

## CaixaBank y los empresarios de Huelva renuevan su acuerdo

CaixaBank y el Círculo Empresarial de Turismo de Huelva han renovado el acuerdo suscrito el pasado año.



pág. 11

## El cliente busca experiencias en los establecimientos hoteleros

Savills Aguirre Newman ha organizado una jornada con la participación del secretario general de CEHAT, Ramón Estalella.



pág. 12

## Entregados los premios RSC Hotelera en Málaga

ML Hoteles, Hotel Barcelona 1882 y La Isla y el Mar han sido los tres hoteles ganadores del IV Premio RSC Hotelera.



pág. 14

DIRECTORA: Mónica González. JUNIO 2018 / Nº 148 / AÑO XIII

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

# CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

## Vivienda privada, transformación digital y gestión hotelera centran el Congreso de Hoteleros Españoles de Málaga

*Málaga se convirtió del 30 de mayo al 1 de junio en la capital del Sector Hotelero. El Congreso de Hoteleros Españoles, la cita bienal más importante del Sector, congregó en la ciudad medio millar de empresarios, que durante*

*varias jornadas profundizaron y analizaron de la mano de destacados ponentes y especialistas los principales retos que tiene el Sector para reforzar su posicionamiento internacional y mejorar su competitividad.*

En un momento de gran tensión política ante la inminente moción de censura, el Congreso arrancó con la oportuna mesa redonda 'Situación económica actual en España', en la que se analizó el impacto económico y empresarial de la situación actual que vive el país.

Le siguió una mesa sobre uno de los temas que centraron esta edición del Congreso: el 'Impacto de la vivienda privada en el turismo español', en la que se puso de manifiesto la necesidad de que exista una cooperación entre las distintas administraciones para armonizar una regulación única y eficaz.

El evento continuó analizando temas como la expansión hotelera en España, una mesa en la que se analizó el momento y oportunidades presentes del Sector, así como los desafíos que afronta el Sector ante la profunda transformación digital vivida.

Compromiso social, transformación digital y canales de venta directa tuvieron igualmente su espacio en el encuentro.



El presidente de CEHAT, Juan Molas, en el discurso inaugural del Congreso.

Como se puso de manifiesto, lejos de ser rivales, la intermediación y los hoteles deben trabajar juntos para reforzarse mutuamente en cada uno de los ámbitos. **Págs. 17 a 22**



## El despido por incapacidad

El asesor laboral de CEHAT, Carlos Sedano, analiza el despido de un trabajador en situación de incapacidad temporal. **Pág. 6**



## José Manuel Cardona

El socio de Garrigues analiza el contrato de gestión hotelera. **Pág. 4**

**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](http://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 Carbo (Presidente de Honor); Juan Molas (Presidente); Ramón Estalella (Secretario General); Valentín Ugalde (Gerente); Javier García Cuenca, José Carlos Escribano, Joan Gaspart y Gabriel García (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  
☎ 91 369 41 00 (20 líneas)  
✉ 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 / DIRECTORA DE PERSONAL: Pilar la Hoz  
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M<sup>a</sup> Antonia Martín / JEFE DE CONTABILIDAD: Paloma López  
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD PROPIO: Madrid: Mercedes León. FACTURACIÓN: María José González  
SUSCRIPCIONES: Mercedes León. ATENCIÓN AL CLIENTE: Jorge de Jorge. BASE DE DATOS: Mar Fernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Auto-edición), Nexotel (Información Electrónica), Herero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos), Calprint (Impresión) y Correos (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

### Todos contra las viviendas turísticas

El Congreso de Hoteleros Españoles ha puesto a las claras la necesidad de regular ese exponente de la economía sumergida y alegal que se autodenomina alojamiento colaborativo. Todos coinciden en la necesidad de poner coto a esta fenómeno mala práctica. Las Administraciones reclaman “que la vivienda turística tenga una normativa transversal consensuada entre las Comunidades Autónomas”, en palabras del consejero de Turismo de Andalucía, Francisco Javier Fernández, y “seguimos reclamando que haya una armonización” y que se convoque la mesa de coordinación.

La Agencia Tributaria, según su director general Santiago Menéndez, quiere difundir un mensaje inequívoco: “Sabemos que usted está alquilando viviendas para uso turístico, y tiene que declararlo”, advirtiendo que todas las reservas y operaciones de este tipo que se hacen en Internet “dejan huella y estamos recuperando información” y “hacemos un uso intensivo de las nuevas tecnologías para detectarlo, incluyendo pagos con bitcoins y criptomonedas”.

Y los ciudadanos lo tienen todavía más claro: “las viviendas turísticas están produciendo un encarecimiento del alquiler que está expulsando a los vecinos del centro de las ciudades”, según Enrique Villalobos, presidente de la Federación de Asociaciones Vecinales de Madrid. El resultado de las plataformas alojativas “tiene un efecto una ‘bola de nieve’ que nos atrapa y nos traga”. Confirman así la relación directa entre el mal llamado alojamiento colaborativo con la pérdida y encarecimiento de la vivienda, afirmando que “la expulsión de los vecinos del centro de las ciudades por fondos de inversión que compran edificios de renta antigua, nos genera terror”.

El dedo en la llaga de este problema candente, que amenaza con poner en riesgo un modelo de éxito mundial como es el del Turismo de España, la puso el presidente de CEHAT, Juan Molas, que exigió a la todavía secretaria de Estado de Turismo que el Gobierno asuma el clamor generalizado para que las viviendas turísticas cumplan las mismas normas que el alojamiento reglado, que se consensuen con las Administraciones autonómicas y municipales.

Y la manera de ponerle el cascabel al gato la aportó el director general de Tourism & Law, Javier del Nogal, quien subrayó que “las plataformas no son un simple tablón de anuncios ni una actividad neutra”, sugiriendo que “quien mejor puede controlar la legalidad de esta oferta alojativa alegal son las propias plataformas, que son las que deberían vigilar e informar para hacer cumplir la normativa. Pero antes hay que lograr la armonización de su regulación”.

Pocas veces la amenaza del mal llamado alojamiento colaborativo ha sido desmontada de manera tan lapidaria y cristalina como en la mesa redonda que abrió el Congreso de Hoteleros Españoles, moderada por el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda.

# Relevo político y su incidencia en el turismo

Juan Molas / Presidente de CEHAT

Durante el Congreso de la Confederación Española de Hoteles celebrado en Málaga, estuvimos asistiendo al desarrollo de la moción de censura que, sorprendentemente, acabó con el Gobierno del PP y la llegada al poder del PSOE con una minoría muy debilitada en el Congreso de los Diputados, y una mayoría absoluta del PP en el Senado. Esto ha cogido con el pie cambiado a todas las estructuras de la administración, lo que conlleva salidas de responsables y llegada de nuevos cargos de confianza, que nos tememos, como normalmente sucede, que vengan sin conocimiento específico en la materia y requieran de un periodo largo de adaptación, lo cual es incompatible con una legislatura débil y de mandato muy limitado. Es por ello, por lo que los hoteleros consideramos, que los responsables que se nombre, deben ser personas de reconocida solvencia y experiencia dentro del sector, ya que España no se puede permitir el lujo de estar muchos meses con un vacío de actuaciones y una deriva en la coordinación con las Comunidades Autónomas.

Con estos mimbres, será muy difícil que las necesarias políticas turísticas puedan ser conducidas hacia la regeneración normativa que CEHAT viene exigiendo en los últimos años.

La parálisis legislativa a nivel nacional está afectando a las Comunidades Autónomas que son las que tienen competencias turísticas. Sin embargo en nuestro Sector tiene más incidencia normativas de Ministerios no turísticos y se hace imprescindible una coordinación y una voz única para crear una auténtica política de Estado, que nos permita seguir liderando el ranking de competitividad y mantener el empleo y la generación de riqueza. A nadie se le oculta que las decisiones que se tomen en el IMSERSO, en los visados turísticos, en la política aeroportuaria, en la propiedad intelectual o en las medidas fiscales, son capaces de inclinar la balanza a tener una industria próspera o una con problemas para competir a nivel internacional. No es válida la improvisación, o el venir con prejuicios de una



actividad que es tremendamente sensible y profesionalizada. España es un País, donde parece que todo el mundo entiende de fútbol y de turismo. Incluso muchos desconocedores de la materia, opinan que debemos cerrar establecimientos de inferior categoría, terminar con los destinos obsoletos o impedir la llegada del turista low cost. Es necesario conocer que tenemos rivales cada vez más profesionalizados, competidores de primerísimo nivel, que cuentan con un enorme apoyo social en sus países y que no paran la maquinaria de formación y de inversiones. Uno de los grandes riesgos que supone el desconocimiento en la materia, es el pensar que dado que es una industria próspera en los últimos años, aguanta todo, incluyendo tasas e impuestos que serán pagados por foráneos a los cuales unos pocos euros más, no les va a influir en su decisión de viajar a España. El sector turístico español soporta una presión fiscal muy superior a la de muchos países competidores, y las tasas son determinantes a la hora de componer el precio del paquete turístico. Los estudios más serios han venido demostrando que un IVA reducido y una baja presión fiscal genera mucha más actividad, y al final mayor recaudación y prosperidad inducida.

No podemos olvidarnos que para poder seguir liderando la actividad, se hace necesario que una vez por todas se invierta en I+D+I. El ITH, que ya ha cumplido 14 años, lleva desde sus inicios exigiendo políticas públicas que incentiven y fomenten la innovación y que España pase a ser líder en aplicación de tecnología, inteligencia artificial y la gestión de la sostenibilidad social y, económica y medioambiental. En los últimos mandatos del PP, se ha notado una muy preocupante percepción en los ministerios competentes, que el turismo no necesitaba estos apoyos como si lo han hecho con la agricultura, la minería o la energía. El conocer a los clientes y sus motivaciones, la promoción segmentada y los mercados correctos, la transferencia de los conocimientos a las pymes, la aportación necesaria

del turismo a la economía rural o de zonas desfavorecidas gracias a la tecnología, la adaptación e destinos pioneros, la renovación de la planta hotelera y la puesta a disposición de una industria heterogénea de las herramientas de competitividad necesarias, reclaman una reflexión profunda para adaptar el modelo exitoso del año 2000 a las exigencias de las empresas, trabajadores y viajeros del año 2030.

Estamos asistiendo al nombramiento de Ministros, y Turismo vuelve a ser encuadrado dentro de la cartera de Industria y Comercio. Esto en principio no podemos indicar si es bueno o malo, aunque es preocupante el hecho que en las primeras declaraciones de los responsables públicos la palabra Turismo no aparece en ninguna de ellas. Hemos visto cómo incluso se han multiplicado el número de Ministerios, dando a entender que se puede crecer en políticas públicas para conseguir los objetivos del Gobierno. De todos es conocido que CEHAT viene abogando por la creación de una Secretaría de Estado muy potente que dependa directamente de presidencia de Gobierno y no quede relegada a un cajón de sastre con un presupuesto exiguo y una tarea difusa como viene siendo tradicional en los últimos gobiernos.

Nos ofrecemos para poder ayudar a los nuevos responsables políticos para que de forma leal y sincera conozcan la realidad de aquellos que cada día han de mantener la mayor industria de nuestro país, el turismo, y deseamos poder comenzar a la mayor brevedad posible a marcar objetivos comunes para la consolidación de un futuro prometedor para el Sector Hotelero. Tenemos sobre la mesa problemas de compleja solución, como el modelo de desarrollo, la sostenibilidad, la irrupción descontrolada de la economía sumergida, la irrupción de las viviendas y distorsión de la oferta, la turismo fobia que levemente empieza a estar en la mente de algunos residentes, etc.

Sabemos que no es fácil con esa minoría poder actuar, pero debemos afrontar el futuro con optimismo y dedicación, ya que está en juego la estabilidad económica de España. Tienen nuestra colaboración. No les defraudaremos.



*José Manuel Cardona*  
Socio de Garrigues

# El contrato de gestión hotelera (I): Pasado, presente y futuro

*El contrato de gestión hotelera ha devenido esencial en el desarrollo de la industria hotelera actual y está íntimamente ligado a sus procesos de profesionalización, integración e internacionalización. Sería difícil, por no decir imposible, explicar la expansión de determinadas cadenas, tanto en número de activos operados como en destinos o*

*ubicaciones si no fuera por la utilización de la gestión hotelera como medio idóneo para todo ello. La eficiencia, especialización y competencia del mercado turístico, así como los procesos de globalización resultan ser un impulso a la expansión de los operadores hoteleros.*

**E**n nuestro anterior artículo, mi compañero David Vich comentaba la difusa línea fronteriza entre el contrato de arrendamiento y el de gestión cuando ambos recaen sobre una industria hotelera. Ambos contratos no son lo mismo, son diferentes sí, pero tienen sus elementos comunes y el origen del contrato del Management hotelero nos dice algo al respecto.

Se atribuye a Conrad Hilton, fundador de la cadena que lleva su apellido, la “invención” del contrato de gestión hotelera. A finales de la década de los cuarenta, cuando Hilton sólo poseía hoteles en territorio continental norteamericano el gobierno de Puerto Rico le solicitó la construcción y apertura de un hotel en su capital, San Juan. Esta sería la primera aventura fuera del continente por parte de la cadena. La inseguridad jurídica que suponía entonces invertir una cantidad ingente de dinero para adquirir terrenos y promover la construcción de un nuevo hotel en un territorio que, aunque asociado a los Estados Unidos treinta años antes, tenía una estructura económica y jurídica ajena a la anglosajona hicieron que al final fuera una empresa local quien acometiera la inversión para la construcción del hotel y Hilton, tras acreditar sus conocimientos y experiencia, ofreciera operarlo con la enseña de la cadena a cambio de una retribución exclusivamente ligada a los resultados de explotación del hotel. Con el

tiempo, y tras este caso embrionario, la operación hotelera se fue desgajando, de modo que el titular del negocio (normalmente el propietario del inmueble, pero también pudiera serlo un tercero arrendatario) sigue asumiendo los ingresos y costes de la operación, pero cede al gestor el manejo del hotel a cambio de unos honorarios, en parte relevante, se calculan en función de los resultados obtenidos por el negocio hotelero. En definitiva, el relato anterior nos conduce a las claves empresariales de la gestión hotelera: mínima inversión en capital, escaso riesgo, valor de los intangibles y expansión de la cadena.

El contrato de gestión hotelera ha devenido esencial en el desarrollo de la industria hotelera actual y está íntimamente ligado a sus procesos de profesionalización, integración e internacionalización. Sería difícil, por no decir imposible, explicar la expansión de determinadas cadenas, tanto en número de activos operados como en destinos o ubicaciones si no fuera por la utilización de la gestión hotelera como medio idóneo para todo ello.

La eficiencia, especialización y competencia del mercado turístico, así como

su proceso de globalización, resultan ser un impulso a la expansión de los operadores hoteleros. Muchas cadenas no desean seguir invirtiendo en activos inmobiliarios, inmovilizando gran parte de sus recursos o aumentando su endeudamiento. En el mercado coinciden posiciones con un interés que pudiera ser común: por un lado, tras muchos años de experiencia en

la operación hotelera, hay hoteleros que han adquirido un ‘expertise’ o “know-how” que es de difícil transmisión a terceros y que por evitar incrementar su portfolio inmobiliario

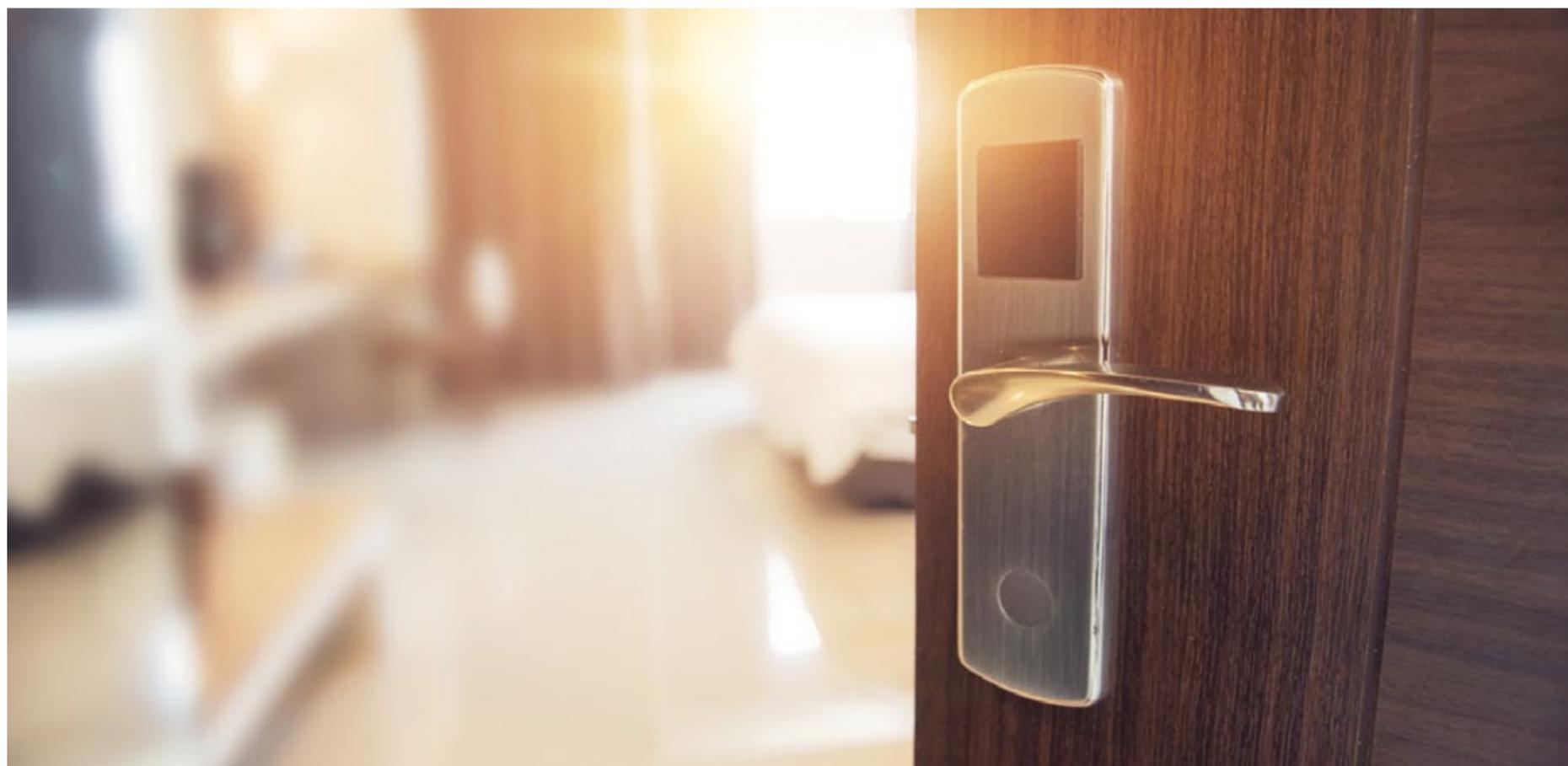
no pueden tampoco aplicar a más activos propios. Por otro lado, se encuentran propietarios u operadores hoteleros que por diversos motivos prefieren ceder el manejo de sus hoteles en un tercero, bien porque no han sido capaces de sistematizar sus conocimientos en la gestión, o por carecer del equipo humano necesario, o por hallarse en un proceso de tránsito en su empresa familiar que complican la continuidad del manejo sobre su explotación hotelera. Sea cual fuere el motivo, lo cierto es que el contrato de gestión hotelera se convierte en una herramienta

idónea en la que pueden confluír distintos y diversos intereses, de modo que a través del mismo las cadenas hoteleras puedan expandirse, el titular del negocio hotelero pueda obtener una buena rentabilidad basada en el buen hacer del tercero gestor y el inversor o financiador obtenga mayor confianza sobre el retorno de su inversión.

Si bien un contrato de gestión hotelera puede parecer inicialmente un acuerdo sencillo, entendemos que las partes contratantes han de plantearse, negociar y redactar adecuadamente las cláusulas relativas a su duración, la ‘performance’ del hotel, su financiación, los honorarios de gestión, las restricciones a la libre transmisibilidad del hotel, el “key money”, las obligaciones de no injerencia por el titular del hotel, el ‘compliance’, la reserva de FF&E, etc. teniendo además muy presente la verdadera naturaleza económica y jurídica de dicho contrato, así como las claves tributarias del mismo.

Dedicaremos próximos artículos a comentar los mencionados aspectos relevantes del contrato de gestión hotelera, figura contractual clave del sector que tiene un origen y unas determinadas causas de su nacimiento (pasado), una enorme importancia e implantación actual (presente) y que sin duda incrementará su peso específico en las operaciones hoteleras en los próximos años (futuro).

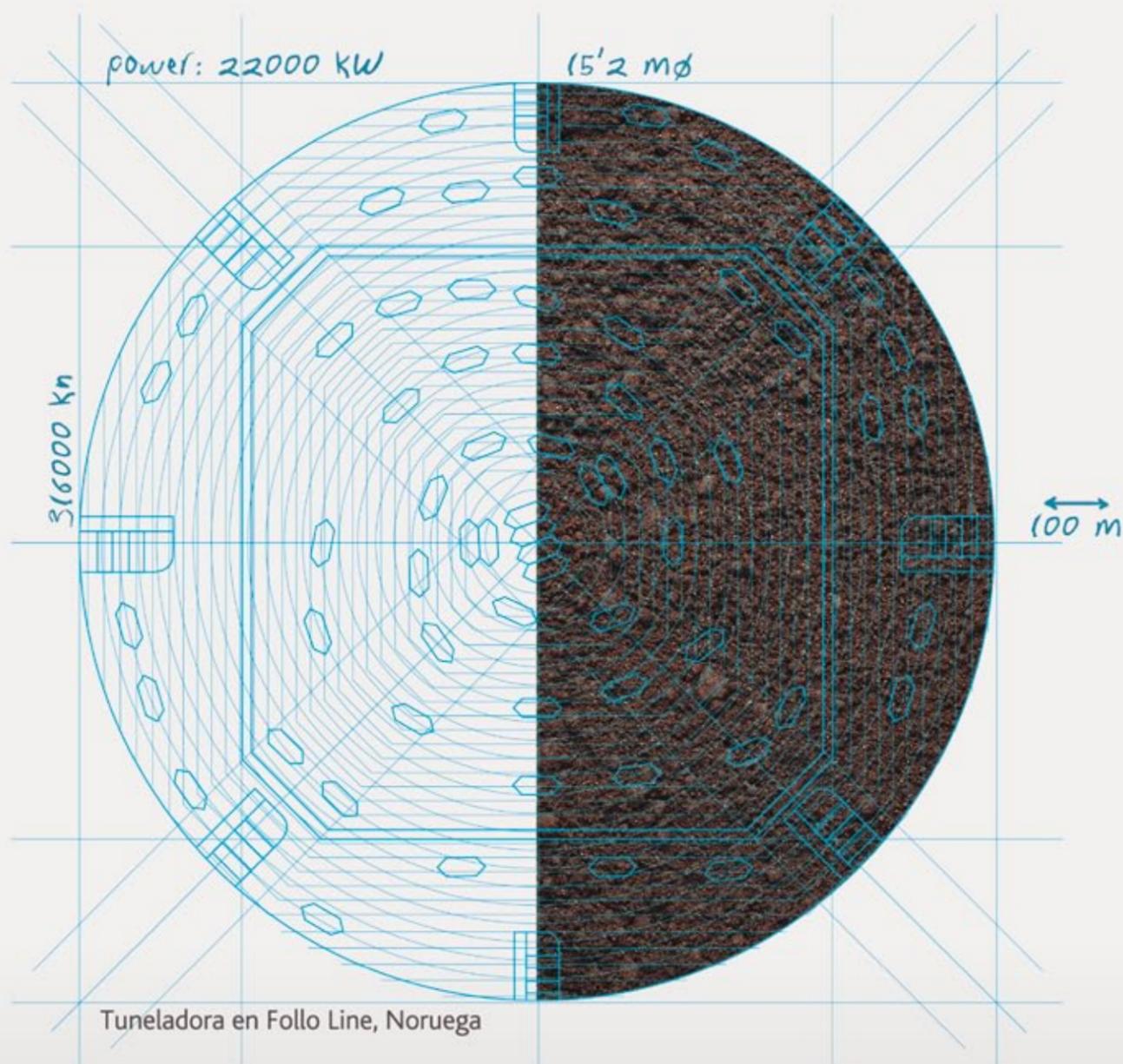
Se atribuye a Conrad Hilton,  
fundador de la cadena que  
lleva su apellido, la “invención”  
del contrato de gestión



# DISEÑAMOS EL CAMBIO PARA CONSTRUIR EL FUTURO

En ACCIONA creemos que es momento de continuar diseñando el cambio, por eso construimos soluciones sostenibles de **infraestructuras basadas en el respeto** al entorno y a las comunidades en las que se asientan.

Apostamos siempre por el **desarrollo sostenible** y la excelencia técnica, liderando así proyectos a la vanguardia de **I+D+i** en más de 20 países en los 5 continentes.



[accionacom](http://accionacom)

\* ENERGÍAS RENOVABLES

INFRAESTRUCTURAS





**Carlos Sedano**  
Asesor Laboral de CEHAT

# El despido por la incapacidad temporal del trabajador no es nulo

*Últimamente se ha reabierto el debate acerca de la calificación jurídica -improcedencia o nulidad- que merece el despido de un trabajador en situación de incapacidad temporal. Determinados pronunciamientos judiciales, procedentes tanto de instancias europeas como nacionales, han venido asimilando en determinados supuestos la incapacidad temporal a la discapacidad, lo que posibilitaría la calificación de nulidad del despido,*

*pues si bien parece pacífico que la situación de incapacidad temporal no es tenida en cuenta como un factor de segregación o discriminación que permita la calificación de nulidad de la decisión empresarial, sí lo es la discapacidad. Por ello cobra interés la reciente sentencia del Tribunal Supremo, de 15 de marzo de 2018, que califica como improcedente el despido de una trabajadora en situación de incapacidad temporal.*

El Tribunal Supremo, en sentencia de 15 de marzo de 2018, dictada resolviendo un recurso de unificación de doctrina, ha calificado como improcedente el despido llevado a cabo por una empresa del sector multiservicios sobre una trabajadora a la que imputaba que, de los 453 días que llevaba contratada, únicamente había estado en disposición de prestar servicios de forma efectiva un periodo total de 164 días, permaneciendo el resto en situación de baja médica, lo que evidenciaba un rendimiento laboral inferior al pactado, así como una pérdida de rentabilidad y productividad para la empresa.

El despido se produjo en fecha 31 de julio de 2015, y la empleada había iniciado el proceso de incapacidad temporal el día 13 de octubre de 2014, por lo que había permanecido en dicha situación algo más de nueve meses en el momento del despido. Debe señalarse, en todo caso, que dicho proceso concluyó un año más tarde -en marcha ya el proceso judicial-, esto es, el 12 de octubre de 2015, por agotamiento del plazo máximo en dicha situación, y el diagnóstico era de trastorno depresivo grave recurrente. Apelado el despido, el Juzgado de lo Social núm. 2 de Lugo declaró la nulidad del despido, siendo dicho pronunciamiento confirmado posteriormente por la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Galicia, al considerar que el despido por enfermedad asimilada a discapacidad es discriminatorio y por lo tanto nulo.

Recurrida dicha decisión ante el Tribunal Supremo, la Sala de lo Social del alto tribunal entendió contradictorio dicho pronunciamiento con otro del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, en el que la trabajadora había sido despedida en el décimo día de incapacidad temporal derivada de accidente laboral, entendiendo el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña que la calificación del despido debía ser improcedente y no nulo, por entender que en el caso examinado la enfermedad no era subsumible en el concepto de discapacidad.

El Tribunal Supremo estima en la sentencia analizada que la doctrina del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña es la correcta, y casa y anula la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Galicia, declarando el despido improcedente y no nulo; no sin antes aclarar que el despido disciplinario llevado a cabo por la empresa fue evidentemente injustificado, ya que ninguna responsabilidad por incumplimiento laboral cabía imputar a una trabajadora cuya ausencia se hallaba

amparada por una incapacidad temporal. Ahora bien, establece que dicha situación no es ninguna de las que nuestro ordenamiento jurídico protege específicamente con la sanción de nulidad, por no ser un supuesto de discriminación recogido en la Constitución.

En todo caso, el Alto Tribunal, en relación a la jurisprudencia europea que asimila determinadas incapacidades temporales a la noción de discapacidad, analiza dicha posibilidad, esto es, si la situación de la trabajadora despedida pudiera ser incluida en la noción de discriminación resultante de la Directiva europea 2000/78, la cual establece que “existirá discriminación indirecta cuando una disposición, criterio o práctica, aparentemente neutros pueda ocasionar una desventaja particular a personas por una religión o convicción, con una discapacidad, de una edad, o con una orientación sexual determinadas, respecto de otra personas...”. Por tal razón

examina la jurisprudencia propia a la luz de la europea, y afirma que la enfermedad en cuanto tal, o sea, considerada únicamente y de forma abstracta como enfermedad, no entra dentro de los motivos de discriminación, pero ello no obsta a que una enfermedad que comporte una discapacidad a corto plazo, pueda incluirse como discapacidad y por tanto quede protegida por la Directiva europea. En tal sentido, acoge el

concepto de persona discapacitada como aquella que tenga deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su

participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás trabajadores.

Afirma por tanto que, si una enfermedad curable o incurable acarrea una limitación que impida la participación plena y efectiva de la persona de que se trate en la vida profesional en igualdad de

condiciones con los demás trabajadores, y si esta limitación es de larga duración, tal enfermedad sí puede estar incluida en el concepto de «discapacidad» en el sentido de la Directiva 2000/78. En cambio, una enfermedad que no suponga una limitación de esta índole no estará comprendida en el concepto de «discapacidad» en el sentido de la Directiva 2000/78, pues la enfermedad en cuanto tal no puede considerarse un motivo de discriminación.

Bajo estas premisas, concluye que, en el caso concreto enjuiciado, la situación de incapacidad temporal en la que se hallaba la trabajadora al ser despedida, en una fecha en la que ni siquiera había agotado el periodo máximo y mucho menos existía resolución alguna acerca de una situación duradera de futuro no permitía identificarla con la noción de “discapacidad”, por lo que, entiende que no es posible incardinar la baja temporal de la demandante en un supuesto de discriminación gravado con la calificación de nulidad, sino mantener la de improcedencia derivada de la falta de justificación como despido disciplinario, que en todo caso exige un componente intencional, ausente en la actuación de la trabajadora.

La enfermedad en cuanto tal no puede considerarse un motivo de discriminación





Hablamos de crecer, sí...  
de crecer juntos.



 <b>Renault Clio</b> o similar	 <b>BMW Serie 5</b> o similar	 <b>BMW i3</b> o similar
<b>11€ al día</b>	<b>26€ al día</b>	<b>19€ al día</b>

**AHORA PUEDES OFRECER  
MÁS SERVICIOS A TUS CLIENTES**

### ■ ¿Por qué contratarlo?

- > Ofrecer mayor servicio a tus clientes.
- > Generación de valor añadido.
- > Posicionamiento y pro-actividad hacia las necesidades de tus clientes.
- > La posibilidad de generar una oferta más completa (Habitación + Coche).

### ■ Beneficios para tus clientes:

- > La posibilidad de disponer de vehículo para lo que necesiten.
- > La comodidad de contratarlo directamente desde el hotel, con la confianza y seguridad que implica.
- > Contratarlo solo durante el tiempo que lo necesiten, sin compromiso.
- > La posibilidad de contratarlo conjuntamente con la habitación (reduciendo así trámites molestos).

### ■ Ventajas del Renting Flexible:



Kilometraje  
ilimitado



Precio cerrado  
sin sorpresas



Vehículo  
de sustitución



Talleres  
homologados



Asistencia  
en carretera



Neumáticos  
ilimitados



Gestión  
de multas



Seguro  
cerrado



Atención  
al conductor



Vehículos  
nuevos o de stock



Garantía de  
calidad



Devolución opcional a partir  
del 1º mes\*



**¡Además el primer depósito de combustible gratuito!**



**Júlia Petit Terradas**  
Abogada de Tourism & Law

## La lucha del Sector Hotelero contra las fraudulentas Illness claims

*El Reino Unido aprueba dos nuevas medidas legislativas para paliar los efectos de las illness claims sobre los operadores turísticos y desalentar la interposición de reclamaciones falsas por parte de los consumidores. En los últimos meses hemos podido comprobar cómo*

*han ido descendiendo el número de reclamaciones interpuestas contra establecimientos hoteleros españoles por supuestas enfermedades gástricas contraídas durante el disfrute de paquetes vacacionales comercializados por turoperadores británicos.*

La diligente gestión de las asociaciones y agentes del sector turístico implicados ha propiciado la adopción de protocolos por parte de los turoperadores, para filtrar las demandas recibidas y mejorar el traslado de información y documentación a los establecimientos afectados en fase extrajudicial. Asimismo, la modificación de la legislación civil británica como principales herramientas para disuadir el ejercicio de pretensiones sin base fáctica ni jurídica.

Prueba de ello ha sido la entrada en vigor el pasado mes de abril de la modificación de la Sección 45 (Part 45) de la normativa procesal civil británica -Civil Procedure Rules- que regula las cantidades que, a menos que el tribunal ordene lo contrario, se permitirán con respecto a los cargos de los representantes legales. Al contrario de lo que ha ocurrido hasta el momento, los honorarios de los abogados intervinientes en los procedimientos de reclamación por daños personales derivados de reclamaciones por enfermedades gástricas quedarán regulados en función del importe de la reclamación y la duración del procedimiento.

El legislador británico está convencido de que el hecho de no limitarse los costes legales de los representantes de los consumidores en este tipo de reclamaciones ha alentado a dirimir estas pretensiones por la vía extrajudicial. En consecuencia, se cree que esta situación ha facilitado la

interposición de reclamaciones fraudulentas ante la escasa probabilidad de no ser admitidas por los turoperadores y establecimientos hoteleros.

Con esta reforma, se establece una escala de importes (Tabla 6D Public Liability Claims; Sección 45), por la cual si las partes llegan a un acuerdo extrajudicial -previo a la interposición de demanda ante la jurisdicción civil- por importe de entre 1,000 y 5,000£ los costes fijos correspondientes a los representantes legales serán de 950£ y el 17,5% de los daños. En reclamaciones de importe hasta 10,000£, el importe de los costes fijos asciende a 1,855£ y el 10% de los daños -si éstos superan las 5,000£-. Cuando la cantidad reclamada supere las 10,000£, los abogados pueden reclamar 2,370£ y el 10% de los daños cifrados -si éstos superan las 10,000£-. En el supuesto de la demanda se dirima en sede judicial, los costes fijos serán de 3,790£, el 27,5% de los daños fijados y reconocidos y la tasa judicial correspondiente.

Según ABTA, el valor promedio de compensación solicitada en una reclamación por enfermedad gástrica se sitúa alrededor de las 2,100£, y el coste de defender y gestionar dicha reclamación se fija en

3,800£ de promedio, por lo que la implantación de esta medida supondrá un ahorro sustancial para los operadores y establecimientos turísticos que deban afrontar una reclamación de esta naturaleza a la vez que aportará seguridad y certeza en cuanto a la planificación del procedimiento de defensa extrajudicial y judicial.

Por otro lado, el 7 de mayo entró en vigor el nuevo Protocolo para resolución extrajudicial de reclamaciones por enfer-

medades gástricas dentro de paquetes turísticos (Pre-action protocol for resolution of package travel claims), que resultará de aplicación a aquellas reclamaciones cuya letter of claim se remita con poste-

rioridad a la fecha de entrada en vigor. Entre otras novedades, este protocolo sólo será aplicable a reclamaciones por daños personales que tengan origen en una enfermedad gástrica (package travel claim). En este sentido, a fin de garantizar la concurrencia de una mínima actividad probatoria, se exige que en el primer escrito de reclamación (letter of claim) dirigido al turoperador y al establecimiento hotelero se desglose y justifique la cantidad que se reclama. El texto recoge la necesidad de aportar lo antes posible por parte del cliente

al interponer la reclamación informes o historial médico comprensible que acredite el eventual daño causado. Así mismo, el Protocolo aboga por la utilización de métodos alternativos de resolución de conflictos -ADR- que permitan resolver la disputa generada antes de trasladarla a los tribunales. Como Anexos al Protocolo se recogen modelos de carta de reclamación y de contestación por parte del hotelero, que viene a asemejarse en contenido y forma al modelo ya distribuido entre los miembros de CEHAT y en el que colaboró nuestra firma Tourism&Law.

Sin duda, ambas medidas inciden de pleno en la práctica de los despachos de abogados británicos y las empresas llamadas claim farmers, encargadas de contactar con clientes susceptibles de reclamar y reconducirlos a firmas legales, entendiéndose reducirán los incentivos de estos agentes para interponer reclamaciones fraudulentas, toda vez que los eventuales honorarios a percibir quedarán reducidos a los fijados en la normativa de aplicación y deberá aportarse desde el momento de interposición de la reclamación documentación que sustente jurídicamente la pretensión. Todo ello, entendemos permitirá defender y proteger con garantías y de manera satisfactoria los derechos e intereses de los establecimientos hoteleros y operadores turísticos españoles frente al cada vez más residual fenómeno de las fraudulentas illness claims.

El valor medio de compensación en una reclamación por enfermedad gástrica es 2,100£





## GRUPO PIKOLIN CONTRACT

Pikolin Grupo Contract es una de las unidades de negocio de Grupo Pikolin dedicada exclusivamente al equipamiento de la industria hotelera internacional.

Con una experiencia de más de 70 años, garantizando altos niveles de calidad y servicio, abastece en los 5 continentes, a las principales cadenas hoteleras españolas y grupos hoteleros del mundo.

Nuestra filosofía es que la estrecha colaboración con nuestros clientes es esencial para el adecuado cumplimiento de sus necesidades.

Para ello tenemos directores de ventas especializados que dan asistencia directa y hacen que cada proyecto se gestione de manera excelente, comenzando por la adaptación a las necesidades de nuestros clientes: productos únicos, innovadores diseños y medidas especiales.

Somos una compañía del descanso líder en innovación y con el mayor número de patentes del sector, capacitada para aportar soluciones únicas para proyectos y necesidades.

La producción está sometida a los más estrictos controles de calidad bajo estrictas normativas internacionales IQnet, ofreciendo una amplia gama de servicios de valor añadido, tales como almacenamiento, transporte o montaje del producto en cualquier parte del mundo.

Por todo ello Grupo Pikolin es líder del mercado europeo de descanso y contract.



**Tfno: +34 914 85 26 30**  
**[www.grupopikolincontract.com](http://www.grupopikolincontract.com)**

# Hoteles más eficientes

*Por su propia naturaleza, los hoteles y alojamientos turísticos tradicionalmente presentan un alto consumo energético. Todo un reto en términos económicos y de gestión, pero también una gran oportunidad para aquellos operadores que sepan reinventarse. Optimizar el consumo de energía en áreas como la iluminación, la*

*climatización, la generación de agua caliente o el mantenimiento de instalaciones permite reducir de forma significativa los costes operativos de las empresas hoteleras. Por eso, modelos de eficiencia energética como los desarrollados por ACCIONA Service son un factor clave para garantizar la competitividad del sector hotelero.*

**P**recio y cantidad. Estas son las dos variables que determinan el coste final que pagan por la energía tanto empresas como particulares. Considerando que la capacidad de actuación sobre la primera de ellas es limitada, apostar por un modelo de consumo más racional es clave para ser más competitivos. Consumir menos energía y hacerlo de forma más eficiente es fundamental en cualquier sector de actividad; también en el hotelero.

## ¿Cómo consumen energía los hoteles?

El consumo energético en los alojamientos turísticos depende del tipo de instalaciones, del tamaño de las mismas y de los horarios de apertura, entre otros factores.

Según los datos del proyecto Pyme Energy Check Up, cofinanciado por la Unión Europea a través del programa Intelligent Energy-Europe, aproximadamente el 25% del consumo total de energía en un hotel proviene de la producción de agua caliente sanitaria, seguido de la refrigeración (19%), calefacción (18,6%) e iluminación (11%).

El consumo energético oscila, inevitablemente, en función de la época del año, la ubicación y el nivel de ocupación del establecimiento, aunque de forma aproximada, se estima que el gasto de energía de este tipo de instalaciones puede suponer entre un 3-6% del total de los costes de explotación, lo que representa el segundo capítulo de costes más relevante, solamente por detrás de los gastos de personal.

Una cifra que dibuja un amplio horizonte de mejora. Iluminación, climatización, sistemas de seguridad, gestión y mantenimiento, agua caliente sanitaria, limpieza... Las medidas de eficiencia energética pueden convertirse en aliadas de los gestores hoteleros en numerosas áreas.



Todo ello con miras a garantizar la viabilidad económica del proyecto y la satisfacción del cliente, indicadores que no pueden entenderse por separado.

## Consumir la energía de forma más racional

El desarrollo de la tecnología y la reducción progresiva de costes tras años de estudio han incrementado la viabilidad de los modelos de eficiencia energética en numerosos sectores, incluyendo la hostelería. Conocer dónde y cómo se utiliza la energía es clave para lograr la eficiencia en su consumo. Por ello, empresas como ACCIONA Service, ofrecen a sus clientes a un modelo de gestión energética que va un paso más allá, analizando la demanda presente y futura.

## Anticipando las necesidades

En una primera fase, se realiza un diagnóstico de las instalaciones mediante audito-

rias que evalúan el uso de la energía que se está realizando. Después, se formulan e implantan las propuestas técnicas más adecuadas.

Un segundo paso, permite, además, conocer el perfil de consumo de un sistema o inmueble y caracterizar las variables que influyen en él – climatología, nivel de actividad, etc.- para predecir tendencias futuras. De esta manera, se detectan desviaciones en tiempo real y se corrigen de forma inmediata.

ACCIONA Service, como empresa de servicios energéticos, dispone de los medios materiales y humanos más avanzados y especializados en este tipo de proyectos. Medios de monitorización, captación y procesamiento de datos, un equipo de ingenieros especializado en eficiencia energética, y un Centro de Control de Edificios, pionero en el sector, en el que se centralizan y monitorizan los datos y se realiza la toma de decisiones.

## Desterrando mitos: eficiencia energética con garantía de ahorro

Lejos de la creencia tradicional de que un proyecto de este tipo requiere una fuerte inversión inicial, ACCIONA Service apuesta por un modelo de colaboración con sus clientes que no exige desembolso previo.

Así, la empresa prestadora de los servicios asume el coste inicial de la renovación de instalaciones, modificación de sistemas y consultoría, de manera que el cliente no afronta un gasto, sino que comparte un porcentaje del ahorro logrado una vez puesto en marcha el sistema. Ello permite al cliente centrarse en su actividad principal y mantener un mayor control y predicción de costes, sin necesidad de realizar esfuerzos financieros iniciales.

Además de reducir el coste final de la factura, las medidas de eficiencia energética llevan aparejadas otras ventajas como un aumento de la fiabilidad y seguridad de los equipos, una reducción en los costes de mantenimiento y un incremento en la satisfacción de los usuarios, algo especialmente importante en un sector como el hotelero, en el que el bienestar del cliente es sinónimo de éxito.

Pero, además de los ahorros tangibles que inciden directamente sobre la cuenta de resultados, los modelos de eficiencia energética son una forma rentable de garantizar un presente y un futuro más sostenibles, reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero y minimizando en la medida de lo posible el impacto que la actividad empresarial tiene sobre el medioambiente.

Se trata, en definitiva, de una apuesta por consumir “mejor” la energía, ahorrando sin recortar en calidad ni en bienestar.



# El Círculo Empresarial de Turismo y CaixaBank se alían para dinamizar el sector turístico

*Ambas entidades renuevan el convenio suscrito el año pasado en la intención de mejorar de las relaciones de tipo comercial y financiero del sector turístico onubense, y ratifican un nuevo convenio específico para el sector Hotelero. El convenio ha sido suscrito*

*por el director territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental, Rafael Herrador; el presidente CETH y de la Asociación Provincial de Hoteles de Huelva, José Manuel Díaz-Sánchez Matamoros.*

CaixaBank y el Círculo Empresarial de Turismo de Huelva (CETH) han renovado el acuerdo suscrito el pasado año entre ambas entidades, por el que las empresas turísticas asociadas a las distintas organizaciones que conforman el Círculo Empresarial de Turismo representantes de los sectores Hoteleros, Hosteleros, de Campos de golf, de Campings y de Agencias de Viajes Receptivas, tendrán acceso a una variedad de productos y servicios financieros en condiciones ventajosas.

El convenio ha sido suscrito por el director territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental, Rafael Herrador; el presidente CETH y de la Asociación Provincial de Hoteles de Huelva, José Manuel Díaz-Sánchez Matamoros, contando a su vez con la presencia en el acto de firma con los representantes de los sectores turísticos a los que se dirige este convenio.

De esta manera CaixaBank, pone a disposición del sector turístico onubense una amplia gama de productos y servicios

de los cuales no sólo se podrán beneficiar las empresas miembros de las distintas asociaciones que conforman el Círculo Empresarial de Turismo, sino que se podrá hacer extensivo tanto a los trabajadores como proveedores de las mismas.

De los productos puestos a disposición del sector turístico, destacan aquellos que están dirigidos a la renovación tecnológica y la modernización de las instalaciones a través de figuras como el renting, leasing, préstamos, etc..., o las líneas de financiación de circulantes e incluso otros servicios como la gestión de cheques y pagarés, facturas, tesorería, etc. Todos ellos en condiciones ventajosas y preferentes a través de una gestión personalizada, en una clara apuesta por parte de CaixaBank de convertirse en la entidad financiera de referencia para el sector turístico onubense.

Por otra parte y al objeto de trasladar al sector hotelero de la provincia las condiciones del convenio suscrito entre la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y Caixa-



bank, se ha ratificado específicamente un convenio entre la Asociación Provincial de Hoteles (Representante de la CEHAT en Huelva) y dicha entidad financiera, a través del cual y a nivel nacional se atendieron operaciones en el pasado año 2017 por importe de 1.300 millones de euros de financiación para el sector hotelero.

“El sector turístico es uno de los más estratégicos e importantes en el conjunto de la economía española, con una significativa contribución al PIB provincial y generación de empleo. Por esta razón, este sector es

prioritario para CaixaBank porque creemos en su potencial de crecimiento, capacidad de innovación y en su importante contribución a la recuperación económica”, ha sostenido Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental.

Por su parte, José Manuel Díaz, presidente del CETH y de la Asociación Provincial de Hoteles ha valorado muy positivamente tanto la renovación del acuerdo ratificado el pasado año por el Círculo Empresarial de Turismo, como la firma del nuevo convenio con el sector hotelero y, “que viene a reforzar la apuesta por parte de CaixaBank por el sector del turismo en general y la hostelería en particular, como motor de la recuperación social y económica”. Así mismo puso de manifiesto el interés por parte del sector turístico en contar con las mejores herramientas que permitan ser cada día más competitivos y reforzar de esa manera el valor añadido y esencial que la oferta empresarial aporta a un destino turístico de primer orden como es la provincia de Huelva.

## OPORTUNIDADES DE AHORRO EN COSTES LABORALES

## MINORACIÓN DE RIESGOS ANTE INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL



**Retribución a éxito**



**Generamos ahorros en su cotización empresarial a la Seguridad Social**



**Asistencia ante Inspección de Trabajo y Seguridad Social en un sector recurrente para la Inspección**

# El cliente busca experiencias en los hoteles

Savills Aguirre Newman dentro de su programa HOT TRENDS ha organizado la jornada multidisciplinar *Valores diferenciales en los hoteles de nueva generación*, con la participación de CEHAT, Google España, Tripadvisor y Banco Sabadell, y la colaboración de Pescanova by Kabuki, en la que se han analizado los distintos valores que están

marcando tendencia en los hoteles de nueva generación desde la óptica del cliente, del operador, del financiador y de los inversores. La jornada, que ha contado con más de 100 asistentes entre hoteleros, inversores y players de la industria, ha sido inaugurada por Santiago Aguirre, presidente del Consejo de Administración de Savills Aguirre Newman.

Santiago Aguirre ha señalado, en su intervención, la importante apuesta estratégica que está realizando la consultora internacional en el segmento de hoteles, cuyo peso es creciente en el sector inmobiliario, una apuesta que se acrecienta por la presencia global de la firma.

George Nicholas, responsable a nivel global del segmento Hoteles en Savills, ha recalado la creciente relevancia económica mundial del sector turístico, y el creciente interés del real estate turístico, ya consolidado como un asset class para el inversor institucional, y especialmente en España, segundo destino turístico mundial y uno de los países con mayor crecimiento, vanguardista e innovador en la industria.

El programa de la jornada ha contado con una mesa redonda, moderada por Juan Garnica, director ejecutivo de la división Hoteles, Ocio y Turismo de Savills Aguirre Newman, en la que han participado, Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, Sandra Manresa, head of travel de Google España, Mercedes Sánchez, senior key accounts manager de TripAdvisor, José María Martín Rigueiro, director de negocio Turístico-Hotelero de Banco Sabadell, y Jorge Rosillo, director Hoteles, Ocio y Turismo de Savills Aguirre Newman.

El enfoque de la mesa redonda se ha orientado a recoger la opinión del panel sobre qué factores diferenciales existen en los hoteles full service de nueva generación, más allá de ubicación, categoría y precio, desde el punto de vista del cliente final, tanto en la decisión de compra como en la evaluación de la experiencia, que están haciendo los hoteleros para adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda y que elementos tienen un mayor impacto de valor.

En sus intervenciones, Sandra Manresa ha destacado como el cliente cada vez busca más una experiencia en su estancia, busca hoteles con conceptos singulares y distintivos, con una mayor atracción por la gastronomía, por rutas de compras y por la propia integración del establecimiento en la localidad, en el ecosistema local dónde esté ubicado. En este sentido, Manresa ha subrayado que las búsquedas de hoteles con experiencia se ha multiplicado por dos en el último año.

Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, ha abogado por la especialización de los hoteles como factor diferencial clave, especialización que incluso puede ser diferente en un mismo establecimiento en función de la estacionalidad, de la época del año, para intentar abarcar un mayor espectro de demanda, adaptando sus servicios a esa demanda especializada. Un aspecto muy relevante para Estalella está en la innovación de los servicios, hasta el punto de que es casi más importante adaptar los hoteles a las nuevas tendencias vía servicios que en instalaciones, lo que abre un gran abanico de oportunidades.



Mercedes Sánchez, senior key accounts manager de TripAdvisor, ha insistido en que el cliente valora experiencias y por ello ya no busca un hotel concreto, o una determinada cadena, sino una experiencia por lo que la clave, el valor añadido, está en la oferta de experiencias vía ubicación, instalaciones y, sobre todo, servicios. Sánchez ha destacado también que esta tendencia está llevando a un cambio en los criterios de posicionamiento competitivo entre los hoteles, donde los competidores no son los tradicionales por ubicación, marca o categoría.

Según José María Martín Rigueiro, director de negocio Turístico-Hotelero de Banco Sabadell, el hotelero es un sector muy complejo a la hora de analizar las inversiones, donde además del titular/sponsor; al operador y al propio establecimiento, hay que analizar las tendencias de la demanda, en base a la nueva realidad de la distribución, como clave en los planes de negocio y las cuentas de explotación. Para el directivo de Banco Sabadell, en la actualidad se analizan mayor variedad de elementos y servicios a

financiar, desde gastronomía, enología, servicios deportivos, de salud... destacando que cerca del 80% de las operaciones que estudia la entidad bancaria están ligadas a servicios que mejoran la experiencia del hotel.

Jorge Rosillo, director de Hoteles, Ocio y Turismo de Savills Aguirre Newman, ha apuntado que frente a la tendencia de los últimos años de hoteles ultra eficiente limited service, en los hoteles full service el inversor se fija cada vez más en el propio establecimiento y sus servicios como clave de valor. En este sentido, Rosillo, ha destacado el principal cambio de tendencia que supone en España la conversión de los que hasta hace poco eran solo centros de gastos necesarios, como la restauración y el spa, en centros de beneficio. El ejecutivo de Savills Aguirre Newman ha destacado en este sentido la apertura de los establecimientos a la demanda de servicios local como valor diferencial.

Otros temas comentados en la mesa redonda incluyeron la nueva realidad en la distribución en la que los canales directos derivan en una mayor infidelidad del consumidor a la marca (mucho más marcada en

el cliente norteamericano peor creciente en Europa), que puede ser una mayor capacidad de decisión y por tanto una oportunidad para los nuevos conceptos y las nuevas marcas.

En esta línea se destacó la innovación y vanguardismo histórico del sector hotelero español, tanto dentro de nuestras fronteras como en destinos internacionales donde ha sido la capacidad del empresariado español de construir esa diferenciación la clave del éxito actual junto con un alto grado de profesionalización que ha permitido adaptarse a las nuevas tendencias tanto técnicas (constructivas, energéticas) como de la distribución (por el avance de infraestructuras, transporte y sobre todo internet) y sobre todo de la demanda.

También el cambio en la estructura de propiedad del sector, con un creciente peso de inversor financiero versus propietario operador, fue un aspecto destacado por el panel, destacando esta realidad como clave en la consolidación del sector como segmento de enfoque inversor, con una tendencia creciente de inversión financiera directa y de construcción e vehículos de inversión, lo que claramente será un acicate de la profesionalización de la intermediación y la consultoría en la industria.

Juan Garnica, director ejecutivo división Hoteles, Ocio y Turismo de Savills Aguirre Newman, como moderador de la mesa redonda, cerró el acto destacando entre otros aspectos comentados, por un lado la clara tendencia de búsqueda de experiencias del viajero junto con el valor diferencial de la apertura del hotel al mercado local, y por otro la realidad de la progresiva distinción del inversor con el operador generando madurez en el mercado transaccional y profesionalizando necesariamente la asesoría en el segmento.

Al final de la jornada, gracias a la colaboración de Pescanova by Kabuki, los asistentes pudieron disfrutar de un showcooking de la mano de Ricardo Sanz, chef de Grupo Kabuki y el único de alta cocina japonesa con cuatro estrellas Michelin en España. Las propuestas de platos ofrecidas por el chef madrileño forman parte del nuevo concepto de cocina fusión mediterránea-japonesa del que es pionero, y para los que ha elegido los mejores productos del mar de Pescanova, en una alianza estratégica que se enfoca poder incluir esta cocina de alta calidad preparada en la oferta gastronómica de nuestra hostelería. Entre las interpretaciones gastronómicas, realizó Usuzukuri con rodaballo, producto estrella de Pescanova y protagonista en las mejores cocinas del país por su delicado sabor y sus cualidades alimenticias, y platos como Tartar de atún picante y Sashimi de salmón. Todos estos platos elaborados por Ricardo Sanz, se ofrecen listos para ensamblar, sin que sea necesario un chef especializado.



# Los edificios son responsables del 30% del consumo energético global y del 28% de las emisiones de CO2

**ROCKWOOL apuesta por edificios de consumo de energía casi nulo para garantizar un progreso sostenible. Como materia prima, la roca es un recurso natural abundante y renovable que ofrece la oportunidad de crear productos que aceleren**

**el progreso hacia un futuro más saludable y con menos emisiones de carbono. La tierra produce 38.000 veces más roca cada año a través de la actividad volcánica y oceánica que la que se utiliza para fabricar lana de roca.**

Lograr un equilibrio entre el ritmo de la actual vida urbana, el bienestar humano y la sostenibilidad ambiental presenta muchos desafíos. Según la Agencia Internacional de Energía, la intensidad energética por metro cuadrado del sector de la construcción necesita mejorar un 30% de aquí a 2030 para cumplir los objetivos climáticos de París. Esto requerirá casi duplicar el rendimiento energético actual de los edificios y significa que los edificios de consumo de energía casi nulo (nZEB, por sus siglas en inglés) necesitan convertirse en el standard global en la próxima década. Al mismo tiempo, surge una clara necesidad de invertir en la renovación energética de los edificios existentes.

“La rehabilitación de 350.000 viviendas al año hasta 2050 es necesaria para conseguir los objetivos ambientales a los que España está obligada. Se trata de una intervención que se debería realizar de forma ambiciosa y profunda, adaptando edificios para que consuman una energía casi nula, teniendo en cuenta de forma

prioritaria la mejora de la envolvente térmica e incorporando la generación de energía a través de fuentes de origen renovable”, afirma Albert Grau, Public Affairs Officer de ROCKWOOL Peninsular.

De las distintas acciones que se pueden tomar para reducir el consumo de energía y las emisiones de CO2 en el sector de la construcción, la reducción de la demanda de energía en los edificios supone la estrategia más rentable. De hecho, los edificios tienen un 70% más de potencial de reducción de costes que cualquier otro sector.

“Hoy en día, contamos con soluciones de eficiencia que nos permiten construir nuevos edificios con parámetros de consumo de energía casi nulos e incluso modernizar los existentes hasta reducir su consumo de energía entre un 50 y un 90%. Ningún otro sector tiene la capacidad para lograr este cambio hacia un modelo sostenible y respetuoso con el medio ambiente a través de tecnología existente y probada”, señala Pedro Luis Fernández-Cano, Business Unit Director de ROCKWOOL Peninsular.



Las soluciones ROCKWOOL, basadas en lana de roca contribuyen a acelerar el progreso hacia un futuro más saludable y con menos emisiones de carbono. El aislamiento de lana de roca, los paneles

de techo y los sistemas de revestimiento facilitan la creación de edificios energéticamente eficientes con un alto confort térmico y proporcionan un rendimiento acústico superior con un material reciclable, duradero y no tóxico.

Alrededor del 97% del parque inmobiliario de la Unión Europea, que asciende a más de 30 mil millones de metros cuadrados, se considera ineficiente desde el punto de vista energético. Entre el 75 y el 85% de este stock seguirá en uso en 2050. Por el contrario, sabemos que las soluciones de aislamiento para edificios basadas en lana de roca generan un ahorro equivalente al 5% del consumo anual de energía de la UE.

“Si queremos cumplir con los objetivos del Acuerdo Climático de París, es crucial una velocidad de adaptación más rápida y profunda. Para 2030, la mayoría de los edificios de propiedad privada deben haber sido adaptados a los estándares de alta eficiencia energética, si las ciudades pretenden cumplir con sus objetivos climáticos”, afirma Fernández-Cano.

UnionPay Your Way

Los Hoteles Españoles Dan la Bienvenida a los Titulares de la Tarjeta UnionPay

Más de 700.000 turistas chinos visitaron España en el año 2017 según información de la Asociación de Turismo España China. Todos viajan con una Tarjeta UnionPay en su cartera.

Las Tarjetas UnionPay son aceptadas en la mayoría de los comercios en España.

El sector de hostelería es fundamental para los turistas chinos, quienes quieren pagar con la Tarjeta UnionPay.

Es muy importante aceptar las Tarjetas UnionPay y colocar el logotipo de UnionPay en un lugar visible.

Consulte con su Banco si tiene cualquier duda sobre este particular.

Live, Travel, Explore  
**Your Way.**  
自由探索 尽我所享

© www.unionpayintl.com  
A Global Payment Network

# Humedades, los huéspedes con los que no debes contar

*Los alojamientos turísticos son muy susceptibles de padecer humedades estructurales ya sea por su ubicación, cerca de zonas húmedas, costa o entornos rurales o por su actividad, como balnearios o spas. Por ello Murprotec, multinacional europea líder en tratamientos contra las humedades estructurales, explica las claves para detectar y*

*acabar con estas patologías constructivas que afectan a la estructura de los establecimientos que las padecen y a los huéspedes y empleados que conviven con ellas. La importancia del tratamiento de las humedades estructurales radica en las consecuencias, muchas veces desconocidas, que tiene para la vida de las personas y de los edificios.*

Las humedades son patologías estructurales, por lo que para evitarlas hay que construir de la manera adecuada para que no aparezcan, tanto a nivel cimentación como aislamiento. Lamentablemente, una vez que surgen, no desaparecen ni con el tiempo ni con el cambio de condiciones climáticas y, ni mucho menos, con soluciones de albañilería al uso. Cuando aparecen la única manera de eliminarlas es ponerse en manos de especialistas que apliquen tratamientos profesionales y certifiquen su eliminación definitiva.

Un establecimiento turístico puede perfectamente padecer los tres tipos de humedades estructurales: capilaridad, filtraciones laterales y condensación. Las filtraciones laterales y la capilaridad suelen darse en mayor grado al contar estos establecimientos con más zonas ajardinadas y bajos, así como por ubicarse en zonas húmedas, de costa o de interior. Pero también la condensación está muy presente en balnearios y spas, donde hay un excesivo vapor de agua en el ambiente.

## Los tipos de humedad que puede padecer tu establecimiento

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

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

Asimismo, la condensación se genera cuando se produce un excesivo nivel de vapor de agua en el ambiente y se genera la condensación del agua. Los efectos más visibles de estas humedades son hongos y mohos en esquinas y paredes, así como cristales empañados en ventanas y espejos.

Murprotec elimina estos tres tipos de humedad de forma definitiva con tratamientos exclusivos y patentados, de fabricación propia y con sello europeo. Para ello, la compañía cuenta con un puntero departamento de I+D+I donde la innovación en productos, materiales, tratamientos y procesos permiten mejorar la satisfacción de los clientes y la calidad del servicio. Todo esto se traduce en que Murprotec es la primera empresa del sector en obtener la certificación de calidad ISO 9001.

## Consecuencias de las humedades

La importancia del tratamiento de las humedades estructurales radica en las consecuencias, muchas veces desconocidas, que tiene para la vida de las personas y de los edificios.

La realidad es que un muro de carga con humedad puede perder gran parte de su capacidad portante, ya que se debilita la fuerza de cohesión de los elementos y materiales que constituyen dicho muro. Además, el contacto de esta superficie mojada con el aire hace que se produzca la oxidación de la pared, pudiendo llegar a ser un problema de notable gravedad. En estos casos extremos –en los que la estructura dañada por las humedades no soporta la totalidad del peso de la carga–, se puede llegar a un colapso estructural; es decir, en un derrumbe parcial o incluso total de la estructura o del edificio.

Otro efecto importante es el que tiene que ver con el consumo energético. Con la humedad en un edificio, la utilización de los aparatos de calefacción se dispara.

La salud también es una de las consecuencias más importantes: la humedad afecta a todos los que mantienen contacto habitual con esta patología. Desde los empleados de los establecimientos hasta los huéspedes y repercutiendo, más aún si cabe, en los grupos más vulnerables como son niños y ancianos. Las humedades pueden llegar a provocar problemas respiratorios, alérgicos, dolores musculares e incluso enfermedades pulmonares. La humedad en las paredes es, además, el hábitat perfecto para el desarrollo de ácaros, hongos y bacterias.

## Plan integral para el sector hotelero

Murprotec ha elaborado un programa dirigido a los hoteles y alojamientos turísticos con la finalidad de responder a las demandas que surgen en el sector cuando aparecen problemas de humedades. El plan integral se compone de un conjunto de soluciones y servicios diseñados para, en primer lugar, eliminar de forma definitiva las humedades estructurales, pero también para que los establecimientos ahorren tiempo, esfuerzo y dinero, delegando los trámites y seguimiento de los trabajos en profesionales y consultores de Murprotec.

## Principales medidas incluidas en el programa:

1. Designación de un técnico cualificado de Murprotec al establecimiento para un asesoramiento personalizado desde el inicio del proyecto.

2. Visita, diagnóstico y elaboración de informes con planos en 3D detallados a coste 0 para la eliminación de los proble-

mas de humedad por capilaridad, filtración lateral y condensación.

3. Línea de Crédito. Financiación exclusiva sin intereses de los trabajos a realizar hasta en 60 meses.

4. Garantía por escrito de hasta 30 años.

5. Promociones para establecimientos a nivel individual: se aplicará un descuento del 12% en el neto del presupuesto aceptado.

6. Promociones especiales para cadenas hoteleras: si se contratan tratamientos para más de tres hoteles se valorará en cada caso un mayor porcentaje de descuento.

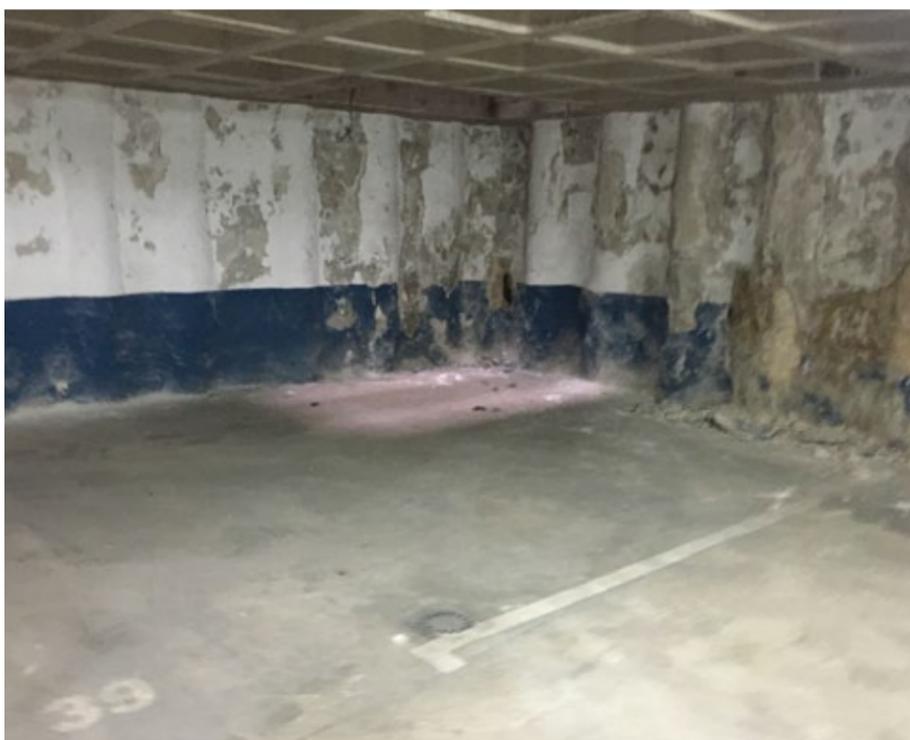
7. Acompañamiento, asesoramiento y presentación de los tratamientos en Juntas/Consejos de Administración por técnicos cualificados si se solicita de forma gratuita.

## El Lario confía en Murprotec para eliminar sus problemas de humedades

Uno de los alojamientos turísticos que ya ha confiado en Murprotec a la hora de erradicar su problema de humedades es El Lario, en el municipio de Alcalá de los Gazules en la provincia de Cádiz. ha confiado en Murprotec para eliminar de forma definitiva sus problemas de humedades.

Concretamente el establecimiento padecía problemas de capilaridad que los técnicos de Murprotec Andalucía trataron aplicando el tratamiento exclusivo de microemulsiones que crea una barrera de estanqueidad infranqueable para la humedad de la tierra.

“Si acabar con las humedades en las viviendas particulares es un tema prioritario, hacerlo en establecimientos por donde pasan incontables personas se vuelve indispensable ya que esta problemática afecta no sólo a la estructura de los muros, sino a la salud”, afirma Juan Federico Gallardo, director de Murprotec Andalucía.



# ML Hoteles, Hotel Barcelona 1882 y La Isla y el Mar ganadores del IV Premio RSC Hotelera

*ML Hoteles, Hotel Barcelona 1882 y La Isla y el Mar han sido los tres hoteles ganadores de la IV edición del Premio RSC Hotelera, organizado por Fundación InterMundial Seguros en colaboración con Tourism&Law y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Además, como novedad en la historia de este galardón, en esta edición se ha concedido un Premio Especial del Jurado a la cadena hotelera ARTIEM*

*Hotels para reconocer su excelente labor en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Los premiados han sido elegidos entre las más de 120 iniciativas presentadas por 40 hoteles. La entrega de premios se realizó el jueves 31 de mayo en el Museo del Automóvil y de la Moda de Málaga, durante la cena de gala celebrada en el marco del Congreso de Hoteleros Españoles organizado por CEHAT en colaboración con AEHCOS.*

**M**L Hoteles ha sido el ganador en la categoría Económica. El jurado ha destacado su compromiso por promocionar la industria agroalimentaria autóctona esforzándose por dar a conocer entre sus clientes los productos locales y regionales a través de campañas como “Sabor a Málaga” o “Tasty Andalucía”. Además, ML Hoteles mantiene una Política de Compras Socialmente Responsables con la que involucra a sus proveedores en las políticas de sostenibilidad de la cadena. El galardón lo ha recibido José Carlos Escribano, director general de ML Hoteles.

El premiado en la categoría Social ha sido el Hotel Barcelona 1882, que desarrolla una serie de iniciativas muy originales en las que, tanto el hotel como sus empleados, se implican con su tiempo y recursos, con la comunidad local. En este sentido, además de sendos bancos de recursos y de horas de mantenimiento, de los que los vecinos con menos recursos pueden beneficiarse, el hotel se ha adscrito como miembro del camino escolar de dos escuelas cercanas. Esta cooperación permite que, en caso de necesidad, los escolares puedan entrar al hotel y solicitar cualquier tipo de ayuda si fuera necesario, durante las 24 horas del día que el establecimiento permanece abierto. Anna Castan, directora del hotel, ha sido la encargada de recoger el galardón.

El Hotel La Isla y el Mar, de Lanzarote, ha sido el ganador en la categoría Medioambiental. Recibe el premio por



acometer un innovador proyecto de reforma 360 grados en sus instalaciones, que le ha permitido convertirse en un producto diferenciado, pasando de ser un establecimiento de categoría 2 llaves a un Hotel Boutique Sostenible. El galardón ha sido recogido por Concha Saavedra, directora del Hotel.

Además este año, y por primera vez en la historia del galardón, se ha otorgado un Premio Especial del Jurado que ha recaído en la cadena hotelera ARTIEM Hotels. El jurado reconoce así el esfuerzo y la dedi-

cación en materia de RSC por parte de ARTIEM, que ha presentado una candidatura muy completa, con nutridas iniciativas para cada una de las tres categorías en las que se divide el premio. José Guillermo Díaz Montañés, CEO de ARTIEM, ha sido el encargado de recoger el premio.

La entrega de los galardones corrió a cargo de Manuel López, CEO de Grupo InterMundial y patrono de Fundación InterMundial Seguros, y por Javier del Nogal, director general de Tourism & Law. “Los premiados han demostrado que son

capaces de integrar la RSC en sus políticas empresariales, presentando propuestas de alto valor añadido que permiten devolver a la sociedad parte de sus beneficios. Conseguir ser socialmente responsables es una parte fundamental del camino hacia el auténtico Turismo Sostenible”.

El jurado de esta IV edición del Premio ha estado formado por: Manuel López, CEO de Grupo InterMundial y patrono de Fundación InterMundial, Javier del Nogal, director general de Tourism&Law, Joan Molas, presidente de la CEHAT, Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, Valentín Ugalde, gerente de la CEHAT, Antonio Nieto, Subdirector de la Secretaría de Estado de Turismo, Carlos Garrido, presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Jose Antonio Alba, Director Territorial de Andalucía en Unicaja y distintos representantes de los medios de comunicación. La próxima edición del premio se celebrará en 2020.

El Premio RSC Hotelera es una iniciativa de Fundación InterMundial Seguros, junto a Tourism & Law y a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que surge en 2012 con el objetivo de reconocer el esfuerzo realizado por los hoteles españoles en materia de Responsabilidad Social Corporativa. El Premio se convoca cada dos años, coincidiendo con la celebración del Congreso de Hoteleros Españoles de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).



En el transcurso de la Cena de Gala que tuvo lugar en el Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga, dentro de los actos organizados en el Congreso de Hoteleros Españoles, se hizo entrega de las distinciones de Hotelero de Honor y Huésped de Honor que este año recayeron

en Josep Graset, Javier Illa, Luis Callejón, Pedro Turpault, José Luis Martín Lorca y Antonio María Ceballos, en el primero de los casos, y en José Jiménez, de Pikolin, en el segundo. El presidente de CEHAT, Juan Molas, fue el encargado de hacer entrega de estos galardones.



Hotelero de Honor: Josep Graset



Hotelero de Honor: Javier Illa



Hotelero de Honor: Luis Callejón.



Hotelero de Honor: Pedro Turpault.



Hotelero de Honor: José Luis Martín Lorca.



Hotelero de Honor: Antonio María Ceballos.



Huésped de Honor: José Jiménez.

# Málaga acogió el Congreso de Hoteleros Españoles para abordar los retos del Sector

*El acto de inauguración contó con la participación del Presidente de CEHAT, el Presidente de AEHCOS, la Secretaria de Estado de Turismo, el Presidente de la Diputación de Málaga y el Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Durante dos días cerca de*

*medio millar de empresarios del sector hotelero se dieron cita en el Palacio de Congresos de Málaga. Las primeras mesas de debate se centraron en la situación económica actual en España, el impacto de la vivienda privada en el turismo y la expansión hotelera en el país.*

El día 31 de Mayo arrancó en Málaga el Congreso de Hoteleros Españoles, la cita bienal más importante del sector que ha congregado en la ciudad al empresariado del sector hotelero de todo el país. Cerca de medio millar de empresarios hoteleros asistieron a las dos jornadas del evento, en las que se profundizaron y analizaron de la mano de destacados ponentes y especialistas los principales retos que tiene el sector para reforzar su posicionamiento internacional y mejorar su competitividad. El impacto de la vivienda privada en el turismo español, la expansión hotelera, los grandes actores digitales y su impacto en la transformación del sector o los retos de la gestión hotelera son algunos de los temas que centraron la agenda del encuentro.

En el acto inaugural participaron el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas; el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Costa del Sol (AEHCOS), Luis Callejón; la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asían, el presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo; y el consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Javier Fernández.

Luis Callejón, presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), quiso dar la bienvenida a los congresistas: “quiero desearos que tengáis un buen congreso; que podamos todos aprender y debatir de los problemas que se presentan para sacar el mayor rendimiento a nuestras empresas y a este país, aportando empleo de calidad e impuestos para que podamos entre todos generar el país número uno en turismo mundial”. Callejón ha resaltó que para ello, en el ámbito de las viviendas privadas de uso turístico, “es fundamental competir en un mismo marco de igualdad, así como facilitar la agilidad de la Administración para solucionar la situación actual”.

El presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo, señaló que “todos tenemos que seguir trabajando y apostando por el empleo de calidad” y ha incidido en que “nuestro principal objetivo es consolidar la Costa del Sol como destino de alto nivel reforzando su imagen y prestigio para reducir aún más la estacionalidad”.

La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asían, abogó por la equidad y la transparencia tributaria en torno a las viviendas particulares de uso turístico: “estas plataformas se verán obligadas a declarar el nombre del titular del inmueble, el número de días que se ceden al uso, el precio, incluso el modo de pago que se utilice. Por lo tanto con la implantación de estas obligaciones de carácter periódico, con esta información y el cruce de en el catastro la transparencia en el sector va a ser un antes y un después”.

Por su parte Javier Fernández, consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, destacó el papel del sector hotelero: “Sin hoteles no hay destinos, sin plazas hoteleras no podemos traer rutas aéreas, no podemos hacer el destino atractivo para que los que nos visiten se diviertan, para que vivan. Sois la clave para seguir creciendo y sois la clave también para que ese crecimiento se plantee también desde la sostenibilidad. Desde la Consejería tenemos muy claro que la sostenibilidad tiene que ser también social, cultural, económica. En definitiva ser clave en el desarrollo social”.

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, recordó algunas de las principales dificultades que afronta el sector y los retos que tiene por delante. Se refirió expresamente a la situación

totalmente impactado por los cambios tecnológicos y por ello es más importante que nunca poder entender hacia dónde van las tendencias, hacia dónde va el cliente cada vez más influenciado por la tecnología”.

La situación de España, la vivienda privada y la expansión hotelera, temas de arranque del Congreso

A lo largo de la mañana se desarrollaron las primeras ponencias y mesas redondas del Congreso, que se centraron en analizar el panorama socioeconómico del país, el impacto de la vivienda privada en el turismo español y la expansión hotelera.

En la primera de ellas, denominada “Situación económica actual en España”, participaron Juan Pablo Lázaro Montero de Espinosa, presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE; José Antonio Zarzalejos, analista político y social y dos veces director del diario ABC; y Joaquín

que los distintos actores nos alineemos para perder este tren”.

José Antonio Zarzalejos, señaló en su intervención que “Es muy preocupante que en la Europa del Siglo XXI tanto el nacionalismo extremo como el independentismo tengan unas expresiones respecto de los españoles claramente xenófobas y supremacistas. Por tanto es incomprensible que no se hayan unido los partidos prioritarios en España”. Zarzalejos mostró además su preocupación por “la bajísima voz que en materia económica mantiene el empresariado, como si la política fuese una cuestión marginal respecto de la marcha de la economía, la empresa, la fiscalidad, etc. Ante una situación política como esta toda la estructura organizativa empresarial española no ha dicho ni una sola palabra”. Una postura que Lázaro quiso matizar señalando que “nosotros tenemos que hablar de economía y de lo que hay que hacer para que esta vaya bien” y concluyó que “en la sociedad civil nos toca hablar a cada uno de lo que nos toca hablar la economía se hace con un montón de decisiones micro que afecta a la macro, y en eso es en lo que nosotros tenemos que trabajar”.

En la jornada matinal, también tuvo lugar la mesa redonda “Impacto de la vivienda privada en el turismo español”, moderada por José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur y en la que intervinieron Santiago Menéndez, director general de la AEAT; Javier del Nogal, director general de Tourism & Law; Francisco Javier Fernández, consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía; y Enrique Villalobos, presidente de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid. Una de las principales conclusiones de la mesa ha sido la necesidad de que exista una cooperación entre las distintas administraciones para armonizar una regulación a la que todos los agentes implicados puedan ceñirse, algo en lo que ha incidido Zoreda: “Hay que afrontar una regulación valiente, con visión de estado. Procurar una mayor coordinación interadministrativa desde la Unión Europea, el Gobierno Español y las administraciones autonómicas”.

Enrique Villalobos, presidente de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales, ha querido aclarar cómo “desde el movimiento vecinal no estamos en contra de ningún tipo de actividad económica, sino de las actividades económicas que no están reguladas y que nos afectan de una manera tremenda y directa a la base social”. En este sentido, Villalobos ha señalado cómo “uno de los temas por los que más ha luchado el movimiento vecinal ha sido el acceso a la vivienda, y la relación de esto es muy proporcional a la realidad de las viviendas privadas de uso turístico: estamos viendo cómo hay calles en el centro de Madrid en las que están siendo



sociopolítica de Cataluña “que en nada beneficia a nuestro sector y que desconocemos absolutamente las consecuencias que pueden derivarse en los próximos meses, no solo en Cataluña como también en el resto de España” y mencionó la “crisis política probablemente de gran trascendencia” que afronta el país, aunque apuntó que “a pesar de la gravedad del momento, no podemos ni debemos caer en el fatalismo”.

El presidente de CEHAT realizó una llamada atención sobre “un auténtico tsunami de oferta ilegal que se ha instalado en España, sin que las administraciones adopten las medidas correctoras adecuadas” y ha querido reclamar, “una vez más, la intervención decidida del Gobierno central para armonizar de forma adecuada las medidas que deben acometerse en materia fiscal, laboral, de control de registro de huéspedes, etc., a través de una nueva legislación que va más allá de cada una de las diecisiete respuestas normativas autonómicas o municipales”. Además, ha querido señalar el papel de la tecnología en el sector: “El sector turístico se ve

Vizmanos, jefe de Economía de COPE que moderó la mesa. El debate, que se ha realizado en un momento de especial sensibilidad política, se ha centrado en analizar el impacto económico y empresarial de la situación actual que vive el país.

Preguntados por Vizmanos sobre impacto en los mercados y desde el punto de vista de la inversión, Lázaro Montero de Espinosa ha señalado que la evolución de la economía española es muy buena pero ha insistido en que “el mejor acicate para la economía es la confianza y cualquier incertidumbre crea desconfianza. Por lo tanto lo que tiene que pasar que pase cuanto antes para recuperar la normalidad y que se sigan haciendo las reformas estructurales para que sigamos siendo competitivos”. El Presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE señaló cuatro factores que interactúan en “esta gran matriz: la crisis financiera, el efecto de las economías emergentes como China o India, la globalización y sobre todo la revolución tecnológica que estamos viviendo, que no es coyuntural. Es estructural y requiere

expulsados vecinos y vecinas porque fondos de inversión compran edificios y se suprimen alquileres de renta antigua a personas que no pueden afrontar los nuevos alquileres”. Los centros urbanos, como ha explicado, se están quedando sin vecinos, y se está obligando a la gente a vivir en los extrarradios de las ciudades.

Santiago Menéndez, director general de la AEAT, explicó cómo desde la administración se está haciendo un gran esfuerzo en entender la realidad de lo que está sucediendo para poder actuar con eficacia, y ha señalado varias particularidades que impactan positivamente en el desarrollo de su actividad: “Por un lado, el que defrauda a Hacienda ya se empieza a ver como una persona insolidaria. Es una tendencia social que vemos y nos ayuda”. “La actividad que se desarrolla a través de la web deja huella”, de tal manera que se puede realizar un seguimiento de este tipo de actividades, algo que ha impactado fundamentalmente en los últimos ejercicios: “hemos conseguido que desde la campaña del 2015 respecto de la renta presentada en el año 2016 el importe declarado por rentas y capital inmobiliario subiera en un 40%”.

Javier Fernández, consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, incidió en la importancia del trabajo conjunto y consenso entre administraciones para “Mientras estemos circunscritos a la relación entre dos particulares no hay capacidad ninguna de regular eso que no sea la prohibición absoluta pero la prohibición absoluta al final sería una prohibición de todo tipo de alquileres, porque al sacarlo de la regulación nos está limitando a un vacío legal”. El Consejero insistió en la importancia de la labor de consenso llevada a cabo por Andalucía, y ha vuelto a reclamar “que haya una armonización, transversal y vertical, donde todas las administraciones sepamos cuales son las competencias que se nos pueden dar para la regulación de este fenómeno, donde también seamos capaces de hacerlo desde los diferentes ámbitos: el urbanismo, la fiscalidad, el empleo, etc. Quiero compartir con el resto de administraciones las soluciones a este tema”.

Por último Javier del Nogal, director general de Tourism & Law, apuntó como conclusión de la mesa que hay que propiciar que todos los agentes, “también los propietarios, empiecen a sentirse cómodos en un

marco regulatorio”. Para ello, en línea con lo explicado por el Consejero, del Nogal señaló la necesidad de trabajar de manera coordinada “cada uno en su ámbito, porque este es un tema transversal”. “Lo primero que tenemos que hacer es una fórmula de armonización. Esto no se circunscribe sólo al ámbito turístico”, ha concluido.

La jornada avanzó con la mesa redonda “La expansión hotelera en España hoy”, en la que participaron Paloma Villamor, directiva de Tinsa; Pablo Carrington, socio fundador de Marugal Distinctive Hotel Management; Guillermo Pérez, director general de Panoram Hotel Management; y Ángel Palomino, director de AXORA. La mesa estuvo moderada por Bruno Hallé, socio fundador de Magma Consulting.

Ángel Palomino, director de AXORA, señaló que “cuesta mucho más adquirir buenos activos. Los precios se han disparado; sin embargo el escenario geográfico sigue creciendo”. Apuntó además que “hoy día hay un apetito vacacional español”. Con respecto a la recuperación de los destinos competidores, Pablo Carrington, socio fundador de Marugal Distinctive Hotel Management, valoró asimismo

que “hemos tenido unos años totalmente atípicos, lo que pasa es que ahora se va a corregir el mercado. Es un año de cambio un poco complicado, nada glorioso, pero simplemente de reajuste”.

En la mesa se puso el acento además en la importancia de la gestión. Así lo hizo Guillermo Pérez, director general de Panoram Hotel Management, quien señaló que “ya es hora de que los hoteleros nos dediquemos a hacer lo que sabemos hacer. En este momento actual se nos toma en cuenta como actores que lo que podemos hacer es mejorar y sacar el mayor beneficio de la gestión operativa”.

Preguntada por los activos de las principales ciudades españolas Paloma Villamor, directiva de Tinsa, indicó que “lo que hemos notado sobre todo en Madrid es la carencia y presión en los hoteles de cinco estrellas, una presión que viene desde arriba hacia abajo, y por la que hemos tenido muchísimas valoraciones para el reposicionamiento y transacción de activos de tres estrellas. En la playa también se demandan hoteles de cuatro y cinco estrellas, pero sobre todo los reposicionamientos están orientados para jóvenes con hoteles de tres estrellas”.

## La presencia online y los retos de la gestión en el Congreso de Hoteleros Españoles

*Tras una mañana centrada en la situación del país, el impacto de la vivienda privada y la expansión hotelera, la tarde se focalizó en analizar*

*los desafíos que afronta el sector ante la profunda transformación digital que ha vivido en los últimos años.*

**M**ercedes Sánchez, Senior Key Account Manager de TripAdvisor, abordó la operativa del sitio web con la ponencia “Desmontando los mitos de TripAdvisor”. Como explicó Mercedes Sánchez, “los hoteleros han de participar activamente de la conversación online. Las opiniones se incluyen en los procesos de decisión de compra y a veces la influencia es mayor de los vídeos, las imágenes o las redes sociales”. Apuntó en este sentido cómo actualmente “el marketing no lo hacemos nosotros, lo hacen los clientes con sus opiniones”.

Bajo el título “La memoria de Internet”, el experto en ciberseguridad Iván González, CEO de Privacidad Global, explicó en detalle la información que se deja con el uso Internet y hasta qué punto puede accederse a datos de la vida privada a través de aplicaciones, búsquedas y uso habitual de redes sociales. González señaló que “todo lo que subo a Internet tiene una ficha de información, absolutamente todo”. Los metadatos, pueden ofrecer por ejemplo los detalles de cualquier imagen: dónde se ha tomado, a qué hora, desde qué dispositivos, en qué localización, etc. Por ello insistió en la importancia de ser conscientes de esta realidad.

La primera jornada del Congreso de Hoteleros Españoles terminó con la mesa redonda “Visión 2028: Retos de la gestión hotelera para los próximos 10 años”, en la que participaron Hugo Rovira, director general de Southern Europe y USA de NH Hotels; Tomás López de la Torre, socio responsable de Turismo y Ocio de KPMG; Jorge Schoenenberger, socio responsable

de Transporte, Hostelería y Servicios de EMEA de Deloitte; y Cayetano Soler, socio responsable de Turismo y Transporte de PwC. La mesa estuvo moderada por Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, en esta mesa se pusieron en común fórmulas para que el empresario hotelero pueda afrontar el futuro con optimismo.

Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, arrancó la mesa preguntando a los participantes por la influencia que tendrán las nuevas tecnologías en los próximos 10 años. En este sentido Cayetano Soler, socio responsable de Turismo y Transporte de PwC, apuntó tres

tecnologías que van a ayudar al proceso disruptivo de la evolución del sector: la inteligencia artificial, la ciberseguridad y el blockchain: “ya más de un 20% de las empresas españolas están asumiendo inversiones importantes en lo que es inteligencia artificial, y un 70% lo quiere acometer en los próximos años”. “Todo lo que tiene que ver con análisis predictivos, el internet de las cosas, sistemas cognitivos, reconocimiento de voz y de imágenes. Todo esto nos va a cambiar y hay muchos procesos de nuestro negocio que se están viendo afectados por la implementación de estas tecnologías” concluyó.

Hugo Rovira, director general de Southern Europe y USA de NH Hotels, hizo hincapié en los servicios que se pueden ofrecer tanto a los clientes alojados como a los ciudadanos del entorno del alojamiento hotelero: “tenemos que pensar en satisfacer a los clientes más allá de su estancia: qué hacer, por ejemplo, para que la gente se quiera quedar a comer o cenar o que la gente de fuera quiera ir a tu restaurante”. Asimismo, señaló la importancia del Guess Experience, los eventos o la organización de conciertos y acciones especiales.

“Yo creo que los atributos de diferenciación en este sector tienen mucho que ver con las personas. Es un eje fundamental y no hace falta ser marca para tener un buen servicio al cliente. Creo que si como dueños estáis en la gestión, tenéis buena capacidad de enganchar a la gente, apuntó Jorge Schoenenberger, socio responsable de Transporte, Hostelería y Servicios de EMEA de Deloitte,

En cuanto a la situación del sector dentro de una década, Tomás López de la Torre, socio responsable de Turismo de KPMG, indicó que “la solución no es única. Cada hotelero tiene que dimensionar su propio futuro a corto y largo plazo. Y en este sentido las grandes cadenas no tomarán las mismas decisiones que las pequeñas. El difícil equilibrio que tiene que existir entre la comercialización intermediada y la directa será distinta en unas situaciones y en otras”. En este sentido López de la Torre ha señalado tanto ventajas como peligros de la intermediación para un hotelero independiente, como que se lleguen a alcanzar cifras inasumibles.



# Compromiso social, transformación digital y canales de venta centran la última jornada del Congreso de Hoteleros Españoles

*Compromiso social, transformación digital y canales de venta directa han centrado la segunda y última jornada del Congreso de Hoteleros Españoles. El evento, organizado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), junto a la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), ha congregado durante dos días en la ciudad de Málaga al empresariado hotelero para abordar los retos que enfrenta el sector hotelero.*

La jornada comenzó con la ponencia 'Upgrade express', de Carla González, socia fundadora de Birced Bienestar Profesional, quien ha explicado cómo las nuevas formas de sedentarismo reducen la capacidad respiratoria y mostró ejercicios prácticos para "convertir una jornada laboral en un entrenamiento saludable para los empleados".

A continuación Carlos Garriga, Project Manager de la Fundación We Are Water, presentó la labor que la entidad realiza en países con falta de acceso a agua potable y su campaña #NoWalking4Water para denunciar esta realidad que afecta a millones de personas en el mundo. Planteo la importante labor social que puede realizar el sector hotelero en el ahorro de agua en los establecimientos, aportando usos prácticos mediante los que puede apoyar a la entidad y reforzar al mismo tiempo la imagen socialmente responsable: "Cada vez más los millennials, y los que vienen detrás, valoran un consumo responsable".

El experto en Transformación Digital, Marc Vidal, ante una sala abarrotada de público, habló de cómo afectará la incorporación de inteligencia artificial a la hotelería y, en concreto, al empleo. Ahí quiso acabar con el mito de que los robots nos quitarán los puestos de trabajo, asegurando que precisamente será todo lo contrario, ya que su introducción "genera eficacia" y, por tanto, puede conducir a "generar empleo". Los robots vendrán a librarnos de las tareas automatizables y monótonas, dejando al ser humano tiempo y espacio para sacar



mayor partido a su creatividad y su inteligencia emocional. Llámeme optimista pero yo creo que así será, aunque quizá el problema sea para quienes no tengan recursos personales en este sentido.

Tras Marc Vidal tuvo lugar la mesa redonda "¿Es gratis la venta directa?", moderada por Álvaro Carrillo, director general del Instituto Técnico Hotelero, y que contó con la participación de José María Carbó, Senior Vicepresident of Sales de Bonotel Exclusive Travel; Walter Lo Faro, Director Market Management Southern Europe de Expedia; y

Javier Pardo, director comercial del Sur de Europa de NH Hotels.

Como se puso de manifiesto en la mesa, lejos de ser rivales, la intermediación y los hoteles deben trabajar juntos para reforzarse mutuamente en cada uno de los ámbitos. En este sentido, José María Carbó realizó un llamamiento al empresario hotelero a "mirar hacia adentro y a tener inteligencia de cómo vender al cliente, que es suyo", un aspecto en el que se incidió en la mesa, y que reafirmó Walter Lo Faro: "si no se consigue fidelizar al cliente con la experiencia del hotel

todo el resto no sirve de nada". Lo Faro señaló además cómo hoteles y compañías de distribución deben potenciar fórmulas de trabajo conjunto que no se basen sólo en una mera intermediación: "lo importante es desarrollar una tecnología que esté basada en necesidades reales del cliente". Javier Pardo apuntó cómo es fundamental que las propias compañías hoteleras pongan todo el esfuerzo posible en sus activos propios: "en cuanto a las páginas web, hay que empezar a trabajar en contenidos dinámicos, no sólo estáticos. Tiene que buscarse un mayor dinamismo de contenidos".

El Congreso de Hoteleros Españoles concluyó con la conferencia "Optimismo y pasión en tiempos de cambio" a cargo de Emilio Duró, una ponencia en la que el reconocido conferenciante va intentando llegar a los asistentes tratando de que tomen conciencia de la necesidad de mantener y mejorar una mentalidad positiva y una motivación para enfrentarse a aquellos retos que diariamente se nos plantean.

Como él mismo indica, entre los objetivos fundamentales de su formulación está facilitar nuevas ideas para gestionar los cambios que se avecinan, obtener mejoras en la vida personal y profesional, ofrecer técnicas concretas para gestionar las emociones; vencer los miedos que nos atenazan y asumir la responsabilidad de nuestras vidas y nuestras acciones, para ello, expone que "hay cuatro factores que nos ayudan en la búsqueda de la felicidad: mantenernos en forma, desarrollar la mente, cultivar el espíritu y comunicar nuestras emociones".



# Congreso de Hoteleros Españoles - Sesiones



Entrega de placas a hoteles e instituciones (30 de mayo)



Cóctel de bienvenida (30 de mayo)



Situación económica actual de España (31 de mayo)



Viviendas privadas de uso turístico (31 de mayo)



La expansión hotelera en España hoy (31 de mayo)



Desmontando los mitos de TripAdvisor (31 de mayo)

# Congreso de Hoteleros Españoles - Sesiones



La memoria de Internet (31 de mayo)



Visión 2028 de la gestión hotelera (31 de mayo)



Upgrade Express (1 de junio)



Fundación 'We are water' (1 de junio)



Reworking (1 de junio)



¿Es gratis la venta directa? (1 de junio)



Optimismo y pasión en tiempos de cambio (1 de junio)

# Congreso de Hoteleros Españoles



Unicaja



Tinsa



Pikolin



Roca



Andalucía



Málaga



# SM el Rey inaugura el nuevo complejo industrial de Pikolin en Zaragoza

*El 18 de mayo de 2018, coincidiendo con el 70 aniversario de la compañía, S.M. el Rey, Felipe VI, inauguró el nuevo complejo industrial y logístico de Pikolin, en el que se ha invertido 50 millones de euros, convirtiéndose en el más moderno de Europa en su sector. La fábrica, ubicada en una parcela de 225.000 m<sup>2</sup>, de los que*

*130.000 m<sup>2</sup> los ocupa la superficie construida, y 35.000 m<sup>2</sup> el almacén logístico, tiene capacidad para producir un millón de colchones al año. Antes de descubrir la placa conmemorativa del acto, Don Felipe tuvo oportunidad de realizar una visita guiada por los puntos de producción más emblemáticos del complejo industrial.*

**L**a nueva fábrica de Pikolin es el mayor y más moderno complejo industrial y logístico de Europa y uno de los mayores del mundo en el sector del descanso. El proyecto responde a la vocación de crecimiento y futuro de Grupo Pikolin.

Con el objetivo de mejorar las condiciones de todos los que trabajan en la compañía y ofrecer un servicio de calidad al cliente, las nuevas instalaciones unan la factoría con las oficinas, lo que supone mejoras en la seguridad, la calidad y la eficiencia de los procesos.

Coincidiendo con que Grupo Pikolin cumple 70 años y con ellos, el primer aniversario de sus nuevas instalaciones, D. Felipe VI inauguró oficialmente el complejo industrial siendo recibido por el presidente de la compañía, D. Alfonso Soláns.

Durante su visita a las instalaciones de Pikolin, S.M el Rey estuvo también acompañado por el presidente del Gobierno de Aragón, Javier Lambán, el Ministro de Interior, Miguel Ángel Zoido, el Delegado

del Gobierno, Gustavo Alcalde, el Alcalde de Zaragoza, Pedro Santisteve, el Justicia de Aragón, Ángel Dolado y numerosas personalidades locales y regionales.

Una vez finalizada la visita, S.M el Rey descubrió la placa conmemorativa del acto de inauguración, acompañado del presidente de Grupo Pikolin, Alfonso Soláns, quien le expresó su gratitud por el enorme reconocimiento que para Pikolin supone su presencia en el acto celebrado el pasado 18 de mayo. El presidente de Grupo Pikolin recordó también que esta no es la primera ocasión en la que Don Felipe visita las instalaciones de Pikolin, ya que el 12 de mayo de 1998 lo hizo en calidad de Príncipe de Asturias con motivo del 50 aniversario de la empresa. “Han transcurrido 20 años Majestad, entonces estábamos orgullosos de contar con una Fábrica donde se habían automatizado todos los procesos y, ahora, tenemos un complejo industrial y logístico preparado para afrontar los retos de la transformación 4.0. lo que nos permitirá dar un servicio más rápido y personalizado a las necesidades de

nuestros clientes. Hoy Majestad, está usted inaugurando las instalaciones que sientan las bases de nuestro futuro”.

En pleno siglo XXI con la transformación digital en marcha, Grupo Pikolin emplea hoy a 2.937 personas en todo el mundo, siendo líder del sector en España y Francia. Grupo Pikolin han conseguido afianzar sus innovadores productos en Europa, América y Asia. Es el segundo grupo europeo del mercado del descanso, con una facturación de 442,5 millones de euros, es líder de ventas en España y Francia. La empresa aragonesa, presente en los tres segmentos de este mercado: hogar, hospitalario y hotelero, cuenta con 10 plantas de producción, 3 en España, 5 en Francia y 2 en el sudeste asiático, China y Vietnam, lo que le ha permitido consolidar su presencia en mercados internacionales.

Para mirar al futuro y reconocer los retos que se plantean siempre es necesario echar la vista atrás. La afianzada estrategia de internacionalización que ha llevado a estar presentes en todo el mundo con diez

fábricas y diferentes acuerdos comerciales, tiene aún grandes desafíos que afrontar. Este proceso de internacionalización ha ido acompañado con la consolidación en el mercado local.

Internacionalización, diversificación, profesionalización de la gestión, orientación al cliente, la mejora continua y el trabajo en equipo, cimentan el crecimiento del Grupo. Como muy bien recalca el Consejero Delegado, José Antonio González, “Somos plenamente conscientes del escenario cada vez más exigente al que nos enfrentamos, ante mercados cada día más competitivos y maduros que demandan de las empresas propuestas de mayor valor añadido. A ello le sumamos los retos de la digitalización, de una nueva revolución. Hemos sido pioneros en el lanzamiento del primer colchón inteligente diseñado y fabricado con tecnología 100% española, SmartP!k. Ha sido el primer paso de un camino que vamos a recorrer, de una aventura que, sin duda, será apasionante. El futuro empezó ayer y en Pikolin lo construimos cada día”.



# El nuevo Hostel Generator de Madrid apuesta por la innovadora y ecológica tecnología de Mitsubishi Heavy Industries para ACS

*Generator desembarca en Madrid con su segundo espacio en España; el primero se abrió en Barcelona hace cuatro años. Se trata de un establecimiento que está ubicado en pleno corazón de la ciudad, entre la ajetreada Gran Vía y el animado barrio de Malasaña, a pocos pasos de la Puerta del Sol. Se sitúa en un edificio construido en*

*1930, ocupado en su momento por una gasolinera con aparcamiento. Generator sigue su política de elegir espacios originales para remodelarlos y transformarlos en hostels de diseño siguiendo, en este caso, el estilo español en sus interiores y combinándolo con un estilo más contemporáneo.*

Continúa, además, con su apuesta por la creación de hostels boutique que buscan ofrecer una experiencia enriquecedora; espacios comunes y una amplia oferta gastronómica se suman a su variedad de opciones de alojamiento.

Dispone de 6.000 metros cuadrados y cuenta con 129 habitaciones con 542 camas, de las cuales 51 de ellas son privadas, dobles y family rooms y los 78 restantes son habitaciones compartidas con 4 y 8 camas.

Además, cuenta con varias salas de ocio, bar y otros espacios comunes, como una gran terraza en la azotea con zona lounge donde celebrar eventos veraniegos.

El objetivo del grupo Generator, con esta nueva apertura, es simbolizar su compromiso con España y su ambición por seguir creciendo y expandirse a nivel global. Será la decimotercera propiedad con la que contará Generator en Europa, teniendo ya presencia en las ciudades de Londres, Dublín, Barcelona, París, Estocolmo, Copenhague, Venecia, Roma, Ámsterdam, Hamburgo y Berlín.

Para la instalación de Agua Caliente Sanitaria (ACS) el hotel ha apostado por

la última tecnología japonesa seleccionando los equipos del fabricante Mitsubishi Heavy Industries (MHI), con el sistema Q-TON para ACS, tecnología pionera que cumple 5 años en España.

Este sistema para ACS es una novedosa bomba de calor Inverter que llega hasta los 90°C con refrigerante ecológico CO<sub>2</sub>. Se instalaron tres módulos Q-TON de 30 kW cada uno, junto con una acumulación de 10.000 litros (2.500 litros suministrados por MHI con el tanque estratificado) para cubrir la demanda de 21.084 litros/día del hotel.

La instalación, tanto de las tres bombas de calor Q-TON como de la acumulación, se realizó en la cubierta del hotel. Este sistema ofrece la posibilidad de instalarse tanto en interior como en exterior, ofreciendo una mayor versatilidad y flexibilidad a la hora de adaptarse a las necesidades de la misma. Además, destaca por su reducido espacio en planta que lo convierte en el aliado perfecto en rehabilitaciones o en edificios donde el aprovechamiento de espacio es fundamental.

El equipo produce y acumula agua caliente sanitaria a entre 60°C y 90°C,

consiguiendo un COP medio de la instalación de 4,54 y un ahorro económico anual estimado del 60% frente a una caldera de gasóleo. El ahorro de emisiones de CO<sub>2</sub> estimado es del 71 %.

El sistema Q-TON puede monitorizarse de manera que se puede hacer un seguimiento diario de su funcionamiento para poder realizar los ajustes necesarios en caso de que se produzca alguna desviación y conseguir, de esta forma, el funcionamiento eficiente y el ahorro de consumo con el que se diseñó la instalación. El mantenimiento es muy sencillo y básico.

Cuando un hostel como Generator apuesta por el diseño, la tecnología y eficiencia energética y va de la mano de la más innovadora tecnología japonesa de Mitsubishi Heavy Industries, el resultado es un éxito.

## Sobre Mitsubishi Heavy Industries

Mitsubishi Heavy Industries Thermal System es una sociedad perteneciente a la multinacional japonesa que se creó en 2016 para potenciar su área de negocio dedicada a la Climatización y la Refrigeración, que cuenta con I+D propio, con un 30% más

de capacidad productiva, nuevas redes de comercialización con presencia en los 5 continentes, así como innumerables modelos nuevos adaptados a cada uno de estos cinco mercados. MHI es una empresa comprometida con el medio ambiente y con una visión de futuro.

## Sobre Lumelco

Lumelco, empresa española con más de 50 años trabajando en el sector de la climatización y calefacción, es importador y distribuidor en exclusiva para España y Portugal de primeras marcas: Mitsubishi Heavy Industries para equipos de climatización; Kingspan Thermomax con tubos de vacío para energía solar térmica; Dantherm para deshumidificación y ventilación doméstica; LMF: recuperación de calor; Broad: enfriadoras por absorción; y Giersch: quemadores.

## Para más información:

LUMELCO  
Laura Salcedo  
Directora de marketing  
Laura.salcedo@lumelco.es  
T. 912039300 • www.lumelco.es



# El marketplace de interiorismo para hoteles InteriHotel llega a Madrid en junio

*InteriHotel, organizado por CENFIM, es el evento de referencia en España especializado en interiorismo y decoración de hoteles, que se celebra anualmente en Barcelona. Con el objetivo de llegar a diferentes localizaciones, esta edición*

*del evento se celebrará los días 20 y 21 de junio en Madrid, en un espacio de lo más singular y original: el MEEU, en la estación de Chamartín, y contará con la colaboración del CODDIM, DIMAD y COAM.*

**D**urante dos días, los profesionales del sector hotelero podrán conectar con arquitectos, interioristas y marcas especializadas en proyectos de interiorismo gracias a numerosas actividades diseñadas para fomentar la interacción y crear oportunidades de negocio.

El evento está enfocado al networking entre empresas hoteleras, prescriptores y fabricantes, con el claro objetivo de establecer relaciones y colaboraciones en proyectos de contract-hospitality. En ese sentido, InteriHotel Madrid contará con la participación de 60 marcas referentes en interiorismo y decoración de hoteles y se prevé la asistencia de 1.500 profesionales de los sectores de la hostelería y de la prescripción. Los visitantes podrán disfrutar de un completo programa de conferencias sobre temas actuales que afectan al sector y en el que participarán expertos en diseño de interiores del sector hotelero y de la prescripción.

A lo largo de 8 sesiones, se tratarán temas como el posicionamiento de las empresas hoteleras y la importancia de los proyectos



de interiorismo como herramienta estratégica para conectar con el público objetivo. Además, se presentarán casos de éxito de proyectos hoteleros explicados por estudios de prescripción y empresas hoteleras. La programación cuenta también con mesas de debate, puntos de encuentro y showroom con mobiliario, productos textiles, iluminación, revestimientos, outdoor, baño, pavimentos, domótica y proyectos llave en mano.

El MEEU (Madrid Exposiciones y Eventos Urbanos) está ubicado en la primera planta de la estación de Chamartín y es el marco perfecto para acoger la primera edición de InteriHotel en la capital madrileña, principal centro de decisiones para proyectos hospitality de España. En esta ocasión, el evento cuenta con la colaboración de varias instituciones de renombre: el Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de Madrid (CODDIM), la Asociación de Diseñadores de Madrid (DIMAD) y el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM). Para más información: [www.interihotel.com/madrid](http://www.interihotel.com/madrid)

## \*InteriHotel

Hotel Interiors  
Marketplace

### Madrid

20-21 Junio 2018

MEEU (Madrid Exposiciones y Eventos Urbanos)  
Estación de Chamartín - Primera planta

60  
expositores

1500  
profesionales

20  
ponentes

500  
proyectos hoteleros

Soluciones para interiorismo de hoteles  
Conferencias con casos de proyectos hospitality  
Networking: marcas-prescriptores-hoteleros



Más información:

Tel.: +34 977 570 166  
Mail: [info@interihotel.com](mailto:info@interihotel.com)  
[www.interihotel.com](http://www.interihotel.com)  
@InteriHotel

Organizan:

**CENFIM**  
Home & Contract furnishings  
cluster and innovation hub

Con el apoyo de:



# Ge.ho e ITH promueven la ayuda de servicios integrales de gestión en el sector hotelero

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Ge.ho como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de promover los servicios de gestión integral para hoteles. ge.ho es una empresa española, con sede en Madrid pero con alcance a

todo el territorio nacional, siendo la primera empresa española en externalización en la dirección de hoteles. Dentro de los servicios de su portfolio, se enfocan en 5 grandes áreas de negocios: Análisis y diagnóstico, Interim Management, Asset Management, Gestión y Monitorización.

En palabras de su Director General, Jesús Izquierdo, “entendemos que ITH es una plataforma importante y necesaria en el sector de turismo, que ayuda a todos los sectores turísticos a poder ser más competitivo y adecuado a las necesidades del mercado”.

Entre sus actividades se encuentran principalmente, servicios integrales de gestión ofreciendo ayuda a la hora de abrir un nuevo establecimiento u optimizando la gestión existente. Para ello, se cuenta con la posibilidad de comenzar realizando un estudio de la situación actual y la demanda en esa ubicación, así como identificar las necesidades operativas. Otro área en la que ofrecen ayuda es durante la transición en un proceso de cambio, venta o fusión, pudiendo realizar la dirección ejecutiva y asesoramiento en gestión de contratos en las distintas modalidades existentes. Otra área donde ofrece ayuda al establecimiento es en el control de la gestión operativa, asesorando sobre implantación, ejecuciones y supervisión de los objetivos establecidos previamente.

Tal como indica Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de ITH, “la incorporación de Ge.ho al Instituto Tecnológico Hotelero es muy importante para hacer ver que la innovación en el sector hotelero no es sólo cuestión de tecnología”. Y añadía, “los nuevos modelos de negocio, o aspectos como la externalización de servicios aportan mu-



cho valor al sector, y evolucionan en su aplicación muy rápidamente. Hay oportunidades hoy que hace unos años no se planteaban, y eso es algo que tenemos que poner en valor en el ITH de la mano de Ge.ho”.

## Sobre Ge.ho

Ge.ho es una empresa de ámbito nacional experta en la gestión y explotación de hoteles, spa, balnearios, hostels dedicada exclusivamente al sector tu-

rístico y hotelero. Siendo pioneros en el ámbito de la externalización de gestión y dirección, aportando soluciones adaptadas a cada uno de los clientes y a sus necesidades.

# ITH participa en el seminario chileno sobre transformación digital en el turismo

El acuerdo firmado entre CETUR – UNAB e ITH contempla una labor de asesoramiento sobre el modelo de intervención en las empresas turísticas chilenas, colaboración en la Feria de Tecnologías para el turismo y restauración, Feria de proveedores de turismo y

transferencia de tecnología. Patricia Miralles, Responsable del Área de Innovación de ITH se desplazó hasta allí, para participar en el seminario “Cómo impulsar la transformación digital en las empresas de turismo”, como primera acción conjunta tras la firma del acuerdo.

El pasado mes de mayo, se celebró en Santiago de Chile el seminario “Cómo Impulsar la Transformación Digital en las Empresas de Turismo”, organizado por el Centro Tecnológico del Turismo CETUR UNAB de la Universidad Andrés Bello de Chile, entidad con la que el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha firmado recientemente un acuerdo de colaboración.

El seminario dio cita a numerosas asociaciones sectoriales y expertos internacionales en tecnología, convirtiéndose así en el escenario perfecto para el análisis de los desafíos tecnológicos que el sector turístico chileno afronta en la actualidad. Entre las temáticas abordadas, centraron la atención las oportunidades de mejora de la competitividad y productividad mediante la incorporación de tecnología en las pymes, así como la capacitación del capital humano y la importancia de

potenciar una oferta adecuada para un turista digitalizado, entre otras.

Patricia Miralles, Responsable del Área de Innovación de ITH, se desplazó hasta la capital chilena para participar en el evento abordando, como ponente, la nueva realidad turística y los avances tecnológicos que marcarán el futuro próximo en España e intervino, además, en una mesa redonda dedicada a analizar los desafíos tecnológicos que el Big Data representa para el sector turístico.

A lo largo de la semana, la Responsable del Área de Innovación de ITH, visitó a una serie de empresas turísticas locales que están participando en el proceso de diagnóstico sectorial que engloba el programa de asesoramiento a las pymes turísticas chilenas. El proyecto incluye un análisis del nivel de digitalización, capacitaciones y asistencia técnica a las empresas, con el objetivo de que éstas lo-

gren implementar soluciones tecnológicas que permitan reducir la brecha digital y de sustentabilidad, aumentando su competitividad

En base a este acuerdo de colaboración con CETUR – UNAB, Miralles acudió también a una serie de reuniones con responsables de CORFO, con el objetivo de dimensionar el alcance, impacto y puesta en marcha del Programa Estratégico Nacional de Transforma Turismo, así como de la propia alianza público-privado que se ha establecido, en base a una visión compartida de futuro, y el desarrollo de hojas de ruta que permitan eliminar barreras, diversificar la oferta y generar valor añadido. Entre las áreas de acción se incluye, asimismo, el Programa Estratégico de Enoturismo, focalizado en potenciar este segmento dotándolo de herramientas y tecnologías para mejorar su productividad.

El Centro Tecnológico del Turismo CETUR-UNAB es uno de los 13 Centros de Extensión Tecnológica (CET), cofinanciados por CORFO (Corporación de Fomento de la Producción de Chile), y es por tanto, el centro dedicado a promover la incorporación de tecnología en las pymes turísticas de la zona centro-norte de Chile.

Este acuerdo de colaboración entre CETUR-UNAB e ITH contempla una labor de asesoramiento que ITH ejercerá sobre el modelo de intervención en las empresas turísticas chilenas, diseño y colaboración en la Feria de Tecnologías para el turismo y restauración, Feria de proveedores de turismo y gastronomía, en la que España será el país invitado, el acceso preferencial a las acciones de formación especializada organizadas por ITH, y el apoyo en la transferencia de conocimiento y tecnología a las empresas asociadas de CETUR-UNAB.

# Noray e ITH promueven la incorporación de soluciones de Business intelligence y CRM en el sector hotelero

La empresa de base tecnológica, con sede en Canarias y Madrid, se ha sumado como nuevo socio en el área de operaciones de ITH con la finalidad de ofrecer al sector hotelero soluciones en materia de CRM y Business Intelligence. Noray

es una empresa de tecnología Microsoft Gold Partner, con sede en Canarias y Madrid, que cuenta con 35 años de experiencia y ofrece sus servicios a más de 2.500 empresas, con una fuerte especialización en el sector hotelero.

**E**l Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Noray como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de promover la implementación de herramientas de BI y CRM en el sector hotelero.

En palabras de la Directora de Marketing de Noray, Miriam Perera Molowny, - “esta alianza surge de forma natural dentro de la trayectoria de Noray, ya que en estos últimos años uno de nuestros principales objetivos ha sido estar en contacto permanente con el sector hotelero mediante workshops, trabajo codo con codo con clientes, eventos especializados, reuniones directas con hoteleros, etc. Para nosotros, evolucionar nuestro producto en línea con las necesidades que nos demanda el sector y bajo el manto natural de innovación que nos proporciona Microsoft, es vital para continuar teniendo una posición privilegiada en el mercado”.

Dentro de las muchas funcionalidades que contiene su producto Noray Htl, - certificado por Microsoft con base Microsoft Dynamics NAV - destacan especialmente dos herramientas:

- PowerBI de Noray Htl: Herramienta que facilita la gestión de los datos a través de un sistema nativo de cuadros de mando e informes interactivos que conforman un Business Intelligence



completo especialmente diseñado para el sector hotelero. Gracias a la tecnología Microsoft, y en especial a la herramienta de visualización de datos PowerBI, el hotelero puede acceder a toda la información de forma instantánea.

- CRM de Noray Htl: Se trata de un sistema para la gestión de datos de clientes y potenciales clientes con conexión con MailChimp, que utilizando los datos del PMS, permite realizar campañas más

eficientes y eficaces con las que complementar la estrategia de venta directa y/o venta cruzada del establecimiento o cadena hotelera.

Tal como apuntaba Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de ITH, - “la incorporación de Noray al Instituto Tecnológico Hotelero es una oportunidad para impulsar la aplicación del Business Intelligence en el sector hotelero.” - Y añadía, - “la inmediatez en

la toma de decisiones resulta crítica para mantener la competitividad en el sector hotelero, y para facilitar este proceso, es necesario disponer de información precisa, detallada y actualizada de cada una de las áreas operativas del hotel. En este sentido, las herramientas de BI y CRM que ofrece nuestro nuevo partner tecnológico, Noray, representan una oportunidad para optimizar procesos en el sector hotelero”.

## Los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera de Gran Hotel Turismo ya tienen nominados

Ya se conocen los nominados a la XII Convocatoria de los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera organizados por la revista Gran Hotel Turismo, del Grupo Curt Ediciones al que también pertenece Equipamiento Hosteler Contract. Tras varios meses de recepción de candidaturas y la correspondiente votación entre el

jurado, 63 nominados optan a la escultura del diseñador Domènec Fita, que se entregará en una cena que se celebrará en el Roca Madrid Gallery el próximo 7 de junio. Se trata de un premio que tiene un enorme prestigio para aquellos que buscan mejorar el Sector.

**E**l jurado está compuesto por: presidente Enrique Curt, presidente Fundador de Curt Ediciones; Miguel Ángel Almodóvar, crítico gastronómico; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero; Laura Curt, directora XII Convocatoria Premios Roca a la Iniciativa Hotelera y editora de Curt Ediciones; José Ángel Preciados, director general de Ilunion Hotels; Vicente Romero, presidente de CIDH Circulo Internacional de Directores de Hotel; Xavier Torras, brand & communication director de Roca; Fernando Tomás Ginés, director de Comunicación y Promoción Viajes El Corte Inglés; Joaquín Torres, arquitecto y socio fundador del estudio de arquitectura y urbanismo A-cero. Joaquín Torres & Rafael Llamazares, y Aurelio Morales, chef del restaurante Cebo del Hotel Urban.

Los Premios a la Iniciativa Hotelera, que convocó la revista Gran Hotel Turismo por primera vez en 1993 y por tanto cumplen este año su 25º aniversario, se caracterizan por rendir un merecido homenaje a hoteles y hoteleros por su aportación a un sector que se renueva y sorprende continuamente. De esta forma, la consecución de uno de estos galardones constituye un enorme prestigio para aquellos que trabajan por mejorar un mercado como el turístico, que es el principal motor de la economía española y del cual también forma parte Gran Hotel Turismo, del Grupo Curt Ediciones.

Los Premios Roca a la Iniciativa Hotelera están patrocinados por Roca, y cuentan con la colaboración de Alvic Contract Experience, Central Hisúmer, Extrem Puro Extremadura, Orac Decor, Rational, Tattoo Contract, Vandemoortele y Viajes El Corte Inglés.



## La Comunidad de Madrid firma un convenio para la instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en hoteles de la región

Con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad del aire y fomentar el uso e implantación del vehículo eléctrico, la Comunidad de Madrid y el Instituto Tecnológico Hotelero, firmaron un convenio marco de colaboración para la instalación de puntos

de recarga para vehículos eléctricos en los hoteles de la región. El Hotel Claridge, y el Apartosuites Jardines de Sabatini, son pioneros en estos términos, ya que ambos disponen de sendos puntos de recarga.

La Comunidad de Madrid ha dado un paso más en la mejora de la calidad del aire y el fomento de la implantación del vehículo eléctrico, gracias al convenio marco firmado el pasado mes de mayo con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), y en base al que se realizará la instalación de puntos de recarga en los hoteles de la región.

Suscribieron este acuerdo el consejero de Medio Ambiente, Administración Local y Ordenación del Territorio, Pedro Rollán y Juan Molas, Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), entidad que agrupa a 14.000 hoteles en toda España, 300 de ellos en la Comunidad de Madrid, representados a través de CEHAT y la Asociación Hotelera de Madrid (AHM), respectivamente.

El escenario elegido para la firma del convenio de colaboración entre ambas partes fue el Apartosuites Jardines de Sabatini, que cuenta con un museo de coches clásicos compuesto por más de 20 vehículos, donde los asistentes han podido comprobar la evolución experimentada por los turismos, desde los primeros modelos, fabricados hace más de un siglo, hasta los que sin duda son ya nuestro presente y futuro, los vehículos eléctricos no contaminantes.

“El acuerdo suscrito pretende impulsar, a través de este pujante sector, el uso y fomento del vehículo eléctrico”,



ha indicado el consejero. Asimismo, ha recordado que “gracias a pequeños gestos como el de hoy, las administraciones públicas tenemos la responsabilidad de contribuir a mejorar la calidad del aire en la región, uno de los compromisos que el Gobierno de la Comunidad de Madrid, tiene contraído con los ciudadanos”.

Los primeros puntos que se han instalado gracias a este compromiso se encuentran en los hoteles Claridge y Jardines de Sabatini, ambos en la ciudad de Madrid. En el Hotel Claridge se han instalado 2 puntos de recarga que pueden ser utilizados por los clientes del hotel.

Mientras que en el Hotel Jardines de Sabatini se han instalado otros 2 puntos, ya operativos desde hace un mes.

“La Comunidad de Madrid cuenta con más de 1.050 hoteles. Hasta la fecha son 32 los hoteles de la región que cuentan con puntos de recarga, generalmente con dos puntos por hotel. El objetivo es seguir implantando esta medida, y sobre todo concienciar de la importancia de la misma”, tal como señalaba Rollán.

### Mesa de la movilidad eléctrica

Para impulsar la implantación del vehículo eléctrico y la creación de una

red pública de puntos de recarga, la Comunidad de Madrid puso en marcha la Mesa de la Movilidad Eléctrica. En ella se trabaja en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente, el Ayuntamiento de Madrid y organizaciones como la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico.

La Mesa pretende abordar soluciones que contribuyan a superar barreras como la ausencia de una adecuada infraestructura de recarga, lo que requiere de soluciones eficaces, incluso fomentando la colaboración público-privada, como la que ha tenido lugar hoy. El objetivo es impulsar el vehículo eléctrico en la Comunidad de Madrid para conseguir aumentar el porcentaje de vehículos de estas características que existen en la región, que en estos momentos no llega al 1 %.

Gracias a acuerdos como el firmado con ITH, el Gobierno regional avanza en el cumplimiento de sus compromisos electorales como es el número 183 que indica la necesidad de impulsar la fabricación y el uso del vehículo eléctrico y el despliegue de puntos de recarga, que forma parte de la Estrategia de Calidad de Aire y Cambio Climático Plan Azul + que está desarrollando el Gobierno regional.



## FIAB nuevo asociado y miembro de la Junta Directiva de eAPyme

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se une a la Asociación eAPyme, tras su activa colaboración en la elaboración del estudio sobre el “Estado de la transformación digital en pymes y autónomos 2017”.

La Junta Directiva de la Asociación eAPyme, reunida el pasado mes de abril, aprobó la incorporación de la

Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) como nuevo asociado, así como la inclusión de Nuria Arribas, Directora de I+D+i de FIAB, como su representante en la Junta Directiva de eAPyme.

Fundada en el año 2016, la Asociación eAPyme es una entidad de carácter no lucrativo, cuyo objetivo es facilitar y acelerar los procesos de transformación

digital de pymes y autónomos españoles. En la actualidad más de 1,2 millones de pymes y autónomos están representados en la Asociación a través de sus miembros (CEL, CITET, CONETIC, FEHR, ITH, Oficio y Arte, ATA y UPTA), entidades a las que ahora se suma también FIAB.

La inclusión de FIAB en la Asociación eAPyme viene precedida de la participación de ésta en la elaboración del estudio

sobre el “Estado de la transformación digital en pymes y autónomos”, que fue presentado el pasado mes de diciembre de 2017. Este informe de carácter anual aporta datos de interés para los profesionales y asociaciones, y es además una guía que marca los ámbitos de trabajo en los que es necesario incidir y los aspectos en los que eAPyme y sus entidades asociadas deben proporcionar mayor nivel de apoyo.



**Ramón Garayar**  
CEO de GAT

# La innovación, parte de los fundamentales hoteleros

*Dentro de nuestro negocio, el hotelero, hay fundamentales básicos que se consideran de forma recurrente: ubicación, producto bien definido, servicio y diferenciación. Otro fundamento a sumar, un no tan nuevo ingrediente, toma forma como piedra*

*angular de este nuevo entorno: la innovación. Cuando hablamos de innovación, no hablamos exclusivamente de sistemas cloud o de nuevas aplicaciones de software, hablamos de una filosofía transversal que debe formar parte del ADN del negocio.*

La innovación debe estar orientada a la definición de producto, al desarrollo de la funcionalidad, a la conceptualización de la experiencia cliente y a los procesos operativos para la prestación de servicio. No sólo hay que pensar en apps, hay que ver el negocio como un todo para no incurrir en el error de instalar el software más caro, implantar las últimas herramientas de gestión o los avances más sofisticados de tecnología sin contar con un fin común. Hacer esto supondrá, metafóricamente, invertir mucho dinero en extras de un coche que luego infrutilizaremos.

La revolución digital nos brinda herramientas excepcionales para que, con una estrategia bien definida, podamos dirigirnos a lo que realmente más interesa: Al cliente. Para ello se exigen al mismo tiempo dos cuestiones clave que aseguran el éxito de su uso: La primera de esas cuestiones es que la Innovación nos obliga a alinear el uso de todas las nuevas acciones con una correcta definición de procesos, procedimientos y maneras de hacer hasta reinventar nuestra forma de gestionar para lograr un objetivo final. La segunda cuestión trata de entender que la innovación no siempre es tecnología pero que, al mismo tiempo, la innovación tecnológica es una constante sujeta al cambio, las tecnologías son acumulativas y exigen flexibilidad y conocimiento para su uso y aplicación. El fin de la Innovación

es lograr un negocio más coherente, más práctico, más respetuoso con el medio ambiente y más integrador con el entorno social. Nos obliga, también, a ser más conciliadores con nuestros anfitriones (término a rescatar por el sector) que no empleados, más auténticos, y evidentemente es buscar de forma permanente la satisfacción de clientes, escucharle, atenderle y considerarlo, como dice mi hijo pequeño, todas y cada una de las reviews de nuestros huéspedes.

Nos toca reinventarnos y definir para cada negocio lo que su gestor entiende por innovación. Por nuestra parte, en GAT, estamos trabajando en un plan integral y transversal en todos nuestros hoteles para conseguir un incremento exponencial de la valoración de cliente, pero no es un fin en sí mismo, debe ser el resultado de hacer las cosas bien y de poder dedicar nuestros mejores y mayores esfuerzos para lograrlo, en el presente y pensando en el futuro.

El camino empieza por parar, reflexionar y cuestionarnos qué estamos haciendo, por qué hacemos las cosas, cómo las hacemos y la gran pregunta: para qué y para quién las hacemos.

En un modelo tradicional, más de la mitad del tiempo de un gestor, va dirigido a la gestión del back office, a engrasar la máquina, a apretar tuercas, a revisar niveles y a gestionar problemas internos. Apenas se dedica tiempo y esfuerzo en escuchar al cliente, a desarrollar servicios, a hacer partícipes a nuestros anfitriones para que arrastren en su sueño a nuestros huéspedes. Si queremos avanzar, debemos lograr liberarnos de la rutina y de

los procesos heredados. Hago un llamamiento a pensar, a cambiar la forma de hacer inventarios, de gestionar albaranes o de introducir reservas a mano. No más oficinas ni entregas de proveedores a

deshoras, no más ataduras a sistemas improductivos. Las nuevas tecnologías, nos tienen que aportar las herramientas para desarrollar una nueva forma de gestionar.

Ninguna de estas tareas aportan un valor real al cliente, ninguno de nuestros huéspedes es consciente de esta realidad pero invertimos una gran cantidad de recursos en la gestión de estas actividades, sin pensar en ser más ágiles, eficientes y anfitriones. Olvidamos en muchos aspectos la necesidad de ser auténticos y nos dedicamos a fijar reuniones, comités,

meetings y cientos de hojas Excel que nos hacen olvidar lo que realmente importa.

Para todo ello necesitamos innovar en todas las áreas, tener una inquietud permanente, probar y errar, escuchar y aplicar. También dejarnos ayudar y aprender a ver qué y cómo podemos hacer para avanzar. Somos muy buenos copiando lo que los demás hacen y rara vez nos pensamos si realmente es lo que nosotros debemos hacer: es que siempre se ha hecho así.

Nuestra propuesta es sencilla y complicada a la vez, replantea cómo quieres enfocar tu negocio, si quieres tener a la mayoría de tu equipo dedicado directamente al cliente o si prefieres que el 50% del personal esté integrado en departamentos indirectos, no productivos, realizando tareas monótonas que tampoco aportan especial valor a la persona ni al huésped. Para lograr este cambio, es necesario repensar e integrar dentro de la dirección una cultura de innovación escalable, que empape a toda la organización y que haga partícipe a todos los equipos con un objetivo: hoy hemos venido a crear y a aportar valor con nuestro trabajo.

No pienses que puedes hacer la hotelería por ti, piensa que puedes hacer tu por ella, aporta, innova, crea, prueba, equivócate, y comparte experiencias, es lo mínimo que podemos hacer por nuestro sufrido y querido sector.

La revolución digital nos brinda herramientas para dirigirnos a quien realmente nos interesa



# 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 cuenta con una dilatada experiencia en la construcción, rehabilitación y prestación de servicios en hoteles, desarrollando proyectos adaptados a las necesidades de todo tipo de clientes.

Gracias a su apuesta por la innovación, su amplia experiencia y a un gran equipo profesional, ACCIONA ofrece las mejores soluciones en los ámbitos de edificación y servicios en el sector hotelero a través de dos líneas de negocio: ACCIONA Construcción y ACCIONA Service.

Desarrollar e implantar soluciones innovadoras que ayuden a conciliar el óptimo desarrollo vital de quienes habitan los edificios con los más altos estándares de sostenibilidad, son prioridades del grupo.



## BIRCED CONSULTING

Birced Consulting es la empresa creadora del "Método de Bienestar Profesional®." Superando los 180 cursos impartidos en 14 meses, más de 2100 personas han aprendido a convertir su puesto de trabajo en un entrenamiento diario y saludable. A través de técnicas exclusivas, Birced Bienestar Profesional, la división de Bienestar de Birced Consulting, consigue reducir las bajas laborales, aumentar la motivación, y mejorar la salud de los empleados y colaboradores en apenas 10 horas. Desde camareras de pisos hasta la alta dirección, los resultados superan el 98% de satisfacción, siendo el "Método" es bonificable al 100%.

info@bircedconsulting.com - 660 491 999



## CAIXABANK

**ESPECIALIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO**  
En CaixaBank creemos que las empresas del sector hotelero merecen una atención especializada. Por este motivo, hemos creado una oferta centrada en proporcionarle productos y servicios específicos, así como profesionales expertos en el sector que le ayudarán a optimizar la rentabilidad de su negocio y a simplificar su actividad diaria.

Ponemos a su disposición múltiples alternativas de financiación para que pueda llevar a cabo la adquisición de inmuebles, así como vehículos y maquinaria o la renovación del equipamiento y la ampliación de sus instalaciones de

forma eficiente. Entre todas las ventajas, encontrará distintas soluciones de cobros y pagos adecuadas a sus características, así como servicios exclusivos para agilizar sus procesos de gestión y facilitar sus operaciones comerciales con el extranjero.

Además, contará con Línea Abierta, nuestro servicio de banca por Internet y móvil líder en España, según califica AQmetrix, con el que podrá realizar toda su operativa bancaria sin límite de horarios.



## DYRECTO

Dyrecto consultores es una empresa de consultoría con más de 20 años de EXPERIENCIA en el sector, y que está ESPECIALIZADA en gestión de financiación pública ayudas y subvenciones para proyectos de inversión.

Dyrecto es la empresa LIDER en obtención de fondos FEDER para proyectos TURISTICOS, tanto de nueva construcción, como de modernización o ampliación de un establecimiento ya existente.

Gracias a nuestra amplia experiencia ayudamos a nuestros clientes a definir e implantar la mejor estrategia para sus inversiones desde el punto de vista de las subvenciones, siendo Nuestro OBJETIVO garantizar el MAXIMO de subvenciones minimizando los riesgos.

Asimismo, Dyrecto a través de su departamento de Responsabilidad Social Corporativa (Mentor Day) ayuda emprendedores a llevar a cabo sus proyectos con la ayuda de los mejores especialistas del sector.



## ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

Centro fundado en 1995, aún en sus aulas el "saber hacer" que otorgan los años de experiencia en formación, aval de los miles de profesionales posgraduados formados en este centro, con la metodología didáctica, basada en contacto con el mundo empresarial desde el primer día.

Contamos con aulas magistrales de cocina y cata, las cuales están a disposición de empresas, asociaciones, fundaciones, etc. para la organización de actividades y eventos. Además pueden informarse de nuestra amplia oferta de cursos monográficos. La Escuela de Hostelería de Jerez se ha convertido en un referente de calidad en la realidad andaluza.

Teléfono: 956 03 50 50



## FIABILIS CONSULTING GROUP

Fiabilis Consulting Group es un grupo español pionero, con servicios innovadores en Recursos Humanos.

- La consecución de beneficios en la partida de coste laboral, bien por la solicitud de devoluciones del histórico, bien por la consecución de ahorros a futuro siempre con retribución a éxito.

- La detección de Riesgos frete a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social con un modelo de retribución por satisfacción.

Tratamos de compartir nuestra experiencia con nuestros clientes para conseguir juntos, un mayor beneficio y un menor riesgo en nuestra área de competencia.

El sector hotelero es prioritario para nosotros, y contamos con numerosos casos de éxito entre nuestros clientes.



## GAS NATURAL

GAS NATURAL FENOSA es ahora NEDGIA, la nueva marca para toda su actividad de distribución de gas en España, e inicia una nueva etapa enfocada en el crecimiento y la transformación de su actividad con el objetivo de aportar bienestar a 10,7 millones de usuarios.

NEDGIA se vincula al futuro de la energía, a la innovación, al gas renovable, las energías limpias, la calidad del aire y los nuevos usos del gas, manteniendo los elevados estándares de calidad y seguridad.

Desde NEDGIA seguimos apoyando al sector hotelero, extendiendo las redes de gas natural y aportando las más eficientes y fiables soluciones energéticas.



## GAT

GAT - Gestión de Activos Turísticos es un referente en lo que a Interim Management y Explotación Integral, temporal o permanente, de Activos Turísticos se refiere. Cuenta con un Equipo Directivo Propio especializado en todas las áreas del negocio: Operación, marketing y ventas, reservas, alojamiento, alimentación & bebidas, administración, sistemas y mantenimiento.

GAT es reconocida por su capacidad y agilidad en la búsqueda de una solución concreta para cada activo, define una estrategia y un plan de acción concreto y personalizado, y lo pone en mar-

cha. Experiencia contrastada en hacerse cargo de negocios de forma inmediata: Apertura, cambio de operador, abandonment del establecimiento con franquicia internacional; gestiona los proyectos turísticos en todas las fases desde su existencia.

www.gatgestion.com - 91 432 15 21



imagine & anticipate

## GRUPO COSENTINO

Silestone® by Cosentino amplía con tres colores la exitosa serie Silestone® Eternal que hace un homenaje a los mármoles más populares.

Inspirado en el mármol Blanco Macaubas, Pearl Jasmine ofrece un fondo blanco roto con vetas y ondas grises irregulares y entrecruzadas entre sí.

Eternal Marfil reinterpreta a una de las piedras naturales más famosas de nuestra historia, el mármol Crema Marfil. Tímidas vetas de color anaranjado se insinúan a un elegante fondo cremoso.

Desert Silver evoca una superficie helada surcada por finas y blancas vetas. Inspirado en la tendencia de los marmoleados grises, ofrece un diseño translúcido compensado y uniforme.



## IMF BUSINESS SCHOOL

IMF Business School es una referencia nacional en formación a empresas y particulares; de ello dan fe los más de 110.000 alumnos y 5.000 empresas formadas. La calidad y el prestigio de sus servicios viene avalada por la Asociación Española de Escuelas de Negocio (AEEN), The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB), la Asociación Nacional de Centros de Educación a Distancia (ANCED) y el sello EFQM +400. Dentro de su catálogo imparten formación en Turismo, Prevención de Riesgos Laborales, Marketing, Dirección de Empresas, Recursos Humanos, Logística o Finanzas; en modalidades online, presencial o semipresencial.

Más información: www.imf-formacion.com



## IMPUESTALIA

Empresa especializada en la revisión de valores catastrales, dedicada en exclusiva a la Optimización Impositiva. Nuestro fin es su ahorro. En nuestros

más de seis años de gestión catastral, hemos revisado más de 15.000 inmuebles de todo tipo: Hoteles, locales, centros comerciales, edificios de oficinas, campings, campos de golf, aparcamientos, etc. Nuestra Tarifa es "A ÉXITO", sólo devengamos honorarios si el cliente obtiene AHORROS. Tenemos cobertura nacional, equipo jurídico propio y acuerdo preferente con KRA-TA Sociedad de Tasación.

Importante: conseguimos encontrar causa de ahorro en uno de cada tres inmuebles que estudiamos. El ahorro medio que conseguimos es del 27% con lo que las cuantías económicas de las que hablamos son de mucha relevancia para la cuenta de resultados de los Asociados.

Estaremos encantados de atenderles. [www.impuestalia.net](http://www.impuestalia.net) - Fernando Diez ([fdiez@impuestalia.com](mailto:fdiez@impuestalia.com) - 649 865 381).



**INTERMUNDIAL**

Líder en soluciones para la industria turística, especializado en el diseño y comercialización de seguros de viaje. Más de 20 años de experiencia avalan un profundo conocimiento del sector, que se traduce en productos 100% orientados al viajero y a las empresas turísticas. InterMundial cuenta con sedes en las principales ciudades de España, además de 8 delegaciones en el extranjero: Reino Unido, Francia, Italia, Portugal, Polonia, Colombia, Brasil y México.

El bróker es la empresa matriz de Grupo InterMundial, formado por Tourism & Law, despacho de abogados dedicado en exclusiva al asesoramiento legal de las empresas turísticas, Travelhelp, servicio de atención al cliente en cualquier parte del mundo, y Fundación InterMundial. [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)



**LINGUASERVE**

¿Quieres traducir tu página web? ¿Quieres lograr más clientes? No dejes que los idiomas sean una barrera. Linguaserve, es una empresa especializada en traducciones y diseño, desarrollo e implantación de soluciones GILT (globalización, internacionalización, localización).

zación). Se encuentra entre las 5 empresas más importantes del sur de Europa en el sector. Cuenta con más de 18 años de experiencia y está especializada en el sector Hospitality. Proporciona soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas. Precios especiales para miembros de la CEHAT. [www.linguaserve.com](http://www.linguaserve.com) - 91 761 64 60

**LUMELCO**

**LUMELCO**

Lumelco es una empresa española que lleva más de 50 años dedicada al sector de la climatización, calefacción y agua caliente sanitaria (ACS). Es importadora y distribuidora en exclusiva en España y Portugal de primeras marcas del sector: equipos de Climatización y ACS de la multinacional japonesa Mitsubishi Heavy Industries, energía solar térmica de tubos de vacío de Kingspan Thermomax, equipos de deshumidificación y ventilación de Dantherm, equipos para el tratamiento de aire de LMF Clima, perteneciente a Ferraro Group y enfriadoras por absorción de Broad. Ofrece una amplia gama de soluciones eficientes energéticamente para el ahorro en las instalaciones en hoteles. [www.lumelco.es](http://www.lumelco.es) - [marketing@lumelco.es](mailto:marketing@lumelco.es)



**MURPROTEC**

Murprotec es el líder en España y Europa en tratamientos definitivos contra las humedades estructurales. La empresa, fundada en 1954, fue la pionera desarrollando tratamientos para eliminar las humedades por condensación, filtraciones laterales y capilaridad. Entre las principales claves del éxito de Murprotec destaca la inversión en I+D con la que han obtenido métodos exclusivos y patentados que le permite ofrecer soluciones definitivas y con una garantía de hasta 30 años.

Murprotec ha sido la primera empresa del sector en España en conseguir la certificación de calidad ISO 9001, que reconoce a nivel internacional la calidad integral de sus servicios. [www.murprotec.es](http://www.murprotec.es) - 900 30 11 30



**PIKOLIN**

Grupo Pikolin, con una facturación superior a los 400 millones de euros, es el segundo grupo Europeo del sector descanso, líder en España y Francia. Cuenta con ocho plantas de producción en Europa y dos en el sudeste asiático en las que trabajan más de 2100 personas.

La estrategia de crecimiento del Grupo se basa en la investigación y el desarrollo de las principales tecnologías del descanso contando con el mayor número de patentes de su categoría. Grupo Pikolin fabrica múltiples productos relacionados con el descanso y que conforman el núcleo de su negocio: colchones, somieres, bases, almohadas y textil.

Descubre más en [www.grupopikolin.com](http://www.grupopikolin.com)



**ROCKWOOL**

ROCKWOOL Peninsular, S.A.U. forma parte del Grupo ROCKWOOL. Con 1 fábrica y alrededor de 200 empleados, somos la organización de ámbito regional que ofrece avanzados sistemas de aislamiento para edificios.

El Grupo ROCKWOOL se compromete a enriquecer la vida de todas aquellas personas que entran en contacto con nuestras soluciones. La lana de roca es un material versátil que forma la base de todos nuestros negocios. Con aproximadamente 10.500 comprometidos empleados en 38 países diferentes, somos el líder mundial en soluciones de lana de roca tanto para el aislamiento de edificios y techos acústicos como para sistemas de revestimiento exterior, soluciones hortícolas, fibras de ingeniería diseñadas para usos industriales y aislamientos para procesos industriales, marítimos y plataformas offshore.



**SELECTA HOTELS**

Selecta Services for Hotels es una empresa de servicios joven y en continuo crecimiento. Somos especialistas en la gestión integral de diferentes actividades del hotel, orientando el servicio externo hacia 3 áreas claves: Limpieza, servicios

auxiliares y restauración. Nuestro objetivo es convertir los costes fijos del hotel en variables, garantizando unos altos estándares de calidad de servicio

Selecta actualmente opera en más de 50 establecimientos en toda España, gestiona 10 establecimientos de restauración propios, la limpieza de 12 hoteles y los servicios auxiliares de 15 más. La plantilla de nuestra empresa está formada por 350 trabajadores, en las categorías de camareros, cocineros, ayudantes, camareros de pisos, recepcionistas. [operaciones@selectaservices.es](mailto:operaciones@selectaservices.es)



**TINSA**

Compañía líder en valoración y asesoramiento inmobiliario en España y Latinoamérica, y una de las mayores tasadoras del mundo. Tinsa cuenta con un equipo especializado en valoración de negocios y activos inmobiliarios hoteleros. Trabaja de manera recurrente con grandes cadenas e inversores en la realización de tasaciones bajo estándares nacionales e internacionales (RICS, IVS, ECO) y es asesor de referencia en operaciones de compra, reposicionamiento, desinversión y constitución de socimis gracias a su conocimiento del sector y su demostrado know how técnico. Tinsa ofrece cobertura internacional a través de su red de oficinas en Latinoamérica, Portugal, Holanda y Marruecos.



**UNIONPAY INTERNATIONAL**

En asociación con más de 1.700 instituciones en todo el mundo, UnionPay International ha permitido la aceptación de tarjetas en más de 160 países y regiones, que cubren 45 millones de comercios y 2,5 millones de cajeros automáticos. Con más de 6.3 mil millones de tarjetas emitidas en 42 países y regiones.

En España, cerca de 90% de los comerciantes y cajeros aceptan la tarjeta de UnionPay.

Con el alto crecimiento de turistas chinos y el incremento en compras en nuestro país, es importante que los comercios acepten la tarjeta UnionPay y tenga el logotipo de UnionPay ya que se siente más confortable a la hora de pagar con la tarjeta de UnionPay. UnionPay ofrece la liquidación en su propia moneda y no cobra el fee de FX.

Déjate ver!!!  
este ESPACIO es para ti

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

# @CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

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

*Desayuno con encanto*

*Palacete*

*Vista al Patio*

*Espectáculo de Nochevieja*

*resort en la nieve*

*Día de la*

*Piscina junto al Mar*

*momento rural*

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

## CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:  
   
www.cehat.com