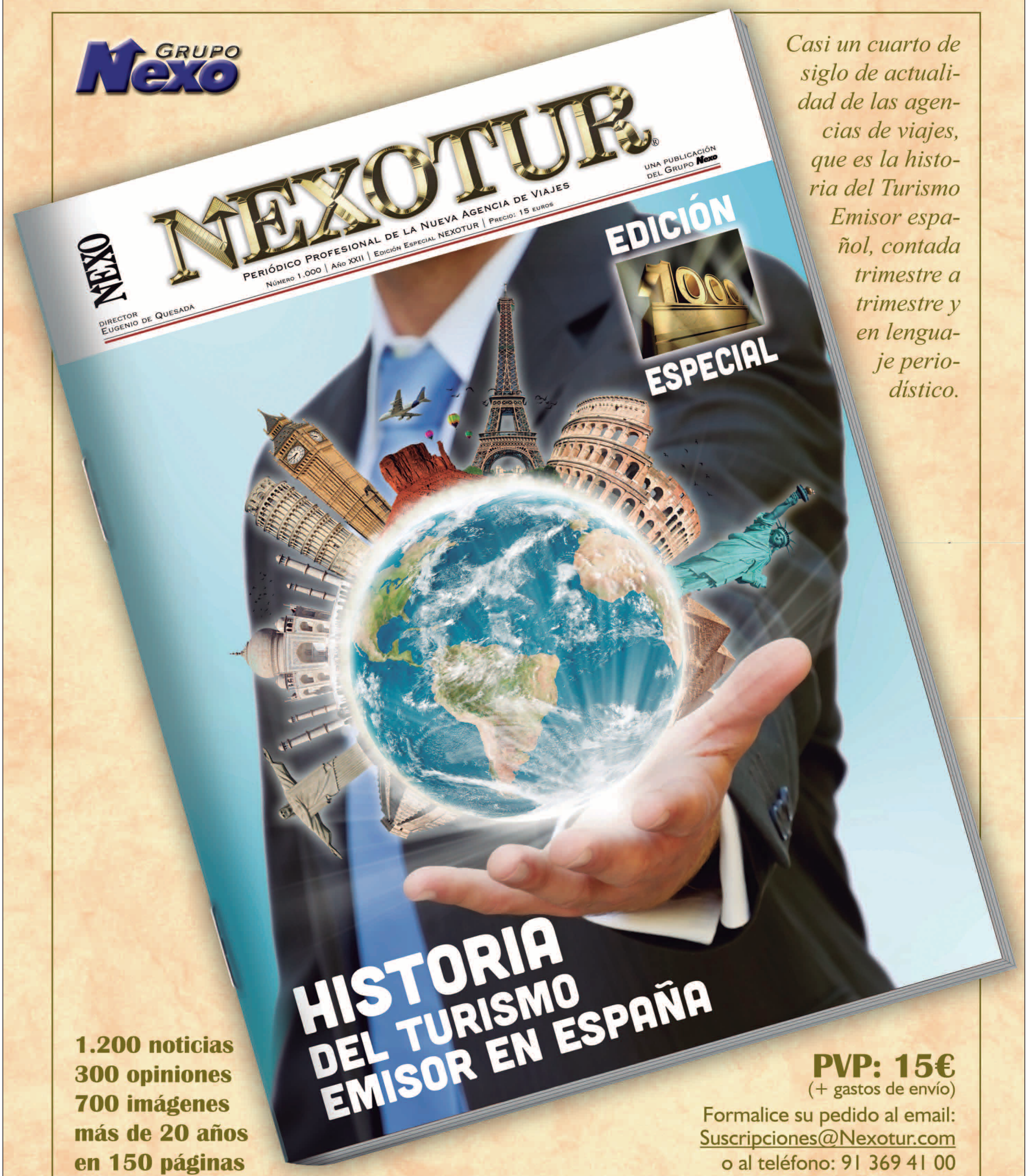
El turismo es un sector transversal que genera trabajo en otros sectores como el comercio, los servicios, el transporte… trabajar para que crezca y mejore es básico para el crecimiento de nuestra provincia; para ello es fundamental mantener el apoyo a los proyectos estratégicos que atraen visitantes como Dinópolis, Motorland y Galáctica, así como la creación nuevos proyectos en otras comarcas, ya que son los motores de este sector por su atractivo y difusión aseguró el presidente de la Asociación provincial de Empresarios Turísticos de Teruel, Juan Ciércoles.

Otra de las demandas de los empresarios es la agilidad en los trámites burocráticos que favorezca la creación de nuevos negocios en el medio rural, así como evitar la competencia desleal regulando los establecimientos turísticos no legalizados.

El sector sigue demandando una mayor promoción turística conjunta de toda la provincia, campañas globales y ambiciosas, con carácter nacional e internacional, tanto en medios de comunicación, como en internet y las redes sociales, poniendo en valor las diferentes especificidades de cada destino, y unificando esfuerzos y recursos económicos de todas las administraciones públicas, con el objetivo de lograr la captación de nuevos mercados de turismo, primando la calidad y la marca Teruel.

La evolución del sector turístico es muy positiva, el balance y los datos son buenos, pero su potencial de crecimiento es aún mayor y se puede avanzar mucho en incrementar la estancia de los visitantes, en atraer turismo extranjero (en el año 2016 solo fue el 11,60 % del total) y en desestacionalizar el turismo.

NEXOTUR



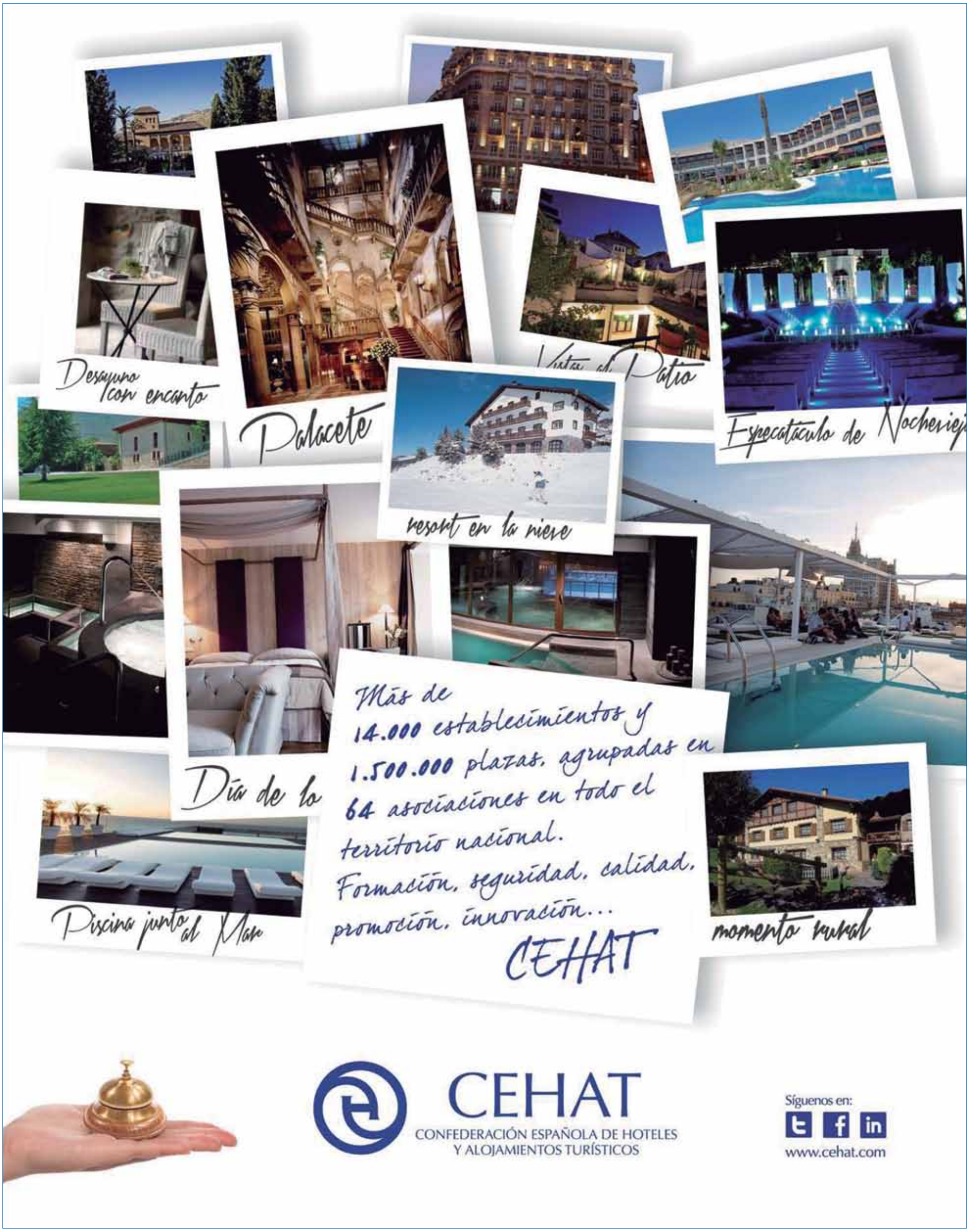
Casi un cuarto de siglo de actualidad de las agencias de viajes, que es la historia del Turismo Emisor español, contada trimestre a trimestre y en lenguaje periodístico.

1.200 noticias
300 opiniones
700 imágenes
más de 20 años
en 150 páginas

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

Formalice su pedido al email:
Suscripciones@Nexotur.com
o al teléfono: 91 369 41 00

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Orense, 32. 28020 Madrid / Teléfono 902 01 21 41 / Fax 91 556 73 61 / E-mail: monica@cehat.com / Una Publicación del Grupo NEXO