

CEHAT aplaude la sentencia del TSJE sobre Uber

Se pueden dar los pasos para que se determine la diferencia entre actividades entre particulares y las realizadas por profesionales.

pág. 10



CEHAT y Tinsa firman un acuerdo de colaboración

Enriquece la oferta de CEHAT para sus asociados en un momento de intensa actividad de inversión para el Sector.

pág. 16



Málaga albergará el próximo Congreso de Hoteleros

El Congreso organizado por CEHAT junto a Aehcos se celebrará del 30 de mayo al 1 de junio en la capital de la Costa del Sol.

pág. 17



DIRECTORA: Mónica González. ENERO 2018 / Nº 143 / Año XIII

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

@CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

FiturtechY 2018 albergará un espacio expositivo y cuatro foros simultáneos

FiturtechY 2018 volverá a convertirse en el punto de encuentro de los profesionales del sector turístico, y es que los días 17, 18 y 19 de enero, el espacio localizado en el Pabellón 10 de la

Feria de Madrid reunirá a más de 100 ponentes internacionales que debatirán sobre las claves y tendencias tecnológicas que están transformando el Sector Hotelero.

Esta edición 2018 de **FiturtechY** albergará nuevamente un espacio expositivo en el que será posible experimentar con la tecnología para hoteles más avanzada del mercado; además de cuatro foros simultáneos y especializados en el ámbito de la empresa, la gestión de destinos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro, en los que se darán cita más de 100 ponentes de ámbito internacional.

Ponentes de la talla de Miguel Ángel Moratinos, presidente de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS); Kike Sarasola, presidente de Room Mate Hotels; Carlos Barrabés, presidente del Grupo Barrabés; Skip Thompson, director Airline Partnership Marketing en Boeing; Carlos Kuchkovsky, CTO New Digital Business en BBVA; Ester de Nicolás, Technical Sales Manager - Enterprise Solutions en Microsoft; o David Saez, Head of Travel & CPG, Facebook, serán los responsables de abordar temáticas como la incorporación de los ODS (Objetivos del Desarrollo Sostenible de la OMT), la inteligencia de

datos, la digitalización de las experiencias, la robótica, la inteligencia artificial, o uso

de la tecnología blockchain, entre otros muchos aspectos. **Pág. 22**



¿De quién es la propina?

Cristóbal García y Pablo Salguero, socio y asociado sénior de Garrigues, analizan el reparto de la propina en el Sector. **Pág. 4**



David Hoys Bodelón

Dyrecto expone las ayudas a las que pueden acceder las empresas. **Pág. 5**

Déjate ver!!! este ESPACIO es para tí

Utilice este espacio publicitario para promocionar su empresa. Contacte con nosotros y le informaremos **91 556 71 12**



INSTALACIONES HOTELERAS

Financiación de sus inversiones

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

ADO

Patrocinador del
Equipo Olímpico

www.CaixaBank.es/empresas

 **CaixaBank**
Hotels & Tourism

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 JURÍDICO:** Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila / **DIRECTOR DE PERSONAL:** Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a 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), Nextel (Información Electrónica), Herero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos), Gráficas de Prensa Diaria (Impresión) y National Post (Distribución)

CEHAT, el Periódico de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, es la Publicación Oficial de la Hostelería 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

Adiós a un agridulce 2017

Con 2017 se despiden un año especialmente agridulce, en el que un elevado nivel de ocupación y el incremento sostenido en la facturación han propiciado unos resultados empresariales en general excelentes, aunque existan segmentos y zonas turísticas menos beneficiadas. Los datos del Observatorio Hotelero de CEHAT y PwC no dejan lugar a las dudas sobre el círculo virtuoso generado por la creciente recuperación del consumo doméstico —otrora deprimido a causa de la crisis económica y financiera que ha asolado la economía española—, que ha venido a sumarse al excelente comportamiento de casi todos los grandes mercados emisores extranjeros. Las fortalezas simultáneas del Emisor y del Receptivo han coincidido en este año, tirando con fuerza de la ocupación y mejorando el margen de nuestra planta hotelera. En estos aspectos, 2017 ha sido un año dulce para el Sector.

En la cruz de la Hostelería, 2017 nos trajo una doble tormenta perfecta, fuera y dentro de España, un tanto agridulce. La explosión de la Primavera Árabe, que afecta a parte de la Hostelería mediterránea —en especial a destinos musulmanes— sigue obligando a los grandes operadores a desviar hacia España parte de los flujos de turistas europeos. Por contra, están los atentados terroristas de Barcelona y Cambrils, sumados a los recurrentes brotes de *turismo fobia* en Barcelona y Palma de Mallorca, o la masificación turística en centros urbanos, con crecientes problemas de convivencia surgidos del mal llamado *alojamiento colaborativo*. Sin olvidar la pérdida de competitividad que se deriva de un euro fuerte y la mayor presión fiscal que aportan las controvertidas *tasas turísticas*. A todo ello se ha sumado una campaña internacional sin precedentes en televisiones, prensa, radio y, sobre todo, redes sociales. Una campaña devastadora para un destino turístico, con la que ha trasladado al mundo una imagen de inestabilidad social en Cataluña, la cual, a buen seguro, pasará una abultada factura turística en 2018 tanto a Cataluña como al resto de España.

Pese a ello, el Gobierno mantiene un presupuesto ínfimo en promoción exterior. Y lo mismo en inversión pública en el I+D+i y Calidad turística, factores estratégicos esenciales para el futuro del Turismo en España. Abandono que ha sido suplido gracias al dinamismo y el férreo compromiso del Sector. La Innovación, la Calidad y la Competitividad son líneas estratégicas irrenunciables, que no admiten más demoras ni recortes. Mañana puede ser tarde.

La externalización de servicios

Álvaro Rodríguez de la Calle / Director de Operaciones de Praeventis (Fiabilis Consulting Group)

La utilización permanente por nuestras empresas de la figura jurídica de la subcontratación, conocida también como externalización de servicios u outsourcing, ha generado, junto a numerosas reivindicaciones por parte de algunos grupos sociales como las “kellys” o los trabajadores de seguridad del aeropuerto de Barcelona El Prat, una constante adaptación del régimen de dicha figura a las diferentes vicisitudes acaecidas en nuestro sistema económico en cada momento.

La última de las propuestas de ley presentadas al respecto tuvo lugar en septiembre de 2016 por el Grupo Parlamentario Socialista, a través de la cual, se pretende que el artículo 42 del ET no quede pasivo ante aquellas reivindicaciones y trata de igualar en derechos a los trabajadores de contrata y empresa principal.

Régimen jurídico de la subcontratación

El régimen jurídico de la subcontratación recogido en el artículo 42 del ET regula la responsabilidad del empresario principal por las obligaciones laborales y de Seguridad Social contraídas entre la empresa contratista y subcontratista, cuando se trata de contrataciones correspondientes a la propia actividad de aquella; así como los derechos que los trabajadores tienen sobre aquellos.

Las diferentes modificaciones acaecidas sobre aquel precepto han pretendido fomentar la seguridad jurídica de los trabajadores de contrata y subcontratas, pues bien aumentaban la responsabilidad del empresario principal, respecto a plazos y supuestos, o bien mejoraban los derechos de los trabajadores de las contrata en cuanto a derechos y deberes.

En el ámbito de la prevención de riesgos laborales también se ha afrontado la regulación de la técnica organizativa de la subcontratación.

Así pues, con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales se impusieron deberes de vigilancia al empresario principal respecto de los trabajadores de las empresas contratistas o subcontratistas, en virtud del cual el artículo 42.3 de la LISOS, atribuye a la empresa principal responsabilidad solidaria por las infracciones



de seguridad y salud cometidas por la empresa subcontratada en su centro de trabajo.

En la normativa sobre infracciones y sanciones en el orden social, el artículo 23.2 de la LISOS, dispone que los empresarios que contraten o subcontraten obras o servicios correspondientes a su propia actividad responderán solidariamente de las infracciones cometidas en el terreno de la Seguridad Social por los empresarios contratistas o subcontratistas durante todo el periodo de vigencia de la contrata.

En materia de infracciones en el ámbito de las relaciones laborales, prevención de riesgos laborales y empleo, la LISOS establece una serie de incumplimientos relacionados con las contrata y subcontratas. Entre otros: el artículo 8, infracción muy grave por cesión de trabajadores o los artículos 12.13 y 13.7, atinentes a los deberes de cooperación y coordinación del artículo 24 de la LPRL.

Perspectivas y nuevos horizontes en la externalización: la posición de los grupos parlamentarios

Como se ha adelantado, la contrata y subcontrata ha dejado de ser una opción de contratación y de organización empresarial para convertirse en un recurso estructural para todas las empresas, sean del sector que sean. Además se ha convertido en un tema mediático, no solo por la variedad de sectores que la emplean, sino también por las consecuencias económicas existentes y que afectan a la competitividad de las empresas.

Y esta habitualidad que rodea a contrata y subcontratas es la que provoca que hace unos meses se haya retomado en el Congreso de los Diputados la modificación del artículo 42 del ET.

Aun con la evolución protectora del legislador, una de las causas que han permitido desigualdades de tipo salarial se re-

monta al Real Decreto Ley 3/2012, de 10 de febrero, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, la cual modificó el artículo 84.2 del ET, instaurando la prioridad aplicativa del convenio de empresa, entre otras materias, el salario o el horario.

Con esta nueva regulación, los convenios de empresa, de contrata y subcontratas en este caso, tienen prioridad aplicativa en las materias anteriormente citadas, respecto de los convenios colectivos sectoriales. Y así surge el problema actual.

Recogiendo las reclamaciones y reivindicaciones de algunos colectivos ya citados, el Grupo Parlamentario Socialista redactó una Propuesta de Ley que trataba de consagrar legalmente la igualdad que debe imperar entre los trabajadores de la empresa principal y los de la contrata. Esta propuesta, pese al voto en contra del Grupo Parlamentario del Gobierno, y la abstención de su socio Ciudadanos, fue admitida a trámite.

Subcontratación y cesión ilegal de trabajadores

En la medida en que la externalización de servicios se asiente en que la empresa subcontratada aporte sus diferenciables

medios personales y materiales, con la consiguiente asunción de la organización y dirección, nos encontraremos ante una subcontratación de obras y servicios plenamente adecuada a la norma. Sin embargo, cuando esa diferenciación sea inexistente, la contrata se desnaturaliza y se convierte en una mera cesión de mano de obra, recogida en el artículo 43 ET y proscrita en

nuestro ordenamiento jurídico.

En la realidad, no se presentan de forma clara los distintos elementos que conforman el contenido de la norma, por lo que habrá que estar en cada caso a la presencia e intensidad de los mismos. Sí que se puede afirmar que el elemento definitorio de una cesión ilegal de mano de obra es la dependencia; es decir, quién asume realmente las facultades directivas y organizativas propias del empresario.

Los convenios de empresa tienen prioridad respecto de los convenios colectivos sectoriales



Cristóbal García
Socio de Garrigues

Pablo Salguero
Asociado senior de Garrigues



¿De quién es la propina?

En nuestro sector hay pocas figuras tan arraigadas como la propina. Pese al arraigo, su falta de regulación ha permitido que se gestione de manera muy distinta en cada establecimiento hotelero. A la falta de un sistema uniforme, se une la cada vez mayor atención por parte de la Administración Laboral y los Sindicatos, con el objetivo de su control, su regularización o su adecuado reparto.

La falta de una regulación laboral concreta en el sector (a diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, en los casinos) ha permitido que, en términos generales, pueda hablarse de “libertad de práctica” con relación al modelo a seguir para el control y reparto de las propinas en cada establecimiento hotelero. No existe certeza, o seguridad jurídica, acerca de las consecuencias de aplicar cualquiera de estos muchos modelos de reparto. Los hay en los que la propina es exclusiva del trabajador que la recibe, otros en los que la propina debe entregarse a la Empresa y es esta quien intermedia repartiendo la propina entre la plantilla, los más son aquellos en los que funciona a modo de bote, entre el personal de sala o sala y cocina. Incluso los hay donde, para evitar toda disputa, no se aceptan propinas.

A simple vista, la propina es un ingreso, totalmente ajeno al empresario, que se percibe del cliente en atención al servicio recibido. Pero hay tres cuestiones clave que deben revisarse para evitar contingencias laborales provenientes de este flujo económico. Su inclusión en la nómina, su cotización, y el sistema de reparto. En relación con las dos primeras, hasta ahora, con el uso de una práctica correcta se podía evitar incurrir en contingencias laborales. No obstante, y con relación al sistema de reparto, tras la Sentencia del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco, de 18 de julio de 2017 parece que conviene revisar la práctica en nuestra empresa pues sólo cabe un modelo, que explicaremos.

La primera de las cuestiones es de orden material, ¿debe aparecer la propina en la nómina? La respuesta a esta pregunta dependerá, en principio, de la forma en que se gestione la propina por parte de la Empresa. Si la transmisión es directa entre el cliente y la plantilla, no cabría su inclusión, pero si es la Empresa quien la controla y reparte, debería incorporarse al recibo mensual de nómina. Por otra parte, la consideración de las mismas como rendimientos del trabajo, para sus perceptores, sujetos al IRPF y la consiguiente obligación fiscal de retener, parece que aconsejan su adecuado control e inclusión en el recibo de salario.

Para abordar la segunda de las cuestiones, su cotización, hay que tener en cuenta que al no considerarse salario, tampoco se habrá de cotizar por ella, y ello sin perjuicio de su inclusión en la nómina y de la mencionada obligación fiscal de practicar retenciones de IRPF sobre la misma. Siempre que la Empresa se mantenga al margen de la propina, y su reparto, puede afirmarse que tendrá consideración de donación entre cliente y trabajador, y no podrá calificarse de salario, a efectos laborales. No obstante, en aquellos casos en los que amparada por lo que establezca el Convenio Colectivo aplicable, la Empresa aproveche la propina para compensar cualquier coste laboral,

Debido a este contexto de conflictividad, un pronunciamiento judicial de alcance, ha establecido nuevas exigencias laborales aplicables al régimen de reparto de las propinas, que aconseja llevar a cabo una revisión de los sistemas existentes, para determinar la posible existencia de malas prácticas y, en su caso, prevenir o evitar las contingencias laborales asociadas a esta figura.

existe una doctrina judicial que sí obliga a considerarla como un ingreso proveniente del empresario y, por tanto, con naturaleza salarial y cotizable.

Pero, ¿debe el Empresario participar en el reparto de la propina? Recordemos que en Hostelería la propina tiene un origen muy particular, la calidad del servicio valorada por el cliente y su consiguiente compensación. Pues bien, a raíz de la recentísima y novedosa Sentencia del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco, de 18 de julio de 2017, podemos concluir que cuando no exista otra

regulación aplicable por Convenio Colectivo, la propina debe repartirse por igual entre el colectivo de profesionales que participan en el servicio.

La Sala del País Vasco, tras reiterar

su carácter no retributivo, ahonda en su naturaleza concluyendo que no debe entenderse como una mera liberalidad hacia el individuo, sino hacia el colectivo. Dado que la norma laboral no regula la materia ni, en el caso enjuiciado, el Convenio establecía nada al respecto, considera esta Sentencia que entrarían en juego las normas civiles supletorias, en concreto, el art 637 del Código Civil. Y esto es clave, ya que en aplicación del art. 637 del código civil, cuando la donación se hace a varias personas, se entiende a partes iguales. Por lo tanto, ese reparto debe hacerse entre todo

el colectivo de empleados que participan en el servicio “remunerado”, sin que quepa excluir a personal que haya participado, de una forma u otra, en el mismo.

Esta Sentencia implicó, en el caso concreto, la obligación de extender el reparto de propinas entre todo el personal vinculado al servicio de comidas, por lo que, aunque la Empresa fuese un tercero ajeno al abono de la propina, como titular de las relaciones jurídico-laborales, se vio obligada a procurar y velar por que la propina se repartiese no sólo entre camareros, sino también entre el resto de personal de cafetería y cocina. Esta Sentencia, que aparentemente está bien fundada en Derecho, abre las puertas a exigir responsabilidad laboral a las empresas que permitan un sistema de propina injusto, o “no igualitario”, con las muy distintas consecuencias que ello puede tener, en sede de ejecución, para garantizar el derecho de los trabajadores perjudicados.

En definitiva, el carácter no cotizable de la propina, su consideración como rendimiento del trabajo a efectos fiscales y la obligación de retención fiscal, así como la necesidad de arbitrar modos de distribución “equitativos” obligará a revisar los modelos de reparto y control existentes en cada establecimiento, bien mediante su inclusión en los Convenios Colectivos, bien alcanzando acuerdos colectivos que permitan regular esta figura de modo adecuado o bien utilizando los diversos mecanismos legales que existen para modificar prácticas o usos empresariales.

No hay un modelo a seguir para el control y reparto de las propinas





David Hoys Bodelón

Director de Consultoría y Análisis de Proyectos de Dyrecto Consultores

Las empresas turísticas podrán acceder a más de 100 posibilidades distintas en 2018

Cuando una empresa turística va a llevar a cabo un proyecto de inversión, independientemente de su capacidad financiera, debería de preguntarse si existe algún tipo de financiación ayuda o subvención pública que se pueda aplicar o de la que se pueda beneficiar esa inversión. El acceso a este tipo de ayudas, puede condicionar la toma

de decisiones a la hora de invertir o el tiempo de las inversiones, ya que en la práctica una subvención va a suponer una inyección de dinero en la cuenta de resultados de la sociedad, un tiempo después de haber hecho y pagado la inversión. Dyrecto Consultores ha elaborado una guía de recursos y ayudas para el sector turístico.

Hay que tener en cuenta que la utilización de una subvención como vía financiera supone recuperar una parte de lo que el empresario ha invertido en modernizar, ampliar o construir un hotel, mejorando ostensiblemente la cuenta de resultados de ese año, y ayudando a recuperarse de una forma directa del esfuerzo inversor realizado.

Dado que el disponer de toda esta información debe ser una herramienta adicional a la dirección económica financiera de una empresa, Dyrecto ha elaborado la Guía de recursos y ayudas 2018 para el turismo y los emprendedores que será presentada durante la feria de turismo, Fitur.

De esta guía se desprende que una inversión hotelera podrá acceder durante el 2018 a más de 100 posibilidades que van desde la subvención a fondo perdido, hasta el capital riesgo o financiación pública en condiciones preferentes, además del apoyo al emprendimiento en el sector.

En Dyrecto hacemos un preanálisis de cada operación y en base a nuestra experiencia de más de veinte años en la gestión de ayudas y subvenciones podemos determinar desde el primer momento las posibilidades que tiene una inversión y las mejores vías para optimizarlas, o en función de las opciones que tengamos definir la mejor la estrategia a la situación y necesidades.

Subvención Feder, los Incentivos regionales

De entre todas estas ayuda y subvenciones hay una que destaca sobre todas las demás, y son los Incentivos Regionales, que es una Línea de Subvención a fondo perdido procedente de Fondos Feder, siendo uno de los instrumentos de financiación más poderosos que tiene la Administración Estatal para impulsar la inversión de empresas privadas y la creación de empleo.

En general serán subvencionables aquellos proyectos de construcción de nuevo establecimiento, de modernización o ampliación y los servicios de apoyo a la producción para los establecimientos turísticos y las instalaciones complementarias de ocio, los servicios de apoyo industrial y las plataformas logísticas.

Los Incentivos regionales durante el 2018, mucha más competencia

La mejora económica, el desbloqueo de la financiación y los buenos números del sector van a suponer que muchos

NUEVAS INTENSIDADES DE AYUDA SEGÚN TIPO DE EMPRESA

ZONAS DE PROMOCIÓN ECONÓMICA	RRDD ANTERIORES		NUEVOS RRDD 2014-2020		
	TODAS LAS EMPRESAS	GRAN EMPRESA	MEDIANA	PEQUEÑA	
CANARIAS	40%	35%	45%	55%	
EXTREMADURA	40%	25%	35%	45%	
SORIA y TERUEL / CEUTA Y MELILLA	15% / 20%	15%	25%	35%	
ANDALUCÍA, CASTILLA-LA MANCHA Y GALICIA	30%	15%	25%	35%	
RESTO ZONAS + categoría anterior a partir 2018	Del 10% al 20%	10%	20%	30%	

hoteleros que todavía no lo han hecho se van a animar a modernizar y reformar sus hoteles para ganar en competitividad, o hay muchos proyectos de nueva construcción que llevaban bloqueados por la crisis mucho tiempo se llevarán a cabo durante el 2018. A estos proyectos se van a unir los que se realizarán en las nuevas zonas subvencionables como son Baleares y la Rioja.

Por otro lado nos vamos a encontrar con una más que segura disminución en el presupuesto, y la caída de los porcentajes de subvención que se van a aplicar a cada proyecto subvencionado.

Por tanto el 2018 va a suponer que un mayor número de proyectos van a competir por menos presupuesto y por tanto va a ser mucho más difícil defender cada proyecto y demostrar su potencial para llegar a ser beneficiario de las ayudas. La labor de nuestros expertos es mucho mayor y requiere de estudios más profundos y defensa mucho más complicada de cada proyecto ante la Administración para demostrar su valía.

Proyectos aprobados por los IER durante el 2017

Dyrecto consultores ha publicado el estudio de los resultados conseguidos por

el sector turístico en los IER durante 2017 y cuyas principales conclusiones son:

- Durante el 2017 han conseguido la aprobación un total de 15 proyectos turísticos localizados en tres comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Andalucía.

- Estos 15 proyectos suponen una inversión total de 175.1 millones de euros, la creación de 262 nuevos puestos de trabajo fijos, y un importe total de subvención a repartir de 31.7 MM€.

- Destacar que por primera vez en la historia de los Incentivos Regionales un proyecto de las Islas Baleares ha accedido a este tipo de subvenciones, se trata de una inversión para construir un nuevo hotel de cuatro estrellas que va a suponer una inversión de 16.364.726 euros, y que ha recibido una subvención del 14%. Este proyecto ha sido gestionado por Dyrecto.

- Por tipología de proyecto subvencionado, 13 corresponden a hoteles, uno a un acuario y uno a un centro de recepción de visitantes. De los 13 proyectos hoteleros, cinco son hoteles de nueva construcción y ocho corresponden a proyectos de modernización o ampliación de los establecimientos existentes.

- El porcentaje medio de subvención por proyecto ha sido del 18%, dos puntos menos que el porcentaje conseguido el año anterior 2016.

- Se confirma que las grandes empresas que lleven a cabo proyectos de modernización o ampliación van a tener muy complicado el acceder a este tipo de subvenciones, salvo que los proyectos se encuentren ubicados en Canarias, Andalucía o Extremadura en cuyo caso las posibilidades para las grandes empresas continúan intactas.

- Dyrecto continúa siendo la empresa líder en España en la obtención de Incentivos Regionales, al gestionar más de 70% del dinero concedido por esta subvención a hoteles.

Dyrecto Consultores ayuda a los emprendedores a través de su RSC Mentor Day

Asimismo, Dyrecto a través de su departamento de Responsabilidad Social Corporativa lleva más de tres años ayudando a emprendedores a llevar a cabo sus proyectos, ya que les permite resolver todas sus dificultades con la ayuda de los mejores especialistas en financiación, asesoría legal, mercantil, marcas, protección, seguros, marketing, ventas, estrategia, modelos de negocio...

En febrero 2018 tendrá lugar la segunda convocatoria del Mentor Day turístico, en el que aquellos emprendedores que tengan un proyecto podrán acelerar su empresa en una semana intensa de actividades, donde tendrán la oportunidad de sentarte con 70 expertos seleccionados según sus necesidades que revisarán individualmente cada proyecto.

Los incentivos regionales para el turismo. Evolución anual

Evolución anual	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
nº proyectos Aprobados	101	57	29	38	16	13	28	7	16	15	15
Inversión aprobada (millones euros)	825	384	113	239	97	62	243	72	83	217	175.1
Subvención concedida (millones euros)	48	44	16	28	10	11	38	9	15	39.6	31.7
% subvención media por proyecto	5,8%	11,5%	14,5%	11,7%	10,2%	18,5%	15,5%	12,5%	17,9%	20,0%	18,0%
Empleo a crear	2.557	1.281	307	795	261	123	638	270	172	271	262

Evolución anual de los incentivos regionales para el turismo. Fuente: Dyrecto Consultores.



Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

Las propinas deben repartirse entre todos los que participan en el servicio

La Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco, en sentencia de 18 de julio de 2017, ha determinado que la naturaleza jurídica de las propinas es la de una donación que el cliente realiza gratuitamente a los empleados por el servicio recibido, entendido éste como un conjunto en el que intervienen muchos factores y personas, por lo

que el reparto ha de hacerse entre ese colectivo de personas que participan de algún modo en dicho servicio, y no solo los camareros. Recalca que en nuestros usos sociales las propinas son entregadas al abonar la factura, sin un destinatario concreto por el conjunto del servicio, por lo que el reparto debe incluir a todo el colectivo que integra el área funcional.

El comité de empresa del “Gran Hotel Ercilla” de Bilbao, interpone un conflicto colectivo en materia de reparto de propinas, dirigiendo su demanda a la empresa, así como a los dos camareros encargados de su reparto. Recoge la sentencia analizada que en la cafetería-restaurante del hotel prestan servicios fregadores, cocineros, camareros y extras, además del personal de limpieza. Dos de los camareros, codemandados por el comité de empresa, son los encargados de repartir las propinas obtenidas, lo que hacen exclusivamente entre todos los camareros, sin que las perciban el resto del personal del área. En el departamento de restauración esta forma de reparto de las propinas entre los camareros se venía haciendo de este modo desde años atrás, de forma pacífica, sin que la empresa hubiera tenido nunca intervención en la materia.

Si bien el Juzgado de lo Social desestimó la demanda interpuesta por el sindicato ELA, reclamando que se reconociera el derecho de todos los trabajadores del área de cafetería-restauración al reparto igualitario de las propinas generadas en el mismo, entendiendo que el sistema de reparto existente hasta el momento era una condición más beneficiosa y que su modificación debía hacerse a través del procedimiento de modificación sustancial de las condiciones de trabajo, la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco revoca dicha sentencia,

considerándose de entrada competente para conocer de la cuestión planteada y argumentando, en primer lugar, que aunque el objeto propio del conflicto colectivo son las prácticas existentes en la empresa, estas no deben entenderse limitadas solo a las que decida el propio empresario, sino también a las prácticas que se sigan en una empresa por decisión de sus trabajadores o de una parte de estos.

En segundo lugar, el Tribunal examina la naturaleza de las propinas que los clientes de los establecimientos de cafetería y restauración abonan junto a las facturas que pagan por los servicios consumidos por los mismos, resaltando que no se trata de salario por no provenir del empresario, sino de una donación que efectúa el cliente en beneficio de los empleados, al tratarse de un importe que los clientes entregan gratuitamente, sin ninguna obligación de hacerlo, como modo de agradecer el servicio recibido. En este punto, remarca que tal servicio es entendido en términos unitarios o globales, pues en él entran en juego factores varios (cantidad y calidad de la comida o bebida, trato recibido por el personal que les atiende, limpieza de vajilla e instalaciones, etc.), cuya influencia varía de unos clientes

a otros. El Tribunal, aunque reconoce que no hay regulación legal en la materia, hace alusión al régimen jurídico del sistema de participación en el servicio de la derogada Ordenanza Laboral, haciendo ver que, aunque no es aplicable al caso, como antecedente legislativo resalta que en el reparto entraban tanto los camareros o personal de sala como el de cocina y otros que intervenían en el servicio, con porcentajes diferentes, en función del salario fijo de unos y otros. Concluye que en nuestros

usos sociales, salvo excepciones, las propinas no tienen un destinatario individual en la persona que la recibe, sino que se deja junto al importe de la factura, o al devolverse el cambio, en agradecimiento por el conjunto del servicio recibido (comida, limpieza, local, atención, etc.) y no por la atención concreta del personal que atiende en barra o mesa, que a veces no es una única persona. Por ello acude al artículo 637 del Código Civil, según el cual “cuando la donación hubiere sido hecha a varias personas conjuntamente, se entenderá por partes iguales”, que estima aplicable a falta de otra regulación legal o convencional, y lo interpreta en clave de los principios de igualdad y no discriminación, entendiendo contrario a los mismos que se prive del

reparto de propinas a personas que participan en el servicio y son tan destinatarias naturales como los camareros.

Para terminar, cabe mencionar otra resolución judicial que saltó a los medios los meses pasados; se trata de la sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Murcia, de 29 de marzo de 2017. La misma recoge el supuesto de una empleada que, habiendo solicitado una reducción de jornada para cuidado de hijos del 50 por ciento durante el periodo de un año, continuó percibiendo por error empresarial el salario íntegro, correspondiente a la jornada completa. Al reingresar a la jornada inicial la empresa se percató del error, requiriéndole que abone las cantidades indebidamente percibidas (unos 7.500 euros). La empleada responde que solo puede devolver a razón de 300 euros mensuales, por lo que disconforme la empresa, interpone demanda de cantidad frente a la trabajadora, al tiempo que procede a su despido disciplinario, por no advertir a su empresario del error.

La sentencia declara el despido procedente al estimar probado que la trabajadora era consciente de estar percibiendo cantidades indebidas desde el segundo mes de experimentar la reducción de jornada, y pese a ello, no alertó a la empresa de tal situación, y además, cuando fue requerida, no devuelve la cantidad cobrada incorrectamente, lo que se estima una transgresión de la buena fe contractual y abuso de confianza.

El reparto ha de hacerse entre el colectivo de personas que participan en dicho servicio



RAFA NADAL ACADEMY by MOVISTAR

DEKTON. UNLIMITED.

SUELOS | FACHADAS | ENCIMERAS

Las superficies de gran formato Dekton abren un nuevo mundo de posibilidades para el diseño y la arquitectura.

Dekton ofrece múltiples posibilidades de colores y acabados en grosores de 8, 12 y 20 mm. En interior o exterior, Dekton proporciona una resistencia y durabilidad extraordinaria para que tus proyectos no tengan límites.

DEKTON IS UNLIMITED



www.dekton.com

 DektonbyCosentino
 Dekton

COSENTINO SEDE CENTRAL
T: +34 950 444 175
e-mail: info@cosentino.com
www.cosentino.com





Marta Rosas
Abogado Director en Tourism & Law Abogados

Medidas preventivas y detección de uso incorrecto o fraudulento de tarjetas bancarias

Sin duda, uno de los principales problemas a los que se vienen enfrentando los establecimientos hoteleros en la última década, es el recurrente problema del presunto uso fraudulento de tarjetas bancarias en reservas, y la capacidad que puede tener el cliente de solicitar, depen-

diendo de los requisitos formales que se hayan cumplido, las retrocesiones indiscriminadas de las órdenes de pago efectuadas; dejando al establecimiento huérfano de prueba y argumentos para recuperar el importe de la reserva, o el servicio efectivamente prestado.

Ante tal supuesto de hecho, el sector hotelero y todos los agentes prestadores de servicios que pueden ser sujetos pasivos de estas conductas, deben tener en cuenta los siguientes elementos, requisitos y medidas preventivas, para detectar, acotar y finalmente evitar, estas consecuencias gravosas que afectan al cobro de sus servicios y disponibilidad de habitaciones.

Y es que, en efecto, el común denominador de las incidencias padecidas por establecimientos hoteleros, es la retrocesión de las cantidades devengadas y abonadas por el servicio prestado, cuando se acreditan los siguientes supuestos ante la entidad TPV y bancaria por parte del titular de la tarjeta, que podemos incorporar dentro del denominado **Grupo I**, a saber:

Clonación o skimming "Duplicación" de los datos de tu tarjeta para realizar operaciones no reconocidas, con retrocesión del importe abonado en establecimiento hotelero.

Robo o extravío. Sustracción física de la tarjeta, siendo utilizada fraudulentamente por tercero no autorizado.

Fraude por internet. Cargo no reconocido en tu tarjeta, efectuada por teléfono e internet.

Dentro de este contexto, nos podemos enfrentar al Phishing, o estafa por correo electrónico que intenta generar engaño para revelar los números de sus tarjetas, de identificación personal (PIN), contraseñas de cuentas bancarias u otra información privada.

No obstante lo anterior, en otras ocasiones, el cliente, prevaliéndose del no cumplimiento del establecimiento hotelero de ciertas normas de seguridad bancaria, pueda instar la retrocesión de las cantidades adeudadas, que incardinamos dentro del **Grupo II**, donde incluimos los siguientes casos:

Compras autorizadas sin firma: Transacciones que se autorizan sin requerir firma digital o medio similar como Chip, Pin, o firma autorizante manual. Ante el incumplimiento de las condiciones de las entidades TPV, los establecimientos pueden enfrentarse a: (i) Retrocesiones de reservas no reembolsables, (ii) Impagos totales de servicios finalizados. (iii) Retrocesiones con check in y boleta final firmada.

Pues bien, el establecimiento hotelero ante la existencia de ambos grupos diferenciados, debe conocer cuáles son las principales vías de actuación que debe "interiorizar" y aplicar en su práctica comercial, en evitación del descrito menoscabo económico para su negocio. A saber:

En el caso del **Grupo I**, conformado por los supuestos de (i) Clonación o Skimming, (ii) Robo o extravío, (iii) o Fraude por internet, que una vez acreditados son constitutivos de ilícito penal por tanto, nos encontraríamos con la comisión de

un delito por estafa previsto en el artículo 248 del Código Penal:

1. Cometen estafa los que, con ánimo de lucro, utilizaren engaño bastante para producir error en otro, induciéndolo a realizar un acto de disposición en perjuicio propio o ajeno.

2. También se consideran reos de estafa:

a) Los que, con ánimo de lucro y valiéndose de alguna manipulación informática o artificio semejante, consigan una transferencia no consentida de cualquier activo patrimonial en perjuicio de otro.

b) Los que fabricaren, introdujeran, poseyeran o facilitaren programas informáticos específicamente destinados a la comisión de las estafas previstas en este artículo.

c) Los que utilizando tarjetas de crédito o débito, o cheques de viaje, o los datos obrantes en cualquiera de ellos, realicen operaciones de cualquier clase en perjuicio de su titular o de un tercero.

La acción a ejercitar por el perjudicado, será la denuncia/querrela por estafa frente a la persona que ha utilizado indebidamente la tarjeta bancaria. La responsabilidad civil derivada de dicho delito conllevará el pago de lo defraudado, siendo el tiempo medio para obtener sentencia; 1 a 2 años dependiendo de la instrucción de la investigación.

Sin embargo, antes de llegar a ese desenlace procesal, se recomiendan las siguientes medidas preventivas de evitación/detección del fraude, tales como:

- Verificación a la llegada del cliente si el nombre de éste corresponde al de su tarjeta bancaria. En caso contrario, exigir la autorización firmada para su uso. En el supuesto de que dicha autorización fuese falsificada, el cliente estafador, incurriría además en un delito de falsedad documental. Así las cosas, dicha denuncia por falsedad documental iniciaría el proceso donde se imputaría posteriormente la estafa.

- Extremar precauciones en reservas efectuadas a través de correo electrónico mediante **plataformas de pago seguro**. A su vez, comprobar la

identidad del solicitante en el check in en idénticos términos al punto anterior.

- Nunca llevar a cabo las devoluciones de las operaciones, mediante un método de pago distinto al utilizado en el momento de la transacción. Si la operación se produjo por TPV, la transferencia debe efectuarse a través de dicho medio, para evitar destinos distintos al verdadero titular de las tarjetas.

Por otro lado, en relación a los supuestos más controvertidos, es decir, los incluidos en el descrito **Grupo II**, generador de las sorpresivas retrocesiones

ante el incumplimiento de los protocolos de seguridad bancarios de indisponible cumplimiento: (i) Necesidad de consignación de Pin, paso de banda magnética o Chip. (ii) Firma autorizante del titular; su incumplimiento en cualquiera de los casos, permitirá al cliente la solicitud de retrocesión, aduciendo la no autorización del cargo tal y como venimos analizando.

Ante tal supuesto, sólo caben medidas preventivas y aquietarse a la normativa bancaria. A continuación, significamos las más determinantes:

- El pago de tarifas **no reembolsables**, deberá realizarse a través de **plataforma de pago seguro**, exigiendo al intermediario esa medida. En caso contrario, excluir publicidad y venta en aquellos medios de venta que no dispongan de dicha pasarela.

- Evitar los impagos por **No Show** reduciendo las ventas a **plataformas de pagos seguros** por adelantado.

- En defecto de las medidas anteriores, el establecimiento hotelero puede suscribir un contrato de seguro por incidencias derivadas al uso indebido de tarjeta bancarias en **no shows** y supuestos análogos.

En definitiva, la clave en este contexto dinámico de transacciones, pagos por adelantado y reservas, es priorizar la seguridad y el cotejo documental, a pesar de que inicialmente, pueda restar algo de operatividad al sistema.

No obstante, el hábito y la repetición del mismo, compensarán al establecimiento hotelero, pues las incidencias en ambos grupos, quedarían reducidas a mínimos.

La clave en este contexto de transacciones es priorizar la seguridad y el cotejo documental



CaixaBank lanza Hotels & Tourism para reforzar su liderazgo en el mercado turístico y hotelero

CaixaBank Hotels & Tourism nace con 14.000 clientes y 5.000 millones de euros de volumen de negocio, lo que posiciona a la entidad como un referente para este segmento de empresas. En 2016, la entidad concedió más de 1.300 millones de euros de crédito al sector hotelero

CaixaBank reafirma su apuesta por el sector turístico y hotelero con el lanzamiento de CaixaBank Hotels & Tourism, una línea de negocio creada para consolidar el liderazgo de la entidad en el mercado turístico a través de un nuevo modelo de proximidad con las empresas y negocios hoteleros y que se articulará a través de un servicio especializado. El objetivo de esta iniciativa es ofrecer a las empresas de este sector la atención personalizada que necesitan mediante la creación de un equipo de 30 profesionales que ofrecen a cada cliente un servicio de valor añadido, basado en la excelencia, calidad y proximidad, y que estarán ubicados por todo el territorio español.

CaixaBank, presidida por Jordi Gual y dirigida por el consejero delegado Gonzalo Gortázar, es la entidad de referencia en el sector turístico con una cartera de más de

14.000 clientes y 5.000 millones de euros de volumen de negocio. Además, bajo la marca CaixaBank Hotels & Tourism, la entidad prevé un crecimiento del 20% en su volumen de negocio en su primer año de actividad.

Actualmente, dos de cada tres hoteles son clientes de CaixaBank, lo que se traduce en más del 63% del total de este colectivo.

En 2008, la entidad creó un área de negocio dedicada en exclusiva a este sector y convirtió a CaixaBank en la primera entidad financiera en España en poner en marcha una dirección especializada en este segmento.

En 2016, la entidad concedió más de 1.300 millones de euros de crédito al sector hotelero, fruto en parte del acuerdo firmado, con la Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Durante estos años, CaixaBank ha reforzado su papel entre las empresas y negocios hoteleros, firmando acuerdos de colaboración con distintas asociaciones y organizaciones, la asistencia a las ferias turísticas más importantes a nivel mundial como Fitur y la World Travel Market o el foro anual de Hosteltur, una cita ineludible del sector.

Para Juan Alcaraz, director general de CaixaBank, "a través de CaixaBank Hotels & Tourism queremos ayudar y acompañar a nuestros clientes a mantener su liderazgo mundial en este sector, sin duda, uno de los

y se prevé que bajo esta nueva marca, en el primer año de actividad, la financiación crezca en un 20%. Dos de cada tres hoteles ya confían en la entidad gracias al servicio de valor añadido que presta un equipo de profesionales especializados en el sector.

más estratégicos e importantes en el conjunto de la economía española, tal y como indicaba con detalle el informe mensual de junio publicado por CaixaBank Research".

Alcaraz destaca que "tal y como hemos hecho con otras líneas de negocio especializadas, articulamos esta propuesta de valor de la mano de un equipo de profesionales expertos en el sector que ofrecen un servicio de calidad y de proximidad para las empresas y negocios hoteleros".

Productos especializados para el sector

CaixaBank Hotels & Tourism pone a disposición del mercado hotelero una oferta de productos y servicios diferenciales y una potente red de profesionales expertos en el sector que les ayudarán a optimizar la rentabilidad de su negocio y a simplificar su actividad diaria. La incorporación de nuevos productos y servicios específicos para la hotelería complementa la especialización en el sector teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes subsectores: hoteles, alojamientos turísticos y campings.

El catálogo incluye un dossier de productos específicos y financiación adaptada

a los proyectos hoteleros, con un análisis previo gratuito. Además de asesorar en las inversiones de los clientes y fomentar la modernización de la planta hotelera existente, CaixaBank promueve la financiación de la compra de activos hoteleros y la de proyectos de nueva construcción, tanto en el segmento urbano como en el vacacional.

Otras ventajas de CaixaBank Hotels & Tourism son el suministro de información sobre novedades y publicaciones del sector, o la posibilidad de asistir a ferias, foros y eventos especializados, además de otras iniciativas que se desarrollarán en los próximos meses.

El turismo, un 16% del PIB en España

España ha hecho del turismo uno de los sectores clave de su economía, y las últimas cifras que presenta el sector muestran su dinamismo. Según el Informe de CaixaBank Research titulado "Turismo: viajando al futuro", la contribución directa e indirecta del turismo al PIB (Producto Interior Bruto) alcanza los 119.000 millones de euros, el equivalente a un 11,1%.

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



El Sector Hotelero aplaude la sentencia del TSJE sobre Uber

La Patronal hotelera considera que esta sentencia es un importante paso adelante hacia la regulación eficiente del alojamiento en viviendas privadas que quedaba fuera del alcance de cualquier tipo de normativa. El pasado mes de diciembre se tenía

conocimiento de la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea sobre la controversia por el tipo de servicio prestado por Uber. Esta sentencia permitirá que las normativas españolas puedan imponer requisitos de acceso al mercado.

La sentencia, que será estudiada con mayor profundidad, califica el servicio prestado como un servicio en el ámbito de los transportes y por tanto excluido del ámbito de aplicación de la libre prestación de servicios así como de la directiva sobre comercio electrónico. Esa sentencia determina que el servicio prestado por Uber no se limita a un servicio de intermediación sino que es indispensable para la provisión del servicio. La Corte con sede en Luxemburgo avisa de que no puede operar al margen de los requisitos que deben cumplir aquellos que ofrecen servicios de transporte en la Unión Europea

El sector hotelero Español y Europeo lleva años defendiendo que los servicios prestados por determinadas plataformas que proveen alojamiento privado, no son servicios neutros de simple intermediación, sino en realidad deberían estar actuando bajo la legislación turística. Este servicio prestado por las plataformas para estar exonerado de responsabilidad y fuera de la normativa turística debería ser neutro, y no lo es por las siguientes razones:

- Utiliza herramientas para generar confianza en el servicio y en los terceros mediante la descripción de casos reales y la publicación y clasificación de opiniones de usuarios.

- Fijan o recomiendan al solicitante del servicio de alojamiento las tarifas-



precios aplicables a las transacciones económicas.

- Ofrecen al tercero contratante garantías adicionales a las del propio solicitante del servicio de alojamiento de datos (seguro, plataforma de pago segura, servicio de atención al cliente ...)

- Actúa como agente de cobros entre el solicitante del servicio de alojamiento y el tercero contratante siendo su ganancia el cobro de una comisión sobre el precio de transacción.

Es por ello que dada la ausencia de neutralidad de las plataformas de alojamiento, debería estar sometidas a las normas que rigen al sector turístico español,

cuya finalidad inicial es la protección de los consumidores, la transparencia y las garantías de cumplimiento legal.

La desnaturalización progresiva e imparable de las plataformas que nacieron bajo el nombre de “economía colaborativa” es una realidad, estas plataformas que originalmente surgieron con el propósito de que particulares ofrecerán al mercado bienes o servicios no utilizados a precio de coste, por un precio reducido o un trueque, han evolucionado hacia la captura por las mismas de negocios tradicionales o de nuevas formas de negocio que han crecido amparados por el ecosistema que proporcionan. El acceso a las masas críticas

de consumidores en aprovechamiento de la confianza que el consumidor deposita en estas plataformas y con su pleno desconocimiento respecto de la realidad subyacente, supone no solamente una competencia desleal al sector regulado, sino un engaño evidente a los consumidores que le presuponen a la oferta puesta en el mercado por las plataformas las mismas garantías que se ofrecen, por imposición normativa, por los prestadores de servicios tradicionales.

Gracias a esta Sentencia se van a poder dar los pasos para que definitivamente se determine la diferencia entre actividades entre particulares y aquellas realizadas por profesionales, dotando de seguridad y garantías a las prestaciones de servicios que tienen una exhaustiva regulación. Esta sentencia permitirá que las normativas Españolas puedan imponer requisitos de acceso al mercado, obligaciones fiscales y limitaciones de uso, tal y como se imponen a todas las modalidades de alojamiento en España, desde los Hoteles a los Campings y desde los Balnearios a los apartamentos turísticos y al Turismo Rural.

Desde CEHAT consideramos que esta sentencia es un importante paso adelante hacia la regulación eficiente de una parte del sector turístico que quedaba fuera del alcance de cualquier tipo de normativa.



Congreso de Hoteleros Españoles

del 30 mayo al 1 junio **málaga'18**

Costa del Sol



málaga'18

Congreso **Costa del Sol**
de Hoteleros Españoles
del 30 mayo al 1 junio



Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

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

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



ACCIONA

Acciona es un grupo líder en soluciones sostenibles de infraestructuras y proyectos de energía renovable en todo el mundo. 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. Pertener a Coperama supone un ahorro sustancial en la "cesta de la compra" de los hoteles, abarcando toda la cadena de productos y servicios. 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 HOSTELERÍA DE JEREZ

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

Contacto: 956 03 50 50

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. 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. 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.



imagine & anticipate

GRUPO COSENTINO

Grupo Cosentino, 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.

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



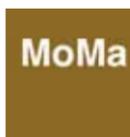
LINGUASERVE

Linguaserve es una compañía especializada en el diseño, desarrollo e implantación de soluciones GLT (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. 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.

Teléfono: 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 Península S.A.U., filial española, está presente en el mercado español desde 1989 con sede comercial en Barcelona y fábrica en Caparrosa, 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



TINSA

Grupo líder en valoración y asesoramiento inmobiliario de España y Latinoamérica. Especialista en valoración de negocios y activos inmobiliarios hoteleros bajo estándares ECO, RICS e IVS. Oficinas en diez países de tres continentes. www.tinsa.es

Presidente de GAT

Emiliano Garayar



«Algo está cambiando en la explotación de los hoteles»

GAT participa en la aportación de soluciones a titulares de deuda en el marco de esos procesos de loan to own, es decir, de transformación de un activo financiero en un activo físico. Los inversores en ese tipo de carteras normalmente carecen de expertise hotelero, la gestión no es su vocación.

— **¿Cuál es su opinión sobre la situación actual del sector turístico español?**

En el año 2016 se batió el record de turistas en España con 75,6 millones y para el 2017 se estiman más de 80 millones. Aunque hay que considerar que nos hemos visto favorecidos por la inestabilidad de países competidores factor que podría llegar a suponer hasta el 10% de estas cifras. Dicho esto, el turismo español se enfrenta a unos importantes retos para que ese crecimiento sea sostenible: Mantener la estabilidad y seguridad a nivel país, afrontar a nivel regulatorio la mal llamada Economía Colaborativa, incrementar el ingreso medio por turista, invertir en tecnología para responder al nuevo cliente, controlar el desarrollo de nuevos productos e inversiones viables y diferenciarnos de nuestros competidores en calidad, servicio, tecnología e innovación.

— **En este marco, ¿Qué es lo que nos encontramos en el sector en la relación propiedad – gestor?**

Cada vez más debemos acercarnos al modelo anglosajón, en el que se separa la inversión del promotor del proyecto de la gestión del negocio. En esta situación de mercado es más relevante el papel de la marca como elemento diferenciador de cada activo, ya no vale únicamente con estar bien ubicado. Este nuevo entorno en el que cada vez se comparten más riesgos está marcando las relaciones propiedad – gestor, en la actualidad el arrendamiento sigue siendo el principal protagonista pero cada vez más variabilizado en función de la evolución del negocio, las franquicias

internacionales están irrumpiendo con mucha fuerza.

— **Y en esta relación propiedad – gestor, ¿De qué manera se están comportando las entidades financieras?**

Depende de la situación de la propiedad y del gestor. No es el mismo papel el de una Entidad Financiera que financia un desarrollo nuevo con buenas perspectivas comerciales que una que pretende salvar lo que pueda de su deuda. En general, las Entidades Financieras apostaron por la financiación de hoteles, viendo se arrastradas por la burbuja inmobiliaria, donde muchos aprovechamientos terciarios acabaron generando hoteles inviables. En el entorno actual es totalmente distinto, están dispuestas a co-financiar las inversiones de inversores institucionales, que hoy por hoy exhiben un gran apetito por el sector, si bien con mayor prudencia en términos de apalancamiento de lo que fue la regla en la burbuja. No obstante, la inflación en la valoración de activos hoteleros que ya presenciábamos puede propinarles algún disgusto a medio plazo si comienzan

a asumir más riesgo en términos de loan to value (LTV).

— **¿Cómo GAT participa en la resolución de las diferentes casuísticas que le surgen a los propietarios relacionados con su deuda?**

Frecuentemente deuda y propiedad van de la mano y la casuística es extremadamente variada. Una de las tendencias es el acceso a la propiedad de los activos a través de la compra de deuda con colateral hotelero, usan el marco de las ventas de carteras para mejorar su balance. GAT

participa en la aportación de soluciones a titulares de deuda en el marco de esos procesos de loan to own, es decir, de transformación de un activo financiero en un activo físico. Los inversores en ese

tipo de carteras normalmente carecen de expertise hotelero, la gestión no es su vocación. GAT acompaña al inversor en la adquisición del inmueble con la correspondiente asunción del negocio, con lo que además de un tratamiento fiscal más favorable, asumimos la reestructuración del negocio y la gestión de las contin-

gencias pasadas. De hecho, hoy por hoy nuestros principales clientes son inversores institucionales y grandes fondos, no necesariamente oportunistas.

— **¿Qué papel están jugando en la actualidad las SOCIMIS, Fondos de Valor y Compradores de Carteras de Deuda?**

Los inversores institucionales son los catalizadores de este nuevo modelo de negocio hotelero que, sin ninguna duda, se va a imponer y se está imponiendo, lo que supone el abandono de la integración vertical por parte de los operadores tradicionales, para alumbrar un sector mucho más profesionalizado donde cada agente asume lo que mejor sabe hacer. Nos gusta decir que GAT es el jamón de ese sándwich entre el propietario inversor institucional y la cadena internacional. GAT nace precisamente con esa vocación de operador independiente en 2009, anticipándose en un lustro a los derroteros que finalmente ha tomado el mercado hotelero español desde el año 2013, momento a partir del cual regresa la inversión al sector. Hemos trabajado y seguimos trabajando con las mayores cadenas internacionales y nacionales. Aspiramos a consolidarnos como el operador hotelero independiente de referencia en el mercado español, para después afrontar otros mercados internacionales donde podamos aprovechar nuestras ventajas competitivas.

— **¿Y cómo se está comportando el mercado con GAT?**

En estos momentos además de los hoteles que explotamos bajo el modelo de Interim Management, estamos asumiendo arrendamientos de establecimientos, algunos bajo Franquicia de Marca Internacional y otros independientes, hoteles singulares y de relevancia. En el 2017 cerraremos con una facturación de más de 40 millones de euros, más de 700 empleados y obtener un G.O.P. acumulado de más de ocho millones de euros. Esperamos un año 2018 cargado de buenas noticias.

Frecuentemente deuda y propiedad van de la mano y la casuística es variada



Product Manager
Aeroterminia de Lumelco

Susana Olivo



«El gran ahorro energético que conseguimos con esta máquina es su punto más fuerte»

— En 2014 te entrevistamos con motivo de la puesta en marcha del proyecto piloto con ITH con una bomba de calor para agua caliente sanitaria (ACS) pionera en el mercado, ¿qué destacarías de estos tres últimos años?

La verdad es que, durante estos años, el conocimiento del sistema Q-TON en el mercado ha sido exponencial. Si bien es cierto que, en un principio, al tratarse de un sistema pionero y único en el mercado había personas algo reticentes o temerosas a su instalación, ahora el panorama ha cambiado notablemente. Tenemos más de 80 unidades instaladas en la Península Ibérica, islas incluidas, y esto avala la confianza que hay en este sistema.

—¿Cuánto tiempo lleva esta innovadora tecnología en el mercado?

Aunque lleva más de 10 años comercializándose en Japón, no fue hasta 2013 cuando comenzamos a comercializarla en España y Portugal. Durante estos cinco años, han sido muchas las instalaciones que han contado con este sistema, principalmente por ofrecer unas ventajas únicas y diferenciadoras como son la posibilidad de trabajar con un refrigerante ecológico: CO₂ que tiene un ODP (potencial de destrucción de la capa de ozono) igual a 0, tener un alto rendimiento: consigue una temperatura de suministro de agua de hasta 90°C con temperaturas exteriores por debajo de -25°C, y contar con un COP de hasta 5,6 (COP medio estacional de 4,3), entre otras. Su facilidad de funcionamiento y mantenimiento y la posibilidad de monitorizarlo para optimizar el rendimiento del mismo, hace que sea un sistema muy demandado en instalaciones donde el aporte de ACS es importante, como pueden ser hoteles, gimnasios, edificios de viviendas centralizados, geriátricos, lavanderías, industrias... sus aplicaciones son infinitas.

—¿Qué destacarías del sistema Q-TON?

La exclusiva bomba de calor Q-TON es un sistema pionero a nivel mundial que ha cambiado el concepto de aporte de ACS en

grandes instalaciones centralizadas. Este equipo produce ACS hasta 90°C utilizando el refrigerante ecológico CO₂.

El gran ahorro energético que conseguimos con esta máquina es su punto más fuerte, lo que conlleva al notable ahorro económico para el explotador de la instalación.

Esto unido a la ventaja de tener monitorizado el sistema permite al personal de mantenimiento tener controlado en todo momento el funcionamiento del equipo y comprobar que todo está funcionando con el rendimiento óptimo.

—En 2014 os convertisteis en socios de CEHAT y pusisteis en marcha el proyecto piloto con ITH.

—¿Cómo ha sido la acogida de este sistema en el mercado hotelero?

La verdad es que estamos muy contentos y satisfechos con la acogida que ha tenido la bomba de calor Q-TON en este sector. Es cierto que, cada vez más, los hoteles buscan soluciones eficientes energéticamente, y le dan muchísima importancia a este factor. Esto ha sido decisivo para nosotros, esta mentalidad ha favorecido que en estos últimos años hayamos instalado más de 80 unidades en la Península Ibérica y en las islas. Aunque las aplicaciones son muy diversas: viviendas, oficinas, residencias, centros deportivos y gimnasios, industrias... es cierto que el 60% de las instalaciones se concentra en el sector hotelero.

¿Los motivos? Pues, quizás una de las razones más importantes sea esa concienciación por hacer un buen uso de la energía por parte del propietario del establecimiento, la rápida amortización del sistema y el ahorro anual conseguido, que es un hecho palpable que se ve claramente en las facturas de consumo. Y, además, otro factor importante para tener en cuenta que siempre destacamos cuando nos sentamos con un propietario que quiere realizar una reforma en su hotel o cambiar su sistema de ACS, es que para la instalación y puesta en marcha del equipo no es necesario cerrar el establecimiento, por lo que es una ventaja muy valorada en este sector.

Por otro lado, otro aspecto positivo que han tenido en cuenta muchos de los hoteles, es el hecho de poder tener una solución integrada de Climatización y ACS con nuestros productos Mitsubishi Heavy Industries ya que de esta manera simplificamos la forma de llevar a cabo una obra por la facilidad de acometer varios temas con un mismo interlocutor, ya que esa puesta en marcha y todas las cuestiones, dudas o peticiones las atenderá personal experto de Lumelco

—¿Cómo encaja Q-Ton en el marco de la normativa actual sobre el abastecimiento del ACS?

En el H0 del Código Técnico que se publicó en 2013 se limita el consumo energético en edificios de nueva construcción o ampliaciones de ya existentes. Estas medidas están colaborando con la concienciación en el campo de la arquitectura e ingeniería en incorporar medidas eficientes en sus proyectos.

Tener y trabajar con productos eficientes es de ayuda para cumplir las exigencias del HE0 y el HE1 del código Técnico. Aparte de todas las medidas que desde el campo de la arquitectura se adaptan para calcular una baja demanda energética del edificio, una vez que llega el momento de satisfacer esa demanda, tenemos que seguir haciéndolo de una manera eficiente.

También fue en la modificación de 2013 donde se estableció que, para satisfacer la demanda del agua caliente sanitaria, la instalación solar podría ser sustituida por otras fuentes de energía renovables siempre y cuando esta alternativa mejore y disminuya el consumo de energía primaria y el consumo de CO₂ frente a la solución de caldera + energía solar.

La bomba de calor Q-TON debido a sus altos rendimientos, tanto por tecnología patentada de MHI como por trabajar con CO₂, cumple con los requisitos para considerarse energía renovable y en muchos casos, eliminar totalmente la instalación solar. Es en las zonas climáticas de hasta un 60% de cobertura cuando Q-TON es

capaz eliminar totalmente una instalación solar ya que el sistema es capaz de aportar por sí misma la energía renovable exigida, por tener menos emisiones de CO₂ y menos consumo de energía primaria que el sistema auxiliar del solar.

Cuando estamos en zonas climáticas superiores al 60%, realizamos instalaciones combinadas de Q-TON con energía solar, pero llegando a reducir estas mismas hasta en un 80%.

Esto hace que la inversión inicial sea mucho menor ya que estás reduciendo o eliminando otra instalación complementaria y, sobre todo, lo que más ha interesado en el mercado hotelero ha sido la liberación del espacio en las cubiertas hoteleras.

Tenemos múltiples casos donde los hoteles, al contar con espacio en sus cubiertas han podido montar un restaurante, bar de copas o terraza chill out que, en definitiva, es otro ingreso económico para el propietario, así como un reclamo añadido para el cliente.

—La legionela es un tema que preocupa mucho al sector hotelero. ¿Cómo solucionáis ese problema?

La producción de agua caliente de la bomba de calor Q-TON es de 60°C a 90°C y los tanques de acumulación llevan hasta un total de nueve sondas que van detectando la temperatura del agua almacenada.

Con temperaturas superiores a 60°C se inhibe el crecimiento de legionela: en menos de dos minutos a 66°C la legionela muere y el rango de desinfección de la misma es de 70°C - 80°C.

La máquina cuenta con un software específico para este control y para que se pueda realizar el choque térmico cuando el mantenedor lo requiera. Es un sistema sencillo y de acción rápida.

Ya que nuestra máquina es capaz de suministrar ACS hasta 90°C sin ningún tipo de resistencia acoplada al tanque ni caldera asociada al sistema, somos capaces de garantizar una seguridad para las personas sin que suponga un aumento de la factura.

Funcas elige la entrada de turistas en España como 'El dato de 2017'

La Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas) estima que este año, al cierre, habrán llegado a España 81,5 millones de turistas. 'El dato del año' es una iniciativa de Funcas

Funcas ha elegido la entrada de turistas en España como 'El dato de 2017' tanto por haber marcado un nuevo récord como por su relevancia para la economía española. Funcas estima que, al cierre de este año, habrán entrado en España 81,5 millones de turistas en los últimos 12 meses, lo que supone un incremento del 8,2% respecto a 2016. El gasto de los visitantes rondará los 87.000 millones de euros, un 12% más que un año antes.

En la elección de la cifra también ha influido el hecho de que el crecimiento del sector turístico español en los últimos años ha sido extraordinario, muy superior al del turismo mundial, especialmente en 2016 y 2017. En 2016 el primer país receptor de turistas fue Francia con 82,6 millones, seguido de EEUU, con 75,6 millones. España estaba prácticamente al mismo nivel que EEUU, de forma que en 2017 es más que probable que lo supere. El registro de España es particularmente llamativo si se compara la llegada de turistas con la población de cada país: España tiene 46,5 millones de habitantes, Francia, 67,2 millones, y Estados Unidos, 323 millones.

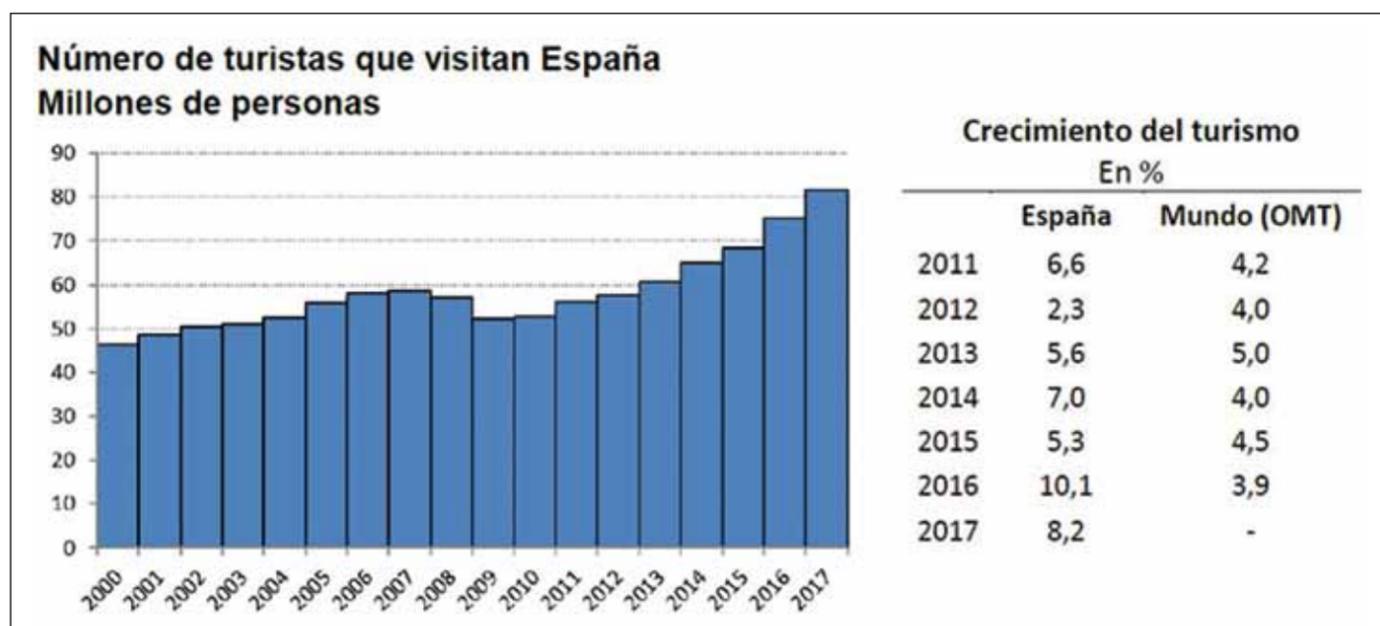
Además, es significativo el peso del sector en la economía española. La actividad turística representó en 2016 el 11,2% del PIB nacional, un punto más que en 2010, y el 13% del empleo, frente al 11,6% en 2010.

El principal país de procedencia de los turistas que acuden a España es Reino

Unido, que en 2017 supuso el 23% del total. Le siguen, a distancia, Alemania y Francia, con un 14% cada uno.

El mayor reto de futuro para el sector es pasar de un modelo de turismo de masas, que compite en precios, de bajo valor añadido y orientado a individuos de renta medio-baja, a un turismo que

se sustente en mayor medida sobre la calidad que sobre la cantidad, y que genere más valor añadido. Esto requiere, entre otras cosas, un aumento del peso del turismo cultural, que explote el inmenso patrimonio histórico y artístico nacional, frente al turismo de sol y playa.



La inversión hotelera supera los 3.000 millones en 2017

El volumen de inversión hotelera en España alcanzó este año los 3.086 millones de euros hasta noviembre, en un total de 140 operaciones, la mitad de ellas realizadas

por fondos de inversión, según la empresa de consultoría y asesoramiento Christie & Co, que destaca el interés registrado en destinos vacacionales y secundarios.

El volumen de inversión ha llevado a un precio medio por habitación de alrededor de 107.427 euros, según la consultora, siendo el 49% de las inversiones de origen español. El 29% procedían de Estados Unidos, un 10% del Reino Unido y un 7% de Francia.

Con más de 1,3 billones de euros las firmas de inversión suponen la mayor fuente de capital, representando el 50,4% del total. Y es que el volumen de transacciones llevadas a cabo por empresas hoteleras se situó en el 21,7%, la mitad que lo registrado en 2005, lo que muestra un cambio de tendencia en el perfil inversor.

En tercer lugar se situarían las empresas inmobiliarias con más de 260 millones de inversión, un 9,5% del total, mientras que las socimis invirtieron unos 150 millones, lo que supone un descenso respecto a años anteriores.

Principales inversores

La empresa Blackstone se ha convertido este año en el auténtico protagonista de la inversión hotelera en España, ya que

con dos grandes operaciones ha copado un total de 630 millones de euros. Le siguen a distancia RIU con 272 millones por el Edificio España, London and Regional con 230 millones, Axa con 150 millones, Dunas Cap KKR con 110 millones, HJ Partner con 102 millones y B. Elliot Highgate con una inversión de 80 millones de euros.

“La mayoría de estas operaciones viene liderada por la voluntad de reposicionar los activos en el sector mediante rehabilitaciones o cambio de marca para conseguir mejores rentabilidades futuras”, explicó el responsable de la consultora en Madrid, Carlos Nieto.

Estas siete grandes operaciones han supuesto el 50% del total de la inversión hasta noviembre en España, e iguala al volumen de inversión registrado en 2014 en España.

Canarias y Madrid, donde más se invierte
Por segmentos, el 58% de la inversión se ha destinado a vacacional, destacando Canarias con un 23%; Baleares con un 18% y la Costa del Sol con un 5%. Los destinos urbanos acapararon el 42% de la inversión destacando Madrid con el 19%, Barcelona con el 12% y Málaga con el 5%.

Desde la consultora se reconoce que la moratoria hotelera de Barcelona generó una subida de precios y restringió la posibilidad de operaciones en la Ciudad Condal, además los atentados de Las Ramblas de agosto y el proceso catalán han tenido también impactos en los precios, pero el interés inversor se mantiene creciente.

Destinos secundarios

Con unos retornos de inversión cada vez más comprimidos en los destinos princi-

pales, los inversores han mostrado este año gran interés en analizar operaciones en destinos secundarios. Así el 29% de las operaciones de inversión hotelera este año han sido en destinos secundarios.

El origen de esta inversión ha sido un 72% nacional y un 28% internacional y por categoría el 90% de la inversión se ha dirigido a hoteles de tres o cuatro estrellas.

La responsable de la consultora en España y Portugal, Inmaculada Ranera, explicó que por destinos el 90% de las transacciones se concentraron en seis comunidades autónomas (Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía, Valencia y Madrid), que a su vez concentran el 88% de los turistas internacionales.

Desde 2005 el volumen de inversión hotelera se ha triplicado en España pasando de 1.080 millones en 2015 a los casi 3.100 millones este año destacando especialmente el incremento de representatividad de destinos urbanos, con Madrid a la cabeza, que ha evolucionado desde el 6% hasta acaparar el 16% de las inversiones.

CEHAT y Tinsa firman un acuerdo de colaboración

Tinsa Tasaciones inmobiliarias, la compañía líder en valoración, análisis y asesoramiento inmobiliario en España y Latinoamérica, y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) han firmado un

acuerdo de colaboración que permitirá a ambas organizaciones trabajar conjuntamente en la proyección del sector hotelero. Tinsa presta servicio en todas las provincias españolas a través de su red de delegaciones.

Este acuerdo enriquece la oferta de CEHAT para sus asociados en un momento de intensa actividad de inversión para el sector, tanto en operaciones de compra de activos, como de constitución de socimis o de reposicionamiento de los establecimientos. Un contexto de gran dinamismo en el que las empresas están requiriendo valoraciones de los inmuebles y de los negocios vinculados a esos activos.

“Esta colaboración generará, sin duda, sinergias entre ambas organizaciones. Por un lado, Tinsa es una garantía de que todos los asociados de CEHAT podrán contar con el mejor asesoramiento en valoración y consultoría inmobiliaria a unas tarifas especiales. Y, por otro, supone abrir un canal directo de comunicación para analizar, de la mano de la Confederación, las nuevas necesidades de los gestores y de los propietarios de la planta hotelera en valoración inmobiliaria, lo que contribuirá a incorporar en las valoraciones en tiempo real y de una manera fiel las nuevas fórmulas de gestión y comercialización”, afirma Paloma Villamor, directora de Consultoría Inmobiliaria de Tinsa y responsable del área hotelera.

La firma de este acuerdo se enmarca en la decidida apuesta del mayor grupo de valoración inmobiliaria de España por el sector hotelero, que se ha traducido en la creación de un área específica para potenciar desde una perspectiva pluridisciplinar el conocimiento en el sector hotelero y su aplicación al ámbito de la valoración. “El mundo de la valoración inmobiliaria debe discurrir en paralelo a la evolución del sector. El conocimiento de la práctica diaria es la herramienta más efectiva frente al anquilosamiento de algunas normativas”, afirma Villamor.

Además de líder indiscutible en el ámbito de la valoración residencial, Tinsa también cuenta con una amplia experiencia en valoración de inmuebles alternativos bajo normativa ECO, RICS e IVS, especialmente en el sector hotelero, donde ha trabajado para muchas de las grandes cadenas e inversores en la realización de tasaciones, estudios de viabilidad y servicios de consultoría.

En opinión de Ramón Estalella, Secretario General de CEHAT, “este acuerdo pone a disposición de los asociados una compañía con un amplio portfolio de servicios relacionados con la valoración inmobiliaria, como es la consultoría técnica, energética o tributaria o la valoración de empresas. Y lo hacemos de la mano de una firma con una total cobertura geográfica”.

Tinsa presta servicio en todas las provincias españolas a través de su red de delegaciones y un extenso equipo de 1.300 técnicos locales ampliamente formados y experimentados. Además, tiene una potente implantación en Latinoamérica, con oficinas en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, desde donde da cobertura a otros países del continente, como República Dominicana, Jamaica o EEUU. En Europa, Tinsa tiene sedes en Portugal y Holanda y hace escasas semanas se estableció en Marruecos con la compra de la mayor tasadora local.

“Deseamos contribuir al crecimiento y modernización del sector, por lo que

tenemos una clara vocación de compartir conocimiento y experiencias a través de una participación activa en encuentros sectoriales”, afirma Paloma Villamor.

Con este acuerdo de colaboración, Tinsa ofrece a los socios de la Cehat importantes descuentos en todos sus productos y servicios, desde la valoración y los estudios de viabilidad de inmuebles para distintas finalidades y bajo diferentes estándares, hasta valoraciones de negocios, trabajos de consultoría energética o la monitorización de construcciones edificatorias (Project Monitoring).

Tinsa es una de las mayores empresas de tasación del mundo y la mayor firma de asesoramiento inmobiliario en España y Latinoamérica. La compañía cuenta con una división especializada en consultoría hotelera, que presta servicio de asesoramiento a compañías hoteleras de cualquier dimensión con una perspectiva 360º: desde la valoración de inmuebles bajo distintos estándares y para diversas finalidades hasta valoración del negocio hotelero y consultoría tributaria, técnica y energética. Tinsa cuenta con delegaciones que cubren todo el territorio español y su red técnica supera los 1.300 profesionales.

Deseamos contribuir al crecimiento, por ello tenemos una clara vocación de compartir



Málaga, elegida como sede del próximo congreso de los hoteleros españoles

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) viajará hasta la capital de la Costa del Sol del 30 de mayo al 1 de junio de 2018 para celebrar

su congreso bienal. La ciudad de Málaga y la zona turística de la Costa del Sol han sido designadas como sede oficial del próximo Congreso de Hoteleros Españoles.

La ciudad de Málaga y la Costa del Sol están demostrando una gran fortaleza y una auténtica revolución en la reconversión de un destino turístico pionero, contando con municipios que son un gran exponente del turismo español. Asimismo, la propia capital está dotada de magníficas infraestructuras y ha apostado por un giro hacia el turismo

de calidad, siendo una de las ciudades más visitadas de España.

Estas son las razones por las que el Comité Ejecutivo de CEHAT reunido en Madrid ha designado a esta zona turística y su capital, Málaga, como sede del próximo Congreso, una cita que se celebrará del 30 de mayo al 1 de junio de 2018 y a la que se prevé que asistan una media de quinientos empresarios proce-

dentos de todos los lugares de España, entre los que se encuentran profesionales y propietarios de alojamientos turísticos de todas las categorías.

Una vez elegido el lugar, el Comité Organizador se ha puesto a trabajar de lleno en la configuración del programa del congreso que, como es habitual, incluirá debates entre ponentes de reconocido prestigio y actos de carácter lúdico

para facilitar los contactos e intercambio de ideas entre los participantes.

Todo ello en línea con los últimos congresos de CEHAT, que se celebraron en Salamanca, Tenerife y Valencia respectivamente, y en los que se abordaron temáticas relacionadas con la innovación, los nuevos retos sectoriales y todas aquellas materias que afectan a la actividad del alojamiento en España.



málaga'18
Congreso **Costa del Sol**
de Hoteleros Españoles
del 30 mayo al 1 junio

Llegan cambios en los pisos turísticos: las plataformas informarán a Hacienda sobre precios e inquilinos



El Gobierno de España aprovechó el último Consejo de Ministros de 2017 para dar luz verde a un proyecto en el que lleva trabajando desde verano. Y es que ha aprobado el desarrollo de una nueva normativa fiscal sobre las viviendas turísticas que deben cumplir las plataformas que actúan como intermediarias.

"Con fines de prevención del fraude fiscal, se establece una obligación de información específica para las personas o entidades, en particular, las denominadas plataformas colaborativas, que intermedien en el arrendamiento o cesión de uso de viviendas con fines turísticos. Estos intermediarios deberán identificar a los cesionarios y cedentes, la vivienda cedida y el importe por el que se ha cedido. El régimen de esta nueva obligación se desarrollará por orden ministerial", explica textualmente la documentación sobre el Consejo de Ministros celebrado el pasado 29 de diciembre.

Según el BOE, quedan excluidos de esta obligación "el arrendamiento o subarrendamiento de viviendas tal y como se definen en la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos, y los alojamientos turísticos regulados por su normativa específica como establecimientos hoteleros, alojamientos en el medio rural, albergues y campamentos de turismo, entre otros. Asimismo, queda excluido el derecho de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles".

El objetivo de obligar a las plataformas a proporcionar esta información es que Hacienda siga luchando contra el fraude fiscal y el terrorismo. Y es que el Ministerio del Interior también tendrá acceso a dicha información.

A pesar de que todavía se desconoce cuándo estará lista la orden ministerial, sí que se conocen algunos de los datos que deberán proporcionar las plataformas. Entre sus obligaciones estarán las siguientes:

1.- Identificación del propietario de la vivienda alquilada con fines turísticos: nombre, apellidos o razón social y número de identificación fiscal.

2.- Identificación del inmueble con su referencia catastral.

3.- Identificación de los huéspedes, y el número de días de disfrute de la vivienda con fines turísticos: nombre, apellidos o razón social y número de identificación fiscal. Los caseros deberán contar con una fotocopia del documento de identificación del cliente.

4.- Importe percibido por el propietario de la vivienda por la prestación del servicio.

Para todo esto, el Ministerio de Hacienda aprobará un modelo de declaración, forma, plazo y lugar de presentación, así como cuantas otras medidas sean necesarias para el cumplimiento de esta disposición.

Grupo Pikolin abre sus puertas a CEHAT

El pasado mes, CEHAT visitó Pikolin, segundo grupo europeo de descanso, para conocer de primera mano las nuevas instalaciones de la compañía aragonesa en la Plataforma Logística de Zaragoza (PLAZA), que se han convertido en el mayor y más

moderno complejo logístico-industrial del sector descanso. Grupo Pikolin cuenta con 10 plantas en todo el mundo, lo que convierte a la empresa aragonesa en uno de los principales operadores del sector a nivel mundial.

Con el proyecto de Zaragoza, en el que la compañía ha invertido más de 50 millones de euros, la empresa líder del sector descanso en España sienta las bases de su crecimiento futuro, al tiempo que consolida su liderazgo en nuestro país y refuerza su fuerte compromiso local, una de sus señas de identidad.

Grupo Pikolin está presente en los tres segmentos del mercado de descanso: doméstico, hospitalario y hotelero. En este último, Grupo Pikolin lleva más de 60 años acompañando a las principales cadenas hoteleras nacionales e internacionales por todo el mundo, abasteciendo de equipos de descanso a los principales grupos hoteleros.

De esta forma, el pasado mes, Grupo Pikolin abrió las puertas de su nueva casa a Juan Molas, Presidente de CEHAT, Valentín Ugalde, Gerente de CEHAT y Juan Carbajal, responsable de Nuevas Tecnologías CEHAT e ITH, quienes asistieron, acompañados por miembros de la Dirección de Pikolin, a un recorrido por las nuevas instalaciones.

La visita se compuso de un recorrido por la nueva fábrica para conocer de primera mano el proceso productivo, así como de la visita al Almacén de Producto Terminado.

En la nueva fábrica, en la que se han invertido alrededor de 50 millones de euros y que tiene una superficie de 85.000 metros cuadrados, se pueden apreciar las importantes novedades y medidas en seguridad e innovación que permite a Grupo Pikolin afrontar el crecimiento del mercado.

Todo el proyecto ha sido concebido sobre un doble eje que gira sobre el incremento de la eficacia productiva y el aumento de la seguridad y el confort



Miembros de Pikolin y CEHAT durante su visita al nuevo complejo logístico de la marca.

laboral. Además, su estratégica ubicación, con un fácil acceso por ferrocarril y a la red de autopistas, supone un importante desarrollo a nivel logístico y un paso más en su apuesta por el crecimiento como operador logístico integral 4PL.

Con este modelo integrado, Grupo Pikolin participa en el proceso productivo del colchón desde su origen, el aprovisionamiento y producción de materia prima, hasta

el final, cuya cúspide del proceso se alcanza en la planta de Terminado, aunando los diferentes componentes que permiten obtener un colchón con los máximos estándares de calidad. Tanto es así, que cada uno de los colchones de Grupo Pikolin, pasan siete test de calidad antes de ser lanzados al mercado.

No fue menos interesante la visita al Almacén de Producto Terminado, donde se pudo conocer los 35.000 metros cuadrados de nave

donde se alojan los colchones antes de ser servidos a destino y que, gracias a un nuevo proceso basado en la automatización, permite obtener una mayor eficiencia logística y de servicio.

La visita de CEHAT a Pikolin es resultado de tantos años de colaboración, sirvió no solo para ahondar en las profundidades del sector descanso, sino también para compartir experiencias y prácticas, en lo que se convirtió en una fructífera jornada de trabajo.



Las instalaciones de la nueva fábrica de Pikolin.



Existen 35.000 metros cuadrados de nave donde se alojan los colchones.



José Luis E. García
Un viajero curioso

Rutas del vino de España: Denominación de Origen Toro

Con renovada ilusión, el viajero curioso se adentra por tierras Zamoranas y Vallisoletanas. La D.O. Toro comprende un total de 12 municipios dentro de la provincia de Zamora, Argujillo, Boveda de Toro, Morales de Toro, El Pego, Peleagonzalo, El Piñero, San Miguel de la Ribera, Sanzoles, Toro, Valdefinjas, Venialbo y Villanueva del Puente además de otros tres que están inseridos en la provincia de Valladolid que son, San Román de la Hormiga, Villafranca de Duero y los pagos de Villaester de Arriba y de Abajo. Se elaboran vinos blancos, rosados y tintos. Las variedades blancas plantadas en Toro son la Malvasía y el Verdejo y las tintas mayoritariamente la Tinta de Toro y la Garnacha.

Su viñedo comprende unas 5.800 hectáreas, con 1.200 viticultores y aproximadamente 57 bodegas. Exporta un 80% de su producción y el resto se destina a consumo nacional. La geografía de la D.O se caracteriza por un relieve suavemente ondulado, el viñedo se sitúa a una altitud entre 620 y 750 metros y el suelo es fundamentalmente de tipo pardo calizo, aunque tiene excelentes terrenos cascajosos de aluvión.

El clima es de tipo continental con influencias atlánticas y bastante árido, con importantes oscilaciones térmicas entre el día y a noche.

Hablemos de sus vinos: los blancos se elaboran principalmente a partir de malvasía, presentan un color amarillo pálido y amarillo verdoso; en nariz pueden aparecer notas rústicas y en boca tienen un final ligeramente amargoso. Los vinos rosados emplean la Tinta de Toro (Tempranillo), aunque en algunos casos puede ir acompañada de Garnacha. De color rosáceo intenso tienen notas de frutos rojos, y en boca son carnosos y afrutados. Sus vinos tintos son los más característicos de la zona. Poseen una astringencia propia de la variedad Tinta del Toro así como un grado alcohólico alto y buena acidez. Cuando son jóvenes presentan un color cereza oscuro con matices violáceos; en la nariz tienen buena intensidad, con notas que recuerdan a las frutas negras en general, en boca son potentes, sabrosos y carnosos, con una buena persistencia.

Los criados en madera mantienen las notas de fruta madura conjuntadas con los matices tostados del roble y la carnosidad en boca. Son vinos que soportan bien el paso del tiempo. El viajero curioso los recomienda especialmente.

El actual reglamento de la Denominación de Origen Toro fue aprobado por orden ministerial el 29 de Mayo de 1987 para dar carta de naturaleza a una zona vinícola que lo estaba pidiendo



Colegiata de Santa María la Mayor, en Toro (Zamora).

a gritos. La gastronomía que la zona ofrece a los turistas es sabrosa, sencilla y placentera, con guisos de legumbres, escabechados de caza... Los zamoranos han sabido proteger bien sus tradiciones culinarias, sobre las truchas de Sanabria el mismísimo Alejandro Dumas, apasionado de la gastronomía, relató que otra parte de España es nombrada por sus truchas ordinarias y sus truchas asalmonadas.

Toro domina el Duero, lo vigila desde su atalaya de vino y reyes que bien re-

sumió Alfonso IX: "Tengo un Toro que me da vino y un León que me lo bebe". La ciudad ofrece multitud de atractivos históricos de gran valor.

En su centro se encuentra la colegiata de Santa María la Mayor, con el famoso cuadro de La Virgen de la Mosca. Además, se conservan los restos de una antigua muralla, con las puertas de

Corredera y de Sta. Catalina.

Empiezo recorriendo las calles del casco antiguo que rodean la Playa Mayor, de gran sabor medieval, fue declarado

monumento histórico artístico en 1963. Si el turista es curioso se podrá dar cuenta que toda la villa está dispuesta en abanico, teniendo a la Colegiata como centro.

El exterior de este edificio románico está dominado por el espectacular cimborrio, enmarcándose dentro del grupo conocido como grupo de cimborrios del Duero, junto a los de la Catedral vieja de Salamanca, la Catedral de Zamora y la Catedral vieja de Plasencia, que aunque un poco apartada de la zona mantiene el mismo estilo arquitectónico.

Para disfrutar de unas excelentes vistas, nada mejor que el Paseo de El Espolón, este paseo es un excelente mirador desde el que hay unas magníficas vistas del río Duero y de toda la vega, así como del Puente Mayor. Diseñado por los arquitectos Ángel Casaseca y Claudio Pedrero el paseo discurre, a lo largo de rampas y pequeños tramos de escaleras, por el borde del acantilado, sirviendo de unión entre los dos edificios más emblemáticos de la ciudad: La Colegiata Santa María la Mayor y el Alcázar.

La ciudad de Toro no tiene desperdicio, al igual que sus vinos, una ruta muy muy recomendable. Toro, una de las villas más importantes de Castilla y León, y en 2016 fue sede de la famosa exposición 'Las edades del hombre'. Para aprovechar al máximo la visita, es más que recomendable hacer una escapada por sus alrededores.

Próximamente me adentraré en una zona menos conocida pero que a buen seguro dará mucho que hablar más pronto que tarde; Los Arribes del Duero.

Como decía Enrique Jardiel Poncela, "viajar es imprescindible y la sed de viaje, un síntoma neto de inteligencia".



Viñedos de la Denominación de Origen Toro, en Zamora.

Su viñedo comprende
unas 5.800 hectáreas,
con 1.200 viticultores y
unas 57 bodegas

Cenergist desarrolla programas de ahorro de agua y energía para hoteles

El agua, a lo largo de la historia, siempre ha estado en el centro del debate social. Durante los últimos años en nuestro país la climatología está siendo un tema candente debido a la recurrente sequía con periodos largos sin llover en los que ha habido que hacer grandes esfuerzos de ahorro de agua y por otro lado, con inviernos de lluvias torrenciales que han provocado grandes inundaciones. Nuestro modelo de bienestar tal y como lo conocemos en la actualidad, no se concibe sin una cantidad y una calidad

suficiente de agua potable, un recurso ineludible en el consumo humano. No somos conscientes de la cantidad de agua y energía que utilizamos cotidianamente. Más del 20% de la energía utilizada en el hogar procede del calentamiento y utilización del agua sanitaria. Por lo tanto, si reducimos el consumo de agua estaremos paralelamente disminuyendo el consumo energético en la misma proporción, favoreciendo la protección del medio ambiente, el crecimiento sostenible y nuestra propia economía.

Las empresas hoteleras tienen un fuerte imperativo comercial y moral para abordar el uso del agua. El coste es un factor importante: el agua representa el 10% del coste total de suministros. Muchos hoteles pagan dos veces por el agua que consumen: una por comprarla como agua potable y otra por deshacerse de ella como agua residual. Según la Agencia de Medio Ambiente del Reino Unido, un hotel puede reducir hasta un 50% su consumo de agua por huésped si hace un análisis pormenorizado de sus consumos y toma medidas sencillas. Las razones morales son igualmente convincentes: el agua es un recurso limitado por lo que los hoteles tienen la responsabilidad de no utilizar más de lo necesario. Son cada vez más los hoteles y alojamientos turísticos preocupados por el medioambiente y muchos aun no habiendo sido diseñados en sus inicios como tales, están tomando medidas adecuadas para cumplir los requisitos propios de la sostenibilidad.

Cenergist es una empresa británica y actualmente presente en España, especializada en desarrollar programas de ahorro de agua y energía para hacer cumplir los objetivos de eficiencia de las empresas. Cenergist diseña, da apoyo y realiza proyectos



El agua es un recurso ineludible en el consumo humano.

de ahorro de agua y energía a gran escala con experiencia en el sector hotelero.

Cenergist fabrica y comercializa el regulador HL2024, una tecnología que regula

el caudal a un flujo constante y determinado con independencia de la presión.

HL2024 está probado y certificado por los siguientes Institutos: KIWA en Holanda,

ACS en Francia y BRE en Reino Unido. Asimismo, ha sido probado y comparado con otros productos de la competencia por la empresa Enertek quien verificó que HL2024 es el único producto en el mercado que ofrece el resultado esperado con independencia de la presión.

HL2024 Showersmart/Wall Shower

Están destinados para la ducha y ahorran una cantidad notable de agua y energía. Es el único producto de este tipo en el mundo que mantiene el mismo caudal con independencia de la presión y por tanto, el confort no se ve afectado. HL2024 Showersmart ha sido suministrado a través de programas públicos de eficiencia energética a más de seis millones de hogares en Reino Unido y son óptimos para edificios residenciales, hoteles y alojamientos turísticos puesto que garantizan un caudal constante con independencia de la presión. Además, tiene 10 años de garantía.

HL2024 obtiene un caudal de 7,8l/minuto con la particularidad de que la presión de las duchas en todas habitaciones del hotel se equipara, evitando así que se resten fuerza unas a otras cuando están encendidas. Esto permite que los huéspedes del hotel puedan ducharse agradablemente en todo momento.



Uno de los productos de la compañía para reducir el consumo de agua.

Ejemplo para un hotel de 100 habitaciones

- Huéspedes por habitación y noche: 1,25. (se reduce a 7.8 litros con HL2024).
- Ocupación anual: 80%
- Coste del agua: € 1.3/m3 y coste de la energía: € 0.061/kWh.
- Tiempo en ducha por huésped: 10 minutos.
- Caudal de ducha 12 litros por minuto
- Vida útil 10 años.

AHORRO DE GAS Y CO2			AHORRO DE AGUA		
Ahorro anual de energía (kWh)	Ahorro anual de CO2 (kgCO2)	Ahorro anual de energía (€)	Ahorro anual de agua (m3)	Ahorro anual de agua (€)	
44,412	8.17	2,709.12 €	1,569.50	2,040.35 €	
Ahorro de energía por vida del producto (kWh)	Ahorro de CO2 por vida del producto (tCO2)	Ahorro de energía por vida del producto (€)	Ahorro de agua por vida del producto (m3)	Ahorro de agua por vida del producto (€)	
444,119	81.72	27,091.25 €	15,695.00	20,403.50 €	
AHORRO COMBINADO DE GAS Y AGUA (€)			RATIO GASTO EUROS		
AHORRO ANUAL TOTAL:			4,749.47 €	AGUA	GAS
			0.43 €	0.57 €	
AHORRO VIDA DEL PRODUCTO TOTAL:			47,494.75 €	1.00	1.33 €

Para los hoteles es importante conseguir un ahorro en sus costes de agua y energía.

Tecnología para convertir en realidad los sueños de tus huéspedes

En esta edición de *FiturtechY 2018*, el Instituto Tecnológico Hotelero junto con *FITUR*, proponen a los visitantes dejar volar la imaginación en el espacio *#techYhotel*. La tecnología ya nos permite hacer realidad los sueños de los huéspedes, así lo demostrará *ITH*, con la colaboración de *Altran, BeCheckin, Chapp Solutions, Cosentino, Earpro, Gennion,*

HP, Mitsubishi Heavy Industries, Nethits, Philips Lighting, Pikolin, Roca, SERGLOHOT, Uponor y Zennio, presentando en *FITUR* los últimos desarrollos tecnológicos para hoteles. El welcome área de *FiturtechY 2018* estará, además, patrocinado por *eNett*, empresa que provee a la industria turística con números de cuenta virtual (*Virtual Account Numbers*).

El Instituto Tecnológico Hotelero (*ITH*) propone una vez más a los visitantes profesionales de *FITUR*, dejar volar su imaginación, y sorprenderse con las opciones de personalización de las experiencias que la tecnología más avanzada pone a disposición de los hoteles y sus huéspedes.

FiturtechY (Pabellón 10B de FITUR), del 17 al 19 de enero

En esta edición de *FITUR 2018*, *ITH* ha contado con la colaboración de *Altran, BeCheckin, Chapp Solutions, Cosentino, Earpro, Gennion, Globe, HP, Mitsubishi Heavy Industries, Nethits, Philips Lighting, Pikolin, Roca, Uponor y Zennio*, empresas cuyas soluciones tecnológicas para hoteles, convertirán *#techYhotel* en un espacio inteligente, en el que el huésped podrá interactuar de una forma natural e intuitiva con cada servicio del hotel.

Un espejo con reconocimiento facial dará la bienvenida al visitante, que podrá hacer el check-in de forma automática y recibir su llave electrónica, para pasar a regular aspectos como la temperatura, el sonido o las experiencias audiovisuales en la habitación. Conocer las horas de sueño y el nivel de descanso alcanzado,

reservar servicios adicionales o recibir información útil, basada en preferencias y agenda, serán aspectos totalmente personalizables, a los que se podrá acceder empleando la voz o un único dispositivo.

Hi!, la solución de inteligencia hotelera, desarrollada por *Altran*, será la herramienta que integre las diversas soluciones desarrolladas por *BeCheckin, Chapp Solutions, Gennion, HP, Nethits o Zennio*, entre otros, dando vida al espacio *#techYhotel*, permitiéndonos experimentar de primera mano con la realidad que llega, el "Internet de las Cosas" (*IoT* – Internet of Things).

El sonido, la iluminación y las pantallas inteligentes, que *Earpro* acercará a los profesionales que visiten *#techYhotel*, serán las responsables de crear esa atmósfera única, que nos adentrará en esa experiencia personal y exclusiva, que el hotel o el propio huésped podrá modificar, ajustando a su perfil, preferencias, necesidades y momento del día.

Descanso, confort y diseño, vendrán de la mano de *Cosentino, Pikolin, Roca, SERGLOHOT* o *Uponor*, que nos harán descubrir sorprendentes novedades como un colchón inteligente o una pared climatizada, capaz de cambiar de color, entre otras muchas novedades, también

relacionadas con el uso de materiales y estilos, que aportan calidez y dotan de personalidad propia a cada espacio.

El espacio del welcome area, por su parte, estará patrocinado por *eNett*, empresa que provee a la industria turística con números de cuenta virtual (*Virtual Account Numbers, VANs*), que son 16-dígitos de *Mastercard*, automáticamente generados que simplifican los pagos entre las agencias de viajes y sus proveedores.

Con los números de cuenta virtual *eNett (eNett Virtual Account Numbers, VAN)*, los pagos a proveedores pueden hacerse de forma más rápida, fácil y segura. Los *VAN* que *eNett* ofrece permiten a las agencias de viajes generar un número único para pagar a los proveedores a partir de su movimiento de reservas. Su larga asociación con *Mastercard* facilita el acceso a la red de procesamiento de pagos más rápida del mundo, y los *VAN* se aceptan en cualquier lugar donde *Mastercard* pueda conectarse en línea.

#techYhotel estará situado en el corazón del espacio *FiturtechY* en esta edición de 2018, y será accesible para el público profesional durante los días 17, 18 y 19 de enero. Los visitantes que deseen experimentar con las últimas

tendencias en tecnología para hoteles, podrán recorrer el espacio acompañados de un guía que se encargará de explicar cada detalle.

Tal como en la pasada edición, *ITH* ofrecerá a los profesionales del sector mucho más que la oportunidad de experimentar y conocer físicamente los avances tecnológicos que los hoteleros pueden incorporar hoy día en sus establecimientos. La programación de cada uno de los cuatro foros especializados el ámbito de la sostenibilidad: *#techYsostenibilidad*, la gestión de destinos: *#techYdestino*, la empresa: *#techYnegocio* y tendencias de futuro: *#techYfuturo*, citará a lo largo de las tres jornadas del 17, 18 y 19 de enero, a ponentes de la talla de *Miguel Ángel Moratinos*, Presidente de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (*REDS*); *Kike Sarasola*, Presidente, *Room Mate Hotels*; *Carlos Barrabés*, Presidente del Grupo *Barrabés*; *Skip Thompson*, Director *Airline Partnership Marketing* en *Boeing*; *Carlos Kuchkovsky*, *CTO New Digital Business* en *BBVA*; *Ester de Nicolás*, *Technical Sales Manager - Enterprise Solutions* en *Microsoft*; o *David Saez*, *Head of Travel & CPG*, *Facebook*; entre otros muchos nombres destacados.



FiturtechY 2018 del origen a la creación de un sueño

Ponentes de la talla y recorrido profesional de Miguel Ángel Moratinos, Presidente de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS); Kike Sarasola, Presidente, Room Mate Hotels; Carlos Barrabés, Presidente del Grupo Barrabés; Skip Thompson, Director Airline Partnership Marketing en Boeing; Carlos Kuchkovsky, CTO New Digital Business en BBVA; Ester de Nicolás, Technical Sales Manager - Enterprise Solutions en Microsoft; o David Saez, Head of Travel & CPG, Facebook; se darán cita en FiturtechY 2018, a lo largo de los tres días en que FITUR abre sus puertas al público profesional.

Francisco José Morcillo, Director Gerente en MB3 Gestión; así como así como ocho los alcaldes que conforman la Alianza de Municipios Turísticos Sol y Playa, que ejercerán además de jurado en los "ITH Smart Destinations Awards".

FiturtechY 2018 volverá a convertirse en el punto de encuentro de los profesionales del sector turístico, y es que los días 17, 18 y 19 de enero, el espacio localizado en el Pabellón 10, ofrecerá a los asistentes la oportunidad de conocer y debatir sobre las claves y tendencias que están transformando el sector, así como aquellas que avanzan con paso firme para cambiar nuestra forma de concebir el turismo.

Cuatro foros simultáneos, especializados en el ámbito de la empresa, la gestión de destinos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro, en los que la tecnología se mantendrá como una co-protagonista constante, además de vehículo que nos permitirá comprender las necesidades y expectativas del cliente y anticiparnos a ellas, hasta ser capaces de construir "un sueño a medida del turista".

#techYnegocio: "Estableciendo los cimientos de un nuevo turismo"

El uso de la inteligencia de datos, como punto clave a la hora de conocer al turista y determinar estrategias empresariales, serán el punto de partida de la mano de expertos profesionales como Alfonso Paredes, Vicepresidente EMEA & LATAM, en Expedia Affiliate Network.

Construir una experiencia única para el cliente, lograr que la tecnología y el equipo humano estén perfectamente alineados para diferenciarse de la competencia y posicionarse en la mente de su público objetivo, serán las temáticas que abordarán ponentes como Kike Sarasola, Presidente de Room Mate Hotels; o Luis Manuel Díaz de Terán, Business Unit Director en ALTRAN, entre otros.

Todo ello sin perder de vista que el futuro de la comercialización del producto turístico y la digitalización de las experiencias, que añaden un punto extra de complejidad al entorno.

#techYfuturo: "Iniciando un nuevo ciclo"

La robótica y la inteligencia artificial darán forma a la próxima revolución en todas



las industrias, como nos revelarán Marta García Aller, Periodista y escritora en El Independiente; Moon Ribas, Activista Cyborg en The Cyborg Foundation; o Ester de Nicolás, Technical Sales Manager - Enterprise Solutions en Microsoft.

Conocer al viajero de mañana y saber cómo llegar hasta él, considerando aspectos como la incorporación del blockchain, tal como nos avanzarán, entre otros, Carlos Barrabés, Fundador del Grupo Barrabés; y Carlos Kuchkovsky, CTO New Digital Business en BBVA. Además de atender a las nuevas experiencias de viaje y la forma en que nos moveremos alrededor del mundo, para lo que contaremos, entre otros, con la perspectiva de Skip

Thompson, Director Airline Partnership Marketing en Boeing; o José Mariano Pérez-Urdiales, CEO de Zero2Infinity.

#techYdestino: "Cómo enamorar al turista"

Conocer a los nuevos perfiles de turista, definir sus necesidades y deseos es el punto de partida para diseñar un producto ad-hoc que supere las expectativas del turista, apoyándose en elementos como nuevos modos de transporte, arquitectura y diseño de los espacios en el destino.

Para abordar estas temáticas contaremos con Javier Rovira, Profesor de ESIC, Marcela Cabezas, Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo de Chile; o

Francisco José Morcillo, Director Gerente en MB3 Gestión; así como así como ocho los alcaldes que conforman la Alianza de Municipios Turísticos Sol y Playa, que ejercerán además de jurado en los "ITH Smart Destinations Awards".

Culminaremos analizando cómo llegar al viajero a través de innovadoras herramientas de marketing que mejoren la capacidad de segmentación y permitan aportar un valor añadido al turista, para lo que contaremos con María Méndez, Directora Gerente de Promotur Turismo de Canarias; y Alex Vileyra, Head of Customer Success en Mabrian; entre otros.

techYsostenibilidad: "Estimulando el turismo responsable"

Hoy en día es más necesario que nunca que el sector turístico contribuya a preservar el entorno que vivimos y del que disfrutamos, recuperando el espíritu de sus valores iniciales y compatibilizándolos con las nuevas tecnologías y las tendencias de los viajeros del siglo XXI, para valorar la situación actual y vislumbrar cómo los ODS pueden ejercer como dinamizadores de un nuevo turismo más sostenible, contaremos con Miguel Ángel Moratinos, Presidente de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS/SDSN).

Identificar al nuevo turista responsable y buscar las fórmulas para continuar con la labor de divulgación de la sostenibilidad como aliada indispensable para el progreso de la industria turística, será la clave durante la segunda jornada, en la que participará Miquel Silvestre, Director de la serie de La2 "Diario de un Nómada".

Por último, se analizará la transversalidad de la actividad turística y la importancia actual de una gestión que minimice el impacto negativo del turismo de la mano de profesionales y expertos como Javier Benayas, Profesor de ecología de la UAM y Miembro de REDS/SDSN; o Juan Carlos Fernández, Director general Europa del sur en Homeaway, entre otros.



Innovación, Fintech y seguridad digital en el cuarto Thinktur technology Transfer

Por cuarto año consecutivo, Thinktur Technology Transfer, ha reunido a numerosos representantes del ámbito turístico en Madrid, en una jornada que ha abordado temáticas tan diversas y relevantes para el sector como la aplicación y avances de las Fintech, y la seguridad digital en el sector turístico, entre otros.

Durante la bienvenida institucional M^a Ángeles Ferre, Jefa de la Subdivisión de Programas Temáticos Científico-Técnicos de la Agencia Estatal de Investigación del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, destacó la importante función con la que cumplen las plataformas, alabando la labor que ha ejercido Thinktur a lo largo de estos diez años, actuando como nexo de unión entre la Administración y el tejido empresarial.

Ferre señaló, además, que la creación de la Agencia Estatal de Investigación del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad implica una mayor independencia presupuestaria y, por tanto, una mayor estabilidad en las acciones de investigación e impulso de la innovación en el sector, a las que se presta apoyo desde este ámbito público.

Juan Molas, Presidente de CEHAT e ITH, aplaudió esta noticia, señalando la fuerte necesidad de que la Administración Pública incremente el nivel de inversión en I+D+i, que en España se sitúa muy por debajo del resto de países europeos, especialmente Reino Unido, Alemania, Italia y Francia, entre otros. Molas recordó, además, que el turismo se ha convertido en una necesidad prioritaria para la sociedad actual, y que España, como país líder en este ámbito, debe propiciar la innovación y la incorporación de las nuevas tecnologías para garantizar la competitividad del sector.

Para ello, reclamó, una vez más al Gobierno de España, y a las Comunidades Autónomas mayor sensibilidad a la hora de planificar los presupuestos y a la necesidad de incrementar las partidas destinadas a investigación y desarrollo.

Cerrando el acto de bienvenida institucional, Fernando Panizo, Presidente de la Plataforma Thinktur, quien se despidió del cargo tras cuatro años, quiso agradecer el apoyo del Ministerio y, particularmente de M^a Ángeles Ferre, por su especial consideración con Thinktur, así como de ITH y CEHAT, como soporte de la plataforma. Asimismo, destacó la amplia experiencia y cualificación de Jose Guillermo Díaz Montañés, Presidente de Artiem Fresh People Hotels y Presidente de Honor de ITH, quien le sustituirá en el cargo.

A continuación, Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de Thinktur e ITH, realizó un repaso al presente y futuro de la plataforma, destacando los 62 proyectos que Thinktur ha impulsado en estos diez años, cuatro de los cuales han recibido el "Sello Thinktur" en este



último año. En este sentido, la Agenda Estratégica I+D+i, que se elabora de forma anual con la colaboración de diversas entidades y Centros Tecnológicos, tiene una importancia clave para aquellos proyectos innovadores que aspiran a alcanzar este apoyo, tal como indicó el director de la plataforma.

Carrillo de Albornoz, destacó, además, la labor que se realiza por medio de los Think Tank con los Centros Tecnológicos, dado su particular conocimiento de la realidad y necesidades del sector a nivel regional. Así como los eventos y actividades formativas que se impulsan y difunden desde la plataforma.

Para culminar su intervención, el Director de Thinktur e ITH, reivindicó la importancia clave del turismo en la economía de nuestro país, y por tanto, la necesidad de que la

Administración Pública evolucione su discurso del término "Industria 4.0", acuñado por países fundamentalmente industriales, como Alemania, hacia el término "Servicios 4.0", sector en que España es uno de los países líder a nivel global.

Fintech, innovación, y seguridad digital en el ámbito turístico.

La jornada continuó con el desarrollo de una mesa redonda, moderada por Jesús Herero, Gerente Mercado Turismo en Tecnalia Research & Innovation; en la que se abordaron los avances y aplicaciones de las fintech en el turismo, en que el valor diferencial de cada método de pago, la correcta adaptación al mercado al que nos dirigimos en cada caso, así

como la posible aplicación y evolución de Blockchain, la seguridad y la aplicabilidad de nuevas metodologías como Google o Amazon Pay, fueron algunos de los temas destacados.

José Luis Nevado, fundador de Sipay, destacó la facilidad con la que podemos adaptar e incorporar soluciones tecnológicas en la actualidad. En este sentido, señaló que es esencial ser flexibles, adoptando los métodos de pago que mejor se ajusten al mercado y perfil de cliente al que nos dirigimos en cada caso.

Antonio Rami, COO y Fundador de Kantox, de acuerdo con este punto, recordó que no siempre el método más innovador es necesariamente el método más adecuado. Rami, centró la atención en la gestión de las divisas, señalando que el uso de la tecnología

debe permitir al hotel controlar los tipos de cambio y comisiones, ofreciendo al huésped la mejor oferta en la moneda que mejor se ajuste a sus necesidades, sin romper la estrategia de precios del hotel.

Gema Mencia, directora de Comercio Electrónico y TPV de Banco Sabadell, por su parte, apuntó a las posibilidades que aporta la incorporación del big data a medios de pago, como el TPV. Concretamente, el desarrollo realizado por Banco Sabadell, permite conocer datos anónimos y agregados sobre el perfil de los consumidores, su edad, sexo y comportamiento, una información que resulta estratégica precisamente a la hora de tomar decisiones sobre las mejores alternativas para cada perfil y mercado.

A continuación, Víctor Badorrey, Director de Relaciones Institucionales de SEGITTUR dirigió la presentación de las empresas participantes en el showroom de tendencias, en que estuvieron presentes BeCheckin by Inserta Group, TravelLoop, WiFreeZone, Mabrian, y Pressreader.

La segunda mesa redonda de la jornada se centró en el ámbito de la seguridad digital, y fue moderada por Patricia Miralles, Responsable Área de Innovación de ITH. El factor humano, y por tanto, la necesidad de formar e implicar a los profesionales del sector, así como las novedades en la LOPD centraron la atención de los expertos en este caso.

Daniel Just, Director Unidad de Negocio Hospitality de Nethits Telecom Group, señaló que resulta necesario percibir el presupuesto dedicado a seguridad como una inversión y no como un gasto, poniendo énfasis en los costes que puede llegar a conllevar un fallo de seguridad.

En este sentido Carlos Manero, Consultor de Tecnología de HP Ibérica, apuntó a una cuestión de vital para las empresas, y es que en muchos casos las empresas pueden ser hackeadas sin llegar a ser conscientes de ello, con los consiguientes riesgos en materia de gestión de la información.

Guillermo López, Ingeniero de prescripción de Zennio, dirigió la atención hacia la posibilidad de aislar servicios sensibles, dividiendo lo más posible la infraestructura de redes del hotel. De este modo, en el caso de un posible ataque, los servicios sensibles quedarían más protegidos.

En este sentido, Francisco Gutiérrez Soto, Co-fundador de Becheckin, apuntaba como solución adicional al empleo de tecnologías alternativas en los casos posibles. En este sentido,

bluetooth, por su componente presencial supone una garantía de seguridad para el funcionamiento la app de apertura de puertas que ofrece Becheckin.

La última intervención de la jornada la realizó Marta Raspall, Asesora Ejecutiva del Foro Transfiere, que presentó algunas de las novedades previstas para esta edición de 2018, entre las que destaca la nueva zona dedicada a start-ups y spin-offs que se denominará Open Innovation Area.

Clausuró el acto Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de Thinktur e ITH, reivindicando la necesidad de apoyar la innovación y la incorporación de la tecnología en el sector como medio para mantener la actual posición de privilegio que España ostenta en materia de turismo.

Es previsible una mayor estabilidad de las acciones de investigación e impulso de la innovación

Reclamación al Gobierno de una mayor sensibilidad a la hora de planificar los presupuestos

Serban Biometrics adaptará sus soluciones al sector hotelero con el apoyo de ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha incorporado a Serban Biometrics como nuevo socio en el área de operaciones y nuevas tecnologías, con el objetivo de dar a conocer las características de la firma biométrica e impulsar su incorporación en los procedimientos operativos de los establecimientos hoteleros.

La firma manuscrita biométrica es la evolución natural de la firma manuscrita tradicional en papel, con plena validez jurídica y con la ventaja de poder identificar y autenticar a la persona firmante gracias al uso de los rasgos biométricos de la firma, que son únicos para cada persona y firma.

Tras más de ocho años implantando la firma biométrica en otros sectores industriales como la banca, seguros, servicios de recursos humanos y trabajo temporal, sanidad y servicios, Serban Biometrics propone incorporar esta solución en las operaciones propias del sector hotelero, como el check-in /out, los contratos con proveedores, servicios internos a clientes, etc.

Serban Biometrics e ITH comparten objetivos comunes con la implantación de este servicio, el incremento de la efi-

ciencia operativa, el ahorro de costes y, consecuentemente, la mejora de procesos mediante la posibilidad de identificar y/o autenticar con garantía a las personas firmantes en caso necesario.

“En la actualidad, cualquier trámite que requiera la firma o aceptación por parte del cliente, lleva asociado un docu-

mento en papel que ha de ser custodiado durante meses o años, en muchos casos fotocopiados para ser enviados a terceros. Con la firma manuscrita biométrica se consigue que el documento sea digital desde el origen, evitando así el uso del papel y permitiendo el acceso al mismo de forma inmediata y desde cualquier

lugar o medio, con todas las garantías de validez jurídica y con la capacidad de poder identificar a los firmantes gracias a la biometría de la firma. Además, el escaneo de un documento legal de identidad, asociado al documento de registro / check-in en el hotel, con la firma Biométrica del Cliente, genera una huella Biométrica propia de cada cliente, que puede validarse online en cualquier establecimiento de una cadena hotelera.” – añadía, Juan Pablo Yagüe de Miguel, Director General de Serban Biometrics.

“La adhesión de Serban Biometrics a ITH representa una apuesta por la innovación en aspectos operativos y de relación con el cliente, que se verá beneficiado de forma directa, ya que manteniendo su privacidad y nivel de seguridad en la protección de sus datos, evitará posibles esperas y por tanto tendrá mayor libertad para disponer de su tiempo y disfrutar de la experiencia en el establecimiento. Sin duda, se trata de un proyecto en el que es necesario continuar avanzando, pero cuya incorporación futura al sector podría suponer múltiples ventajas.” Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero.



Barreras para la implementación de las TIC en pymes y autónomos

El Informe eAPyme 2017 se presentó el pasado mes de diciembre en la sede de ESADE de Madrid, en un acto que inauguraron Mario Buisán, director general de Industria y Pyme del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y Álvaro Carrillo de Albornoz, presidente de eAPyme. Josep Lluís Cano, profesor de ESADE y coordinador del estudio, presentó las

conclusiones generales del informe, que a continuación comentaron desde una más perspectiva sectorial Juan Molas, Presidente ITH- CEHAT; Tomás Castro, Presidente CONETIC; Mauricio García de Quevedo, Director General FIAB; Francisco Aranda, Vicepresidente CITET, Luis Pérez, Vicepresidente CEL y César García Arnal, Vicesecretario General UPTA.

El Informe eAPyme 2017, presentado el pasado mes de diciembre, desvela que la oferta, los costes y la formación son las principales barreras que afrontan pymes y autónomos en la implementación de las TIC en España.

“La digitalización de la Pyme, y en concreto su éxito o fracaso, va a ser uno de los elementos clave para determinar la evolución de la economía española en los próximos años” afirmó Mario Buisán durante la presentación del informe “Estado de la transformación digital en pymes y autónomos”, que eAPyme y ESADE han elaborado con la colaboración de las entidades representantes de siete sectores que conforman esta Asociación. En este contexto, Buisán ha añadido que “desde el Departamento de Industria estamos apoyando a la Pyme en su transformación digital con líneas de financiación y programas de asesoramiento directamente enfocados a facilitar su transición hacia el mundo digital”.

Álvaro Carrillo de Albornoz, apuntó durante su intervención que “existe la necesidad de establecer vías de comunicación estables entre la Administración y

los representantes sectoriales del ámbito de la empresa privada, que aportarían información concreta y precisa sobre las necesidades a cubrir por las ayudas y subvenciones convocadas, además de

fomentar el mayor calado de éstas, haciéndolas aún más provechosas para el ecosistema empresarial español”.

El estudio, promovido por eAPyme y elaborado por Josep Lluís Cano,

profesor de ESADE, complementa los resultados del ‘Informe e-Pyme 2016’ del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). En él, se recoge la opinión de empresas de siete sectores —alojamientos y hotelero, industria de alimentación y bebidas, actividades logísticas, reparto urbano de mercancías, artesanía, tecnologías de la información y comunicación, y servicios profesionales— que pertenecen a eAPyme o han colaborado en el informe, como FIAB, en relación al estado actual de la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las empresas, su grado de transformación digital y sus necesidades para lograr una mayor optimización de éstas.

Para Josep Lluís Cano, “las pymes y los autónomos están adoptando las TIC desde un punto de vista estratégico. Son conscientes del valor que aportan a su gestión interna, a su relación con clientes y a su integración con sus proveedores. Sin embargo, siguen encontrando dificultades en torno a los recursos, a la formación digital para el personal de plantilla, a la oferta a la que acceden y a la falta de estándares”.



El Ayuntamiento de Salamanca distingue a 10 'embajadores' por su aportación al turismo MICE

Desde que se inició este programa en 2012 la lista de 'embajadores' suma un total de 67 reconocimientos. El alcalde de Salamanca, Alfonso Fernández Mañueco, ha destacado que el turismo de congresos es una de las prioridades del Consistorio

El alcalde de Salamanca, Alfonso Fernández Mañueco, ha destacado durante la entrega de las distinciones de Embajadores Salamanca Convention Bureau, que el turismo de congresos es una de las prioridades del Consistorio porque es una fuente de oportunidades y motor de la economía salmantina a la vez que ha avanzado que las perspectivas para el próximo año son muy buenas estando ya prevista la celebración de 60 congresos.

Este acto, que cumple ya su sexta edición y al que también han asistido los presidentes de la Asociación de Empresarios de Hostelería y de la Cámara de Comercio, Alain Saldaña y Benjamín Crespo, es un reconocimiento a personas que han destacado por su contribución al desarrollo de la ciudad y la provincia con la difusión de la marca "Salamanca" y su repercusión profesional, científica, académica y social así como su impacto económico y mediático, nacional e internacional.

Fernández Mañueco se ha referido, durante la entrega de este reconocimiento a diez nuevos Embajadores, a

la importante labor que han realizado para que la ciudad haya sido en 2016 sede de importantes eventos nacionales e internacionales consolidándose como referencia para la celebración de grandes eventos. El año pasado se celebraron más de 500 reuniones en las que participaron más de 100.000 delegados.

porque es una fuente de oportunidades y motor de la economía salmantina. Entre los nuevos embajadores se encuentra el presidente de CEHAT, Juan Molas, por el Congreso de Hoteleros Españoles celebrado en Salamanca en noviembre de 2016.

Un total de 67 reconocimientos

Francisco Antonio Jiménez Rodríguez, Lorenzo Lasa Muñoz, Juan Carlos Rodríguez Pérez, Eva Martín del Valle, Manuel Alcántara Sáez, César Pontvianne Alcántara, Juan Pedro Bolaños Hernández, Francisco Javier Pellegrini Belinchón, Marta Bolívar Laguna y el presidente de

CEHAT, Juan Molas, se suman a la lista de embajadores que suma ya 67 reconocimientos. Los congresos organizados bajo su dirección han traído a Salamanca a cerca de 6.000 personas, profesionales de diferentes sectores que han podido conocer los recursos con los que la ciudad cuenta a la hora de celebrar un evento.



El Gran Hotel Miramar Málaga acoge la asamblea de Aehcos

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) ha celebrado su Asamblea General Extraordinaria en las magníficas instalaciones del Gran Hotel Miramar. Un centenar de hoteleros junto con el presidente de Aehcos, Luis Callejón Suñe disfrutaron paralelamente de la excelente gastronomía por gentileza de la empresa colaboradora Construcciones Chirivo.

Durante la Asamblea, el presidente Luis Callejón Suñe, ha realizado un resumen de las actuaciones más relevantes llevadas a cabo por la asociación así como las acciones más inmediatas a desarrollar durante el año 2018. Entre los temas tratados se ha compartido el informe sobre las últimas novedades relativas al Saneamiento Integral de la Costa del Sol donde el coordinador del Foro de Saneamiento y secretario gerente de AEHCOS, Antonio Aranda, se ha mostrado algo más positivo anunciando las fechas previstas de finalización de las depuradoras de Nerja y Guadalhorce, en principio pronosticadas para 2018 y 2019 respectivamente.



Por su parte, la empresa colaboradora malagueña Construcciones Chirivo, ha realizado una presentación a los hoteleros destacando su diversificación en tipologías de obras, compromiso y productividad encaminada siempre a la máxima satisfacción de sus clientes.

Los miembros de AEHCOS tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano las excelentes instalaciones del recientemente inaugurado cinco estrellas Gran Hotel Miramar Málaga de la cadena Hoteles Santos.

Finalmente los asistentes han disfrutado de un exquisito aperitivo y almuerzo en el espléndido Restaurante del Hotel Miramar patrocinado por Construcciones Chirivo.

Fiabilis renueva el acuerdo de colaboración con CEHAT

Fiabilis Consulting Group renueva acuerdo como socio colaborador de CEHAT con el objetivo de seguir apoyando a los departamentos de RRHH de sus asociados, con la misión de ayudar a estas áreas a aportar medidas de ahorro a su organización que hasta el momento no habían contemplado.

Desde Fiabilis pretendemos actuar como socio de RRHH dentro del sector hotelero y turístico para potenciar sus esfuerzos a la hora de optimizar gastos y controlar riesgos de su organización. Cuando una organización sufre una inspección de Trabajo y Seguridad Social, a pesar de intentar cotizar correctamente, es poco habitual que el inspector no consiga liquidar por algunos conceptos. En Fiabilis hacemos el ejercicio al revés, comprobamos las oportunidades de ahorro en la cotización a favor de nuestro cliente. Posteriormente, realizamos las gestiones necesarias y una vez se materializan los ahorros,

cobramos nuestros honorarios compartiendo el éxito.

Adicionalmente, desde la línea de Praeventis asesoramos a las empresas frente a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS). Trabajamos en la valoración de los riesgos y en la defensa de nuestro cliente frente a la ITSS para minimizar el impacto de las inspecciones, tanto en materia económica como penal y reputacional.

De algún modo, Fiabilis sirve de contrapeso a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en materia de cotización.

Fiabilis Consulting Group cuenta con clientes de todos los sectores de actividad y dentro del sector hotelero ha colaborado con: Ayre Hoteles, NH Hoteles y Vincci Hoteles. En 2017, gracias a nuestro acuerdo de colaboración con CEHAT, hemos trabajado con diferentes hoteles de la asociación de hostelería de Cantabria y Asturias. Esperamos seguir en esta línea y colaborar con muchos más en 2018.



Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



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



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



Noticias con Q de Calidad NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD MENSUAL (11 EDICIONES)
EL NOTICIERO OPC ORGANIZADORES CONGRESOS ANUARIO (1 EDICION)
DOSSIER NEXOTUR CONVENIO LABORAL DE AGENCIAS DE VIAJES
Futuralia SOSTENIBILIDAD EN TURISMO ANUARIO (1 EDICION)
ESPECIAL NEXOTUR CONGRESO UNAV ANUARIO (1 EDICION)
CONEXO COYUNTURA REUNIONES ANUARIO (1 EDICION)



RANKING DE EMPRESAS TURÍSTICAS PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)
PROTAGONISTAS DEL TURISMO EN ESPAÑA PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)
CIMET CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO
Turnexo SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES
NexoBusiness SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS
CONEXO PALACIOS DE CONGRESOS Y CONVENTIONS BUREAU



Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional



Placa al Mérito Turístico del Estado Español



Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional



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

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



Nexotrans.com
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

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

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

EL ECO
FILATELIA Y NUMISMATICA
MENSUAL (11 EDICIONES)



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

GOLDTIME.org
JOYERIA Y GEMOLOGIA
PERIODICO DIARIO ONLINE

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

ART & VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

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



VOLVO EN RUTA
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN people
TRANPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

MANmagazine
TRANPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN WORLD
TRANPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2 EDICIONES)

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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

La Federación de Hostelería de Granada entrega los premios Duque San Pedro de Galatino

La Federación de Hostelería de Granada entregó sus premios anuales en recuerdo al Duque de San Pedro de Galatino. La edición número diecinueve de la entrega de los premios Duque de San Pedro de Galatino reunió en el Palacio de Exposiciones y Congresos, a lo más nutrido del mundo de la hostelería y el turismo de la

provincia granadina. Tan masiva fue la afluencia de público que la sala Manuel de Falla del recinto se quedó pequeña para acoger a todos los invitados. Todo un éxito de Trinitario Betoret, presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, y su equipo.

El turismo debería estar fuera de la 'bronca' política. En las últimas semanas ni la Alhambra ni Sierra Nevada, los dos grandes iconos turísticos de la provincia, han sido utilizados como arma arrojadiza por los partidos, al igual que proyectos que se quedaron en el cajón como el complejo turístico de Almuñécar, el teleférico de Sierra Nevada, la candidatura de la Alpujarra a Patrimonio Mundial o la conexión de la Alhambra con la ciudad. Consciente de esta situación, el presidente de la Federación de Hostelería de Granada, Trinitario Betoret, aprovechó la presencia de todos los representantes institucionales en los premios Duque San Pedro de Galatino para lanzar una propuesta de futuro: un gran pacto político por el turismo.

Betoret, que realizó un discurso lleno de agradecimientos a las instituciones y a las empresas que preservan "el espíritu" del Duque, aseguró que "la bandera del turismo incita a la suma de voluntades, a la unión de sensibilidades y a la conjura de sentimientos". Y, si bien esa bandera ha permitido que la colaboración público-privada dé grandes frutos, los empresarios del sector consideran que hay que dar un paso más. "Sumemos, acordemos ir de la mano, que no quiere decir no discrepar", indicó Betoret, que aseguró que los



Trinitario Betoret junto a Teresa de Medinilla y Bernales, duquesa de San Pedro de Galatino.

empresarios consideran ese "gran pacto político por el turismo indispensable para el futuro" del destino.

"Deseamos un espacio de consenso, donde se alcancen acuerdos que perduren en el tiempo y que se lleven a buen puerto con independencia de quiénes

estén al frente de las instituciones". Con ese fin, el presidente de la Federación de Hostelería anunció que próximamente todos los partidos y las instituciones recibirán un documento para que analicen la conveniencia del pacto, en el que se recogerán las demandas y reivindicaciones

de las distintas asociaciones con la idea de establecer cuanto antes un calendario de trabajo. "Una buena base puede dar pie a un gran futuro".

Esta máxima no solo es aplicable al pacto político, sino también a la trayectoria de todos y cada uno de los premiados que recibieron su galardón Duque San Pedro de Galatino, los auténticos protagonistas de la noche. La Federación rindió homenaje al restaurante Las Tinajas, que cumple 45 años ofreciendo gastronomía de alta calidad; al camping Las Lomas, por su compromiso con el turismo rural y el medio ambiente; al hotel Kenia Nevada, un establecimiento fruto del valor empresarial de las dos familias fundadoras; y al Grupo Abades, que desde hace 25 años lleva el nombre de Granada por toda Andalucía. Los empresarios turísticos también reconocieron la valía de José Manuel Moreno, mejor expediente de acceso a la UGR; y entregaron una mención especial a la Cope en su cincuenta aniversario.

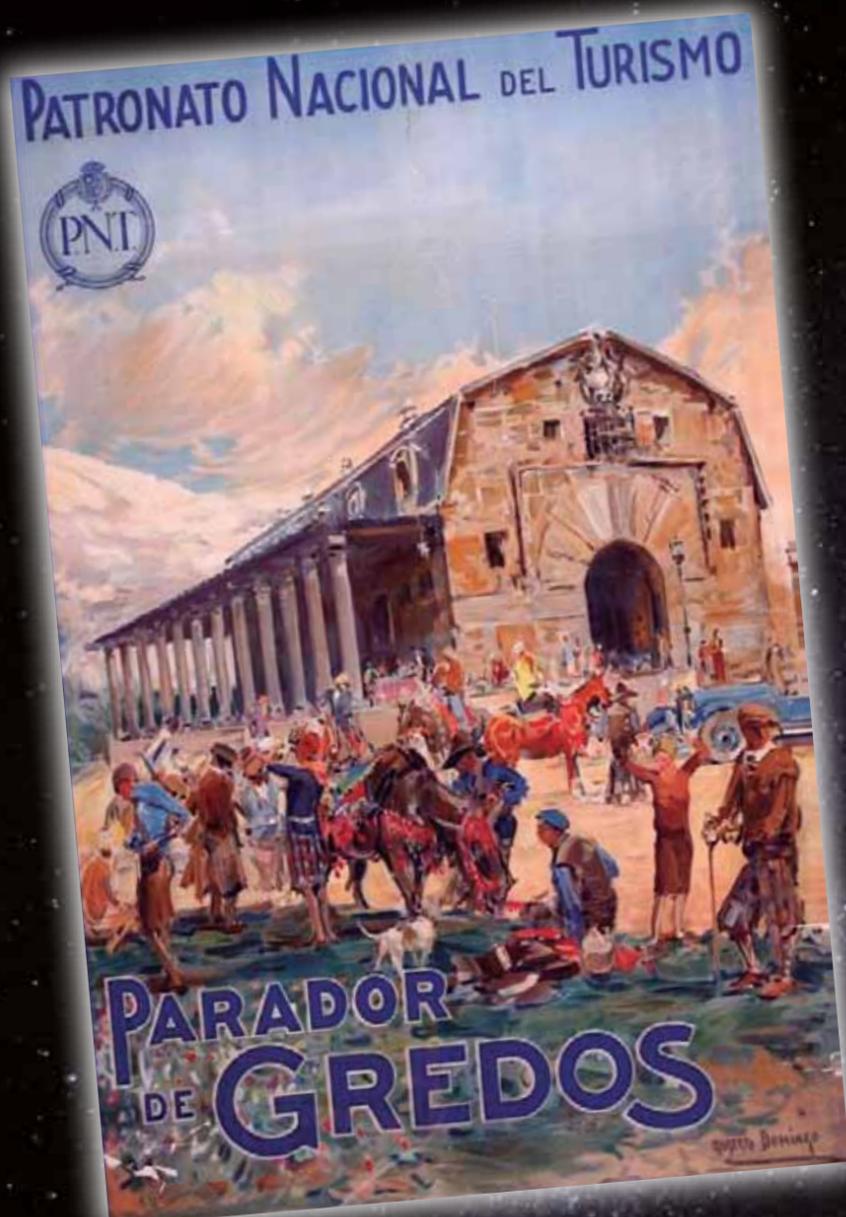
Está XIX contó con la presencia de la duquesa Teresa Medinilla, descendiente del recordado Duque de San Pedro de Galatino, en cuyo honor se conceden estos premios.

Fuente: Granada Hoy





El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com **20** XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO **20**

HOTELETERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finisterre, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilitado para ser un hotel restaurante "de ensueño".

Paradores cierra 2016 con ingresos por valor de 255 millones de euros

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

Hosbec celebra su 40 aniversario con importantes apoyos empresariales, económicos y políticos

El presidente de la Generalitat Valenciana y el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca (Hosbec) han resaltado la imprescindible labor desarrollada por esta organización en la consolidación del turismo como principal actividad económica. Hosbec ha celebrado el acto

conmemorativo del 40 Aniversario de su constitución como asociación, en un acto al que ha asistido el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, el alcalde de Benidorm, Antonio Pérez, así como más de 200 personas representativas del ámbito empresarial, económico y político de la Comunidad Valenciana.

En un acto institucional celebrado en el Hotel Meliá Villaitana se ha recordado cómo nació Hosbec como asociación, a partir de la ley del año 1977 que reconocía en plena Transición el derecho de asociación Sindical y el derecho de los trabajadores y los empresarios a constituir en cada rama de actividad, a escala territorial o nacional, las asociaciones profesionales que estimen convenientes para la defensa de sus intereses respectivos. Así se constituye esta asociación el día 27 de julio de 2017 de la mano de 30 empresarios que fueron los pioneros de estos 40 años de existencia.

El presidente de Hosbec ha iniciado su intervención destacando como "es curioso comprobar cómo en estos 40 años hay muchas cosas que han cambiado y muchas otras que siguen como siempre", realizando un repaso de aquellos aspectos que han sido fundamentales para la actividad turística en estas décadas.

En primer lugar ha recordado como "no ha sido posible reformar la ley de régimen local que hiciera posible una nueva financiación más justa para los municipios turísticos" que mantienen el déficit de ingresos, pero ha agradecido al presidente del Consell su firme oposición a la 'tasa turística' pues no es la respuesta para solucionar la infrafinanciación endémica.

En el apartado de infraestructuras, Mayor reconoce que "hemos visto poco avance; tenemos la misma carretera nacional, el mismo tren, pero con muchísimas más paradas que lo hace más inviable como tren moderno y rápido y la misma AP7 que seguimos pagándola aquí, mientras que otras zonas mucho menos productivas disfrutaban de inversiones de comunicación envidiables".

El presidente de Hosbec recuerda que en "2018 se cumplirán 40 años de la gran sequía en esta zona de 1978 y de cómo Benidorm se quedó sin agua potable. Y hoy seguimos con el agua como la gran espada de Damocles de Benidorm y toda su área de influencia. Seguimos sin conseguir en España un consenso nacional sobre agua y trasvases que haga más viable el futuro, y 40 años después volvemos a vivir lo dramático de una sequía".

De las cosas que sí que han cambiado mucho en estos 40 años, una de ellas ha sido la planta hotelera para el presidente de la patronal. Mayor ha recordado que "cuando los cruceros eran una exclusividad de millonarios, y cuando el turismo era casi inexistente en Caribo o Turquía, nosotros ya teníamos 57.000 plazas que han seguido creciendo y posicionándose en el primer nivel de modernidad y de inversión". Sin embargo, la escena urbana no ha seguido la misma evolución, siendo una de las asignaturas pendientes que cada año quedan por aprobar. Tampoco

la dotación de la provincia de Alicante en "instalaciones para convenciones y congresos, con su importancia turística, son las que debería ser, y es un déficit que debe abordarse con urgencia para favorecer la desestacionalización y la especialización". Pero Antonio Mayor ha señalado que "hay muchas cosas buenas en el HABER como las infraestructuras que ayudan al turismo y a la economía en general, y en especial el aeropuerto Alicante y su última ampliación que permite operar 25 millones de pasajeros. Y como es la autovía que nos une con el centro de España y que es utilizada por millones de turistas cada año".

Mayor ha reconocido que "la idea de complementar el sector turístico con instalaciones como los parques temáticos o los campos de golf junto a hoteles-resort ha sido un éxito" en clara referencia a Terra Mítica y toda su zona de influencia donde se encuentra el Hotel Meliá Villaitana. El presidente de Hosbec ha destacado que "es importante desdramatizar y recordar que en esta aventura el erario público solamente ha puesto no más de un 20% de su base inversión, mientras que la aportación a otras estructuras a lo largo y ancho de la Comunidad ha sido mucho más importante".

Otro de los aspectos destacables en estos 40 años ha sido el aspecto urbanístico de una ciudad con una identidad tan marcada como esta. A juicio de Mayor, aunque ha habido "luces y sombras, lo cierto es que permanece una valentía y una reconciación de la identidad vertical de la ciudad compacta y densa que debe ser Benidorm; este ha sido el gran acierto de estos años,

aquello que de verdad ha transformado el motor y el alma económica y social de la esta ciudad, siendo estas ideas de grandeza y de generación de cambios lo que debería volver a perfilar el Benidorm del futuro".

Estos 40 años han venido marcados en su tramo final por la irrupción de lo que se denomina la NUEVA ECONOMÍA. El modelo surgido de internet ya ha marcado un antes y un después en el turismo y en el comportamiento de los consumidores, mucho más importante que los cambios en la comercialización. En menos de 3 años el panorama ha cambiado tanto que incluso se ha creado un nuevo término inédito entre nosotros hasta este año. La turismofobia, que no es más que el hijo del alojamiento no reglado, el hijo del Airbnb, Homeaway y similares. Mayor ha reconocido que "nuestra principal amenaza es que el alojamiento low-cost no se coma al alojamiento reglado".

Para finalizar su intervención, Mayor ha destacado que "ha habido asuntos que justifican de sobra la existencia de Hosbec, y sin cuya participación no se hubieran resuelto de manera favorable para nuestros intereses" recordando la crisis de las illness claims, la deducción unilateral del 5% que anunció Thomas Cook en 2010 y que finalmente devolvió a los empresarios, el nuevo decreto hotelero, la defensa conjunta en los procesos de quiebras de turoperadores y agencias de viaje, la crisis del volcán islandés que paralizó todo el tráfico aéreo europeo durante semanas... Y más recientemente la firme oposición del sector turístico a un nuevo impuesto turístico que siempre

se ha visto como injusto, anticompetitivo y completamente innecesario.

El presidente de la Generalitat ha reconocido "la labor que ha hecho Hosbec durante estos 40 años y para reconocer el nervio empresarial que tienen tanto la Comunidad como Benidorm, que es lo mismo que hablar de turismo".

En este sentido, Puig ha ofrecido algunas cifras que, según él, demuestran la trayectoria y la labor de esta asociación, como que hace cuatro décadas solo el 36% de los hoteles tenían entre 3 y 5 estrellas, mientras que en el año 2016 estos establecimientos representan el 74% del total. Además, también ha apuntado que en la actualidad la Comunidad Valenciana dispone de 125.000 plazas hoteleras, más del doble que en 1977, con cerca de 60.000 plazas.

El jefe del Consell ha insistido en que estas últimas cuatro décadas han sido "las mejores" de la historia de España y de la Comunidad Valenciana, y ha recordado que durante los últimos años la sociedad alicantina "ha avanzado, modernizado, democratizado y cohesionado" el sector empresarial.

Asimismo, Puig ha agradecido a Hosbec el apoyo recibido para la reivindicación de una financiación autonómica justa y ha reiterado la importancia de la colaboración entre el sector público y el privado para "construir el renacimiento de la Comunidad Valenciana al que aspiramos y al que jamás vamos a renunciar".

"La política turística no se puede hacer de una manera dirigista ni desde el mando y ordeno del sector público, porque eso fracasa y no tiene ningún sentido. Tenemos que trabajar juntos", ha concluido el presidente.





El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta en
Nexotur.com

Diario *online* del Agente

... y recíbelo cada mañana
en tu email



**Compra tu hotel.
Vende tu hotel.
Reinventa tu hotel.**

Christie & Co es más que una agencia: somos los asesores líderes de la industria hotelera y turística en Europa desde hace más de 80 años y queremos ayudarte, porque somos capaces de entender tus necesidades a la perfección. ¡Consúltanos!

Construimos tu negocio. Contigo.

Algunos hoteles vendidos en 2017

LIVE & DREAM

- 22 plazas
- Barcelona

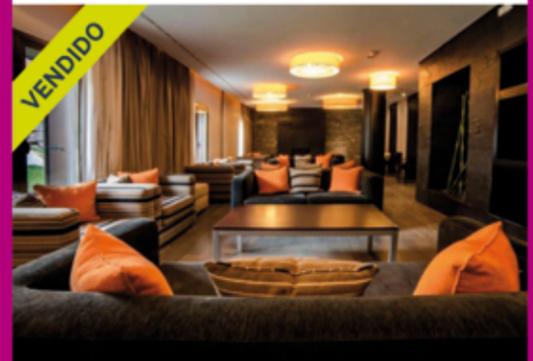


HOTEL ASTA REGIA, 4 ESTRELLAS

- 31 habitaciones
- Jerez de la Frontera (Cádiz)

APARTHOTEL AUGUSTA, 4 ESTRELLAS

- 39 apartamentos
- Boí Taüll (Pirineo de Lérida)



BAL HOTEL & SPA, 5 ESTRELLAS

VENDIDO

- 45 habitaciones
- Villaviciosa (Asturias)
- 4 salas de reuniones
- Restaurante & Bar
- A 10 minutos del centro de Gijón



TRANSACCIONES • CONSULTORÍA • INVERSIÓN • VALORACIÓN • ASESORAMIENTO