

Nueva edición del Premio de Turismo Responsable

Se convoca una nueva edición del Premio de Turismo Responsable de la Fundación Intermundial, con la colaboración de Fitur.



pág. 13

Schindler, nuevo socio colaborador de CEHAT

CEHAT incorpora como nuevo socio colaborador a Schindler, multinacional de referencia en ascensores y andenes móviles.



pág. 19

Celebran el Congreso Nacional de Campings en Santander

El Congreso Nacional de Campings reunió a más de 150 profesionales del sector que se dieron cita del 20 al 22 de noviembre.



pág. 27

DIRECTORA: Mónica González. DICIEMBRE 2018 / Nº 153 / Año XIII

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

El invierno llega con previsiones de estabilidad para el Sector Hotelero

En la presentación del Observatorio de la Industria Hotelera Española para la temporada de invierno, el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, calificó 2018 como "un buen año turístico", al recordar que final-

mente se cerrará con aproximadamente un 0,9% menos de llegadas de turistas, es decir, unos 750.000 turistas menos que en 2017, "que fue un año récord". Recalcó la importancia de que el gasto medio de los turistas se incrementó un 3%, pese a este descenso en la afluencia.

El presidente de CEHAT aprovechó su intervención en la rueda de prensa para arremeter con dureza contra los distintos Gobiernos españoles por la dotación presupuestaria "escasísima, ridícula y grotesca" destinada a Turespaña y a la promoción internacional. Reconoció que "no favorece nada" el panorama económico la ausencia de unos Presupuestos Generales del Estado, puesto que aún el Gobierno de Pedro Sánchez no ha conseguido los apoyos necesarios para aprobarlos en las Cortes.

En cuanto al Brexit, Juan Molas indicó que es la gran preocupación de los empresarios por cómo saldrá el Reino Unido de la Unión Europea y por cómo afectará a la gestión del espacio aéreo y a los viajes turísticos e insistió en que "las negociaciones sobre el Brexit deben tomarse en consideración por el enorme impacto que la salida del Reino Unido pueden conllevar para el sector turístico y hotelero español", y recordó que el mercado británico es el principal emisor de turistas hacia España, con el 23% del total de llegada de visitantes. **Págs. 14 y 15**



Juan Molas (segundo por la derecha), durante la presentación de los resultados del Observatorio.



Responsabilidad en las contrataciones

Carlos Sedano analiza una sentencia del Tribunal Supremo sobre las responsabilidades en la sucesión de contrataciones. **Pág. 6**



José Miguel Alcolea

Análisis del compliance y 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

 **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 (Vicepresidentes); Luis Martí (Tesorero); Manuel Otero, Juan Antonio Serrano, 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 / **DIRECTOR DE PERSONAL:** Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a Antonia Martín / **JEFE DE CONTABILIDAD:** Paloma López
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD PROPIO: Madrid: Mercedes León. **FACTURACIÓN:** María José González
SUSCRIPCIONES: Mercedes León. **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Jorge de Jorge. **BASE DE DATOS:** Mar Fernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Auto-edición), 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

Estabilidad... con incertidumbre

CEHAT presentó las previsiones del Observatorio de la Industria Hotelera para el invierno. Presentación que permitió analizar las expectativas y la problemática del sector Hotelero y del Turismo en España. La tendencia apunta claramente hacia la estabilidad, en contraste con los incrementos récord que habían venido caracterizando al receptivo español en los últimos años. Una suerte de calma tensa, sacudida por la negociación del Brexit, “por el enorme impacto que la salida de la Unión Europea del Reino Unido puede conllevar para el Sector Turístico y Hotelero español”, en palabras del presidente de CEHAT, Joan Molas, quien advirtió que “se detecta ralentización en los principales mercados europeos”, apuntando hacia los grandes mercados emisores británico y alemán, especialmente hacia Canarias. Por contra, desde PwC (consultoría que colabora con CEHAT en el Observatorio) se apunta “el buen comportamiento del segmento de negocios y MICE”, junto a las bondades del calendario laboral “que empuja a un mayor consumo” y del crecimiento de la demanda internacional. Todo ello condicionado por los signos de desaceleración.

Y es que, tras esta aparente calma chicha, la Hostelería empieza a percibir los efectos de la paulatina recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo (que también acaparan las inversiones en nuevos establecimientos), mientras la escasa dotación presupuestaria para promoción internacional de TurEspaña es calificada como “ridícula y grotesca”, en lugar de responder a lo que el Turismo supone y aporta a nuestra economía. A este respecto, CEHAT reclama una campaña “de cercanía” específica dirigida al mercado británico, ante la inminente amenaza del Brexit.

A esta coyuntura contribuye negativamente la incertidumbre política en España, lastrada por unas eventuales Elecciones Generales, lo que ralentiza la decisión de compra de viajes, y un proyecto de Presupuestos Generales claramente lesivos para el Turismo. El cóctel de esta percepción de inestabilidad interna y de factores exógenos —como la recuperación de destinos competidores del Mediterráneo o la amenaza del Brexit— explica, al menos en parte, la previsión de caídas de ingresos y recortes de precios, por lo que el 38% de los hoteleros prevé una reducción de la rentabilidad en los próximos meses. Situación que se ve afectada por la carencia presupuestaria para agilizar la concesión de visados para viajar a España, la latente preocupación ante la eventual aprobación de nuevas tasas turísticas por parte de algunas Comunidades autónomas, o la persistencia de una heterogeneidad legislativa que cuestiona la necesaria unidad de mercado. Estabilidad sí, pero con incertidumbres.

El gas natural impulsa la sostenibilidad

Francisco Torres / Responsable de Desarrollo de Nuevos Negocios de Nedgia

La sociedad actual busca, cada vez más, que todas sus actividades sean sostenibles, es decir, que seamos capaces de cubrir nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad que tengan las futuras generaciones de cubrir las suyas, y en todos los aspectos: económico, social y medioambiental.

El planeta satisface hoy sus crecientes necesidades energéticas de forma muy diferente a la de los últimos 25 años, en un escenario liderado por el gas natural, el rápido aumento de las energías renovables y la eficiencia energética. Y puesto que la energía es el motor de todas las cosas, estamos abocados a analizar su impacto en la sostenibilidad.

Las diferentes tecnologías asociadas al uso del gas natural proporcionan importantes ventajas para el consumidor final, ya que contribuyen a incrementar su fiabilidad, seguridad de suministro y su menor coste de adquisición. Ventajas que, unidas a un precio bajo de la energía, nos permiten configurar unos servicios públicos más económicos y una industria más competitiva. Este aspecto es de especial interés para las actividades asociadas al turismo, hoteles, restauración y otras auxiliares.

De hecho, la respuesta del sector hostelero ante la llegada de la red de gas natural es espectacular. De un modo programado procuran disponer lo antes posible de este suministro, ya que reduce significativamente sus costes y aumenta la calidad del servicio, incrementando así su eficiencia y competitividad. El gas natural además de ser un vector energético asequible, seguro, fiable y limpio, con menores emisiones que el resto de energías fósiles, es la energía más económica para cualquier establecimiento hotelero. El consumo de gas natural supone unos ahorros, frente a otras soluciones, de hasta el 30%.

Al igual que pasa con el sector industrial y el turismo, también para los hogares el gas natural es una solución sostenible, ya que cubre sus necesidades térmicas de un modo fiable, a un menor precio respecto a otras soluciones y, lo que también es muy importante, con un coste de adquisición asequible y menor que el de otras opciones energéticas. Esto hace que, hoy por hoy, el gas natural sea



la solución socialmente más sostenible para el sector doméstico y residencial.

Mayor eficiencia

El alto rendimiento y las bajas emisiones derivadas del uso del gas natural convierten a esta energía en la más apropiada para la calefacción, agua caliente, climatización, cogeneración (producción simultánea de calor y electricidad), y otras aplicaciones en el sector doméstico-comercial.

Los equipos que funcionan con gas natural han sido diseñados para obtener el máximo rendimiento de la energía, por lo que consiguen mejores resultados con la menor cantidad de combustible, lo que reduce el importe de la factura energética.

Más ecológico

Las calderas que funcionan con gas natural, por el hecho de emplear una energía limpia, pueden continuar en funcionamiento incluso cuando se producen episodios graves de contaminación, es decir, aun cuando se sobrepasen en las ciudades los niveles de emisión permitidos para determinados elementos contaminantes, y se limite el uso de otras energías.

El gas natural es la opción más beneficiosa para el medio ambiente y para la salud, ya que en comparación con los combustibles tradicionales, el gas natural reduce, de media, más de un 85% las emisiones de óxidos de nitrógeno (NOx), casi el 100% las partículas en suspensión PM10, y la totalidad de los óxidos de azufre (SOx), lo que contribuye a mantener un aire más saludable. Adicionalmente, tiene la menor emisión de dióxido de carbono (CO₂) por unidad de energía final obtenida (kWh) de todos los combustibles convencionales, colaborando así a mitigar los efectos del cambio climático. En este sentido, el gas natural es fundamental para reducir las emisiones de forma rápida, sustituyendo el uso de otras energías fósiles que suponen mayores emisiones

y permitir así el cumplimiento de los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero con horizonte 2030.

El gas natural juega un papel esencial en la transición energética en la que estamos inmersos. El rol que ejerce el gas natural es necesario para asegurar el back up de las energías renovables no gestionables y para aplicaciones térmicas en la industria, que a día de hoy no tienen alternativa energética que no sea el gas natural. En Nedgia trabajamos en la descarbonización del gas natural y apostamos por el gas renovable, una energía que se puede obtener de residuos, agroalimentarios, vertederos o de aguas residuales, y que se puede inyectar en nuestras redes de distribución para poder utilizarlo, con las mismas aplicaciones, en nuestras casas, industria, o como carburante para el transporte. El gas renovable es, por lo tanto, una energía óptima que aprovecha al máximo los recursos locales y es neutra en emisiones de CO₂.

Por todo ello, el gas renovable favorece el desarrollo en entornos rurales, por la explotación de residuos agrícolas y ganaderos, y promueve la cooperación local de los diversos agentes implicados (agricultores, ganaderos, empresas energéticas, ingenierías, administraciones públicas locales, tecnólogos, etc.).

Igualmente, ayuda a la gestión de los residuos sólidos y líquidos de las ciudades y de las industrias agroalimentarias.

En definitiva, el gas renovable se configura como una excelente oportunidad para cumplir los objetivos de descarbonización marcados por la Unión Europea, a la vez que promueve la economía circular y aporta soluciones al problema de la gestión de residuos.

Por otra parte, además de cubrir un porcentaje significativo de la demanda en sectores tradicionales, puede y va a jugar también un rol importante en la descarbonización del sector del transporte; un combustible cero emisiones tanto para turismos, vehículos comerciales, autobuses y camiones. Por ello, es el complemento indispensable al desarrollo del vehículo eléctrico para poder cumplir con los objetivos de participación de las energías renovables en el sector del transporte.

El gas natural —asequible, seguro, fiable y limpio— es la energía más económica para cualquier hotel



José Miguel Alcolea
Socio de Garrigues

Juana M^a Pardo
Asociada Senior de Garrigues



Compliance y contrato de gestión hotelera

La prueba del correcto diseño, implantación y funcionamiento de los sistemas de compliance es un elemento esencial sobre el que descansa la defensa de una compañía ante cualquier imputación de incumplimiento. ¿Qué particularidades concurren en el contrato de gestión

hotelera? En el acierto del diseño y de la implementación del sistema de compliance del hotelero y su adecuado encaje en el marco contractual de su relación con el gestor, estará el éxito de la salvaguarda de la posición de uno y otro y, por supuesto, del propio negocio hotelero.

Compliance no es otra cosa que gestión de riesgos, en este caso, de los riesgos de incumplimiento de la normativa que aplica a una determinada actividad y, en definitiva, gestión de las consecuencias que de dicho incumplimiento se derivan para el sujeto obligado por esa normativa, consecuencias que pueden ser estrictamente jurídicas, como las penas o sanciones previstas en el ordenamiento jurídico para el caso de incumplimiento (privativas de libertad, para personas físicas; multas o limitaciones de la capacidad de obrar, para cualesquiera sujetos de derecho e, incluso, la extinción de la propia personalidad jurídica, en el caso de las personas jurídicas) y también reputacionales, consecuencias que no son, en muchas ocasiones, menos graves que las estrictamente jurídicas.

La adecuada gestión de los riesgos de incumplimiento producirá como efecto, normalmente, la neutralización o, al menos, la mitigación de las consecuencias de dicho incumplimiento y por eso los sistemas de compliance consisten en un conjunto de medidas de control (disposiciones normativas, procedimientos de actuación y actuaciones materiales) establecidas en una compañía que precisamente tienen como objetivo prevenir el incumplimiento en el seno de la misma.

La prueba del correcto diseño, implantación y funcionamiento (su trazabilidad

y registro) de esas medidas de control es un elemento esencial sobre el que descansa la defensa de la compañía ante cualquier imputación de incumplimiento y será lo que, en definitiva, le permitirá exonerarse de responsabilidad o, al menos atenuar la misma. Si no se prueba (con independencia de donde se sitúe la “carga de probar” en cada ámbito normativo y en cada jurisdicción) que existe un adecuado control sobre el riesgo de incumplimiento, las posibilidades de defensa de la compañía resultarán siempre muy mermadas.

Pues bien, el punto de partida de todo sistema de compliance, la base de cualquier aproximación a la gestión del riesgo de incumplimiento de una compañía, es la determinación precisa de las actividades que realiza y en cuyo ámbito puede producirse un incumplimiento. Esas actividades, a la vista de la normativa a que deba sujetarse su desarrollo, delimitarán la correspondiente esfera de responsabilidad.

En este contexto, ¿qué particularidades concurren en el contrato de gestión hotelera?

Como es bien conocido, estos contratos no están sujetos a un único patrón ni a una regulación específica por su condición de contrato atípico y, por tanto, la casuística

ante la cual nos podemos encontrar es muy amplia, si bien lo habitual es que el Hotelero, como titular del negocio, asuma los beneficios pero también los riesgos del propio negocio; y el gestor sea el que desempeña las funciones de gestión previstas contractualmente conforme a su propio criterio y sus estándares y know-how, pero en nombre y por cuenta del Hotelero, gracias al amplio poder de representación que éste normalmente le ha otorgado.

Así las cosas, parece claro que si el Gestor hotelero actúa en el tráfico en nombre y por cuenta del Hotelero y éste, por tanto, conserva la titularidad del negocio y por ello la de los terrenos e

instalaciones correspondientes, ostenta la posición contractual de empleador de los trabajadores, de adquirente de los suministros y de contraparte de los clientes del hotel, parece muy difícil alejar del mismo las responsabilidades derivadas del eventual incumplimiento de la normativa aplicable a todos y cada uno de esos aspectos. Por ello, para neutralizar o mitigar las consecuencias que puedan derivarse de una situación de incumplimiento, el Hotelero tendrá que estar en condiciones de probar que ha adoptado medidas de control

para evitar que dicho incumplimiento se produzca. En definitiva, parece claro que deba contar con un adecuado sistema de compliance propio.

Ahora bien, esas medidas de control sobre las actividades del Hotelero no pueden establecerse desconociendo la realidad y el alcance del concreto contrato de gestión hotelera que se haya podido celebrar. No es lo mismo, desde el punto de vista de la gestión del riesgo, llevar a cabo una actividad directamente que contratar para ello a un cualificado especialista al que, en buena lógica, se le ha reconocido un amplio ámbito de discrecionalidad en su gestión.

Por ello, tampoco debería ser incompatible con la discrecionalidad del Gestor, la configuración de unos mecanismos de supervisión o vigilancia en favor del Hotelero que se proyectaran de manera fundamental sobre el cumplimiento normativo y que se diseñaran de tal manera que, sin interferir en los procesos de decisión operativos del negocio, permitieran al Hotelero acreditar la existencia de un control sobre el riesgo de incumplimiento normativo de su propio negocio.

Ahí, en el acierto del diseño y la implementación del sistema de compliance del Hotelero y su adecuado encaje en el marco contractual de su relación con el Gestor, estará el éxito de la salvaguarda de la posición de uno y otro y, por supuesto, del propio negocio hotelero.

Estos contratos no están sujetos a un único patrón ni a una regulación específica





**DISTINTOS
DESDE SIEMPRE**

COMO EN CASA, EN NINGÚN SITIO

ESTA NAVIDAD TUS CLIENTES SE SENTIRÁN COMO EN CASA.

NUESTRO SERVICIO TPV MULTIDIVISAS PERMITE A TUS CLIENTES EXTRANJEROS LA POSIBILIDAD DE PAGAR EN EUROS, O EN LA MONEDA LOCAL DE SU PAÍS DE RESIDENCIA.

**Aportamos soluciones.
Para crecer. Juntos.**

TPV
MULTIDIVISAS



**GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR**



Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

La contratista sucesora es responsable solidaria de las deudas de la anterior

La sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Supremo de fecha 27 de septiembre de 2018, haciéndose eco de la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 18 de julio de 2018, modifica su doctrina consolidada y considera ahora que no es suficiente con afirmar, en los casos de sucesión de contratistas, para excluir el juego de responsabilidades regulada en el artículo 44 del Estatuto de

los Trabajadores, que la transmisión de plantillas entre la nueva adjudicataria de un servicio y la anterior deriva del mandato de un convenio colectivo, sino que, inclusive en estos casos, se tendrá que analizar si lo transmitido es una entidad económica, entendida como conjunto organizado de medios para llevar a cabo una determinada actividad.

Una trabajadora, contratada como limpiadora por la adjudicataria de un servicio de limpieza, causó baja por fin de la contrata el 29 de marzo de 2015. El día siguiente causó alta en la empresa "CLECE, S.A.", nueva adjudicataria del servicio, quien se subrogó en la relación laboral de la trabajadora por aplicación del convenio colectivo de limpieza de edificios y locales de León. La anterior adjudicataria debía a la trabajadora varias partidas salariales, razón por la que ésta interpuso demanda. Tanto en primera instancia como por la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León se estimó que "CLECE, S.A." era responsable solidaria de los salarios dejados de abonar por la anterior adjudicataria.

"CLECE, S.A.", interpuso recurso de casación para la unificación de doctrina ante el Tribunal Supremo, quien debate en la sentencia comentada si la empresa que se hace cargo del servicio y del personal encargado de su ejecución, por así imponerle el convenio colectivo, debe responder solidariamente con su antecesora de las deudas salariales contraídas por ésta con sus trabajadores. En este caso, además, el convenio colectivo excluía de responsabilidad a la empresa entrante de las deudas salariales generadas con anterioridad a la finalización de la contrata.

Tanto el Juzgado de lo Social de León, como el Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León entendieron que, aunque el convenio colectivo de aplicación exonerara de responsabilidad a la empresa sucesora respecto de las deudas salariales contraídas por la anterior adjudicataria del servicio, sobre dicho precepto prevalecería el sistema de responsabilidades establecido en el artículo 44.3 del Estatuto de los Trabajadores (en adelante, ET), que establece la responsabilidad solidaria en caso de subrogación empresarial.

Para centrar el debate, el Tribunal Supremo recuerda que, para que pueda entenderse existente una transmisión de empresa, es necesario que esta vaya referida a una «entidad económica que mantenga su identidad» tras la transmisión o traspaso, entendiendo por tal «un conjunto de medios organizados, a fin de llevar a cabo una actividad económica». Asimismo, señala que podría apreciarse la existencia de subrogación empresarial, aun cuando no se transmitiera ese conjunto de medios organizados, si, en determinados sectores en los que la actividad descansa fundamentalmente en la mano de obra,

un conjunto de trabajadores que ejerciera de forma duradera una actividad común pudiera constituir una entidad económica (sucesión de plantillas), al poder mantener su identidad aún después de su transmisión; en este supuesto, el nuevo empresario podría continuar las actividades o algunas actividades de la empresa cedente de forma estable, lo que implicaría también la aplicación del juego de responsabilidades previsto en el artículo 44 ET.

Ahora bien, cuando el nuevo titular de una contrata sustentada exclusivamente en la mano de obra se hace cargo de los trabajadores de su antecesora por imperativo convencional, el Tribunal Supremo venía entendiendo que la naturaleza de la subrogación era estrictamente convencional y por tanto era el propio convenio el que debía configurar el régimen jurídico, extensión y límites de ese mandato, sin que dicho supuesto resultara encuadrable en el artículo 44 ET.

Sin embargo, de nuevo una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) viene a cambiar el panorama

jurídico español forzando un cambio en esta doctrina consolidada del Tribunal Supremo. En este caso, se trata de la sentencia del TJUE de 11 de julio de 2018, que aplica la Directiva 2001/23/CE del Consejo, de 12 de marzo de 2001, sobre aproximación de las legislaciones de los Estados miembros relativas al mantenimiento de los derechos de los trabajadores en caso de transmisiones de empresas, de centros de actividad

o de partes de empresas o de centros de actividad.

Con fundamento en dicha sentencia, el Tribunal Supremo afirma ahora que aun cuando la subrogación de plantilla sea con-

secuencia de lo previsto en el convenio colectivo, ello no excluye la aplicación del artículo 44 ET, pues la existencia de ese mandato del convenio no impide que la transmisión pueda referirse a una entidad económica. Ese concepto, «entidad económica», será el único que pueda erigirse en definidor de la existencia de una transmisión empresarial con efectos subrogatorios, y por tanto, determinar la aplicación del artículo 44 ET y el juego

de responsabilidades que el mismo regula. La determinación de si eso sucede habrá de hacerse ponderando el conjunto de circunstancias concurrentes en cada caso; y así, la sucesión en la contrata (de vigilancia, de limpieza, o de cualquier otra actividad de características similares) activará la subrogación empresarial siempre y cuando la operación vaya acompañada de la transmisión de una entidad económica entre las dos empresas afectadas. En sectores donde la mano de obra constituye lo esencial, tendrán que valorarse prioritariamente datos como el número o condición de quienes han sido asumidos por la nueva empleadora. A partir de ahí, en función de los términos en que el convenio colectivo determine la subrogación, quien sostenga que no se ha producido la asunción suficientemente relevante de la mano de obra, así lo tendrá que acreditar.

Tras estas deliberaciones, el Tribunal Supremo da la razón a la trabajadora, entendiendo que la empresa "CLECE, S.A.", no había acreditado que la sucesión empresarial no debía estar sujeta a los parámetros del artículo 44 ET, y considerando que esta última entidad debía abonar sus salarios solidariamente con su anterior empleadora.

En este caso, además, el convenio colectivo excluía de responsabilidad a la empresa



Descubre las ventajas de nuestras Soluciones para el Sector Turístico

IMF es miembro afiliado de:



IMF es miembro asociado de:



Oferta formativa con Doble Titulación IMF - UCJC en el Sector Turístico

- Programa de Desarrollo Directivo para Directores de Hoteles (Semipresencial)
- MBA especialidad en Dirección de Establecimientos Turísticos (Online)
- Master en Innovación y Marketing Turístico Digital (Online)
- Programa de Alta Dirección de Hoteles (Presencial)



Formación para Profesionales del Turismo

- Máster, Expertos y Cursos especializados

Consultoría para Empresas e Instituciones

- Estrategia, Tecnología e Innovación, Talento Marketing y Comunicación, Experiencia Cliente

Investigación e Innovación Turística

- Organización de Eventos y Congresos, Misiones Académicas, Estudios de Investigación, Planes Estratégicos de Turismo y Desarrollo Territorial, Turismo Digital, Turismo Naranja y en general Asistencia Técnica en la Realización de Proyectos a Empresas, Administración Pública e Instituciones Públicas y Privadas

INFÓRMATE EN:



www.imf.com 900 31 81 11 teléfono gratuito



**Business
School**



Fernando de Llano
Abogado de Tourism & Law

Servicios de viaje vinculados: la importancia de un buen asesoramiento

El Proyecto de Ley por el que se modifica el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre), va a suponer, cuando surta sus efectos definitivos, un cambio sustancial en la regulación de la venta de servicios

turísticos vacacionales tanto para las Agencias de Viaje como para muchas otras empresas que, fruto de las nuevas formas de contratación que nacen de la libertad de mercado y de las nuevas tecnologías, están accediendo a un nuevo nicho de mercado adicional a su propia venta directa.

De si ello va a suponer un nuevo paradigma o si realmente no va a haber nada nuevo bajo el sol, sólo las Sentencias y la práctica nos darán las respuestas. Pero no está de más que vayamos debatiendo sobre los aspectos generales que, como objetivo, se ha marcado el legislador español con objeto de transponer la Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.

Para empezar, y resumiendo los “porqués” de este cambio normativo, podemos enfocar tres principales focos enlazados de protección: (I) El mercado Europeo; (II) el Consumidor y; (III) las Agencias de Viaje. Es así que desde la llamada normativa Bolkestein y la eliminación de trabas administrativas en la venta de servicios a los usuarios bajo el brazo de la liberalización del mercado, se hacía más que necesaria una armonización en la legislación de venta de servicios turísticos vacacionales en Europa, lo cual pasa por fuerza por eliminar las disparidades que pudieran crear obstáculos en el mercado interior europeo por medio de una uniformidad que consolide el reconocimiento mutuo entre Estados miembros de las garantías que protejan de la insolvencia empresarial a los consumidores y la cooperación administrativa activa entre Estados. Ello enlaza, sin duda con la mayor protección para los consumidores y usuarios a nivel europeo, la cual cristaliza no sólo en un mayor número de derechos para el usuario de servicios turísticos, sino en una mayor transparencia a la hora de contratar servicios que quedaban en una laguna o limbo de regulación al no ser propios de agencias de viaje al uso, sino que procedían de vinculaciones de servicios turísticos –de ahí el nombre de “servicios de viaje vinculados”- que son “facilitados” –quedémonos también con este término de la “facilitación”- por empresas del segmento del turismo pero no propiamente del sector de las Agencias de Viaje y que se componen en su mayoría de servicios de transporte de pasajeros más alojamiento o viceversa, dependiendo de qué empresa “facilite” su compra.

Y, como tercer elemento enlazado, el legislador español pretende proteger a las agencias de viaje del denunciado intrusismo que aquellas enarbolaban en defensa de su nicho de mercado, amenazado por las nuevas formas de contratación electrónica por parte de las plataformas y empresas turísticas no dedicadas expresamente a la venta de servicios turísticos

principales y/o adicionales que no les eras exclusivamente propios. De si la eliminación de ese pretendido intrusismo por medio de su legalización soluciona el problema o de si lo agrava, cada empresa del sector tiene su propia opinión en función de lo que a ella le toque, lo cual es obvio y, también, comprensible.

El caso es que la vinculación de dos servicios turísticos principales – transporte de personas, alojamiento y alquiler de vehículos, por resumir- o de un servicio turístico principal más uno adicional – venta de entradas, excursiones, por ejemplo resumido también-, que supere en su valor el veinticinco por ciento del servicio principal y se contraten en una única visita del usuario con margen temporal de veinticuatro horas o menos entre la confirmación del primer servicio y la reserva del segundo, va a imponer al empresario que facilite las contrataciones a través de su página web o empresa, la obligación de informar al cliente al respecto de la vinculación y la necesidad de contar con una garantía contra la insolvencia, entre otras obligaciones.

No es sencillo, no. De hecho, esa misma vinculación de servicios y contratos con diferentes proveedores turísticos, facilitada por un empresario, pero efectuada la selección de los servicios antes de que el usuario acepte el pago, o efectuada cuando los procesos de reserva en línea conectados supongan que los datos del consumidor

(incluidos los de pago) pasen desde esa empresa al proveedor de tales servicios, supondrá que no estemos hablando de una “vinculación” sino de una “combinación”, lo cual entrará dentro del viaje combinado, únicamente reservado para ser ofrecido en venta por las agencias de viaje.

Es así que las agencias de viaje, que también tendrán la posibilidad de facilitar servicios de viaje vinculados, seguirán teniendo en exclusiva la capacidad para ofrecer viajes combinados, mientras que las empresas que simplemente vinculan sin ser Agencia de viajes no. Y esto no sólo amplía las posibilidades de la agencia en cuanto a prestación de servicios sin

responsabilidad solidaria –el servicio de viaje vinculado no cuenta con esa responsabilidad-, sino que el agujero de responsabilidad al que nos enfrentamos estará realmente en la interpretación libre que cada

empresa y agencia realice con respecto de los servicios excluidos expresamente de regulación en el nuevo Proyecto de Ley que, si no cambia de aquí a su redacción definitiva, dejará fuera del viaje combinado y del servicio vinculado a servicios tales como el viaje de empresa –siempre que exista un contrato que soporte la relación-, los alojamientos con fines residenciales –escuelas oficiales de idiomas, por ejemplo-, las excursiones de un día –sin pernoctación-, los viajes gratuitos o sin ánimo de lucro, la combinación de servi-

cios adicionales inferiores al veinticinco por ciento del valor del servicio principal, y las contrataciones con proveedores facilitadas por la agencia o la empresa con un margen superior a veinticuatro horas entre la confirmación del primer servicio y la reserva del segundo.

Es decir, que para saber a qué tipo de contratación han de atenerse las empresas turísticas, éstas deberán conocer previamente, no sólo la exactitud de sus procesos de compra por la web –enlaces, transmisión de datos, optimización de ofertas, descuentos, etc.-, sino que deberán interpretar si un bloqueo de plazas puede considerarse o no como reserva a los efectos de computar temporalmente una segunda contratación de servicios, o si un servicio adicional es o no superior en valor al veinticinco por ciento del principal, o si el derecho de desistimiento se aplica sólo a la venta fuera del establecimiento o si también se aplica en el servicio de viajes vinculados a la contratación a distancia –y conocer la diferencia entre esos dos tipos de contratación, claro-, o si los servicios de una empresa que haga vinculaciones podrán ser sancionados por la autoridad competente en materia de Turismo, por ejemplo.

En definitiva, podemos aventurar que, en breve, la frase tan repetida respecto a que quien no se adecúe a las nuevas tecnologías en el sector turístico se quedará atrás, deberá añadir un apóstito consistente en señalar que exactamente lo mismo le acontecerá a aquella empresa turística que no se procure un buen asesoramiento jurídico, pues la cuestión es harto compleja y no apta para abogados no especializados.

Focos de protección:
el mercado europeo,
el consumidor y las
agencias de viaje



CEHAT pide más implicación para impulsar el turismo sostenible basado en la tecnología

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, ha solicitado en Fuerteventura mayor implicación de todos los sectores para impulsar el turismo sostenible basado en la tecnología y

la innovación. Molas ha participado en la tercera edición del Congreso Fuerteventura 4.0 Turismo y Tecnología donde ha sido el encargado de dar la ponencia inaugural bajo el lema "Hacia un turismo sostenible".

El también presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, ha puesto de manifiesto, durante su intervención, la necesidad de seguir impulsando "estudios oficiales y más datos" para marcar la estrategia a seguir en el objetivo de conducir la actividad turística hacia parámetros de sostenibilidad.

Es una de las principales conclusiones del Instituto Tecnológico Hotelero, que se articula como un centro de innovación y conocimiento para el sector hotelero y que tiene por objeto mejorar la competitividad de la industria mediante la incorporación de la tecnología y la innovación.

En este contexto, Juan Molas ha explicado la necesidad de impulsar la máxima implicación de todos los sectores, lograr una mayor claridad para el término sostenibilidad y apostar por un sistema de evaluación global "porque hay demasiados certificados".

Molas ha puesto de ejemplo el modelo ITH de sostenibilidad por ser "sencillo, comprensible y abarca las principales áreas relativas a la sostenibilidad".



Tras recordar que 2017 fue el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, ha rememorado la cita pronunciada por quien fuera secretario general de la ONU, Ban KI Moon, quien ha destacado que el turismo "se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene influencia decisiva en la vida de millones de personas".

También ha puesto de relevancia que, según la OMT, el turismo tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

En esta línea, ha situado en 82,3 millones la cifra de turistas que anualmente

visita España y generan 81.625 millones de euros, lo que ubica a nuestro país en la segunda posición en el ranking global de países visitados y también en el ranking de ingresos.

Para el presidente de la CEHAT es el impacto positivo en una economía que también tiene una vertiente negativa: once millones de litros de combustible empleados, 25 millones de toneladas de CO2 emitidas a la atmósfera, miles de toneladas de residuos generados así como 300 millones de litros de agua gastados.

A su juicio, estas cifras evidencian la necesidad de caminar hacia un modelo turístico sostenible basado en la incorporación de la innovación y la tecnología. "No podemos parar el avance de plataformas tecnológicas. ¡Ni deben! Deberían de usar la tecnología como una oportunidad, no como una amenaza. Cuanto antes abracemos esta idea, mejor gestionaremos el turismo y sus problemas", concluyó el presidente de CEHAT.

LLENA TU HOTEL DE CLIENTES ESTA TEMPORADA

Traducción documental y web,
interpretaciones para eventos.
Oficina virtual 24/7.

Encuentra la solución en:
Tel.: +34 91 761 64 60
clientes@linguaserve.com
www.linguaserve.com







X Jornada CEHAT-Garrigues del Sector Hotelero – ‘La Gestión Hotelera, Presente y Futuro’

La presentación de la jornada corrió a cargo del presidente de CEHAT, Juan Molas y el presidente ejecutivo de Garrigues, Fernando Vives, que dieron paso a la primera mesa redonda del foro sobre ‘Tendencias actuales del management hotelero’, con la participación de la directora general de Desarrollo Global de Meliá, María Zarraluqui; el SVP Global Development de NH Hotel Group, Luis Arsuaga; el director de Desarrollo Corporativo Global de Grupo Iberostar, Francisco Albertí; y la directora general España y Portugal de Christie & Co, Inmaculada Ranera.

Todos los ponentes de la primera mesa coincidieron en la idea de que el modelo de gestión hotelera es cada vez es más frecuente. “El 80% de los hoteles que Meliá ha firmado este año se basan en el modelo de gestión o arrendamiento”, afirmó María Zarraluqui. “La tendencia actual para fomentar la internacionalización en países como Egipto es el modelo de gestión”, según Francisco Albertí. También había acuerdo en que el Sector va hacia una tendencia de franquicias, así lo ratificó Luis Arsuaga: “como tendencia veo la franquicia, ya que últimamente la rentabilidad se mide por el número habitaciones”.

En la segunda mesa redonda se abordaron los ‘Aspectos contractuales más relevantes de la gestión hotelera’, que contó con la participación del vicepresidente de Meliá, Mariano Pérez de Cáceres; el socio de Turismo & Hoteles de Garrigues, David Vich Comas; el también socio de Turismo & Hoteles de Garrigues, Pedro Fernández; y el también asociado principal de Turismo & Hoteles de Garrigues, Ignacio Sainz Terreros.

Respecto a la figura del gestor, David Vich recordó que “el gestor no es poseedor del establecimiento hotelero, lo que jurídicamente añade una serie de problemas al gestor y concede armas al propietario”. Y añadió que “en la negociación de los contratos de gestión en algunas ocasiones, desde el punto de vista de la propiedad, se intenta incrementar el riesgo que debe asumir el gestor”.

En tercer lugar, se debatió sobre la ‘Gestión hotelera y compliance’ de la mano del director de Legal & Compliance de Meliá, Juan Ignacio Pardo; la directora de Legal & Compliance de HI Partners Andrea Schröder; el socio de Litigación y Arbitraje de Garrigues, José Miguel Alcolea; y la asociada principal de Derecho Penal de Garrigues, Clara Blanc López.

Clara Blanc aclaró que “se trata de determinar la aproximación del riesgo de las dos partes, que no es la misma. Aunque estén compartiendo la actividad o el negocio, la aproximación a esa actividad es muy distinta desde la perspectiva del hotelero o del gestor”. Respecto al compliance, José Miguel Alcolea explicó que “el compliance es un sistema de gestión de riesgos como el incumplimiento de las normas que aplican al desarrollo de una actividad, y el compliance trata de prevenir ese riesgo y paliar las consecuencias”. Alcolea destacó, además, que “no existe la diferencia en el programa de cumplimiento normativo de un propietario u hotelero que tiene externalizada la gestión o no. Lo esencial es el análisis, solo se trata de gestionar”. Juan Ignacio Pardo, por su parte, alegó que “el gestor hotelero no puede saber con exactitud si cada detalle se ajusta a la prevención del riesgo penal”. Según Andrea Schroder, “el propietario



está valorando al gestor que cuenta con un programa de compliance frente al que no cuenta con él. No es indispensable, pero es muy positivo, ya que como empresa demuestras que estás muy concienciado con riesgos de naturaleza penal”.

Gestión hotelera, presente y futuro

Por último, tuvo lugar una cuarta mesa redonda sobre las claves del presente y, sobre todo, del futuro de la gestión hotelera, que contó con la participación del gerente de Hoteles y Resorts de Thomas Cook, Enric Noguer, el socio fundador de Marugal, Pablo Carrington; el socio director responsable Hoteles de Azora, Javier Arús; y el socio de Turismo & Hoteles de Garrigues, José Manuel Cardona.

José Manuel Cardona lanzó el debate preguntando “cuando negociáis con un propietario el contrato, el hecho de que seáis el mismo grupo que su turoperador

principal, ¿lo toma como favorable porque tiene una cantidad de ingresos ya garantizados o tiene una sensación acorralamiento por los dos lados?”. En respuesta, Enric Noguer señaló que, “actualmente, en el mundo de la distribución hotelera vacacional de grandes hoteles, está muy claro quién gana y qué. Luego el operador o el propietario puede ir viendo si tiene lógica o no, al final es un tema de confianza”. Por su parte, Javier Arús sostuvo que “al final lo que estás buscando en el operador es un socio. Cuando buscas esa confianza en el socio lo ideal es que el riesgo este equilibrado entre el turoperador y el propietario. Lo que tiene que evolucionar es la tendencia hacia un mayor alineamiento”.

Además, Cardona destacó un reciente estudio en el que se analizaba si valía la pena segmentar entre hoteles integrados en cadenas e independientes, donde se concluía que la única diferencia que presenta

en cuanto a servicios y ventas realmente es la posibilidad de los programas de fidelización”. Todos coincidieron en esta cuestión en que no se puede generalizar. Pablo Carrington alegó que “la cadena tiene un valor muy importante, pero la marca ya aporta relativamente poco en ciertos segmentos”. Nogues, por su parte, añadió que “hay gestores buenos y gestores malos, la marca es la marca, pero el gestor es muy importante. Tú puedes fichar una gran marca, pero si te envía un gestor que es un desastre, va a salir mal por mucho marketing que haya detrás”. Arús cerró esta cuestión explicando que “nadie toma hoy la decisión de viajar sin hacer una averiguación previa, con lo cual la decisión es fundamentalmente TripAdvisor o Booking, por lo que el valor de la marca cae exponencialmente. Están cambiando radicalmente las dinámicas para los grandes operadores. Operar marca cada día es más irrelevante y los operadores cada vez van a tener más difícil justificar los cargos que nos quieren meter”.

Para concluir, Javier Arús quiso destacar que “este es un Sector muy dinámico, está en constante evolución, lo que crees que hoy vale en unos años no funciona, por lo que necesitamos tener mecanismos que respondan a la dinámica del mercado que ahora es mucho más ágil”.

La clausura corrió a cargo del secretario general CEHAT, Ramón Estalella, que agradeció la participación de las diez jornadas con Garrigues, y José Manuel Cardona, quien señaló que, a partir de mañana mismo, “comenzamos a preparar la siguiente jornada, la undécima edición”.



2019

Fitur

Feria Internacional de Turismo

Madrid
23-27 enero

fituronline.com

SOMOS TURISMO

Feria de Madrid

MIEMBRO DE



TRANSPORTISTA OFICIAL



ORGANIZA



CEO de GAT

Ramón Garayar



¿Y ahora qué? Más allá del sol y playa

Ramón Garayar, CEO de GAT, nos habla de la situación actual del mercado turístico español, nos aporta la visión que tiene GAT para afrontar el presente y el futuro más próximo, lo anterior ya no vale, debemos pensar de manera diferente y, como comenta en la entrevista, “ningún viento es favorable para quien no sabe dónde va”.

— **¿Cómo valoras la situación actual del sector turístico vacacional y su futuro a corto plazo?**

Parece que se nos acaba el “turismo prestado” y volvemos a la fórmula tradicional de turismo vacacional al más puro estilo español aunque con un buen número de establecimientos renovados, con mayor categoría y muchos de ellos orientados al segmento de solo adultos.

Solo aquellos que han considerado la actualización como parte de la estrategia de reposicionamiento donde el continente y contenido son complementarios al desarrollo de un concepto transversal de experiencias serán los que verdaderamente logren obtener réditos de la inversión y obtengan rentabilidades mayores que sus competidores.

Ahora miramos de reojo a los viajes del Imsero y nos rasgamos las vestiduras por el precio de 20 euros por/persona en pensión completa con bebidas en las comidas, ahora volvemos a pactar contratos de garantía con turoperadores internacionales con duración hasta de 5 años porque nos han entrado los miedos a la bajada de la marea. Ahora añoramos la “tormenta perfecta” de salida de crisis y pérdida de competidores, miramos para los lados intentando encontrar el “consuelo” de autoridades y de políticas adecuadas que nunca llegaron, salvo honrosas excepciones, ahora pensamos que teníamos que haber hecho y no supimos o no pudimos o no quisimos.

— **¿Qué estrategia debemos acometer ante esta circunstancia de enfriamiento de la demanda turística?**

Lo primero que debemos hacer es dedicar unas cuantas horas a pensar, a reflexionar y a establecer grupos de trabajo internos y externos de donde logremos extraer una estrategia clara hacia donde queramos ir. La frase de Séneca “Ningún viento es favorable para quien no sabe dónde va”, se torna incluso más trascendente en estos momentos.

Y quizás pensando lleguemos a la conclusión que queremos seguir haciendo lo mismo que hacíamos hasta hoy, absolutamente respetable, o quizás tengamos el convencimiento que nuestro presente y futuro pasa por buscar un nuevo nicho de clientes, una diferenciación con el resto, una nueva elección de forma de hacer. Para todo ello primero debemos tener claro el qué, luego el cómo y el cuándo.

Por lo tanto hay que volverse a mirar al espejo, hay que buscar alternativas y contrastar, hay que atreverse y apostar, siempre con criterio y con un Business Plan claro, definir hacia donde queremos ir (el qué), la ruta que vamos a tomar para llevarlo a cabo (el cómo) y un calendario para su puesta en marcha (el cuando).

Soluciones únicas no suelen funcionar, tenemos que ir más allá de la simplicidad de planteamiento, abanderar un establecimiento con una marca internacional no

es suficiente, debe ir acompañado de una estrategia global que abarque todos los departamentos del hotel.

— **¿Algunos analistas especializados hablan de “burbuja hotelera”, cuál es su opinión al respecto?**

La entrada de players financieros internacionales ha revolucionado el sector con la desagregación del modelo de integración vertical (propiedad, explotadora y marca) buscando rentabilidades en un sector puntero como es el turístico en España que ha demostrado su “capacidad de aguante” ante la mayor crisis sufrida en los últimos tiempos.

La evolución positiva de estos últimos cinco años con cuentas de explotación saneadas acompañado de una situación concreta de grandes

volúmenes de deuda en manos de entidades financieras además de la coyuntura económica mundial con un elevado exceso de liquidez, ha hecho que el apetito de los fondos se haya disparado, provocando un incremento de precios de los establecimientos hoteleros fuera de toda lógica. Parece que se nos ha olvidado a todos que la economía es cíclica, que no podemos proponer incrementos constantes de rentabilidad, habrá vaivenes y momentos complicados donde la mejor defensa será haber “comprado bien” además de haber hecho

los deberes en cuanto a reposicionamiento y búsqueda de nicho. A día de hoy muchas de las transacciones están soportadas en expectativas de crecimiento poco realistas, lo que a medio plazo va a suponer un incumplimiento de planes de negocio de fondos y un ajuste en los precios de venta de los activos.

— **¿Cuáles son los principales retos de GAT para 2019?**

Incorporar nuevos hoteles y afianzar los existentes con acuerdos a más largo plazo. Vamos a seguir ofreciendo dinamismo, innovación, transformación de modelos de negocio, transparencia, criterio, profesionalidad; en definitiva hacer las cosas de forma diferente.

— **¿Cuáles son las principales operaciones de GAT del presente ejercicio?**

En 2018 entre otras muchas acciones, hemos incorporado dos importantes resorts, concretamente Denia La Sella 5* & The Residences La Sella e Islantilla Golf Resort 4*. Entre ambos resorts sumamos más de 450 llaves y un volumen de negocio anual superior a los 16 M€. Tenemos en pipeline alguna operación más que seguramente se concretará a finales de este año o principios de 2019, y que nos hará dar un salto importante en cuanto a volumen de negocio y de activos.

A día de hoy somos más de 700 empleados entre nuestros 8 establecimientos y los servicios centrales, y esperamos cerrar el año con una plantilla total de más de 1.000.

— **¿Qué hace GAT para reposicionar sus activos?**

Analizar y buscar puntos de mejora, pensar y determinar hacia donde queremos ir, realizar un Business Plan completo donde incluimos las necesidades de inversión (capex) y de acciones relativas al equipo humano (formación, adecuación de plantillas, generación de nuevas estructuras, redefinición de organigramas), aplicar nuestras capacidades y experiencias acompañados de tecnología y procedimientos de trabajo innovadores.

Lo primero que debemos hacer es pensar, reflexionar y establecer grupos de trabajo internos y externos



Fundación InterMundial y Fitur convocan una nueva edición del Premio de Turismo Responsable

Se convoca una nueva edición del Premio de Turismo Responsable de la Fundación InterMundial, con la colaboración de Fitur. Podrán participar las empresas expositoras en Fitur 2019, Feria Internacional del Turismo que organiza Ifema

los próximos 23 al 27 de enero, en Feria de Madrid. Se establece una nueva categoría en la que podrán participar aquellos representantes de la blogosfera que hayan fomentado prácticas de turismo responsable desde sus líneas.

Fundación InterMundial, en colaboración con Fitur, convoca una nueva edición del Premio de Turismo Responsable. Este galardón, que nace con el objetivo de reconocer la implicación de las empresas turísticas que trabajan por el desarrollo y activación de un turismo responsable con el medioambiente, la economía y la sociedad local, recibió, en su primera edición en 2017, 56 candidaturas de un total de 13 países.

El Premio está dirigido a todas aquellas empresas expositoras en Fitur 2019 que en los dos últimos años hayan trabajado en favor del turismo responsable, implementando políticas o medidas concretas de funcionamiento o a través de acciones dirigidas al cliente.

Las empresas interesadas en participar deberán enviar sus candidaturas, antes del 4 de enero, al correo electrónico premios@fundacionintermundial.es, y cumplimentar el formulario de inscripción que se encuentra alojado en la web de Fitur.



Al igual que en la edición anterior, el Premio de Turismo Responsable consta de distintas categorías en función del sector al que pertenezca la empresa participante. Como novedad en esta segunda edición se añade una nueva división de Blogosfera para reconocer al blog que,

desde sus líneas, lleve a cabo una labor de concienciación de la sociedad sobre las prácticas de turismo sostenible. De esta forma, el galardón se divide en las siguientes categorías:

- Hostelería (alojamientos, restauración y servicios relacionados).

- Transporte, productos y servicios turísticos (medios de transporte, aeropuertos, incentivos y congresos, turoperadores, agencias, ocio, salud...).

- Destinos turísticos.

- Blogosfera.

El jurado, compuesto por reconocidos profesionales del sector turístico, elegirá en el mes de enero a un ganador por cada una de las categorías. La entrega de premios se realizará en Fitur 2019, Feria Internacional del Turismo que organiza IFEMA los próximos 23 al 27 de enero, en el marco de su sección FiturtechY (Pabellón 10 – Feria de Madrid).

Este galardón refuerza el compromiso de la Fundación InterMundial por el impulso de un auténtico turismo sostenible que contribuya a generar un desarrollo responsable por parte de la industria turística en un contexto socioeconómico y medioambiental.

Bases del concurso y formulario de inscripción en el siguiente enlace:

http://www.ifema.es/fitur_01/PremioTurismoResponsable/index.htm.

Impuestalia
REVISIÓN DE VALORES CATASTRALES

Opóngase a su **PLUSVALÍA** | Reduzca su **IBI**

Pregunte por nuestra **TARIFA ÉXITO**
Solo cobramos si le conseguimos **AHORRO**

Llámenos al **911 697 299**

impuestos@impuestalia.com
www.impuestalia.com

Impuestalia Revisión Catastral
 ImpuestaliaC
 Impuestalia

Las previsiones del sector hotelero se sitúan en niveles de estabilidad para la temporada de invierno

El sector hotelero refleja expectativas estables para la temporada de Invierno 2018-2019, según se desprende del Observatorio de la Industria Hotelera, elaborado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

(CEHAT) y PwC. El índice OHE General de esta temporada, que se sitúa en los 43,44 puntos, refleja valores de estabilidad rompiendo los niveles récords registrados en la misma temporada del año anterior.

El índice OHE Macroeconómico, calculado en base a los siete factores macroeconómicos que se considera influyen de forma más significativa en el turismo: el PIB, el IPC, la tasa de desempleo, el precio del petróleo, el tipo de cambio con el dólar americano y la libra esterlina, el tipo de interés y las expectativas de los expertos sobre la coyuntura económica española, europea y de la demanda de consumo de las familias españolas, se sitúa en los 52,29 puntos, reflejando una situación de estabilidad en línea con las temporadas pasadas.

El índice OHE Hotelero, que se basa en una encuesta realizada a las 54 asociaciones pertenecientes a CEHAT que engloban más de 1,5 millones de plazas de alojamiento hotelero y extra hotelero, se sitúa en los 40,49 puntos para la temporada de Invierno 2018-2019, lo que refleja valores de estabilidad para los próximos cuatro meses.

Los principales subíndices analizados se sitúan por debajo de los 50 puntos lo que indica perspectivas de estabilidad, aunque con cierto pesimismo tras los récords históricos alcanzados durante años anteriores.

Tras el optimismo alcanzado en la temporada pasada, el subíndice de per-



noctaciones descende hasta los 40,52 puntos, augurando estabilidad.

En cuanto a estancia media, las previsiones también se mantienen similares a las de temporadas anteriores, tal y como reflejan los 45,99 puntos alcanzados por el subíndice.

Según Juan Molas, presidente de CEHAT, “las negociaciones sobre el Brexit deben tomarse en consideración por el enorme impacto que la salida del Reino Unido pueden conllevar para el sector turístico y hotelero español”. “Por otra parte, se detecta ralentización en los

principales mercados europeos, destacando las procedentes del Reino Unido y Alemania en cuanto a las reservas hoteleras, especialmente en Canarias principal destino vacacional invernal”.

En opinión de Cayetano Soler, socio responsable de Turismo, Transporte

Sección III

Índice OHE Hotelero

El Índice OHE Hotelero se sitúa en los 40,49 puntos reflejando estabilidad tras el positivismo alcanzado en la temporada pasada



Fuente: Elaboración propia

- El OHE Hotelero se obtiene como resultado de una encuesta enviada a las 54 asociaciones pertenecientes a CEHAT que engloban más de 1,5M de plazas hoteleras, recogiendo sus expectativas de evolución sobre los principales factores de la ocupación hotelera: número de pernoctaciones, oferta de plazas, duración de la estancia, precios de los alojamientos, esfuerzos promocionales de las administraciones públicas, esfuerzos publicitarios de los empresarios de establecimientos turísticos y su rentabilidad.
- Si bien en las temporadas pasadas se siguió una tendencia alcista, se espera que para la temporada de Invierno 2018 - 2019 el sector hotelero alcance la estabilidad

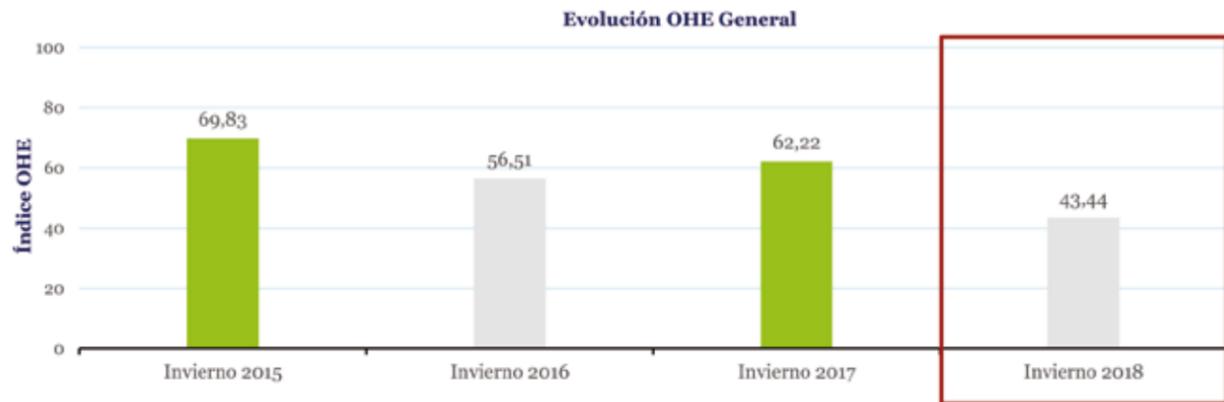
y Servicios de PwC, “continuamos con un moderado crecimiento de las expectativas de actividad turística, sostenido por un crecimiento del gasto turístico y condicionado, principalmente, por varias circunstancias exógenas. La más importante es el buen comportamiento del segmento de negocios y MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) en estos meses de invierno, apuntando a la mejoría y con eventos relevantes. Le siguen un calendario laboral con festivos que empujan a un mayor consumo del segmento nacional e internacional urbano; así como el crecimiento de la demanda internacional, como consecuencia de los buenos datos macro de consumo de los principales países emisores. Y, por último, destaca la continua mejora del número de viajes a nivel global que impulsa el tráfico hacia el destino nacional”.

Ramón Estalella, Secretario General de CEHAT indicó en esta presentación que “conseguir igualar los números de 2017 y 2018 sería un éxito y todo parece indicar que vamos a ser mucho más dependientes de las reservas de última hora, las cuales estarán muy condicionadas por la capacidad aérea y la estabilidad económica de los países emisores”.

La presentación de estos datos contó también con la presencia de Francisco Sanchis, director experto en Turismo de PwC.

Sección IV Índice OHE General

Pese a que las perspectivas para la temporada de Invierno 2018 - 2019 son de estabilidad, se espera a nivel general una ligera tendencia al empeoramiento, como muestra el índice OHE General que se sitúa en 43,44 puntos



Fuente: Elaboración propia



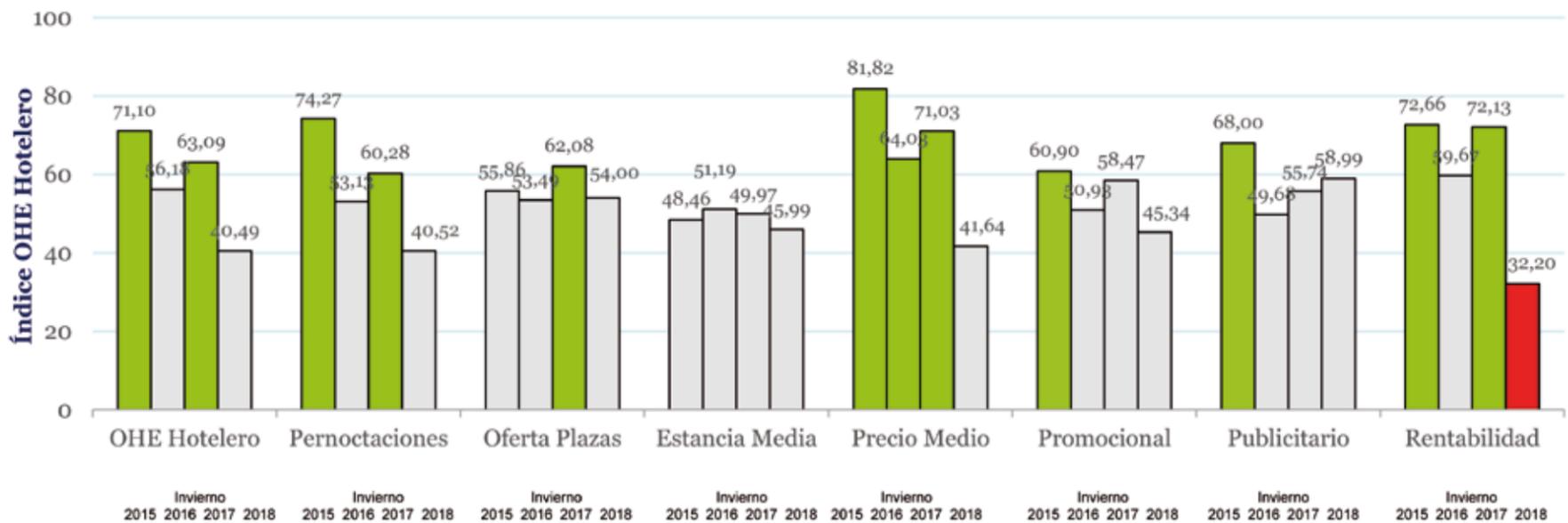
Observatorio de la Industria Hotelera Española



Sección III Índice OHE Hotelero - desglose

El sector hotelero prevé estabilidad, con ciertas connotaciones negativas en términos de rentabilidad, tras los récords históricos alcanzados durante los años pasados

Evolución OHE Hotelero (desglose)



Fuente: Elaboración propia

A nivel general se espera estabilidad en el sector, con ligeras connotaciones pesimistas al situarse prácticamente todos los índices hoteleros por debajo de los 50 puntos



Observatorio de la Industria Hotelera Española



MODELO ITH DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

El Modelo ITH se apoya en la plataforma tecnológica de acceso gratuito para hoteles **iSave Hotel**
www.hotel.isave.es

El nuevo Modelo ITH de Sostenibilidad Turística incluye:

- Un módulo específico para Balnearios,
- Un módulo de energía que ofrece precios eléctricos y de gas natural,
- Un módulo de compras
- Ratios e indicadores para la comparación de precios
- Ampliará el módulo de Accesibilidad

¡Te ayudaremos a gestionar tu establecimiento de forma sostenible!

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



Desarrollado por el **Instituto Tecnológico Hotelero** con el apoyo de la **Secretaría de Estado de Turismo**



Antonio Garamendi, nuevo presidente de la CEOE

Antonio Garamendi ha sido elegido presidente de CEOE por aclamación en la Junta Electoral de esta organización celebrada en IFEMA, Madrid. A propuesta de Antonio Garamendi, la Junta Directiva ha aceptado el nombramiento de José Alberto González-Ruiz como secretario general de la CEOE.

La asamblea electoral compuesta por más de 700 compromisarios decidió que no era necesario votar y proclamó a Garamendi como quinto presidente de la patronal en sustitución de Juan Rosell, que deja el cargo tras ocho años al frente.

Hasta la fecha, Garamendi, nacido en Getxo (Vizcaya) en 1958, estaba al frente de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa Cepyme y no es la primera vez que concurre a las elecciones para presidir la patronal, hace cuatro años compitió con Rosell.

En su discurso ante los compromisarios anunció que dará entrada a cinco mujeres en el comité ejecutivo y en alguna de las vicepresidencias.

Dijo que "hay que convencer a la sociedad para que se reconozca a los empresarios", ya que "generan riqueza, empleos y bienes y servicios".

Por otro lado, se refirió a la importancia de "la revolución digital", como "el nuevo reto del futuro" y puso en valor la internacionalización de las empresas. "El futuro de nuestro país es saber que estamos en Europa y en el mundo. CEOE va a reforzar su apuesta por la internacionalización a través de la marca CEOE Internacional", señaló.



Título Superior Universitario On line en Revenue Management

En el año 2008 la Universidad Rey Juan Carlos, universidad pionera en la formación turística, decidió poner en marcha el título Experto en Revenue Management que se ha convertido en un referente internacional en formación en Revenue Management.

Éxito conseguido se fundamenta en el diseño de una formación universitaria en colaboración con los más destacados expertos profesionales, adaptada a las necesidades de innovación del sector. Por ello, actualizamos constantemente nuestros contenidos, incorporando nuevas herramientas, nuevas tecnologías y nuevos expertos para continuar en la vanguardia del desarrollo del Revenue Management en las empresas. Así, se ha ampliado el programa con contenidos en Big Data debido a la importancia actual del conocimiento de estas herramientas para una eficaz gestión de la información por parte de los revenue managers.

Teniendo en cuenta que el curso presencial no es accesible a muchos alumnos y conscientes de la importante necesidad de formación en esta área, hemos decidido emprender un nuevo proyecto poniendo en marcha el Título



Superior Universitario On line en Revenue Management, dirigido a profesionales y personas interesadas en el sector que no puedan matricularse en el curso presencial y quieran recibir una formación académica seria, profesional y práctica en Revenue Management.

El curso dará comienzo este 28 de enero de 2019 y su duración es de 110 horas, finalizando el 28 de abril de 2019.

Al ser CEHAT el principal colaborador de los programas de Revenue Management de la URJC, los alumnos preinscritos que procedan de alojamientos miembros de la CEHAT tendrán prioridad en la admisión, por lo que se ruega indicarlo en el proceso de inscripción.

Información e inscripciones:

Teléfono: 670-79-23-68 - 91 488 70 40
Títulos Propios y Formación Continua
pilar.talon@urjc.es
cristina.figueroa@urjc.es

Schindler se convierte en el nuevo socio colaborador de CEHAT

Schindler, multinacional suiza de ascensores y escaleras mecánicas, y CEHAT, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, han firmado un acuerdo por el que la empresa de transporte vertical se convierte en socio colaborador de la confederación, de cara a aunar sus trabajos para mejorar sus servicios y ampliar las novedades en el sector hotelero. El acuerdo lo han firmado Juan Molas, presidente de CEHAT, y Alfredo Lillo, director de Nuevas Instalaciones y Marketing Iberia de Schindler.

Schindler España acaba de firmar un acuerdo de colaboración con CEHAT, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, por el que se convierte en nuevo socio colaborador de la confederación. A través de esta alianza, las empresas asociadas a CEHAT pueden conocer el trabajo y las novedades del sector hotelero para aportar sus servicios.

Con este nuevo acuerdo, CEHAT da un paso más incorporando como nuevo Socio Colaborador a una compañía como Schindler, multinacional de referencia en la fabricación, instalación, mantenimiento y modernización de ascensores y andenes móviles, y líder mundial en el sector de las escaleras mecánicas.

El acuerdo ha sido suscrito por Juan Molas, presidente de CEHAT, y por Alfredo Lillo, director de Nuevas Instalaciones y Marketing Iberia, junto a Antonio Baldellou, director de Instalaciones Existentes y Modernizaciones



Iberia, quienes han destacado la fuerza de esta unión “para continuar progresando entre sectores y marcar unas nuevas metas que hagan más fáciles y cómodas las actividades hoteleras”.

El presidente de CEHAT, Juan Molas, por su parte, ha transmitido su satisfacción con la firma de este acuerdo “por suponer un avance más hacia la búsqueda de nuevas alternativas que mejoren las explotaciones hoteleras”.

Sobre Schindler

Fundado en Suiza en 1874, el Grupo Schindler es uno de los líderes mundiales en el sector de ascensores, escaleras mecánicas y otros servicios relacionados con el transporte vertical. Las soluciones de movilidad urbana de Schindler transportan diariamente a mil millones de personas en todo el mundo. Tras el éxito de la compañía se encuentran los más de 60.000 empleados presentes en más de 100 países.

MITSUBISHI
HEAVY INDUSTRIES

Our Technologies, Your Tomorrow

Club Med
Balaia
(Albufeira,
Portugal)

Comedor
nave Inditex
(La Coruña)

Hotel NH
Collection
Gran Vía
(Madrid)

Residencia
de
Estudiantes
(Almería)

Fábrica
Pikolin
(Zaragoza)

Edificio de
oficinas
Accenture
(Barcelona)

Q-ton
Air to Water

Aeroterminia

Producción de ACS
hasta 90°C con
REFRIGERANTE 

5 años ✓

Realizando proyectos
de referencia
en España
y Portugal

**Más de
100 unidades**
instaladas en
España y Portugal
nos **avalan**

El sistema **idóneo** para
grandes demandas de **ACS**

Visítanos en:

<http://www.aeroterminia-qton.com/>

La bienvenida más cálida para tus huéspedes

Hoteles más eficientes, seguros y confortables

Los sistemas de aislamiento de lana de roca ROCKWOOL ayudan a crear mejores hoteles. Gracias a sus propiedades únicas, sus clientes apreciarán un mayor confort térmico y acústico además de una mayor protección en caso de incendio.

Los productos de lana de roca ROCKWOOL contribuyen en el ahorro de gestión diaria del establecimiento, con reducciones de hasta el 90% en la factura energética.

Más información en www.rockwool.es





José Luis E. García
Un viajero curioso

Rutas del vino de España: Sierra de Salamanca

Me encuentro en la bella localidad de La Alberca, dispuesto a recorrer las poblaciones más interesantes de la Sierra de Salamanca (VINO DE CALIDAD. D.O.P Sierra de Salamanca).

Reconocida por la Junta de Castilla y León en 2010 se encuentra ubicada en el sur de la provincia de Salamanca. Se trata de la tercera referencia de vinos de calidad en la Comunidad y reúne un total de 26 municipios salmantinos.

Las variedades autorizadas son: viura, moscatel de grano menudo y palomino para las blancas y rufete, garnacha y tempranillo para las tintas. Parece razonable, que al igual que sucedió en el resto de las comarcas que jalonan la Vía de la Plata, su aparición se debiera a la influencia de las legiones romanas que trazaron esta ruta legendaria. Tampoco olvido el papel protagonista ejercido por las órdenes monacales que se instalaron en la comarca durante la Edad Media.

Los vinos de la Sierra de Salamanca no son aún de gran renombre, pero se ha trazado un camino para alejarse de la tradicional producción de graneles. Debemos acercarnos a estos vinos sin ningún tipo de complejo y apreciar la diversidad que supone tomar una copa de tinto-rufete con un embutido de la zona. La rufete es la responsable de unos vinos que destacan por la elegancia de sus matices aromáticos y que están en condiciones de alcanzar importantes cotas de calidad. La producción actual se concentra en rosados y tintos.

La cocina salmantina está marcada por la diversidad geográfica de una provincia que comparte las dehesas con los campos de cereales y las zonas montañosas que culminan en la Sierra de la Peña de Francia. Hay encinares que permiten la crianza en libertad del cerdo ibérico, pastos para el ganado vacuno y tierras de secano para alimentar los rebaños de ovejas churras y castellanas. La primera joya de la gastronomía salmantina son las chacinas del cerdo ibérico. Lo merecen por el peculiar dulzor de su carne, motivado por las bajas temperaturas de la zona que permiten la utilización de menor cantidad de sal en la curación. Tampoco me olvido de la huerta, empezando por las frutas y verduras. La huerta de Salamanca es la que recoge un mayor número de verduras y hortalizas de todas las de Castilla y León.

Como decía en el comienzo del artículo, me encuentro en La Alberca, punto de partida para la ruta que propongo. Cuando se recorre sosegadamente las calles y plazas de La Alberca, el viajero se va encontrando con atractivos rincones y perspectivas, en los que resalta una arquitectura popular levantada a base de piedras y geométricos entramados de madera.

Destacan los dinteles cincelados con fechas de fundación de las casas, con inscripciones, signos y anagramas religiosos, que quieren ser profesión visible de fe. Cada una de las plantas superiores va sobresaliendo sobre la inferior, hasta llegar casi a tocarse los aleros de los tejados de las casas que se hallan frente a frente, lo que hace

que en las calles se produzca un curioso juego de luces y sombras. Se ha dicho que la estructura urbana de La Alberca es la de una judería, por lo intrincado, laberíntico y secreto de sus calles. Pero tampoco han faltado quienes, al recorrer el pueblo, lo han asociado con los arrabales de Damasco.

Un paseo por sus calles traslada al turista a otros tiempos, perderse por sus rincones y sus plazuelas es tarea obligada y uno de los mayores placeres para los que buscan paisajes inolvidables y pintorescos, trazados imposibles de una belleza singular.

Toca descanso en un apacible hotel de la localidad sin perdonar unas buenas chacinas regadas con un vino de la zona. Me espera Miranda del Castañar, Mogarraz, San Martín del Castañar y el Santuario de la Peña de Francia.

Miranda de Castañar es una de las poblaciones más singulares de la provincia de Salamanca, se eleva sobre un promontorio rocoso en pleno corazón de la Sierra de Francia. En 1973, el casco histórico de la villa fue declarado Conjunto Histórico Artístico.

Miranda del Castañar es una plaza fortificada con muralla y castillo. Recorrerla es adentrarse en su pasado medieval con casas de mampostería y madera características de la sierra, junto a casas de granito con blasones en las fachadas. Conserva dos de las cinco ermitas que tuvo: la ermita del Cristo del Humilladero a la entrada de la localidad y, fuera del recinto amurallado, la ermita de la Virgen de la Cuesta, patrona de la localidad, de estilo gótico, bien conservada y con vistas espectaculares a la Peña de Francia.

Mogarraz ha conservado su arquitectura civil y militar en perfecto estado. Villa medieval construida y repoblada en el siglo XI por franceses, gascones y roselloneses, procedencia manifiesta en sus apellidos de origen galo. Se ha conservado perfectamente hasta nuestros días su arquitectura civil de tramonera y piedra. Me detengo para hacer el aperitivo. Sana costumbre que no debemos perder.

Muy satisfecho por lo que estoy visitando me dirijo hacia San Martín del Castañar y al Santuario de la Peña de Francia, final de esta ruta.

San Martín del Castañar se sitúa sobre una atalaya dominando el curso del río Francia. En la parte más elevada del pueblo y a un extremo de éste, enclavado en un montículo de fuertes pendientes, se encuentra el Castillo de la Biosfera, para llegar a él era y es necesario cruzar el pueblo. Perteneció al obispo de Salamanca y fue declarado Bien de Interés Cultural en 1949.

Sin dilación me dirijo hacia el Santuario de la Peña de Francia. Sus orígenes se remontan a 1434, cuando el caballero francés Simón Vela construyó una capilla en el lugar en el que encontró la imagen de la Virgen. Posteriormente los Dominicos construirían la iglesia, el convento y la hospedería. El Santuario fue declarado monumento artístico en 1956.

“Una vez que has viajado, la travesía nunca termina, sino que es recreada una y otra vez a partir de vitrinas con recuerdos. La mente nunca puede desprenderse del viaje”, Pat Conroy.



La Alberca de Salamanca.

Impuestalia sigue apostando por los hoteles españoles

Impuestalia, empresa dedicada a la revisión de valores catastrales a efectos impositivos, sigue colaborando con la CEHAT reforzando su servicio de revisión de valores catastrales, IBI y plusvalías. Nuestra experiencia en el análisis del sector

hotelero, nos ha permitido alcanzar un grado de especialización altísimo, dando traslado de nuestros éxitos a futuros clientes, lo que garantiza una más rápida y efectiva consecución de los objetivos comunes.

Estamos a punto de acabar el año 2018, un año en el que de nuevo el IBI y otros impuestos que toman como base el valor catastral han dado dolor de cabeza a los titulares de los inmuebles. Se han publicado para algunos municipios Ponencias de Valores municipales que entran en vigor el próximo 1 de enero de 2019, han continuado los Procedimientos de Regularización Catastral... Estos procedimientos dan lugar a un incremento del valor catastral de forma generalizada y hacen estar a los titulares atentos a cualquier notificación, ya que tienen plazo para recurrir e impedir que los nuevos valores catastrales de sus inmuebles se hagan firmes.

Desde Impuestalia hemos ayudado, se han conseguido grandes éxitos y ahorros, pero queremos mejorar en el 2019, aún queda mucho por recorrer. Los éxitos del 2018 ascienden al 95% de resoluciones favorables de expedientes de Impuestalia resueltos por la Administración, con una reducción media de la cuota del IBI del 20%, llegando incluso a una reducción del 56% de la cuota anual del IBI en un Hotel. La experiencia acumulada durante estos años, así como la propia jurisprudencia que vamos creando, el traslado de éxitos actuales a futuros clientes, nos permiten obtener tasas de éxito muy altas.

2019 comienza, como siempre, con la publicación en el BOE de la Orden aprobada por el Ministerio de Hacienda, HAC/994/2018, de 17 de septiembre, por la que se establece la relación de municipios a los que resultarán de

aplicación los coeficientes de actualización de los valores catastrales que establezca la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2019.

Como ya es conocido, el texto refundido de la Ley del Catastro Inmobiliario, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2004, de 5 de marzo, dispone que las leyes de presupuestos generales del Estado podrán actualizar los valores catastrales de los inmuebles urbanos de un mismo municipio por aplicación de coeficientes en función del año de entrada en vigor de la correspondiente ponencia de valores del municipio.

Este año la lista de los municipios que han solicitado la actualización de los valores catastrales en 2019 asciende a un total de 1.177, que podrán subir un máximo del 5% o bajarlo un 2% de media. Esta actualización será efectiva el 1 de enero de 2019.

En IMPUESTALIA, para este año 2019, queremos seguir consolidándonos como empresa de referencia en el mercado, incrementar la confianza de los principales clientes, y continuar con el ritmo de crecimiento que tenemos marcado.

¿Qué ofrece IMPUESTALIA al sector hotelero?

-Un área específica de apoyo al Sector Hotelero con personal propio dotado de un alto grado de especialización tanto a nivel administrativo, como técnico y, jurídico.

-Atención personalizada, ya que disponemos de cobertura geográfica en toda España con seis sedes que cubren todo el territorio nacional: Madrid, Barcelona,



Sevilla, Málaga, la Coruña y Valencia.
-Tenemos equipos Jurídico y Técnico propios, e incorporamos los éxitos de nuestros clientes a futuros expedientes. Creamos nuestra propia jurisprudencia. Realizamos Estudios serios y Reclamaciones bien fundadas, sin inducir al cliente a expectativas falsas.
-Tarifa a éxito: nuestros honorarios sólo se devengan y cobran si el cliente obtiene ahorro. En ningún caso nuestra gestión supone un coste añadido, más bien al

contrario, obtenemos reducciones en el IBI y devoluciones por ingresos indebidos o compensaciones de deuda.
-Y una experiencia contrastada en este Sector consecuencia del alto número de inmuebles estudiados y del alto grado de éxito obtenido.

No duden, por favor, en contactar con nosotros y enviarnos sus IBIS y cualquier notificación que les llegue de Catastro. En Impuestalia nos encargamos por usted: Les haremos un estudio inicial analizando las posibilidades de ahorro y riesgos, controlamos los plazos y en caso de encontrar discrepancias nos encargamos de la reclamación administrativa jurídica necesaria hasta la resolución favorable y la solicitud de la devolución de los ingresos indebidos o compensación de deuda. Nuestro objetivo es su Optimización Tributaria, nuestro fin es su ahorro.

Muchos clientes se han beneficiado ya de nuestros servicios. Háganlo ustedes. Nuestra recomendación es que usted pague según ley y, reclame todo a lo que honestamente tenga derecho.

Desde Impuestalia les deseamos a todo el sector Hotelero español una Feliz Navidad y un fantástico año 2019, lleno de éxitos, en lo personal y en lo profesional. Esperamos poder contribuir a ello aportando nuestro valor en la consecución de un IBI justo y prestándoles toda nuestra experiencia acumulada para la obtención de dichos objetivos.

Gracias de nuevo a todos ustedes por su atención y su amabilidad, ponernos a su disposición para atenderles en aquello que consideren y recordarles que pagar un IBI justo es un compromiso de todos.

Fernando Díez, coordinador de Impuestalia Sector Hotelero



Littium Kaos Engineering une fuerzas con el Instituto Tecnológico Hotelero

El fabricante español de bicicletas eléctricas Littium Kaos Engineering, toda una referencia en el sector de la movilidad urbana, se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero como nuevo socio en el área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética. La empresa, conocida por su fuerte apuesta por el I+D+i y la creación

de un sistema propio de control de asistencia al pedaleo, cuenta con una completa gama de e-bikes aclamadas por su fiabilidad, tecnología y diseño. Con garantía de dos años y presentes en más de 130 distribuidores de toda España, las Littium Kaos Engineering están también presentes en el Mundial de Motociclismo.

Littium Kaos Engineering, marca de bicicletas eléctricas reconocida por su potente equipo I+D+i y por la creación de un sistema de control propio de asistencia, llamado DAO® (Diferencial Automático de Onda), sigue dando pasos de gigante en su propósito de llevar la movilidad eléctrica a toda la sociedad.

El último avance ha sido sellar su incorporación al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) como nuevo socio en el área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética. El acuerdo fue firmado por Estebe Gorbea, CEO y director ejecutivo de Littium Kaos Engineering, y Álvaro Carrillo, director general del Instituto Tecnológico Hotelero.

“Estamos en un momento decisivo de cambio en todo lo que respecta a la movilidad urbana”, aseguró tras la firma Estebe Gorbea, “y por eso es tan lógico como productivo que un fabricante de e-bikes y el sector hotelero sumen fuerzas”. El objetivo de Littium Kaos Engineering

es, en palabras de Gorbea, el mismo que está siempre presente en ITH: “Promover nuevas tecnologías y mejorar la competitividad, eficiencia y sostenibilidad de la industria hotelera y turística”.

Por su parte, desde ITH consideran que el acuerdo “puede aportar un gran beneficio para el sector hotelero. La adhesión de Littium Kaos Engineering permitirá incorporar nuevas tecnologías al servicio

de un público que quiere un transporte cómodo, práctico y ecológico, gracias a que tienen una visión clara de nuestro planeta y avanzan de forma constante hacia la movilidad eléctrica total”.

Littium Kaos Engineering, empresa ubicada en Vizcaya, nació hace tres años de la unión de dos empresas: Littium, dedicada al diseño y desarrollo, y Kaos Entertainment, fabricante y distribuidor tecnológico

con más de treinta años de trayectoria en el mercado de las nuevas tecnologías.

Con un completo catálogo de bicicletas eléctricas, ya presente en toda España a través de más de 130 distribuidores, el objetivo de la marca es ofrecer un producto acabado y de alta gama, pero con un precio más que competitivo para el mercado actual. En estos momentos Littium Kaos Engineering centra muchos de sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos productos, ofreciendo al usuario final y a sus distribuidores un catálogo de e-bikes robustas, cómodas y fáciles de manejar, además de con un cuidado diseño que combina a la perfección elegancia, modernidad y eficacia.

Además, la resistencia y durabilidad de las Littium Kaos Engineering les ha permitido colaborar con varios equipos del Campeonato del Mundo de Moto 2, siendo utilizadas desde hace años como una alternativa práctica y ecológica para el desplazamiento de pilotos y equipo.



Cómo evitar los tan molestos cambios de temperatura en la ducha

Todo huésped de un hotel espera comodidad y confort durante toda su estancia y la experiencia en la ducha forma parte de esa comodidad. Los cambios de temperatura durante la ducha arruinan esta experiencia al ser muy incómodos e incluso pueden llegar a ser peligrosos si provocado

por ello el cliente se quema o resbala. Gracias a la tecnología HL2024 los clientes de su hotel ya no tendrán quejas por los cambios de temperatura del agua en la ducha. Esta sencilla y eficaz solución hará que tanto la temperatura como el caudal de agua sean siempre constantes.

Las diferencias de presión en la instalación son las causantes de las fluctuaciones de temperatura en las duchas. Las diferencias de presión surgen por varias causas y son inevitables. Con el Regulador de Temperatura HL2024, las diferencias de presión ya no afectarán negativamente al caudal que entra al mezclador y, por lo tanto, el grifo termostático funcionará de una manera óptima. La tecnología HL2024 se basa en una combinación de materiales de alta calidad y diseño. A diferencia del plástico o la silicona, los materiales utilizados en el HL2024 son extremadamente duraderos y no se ven afectados por el tiempo, la presión o la temperatura. A simple vista resulta un

aparato sencillo, sin embargo, se requirieron miles de pruebas antes de poder garantizar la independencia de la presión deseada. Es el único regulador de caudal que cuenta con la certificación Kiwa BRL-K635 y la marca Kiwa Watermark. Una vez instalado, el regulador funciona rápida y eficazmente, sin requerir más ajustes.

Hemos realizado varios casos de estudios en Holanda donde los resultados han sido muy satisfactorios. En un hotel en Ámsterdam, las fluctuaciones de temperatura en la ducha con grifos termostáticos mejoraron sustancialmente de 4° a 0,4°. En otro caso, en una residencia de ancianos las diferencias de temperatura disminuyeron de 7° a 1,5°.

Proyecto Piloto en España

Cenergist Spain ofrece la oportunidad de probar sin compromiso el Regulador de Temperatura HL2024 a hoteles que sufran este problema.

El equipo de Cenergist aportará apoyo técnico en la instalación y realizará las mediciones de temperatura necesarias en el piloto. Cenergist recopilará, con la ayuda del personal del hotel, toda la información necesaria sobre el tipo de instalación para determinar la mejor manera de realizar el piloto: número de duchas, en qué habitaciones, etc.

Cenergist realizará las mediciones de temperatura y caudal antes y después de la instalación en presencia del personal del hotel. Sugerimos que sea el personal de manteni-

miento del hotel quien realice la instalación de los HL2024 con la ayuda técnica de Cenergist.

La instalación del HL2024 es muy sencilla y no afecta en absoluto la instalación del hotel. Simplemente hay que cortar el agua, quitar el grifo de la ducha, enroscar el HL2024 a la excéntrica, volver a poner el grifo de nuevo y accionar el agua.

HL2024 se puede instalar tanto en sistemas de gas como de electricidad.

Si el hotel queda satisfecho con los resultados, Cenergist aplicará un descuento del 50% por la compra de los reguladores de temperatura HL2024 para el resto del hotel.

Los interesados pueden contar con Coralía Pino en cpino@ithotelero.com.



Imagen: HL2024 Connect

REGULADOR DE TEMPERATURA HL2024

¡Pruébelo! ¡Sus huéspedes experimentarán una ducha más cómoda con HL2024!

Minimiza las fluctuaciones de temperatura y mejora considerablemente la satisfacción de los huéspedes. Certificado Kiwa.

www.hl2024.com

Para participar en el piloto contactar con: cpino@ithotelero.com

Antes:

Desviación de 4 a 7 °C.
Ducha incómoda.

Después:

Desviación de cerca de 1 °C.
¡Ducha cómoda!



El Instituto Tecnológico Hotelero consigue una reducción del 9% en los precios del gas natural

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) llevó a cabo, el pasado lunes 29 de octubre, una subasta de compra agregada de gas natural para hoteles, con la que ha conseguido rebajar el precio del gas natural un 9% para los más de 200 hoteles que se inscribieron. Esta ha

sido la cuarta subasta de gas natural organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), a través de la cual los hoteles pueden acceder a precios mejorados. Este grupo de compra consta de más de 200 hoteles y gestiona un consumo agregado de más de 100GWh.

Los hoteles interesados en acceder a estos precios todavía pueden hacerlo contactando con Coralía Pino, mandando un email a cpino@ithotelero.com.

Remica, empresa de servicios energéticos, fue la ganadora de tal subasta. Con una fuerte conciencia corporativa en cuanto a medio ambiente y sostenibilidad desde sus comienzos, Remica invierte en I+D+i y utiliza las últimas tecnologías para lograr hacer sus instalaciones más eficientes energéticamente, reduciendo notablemente el consumo energético, las emisiones de CO2 y, con ello, la factura de sus clientes.

La creación de estos grupos de compra responde a uno de los principales objetivos de ITH, que es mejorar la competitividad del sector hotelero a través de medidas como puede ser la reducción de costes provenientes del consumo de energía.

Esta convocatoria va dirigida a todos los establecimientos hoteleros españoles, independiente de su tipología o dimensión, tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras. La única característica



que deben poseer es la utilización de gas natural en lugar de otros combustibles como el gasóleo o el GLP.

El uso de gas natural es la opción más adecuada, ya que en general es la alternativa de menor coste, la más eficiente y la que genera un menor impacto ambiental. Su uso va aumentando en el sector hotelero, en gran parte por el crecimiento de la red de suministro que llega a cada vez más localidades de la geografía nacional.

Sobre Remica

Actualmente, Grupo Remica es una de las entidades del sector de servicios energéticos que más invierte en I+D+i, superando el medio millón de euros anual. Siguiendo siempre los estándares de calidad, Remica tiene la certificación ISO 9001 en Calidad; la certificación ISO 14001 en Medio Ambiente; la certificación ISO 50001 en Gestión Energética y la Marca N de Servicios de medición y reparto de consumos en instalaciones centralizadas de calefacción y agua caliente sanitaria (ACS). Más información en www.remica.es.

Ventas directas exponenciales a través de datos: AdQuiver se asocia al ITH

En estos tiempos de aparición de nuevas amenazas y el resurgimiento de destinos competidores, los datos son el recurso clave de las empresas hoteleras para generar ventas directas, a través de tecnologías y estrategias Data Driven Marketing, impactando al cliente en el momento, lugar y dispositivo en el cual tiene la necesidad. Para

ello, AdQuiver se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero, para hacer llegar estas ventajas competitivas a los hoteles españoles, que además del crecimiento exponencial de ventas, les permite reducir la dependencia de intermediarios, tener el control de la comunicación y la posesión del cliente en todo el funnel.

AdQuiver se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) como nuevo socio en el área de Nuevas tecnologías y Operaciones Hoteleras, con la especialización Data Driven Marketing, recurso clave para dotar de ventajas competitivas sostenibles a las empresas hoteleras españolas.

En este sentido, AdQuiver transforma los datos en inteligencia, y convierte la inteligencia en ventas directas, utilizando tecnología propia con inteligencia artificial, y desarrollando nuevas aplicaciones que permitan incluir algoritmos más complejos basados tanto en datos de comportamiento como contextuales. Diseñan, optimizan y segmentan audiencias a través de metodologías basadas en datos en tiempo real, Big Data y Business Intelligence, consiguiendo mostrarles las creatividades y mensajes específicos óptimos para captar al usuario correcto en el momento, dispositivo y lugar exactos.

Todo ello se ha visto reflejado en casos de éxito de gran impacto, como doblar las ventas en el canal digital de



Canary Fly, y la confianza de clientes como Barceló Canarias, además de Turismo Lanzarote y el Patronato de Turismo de Gran Canaria.

“Nuestro propósito es aumentar exponencialmente las ventas directas de las empresas turísticas, poniendo a su disposición el conocimiento y la tecnología de vanguardia, reduciendo su dependencia de los intermediarios y manteniendo el control del canal de ventas” afirma Jorge Núñez, CEO de AdQuiver, que asegura que “para AdQuiver la colaboración con el ITH es clave, al ser un agente crucial para la innovación de las empresas hoteleras en España y apoyar a la mejora competitiva y transformación digital del sector turístico español”.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) considera que pueden aportar un gran beneficio para el sector hotelero, ya que una de las preocupaciones de los hoteles es la optimización de la venta a través de sus canales y principalmente, el canal directo. Con esta solución pueden disponer de ciertas herramientas que le permitan segmentar y optimizar el tráfico y la venta por el canal directo.

Responsable de Negocio de
Hospitality de Cerium
Tecnologías

Daniel Just



Redes última generación para los hoteles: conectividad y seguridad para huéspedes y hoteles

Hablamos con Daniel Just, responsable de Negocio de Hospitality de Cerium Tecnologías, el integrador tecnológico hotelero, especializado en ciberseguridad, data analytics y redes (Fiber & Wifi).

La compañía Cerium ha iniciado un ambicioso plan en 2018. Con la sede central en Valencia ha establecido delegaciones propias en Madrid, Baleares, Canarias, Barcelona y Republica Dominicana para estar cerca de sus clientes hoteleros y hoteles. El equipo de Cerium arrastra más de 12 años en el sector tecnológico y el hotelero. Más de 50 hoteles y 20.000 habitaciones integradas, en 4 continentes son el activo más importante de Cerium. El integrador es además socio del Instituto Tecnológico Hotelero en el área de ciberseguridad y es una de las empresas seleccionadas para el estudio Techyhotel Project.

—**Cerium es experto en la construcción y gestión de infraestructuras de comunicaciones hoteleras seguras, explícanos cuáles son las novedades en este ámbito en el sector y ¿cómo debería plantearse un hotelero el despliegue de la nueva infraestructura tecnológica ante una reforma o una obra nueva?**

La conectividad es algo básico en cualquier proyecto hotelero, nuestros huéspedes están hiperconectados y tenemos que prestarles un servicio creando una infraestructura pensada para ello. Ahora los clientes no quieren navegar un rato o descargarse un mail. Necesitan hacer videollamadas, ver sus contenidos en streaming (Netflix, HBO), interactuar con sus redes sociales, etc.

Actualmente, la aplicación de fibra óptica en los hoteles nos permite construir las redes físicas de una forma más eficiente y duradera. Desplegamos la misma tecnología que utiliza un operador de telecomunicaciones que nos lleva la fibra óptica hasta nuestra casa, pero dotándola de más medidas de seguridad. En el caso de Cerium, lo que hacemos es desplegar esta red hasta cada una de las habitaciones. Así, aprovechando

las capacidades que nos ofrece la fibra óptica conseguimos implementar muchos servicios en una sola red (datos, iptv, tlf...) y los hacemos accesibles al cliente para su disfrute, pero siempre manteniendo los niveles de seguridad necesarios para su protección.

Mucha gente cree erróneamente que, si su operador de Internet le entrega mediante un acceso de fibra óptica la conexión a internet del hotel, ya tiene esta tecnología de fibra, y esto no es así. Una instalación FTTR (Fiber To The Room) consiste en llevar la fibra óptica hasta la misma habitación del hotel, y así poder aprovechar las ventajas y rendimiento que nos ofrece este tipo de tecnología. Además, a nuestro juicio, es absolutamente necesario complementarlo con una instalación WIFI adecuada a la densidad de cada una de las zonas comunes del hotel y un portal cautivo que vele en todo momento por el acceso y la seguridad de la red para el usuario.

—**¿Qué ventajas tiene implementar en un hotel una red física y una red Wifi de este tipo?**

La verdad es que las ventajas son innumerables. Por ejemplo, desde el punto de vista físico, con esta red unificamos las instalaciones antiguas, como son la del cableado telefónico, la del cable coaxial de tv, la del cable UTP de datos, la de CCTV, MUSIC...etc., en una sola red, es decir, conseguimos sustituir toda esa "maraña" de cables e instalaciones por una única red de fibra óptica por la que vamos a llevar todos esos servicios. Una red de fibra que además tiene mucha más capacidad y nos ofrece un nivel superior de seguridad tanto para el usuario como para el hotelero. Desde un punto de vista del servicio, somos conscientes de que el imparable aumento de la demanda de servicios de conectividad, internet, multimedia u ocio para dar servicio a las necesidades de los usuarios o huéspedes cada vez más exigentes y conectados, supone un reto para las empresas

hoteleras y esta tecnología cumple con esta misión ya que con su implantación nos permitirá disponer de una instalación mucho más rápida y limpia, acceder a una tecnología en la que podremos ofrecer muchos más servicios a los huéspedes y ser más eficientes en la estructura de costes del hotel tanto en la inversión de su instalación como en su mantenimiento.

Además, como esta red es pasiva y no tiene electrónica intermedia, conseguimos prácticamente que desaparezca la posibilidad de fallos en la red y minimizamos su mantenimiento y consumo ya que para llevar la señal a las habitaciones del hotel no requerimos de instalar los habituales switches y armarios de telecomunicaciones por planta, los cuales nos ocupan espacio, consumen energía y son un posible punto de fallo crítico más en la instalación de nuestro hotel.

Desde el punto de vista de marketing, las redes, tanto la física como la Wifi y su portal cautivo se transforman en una poderosa herramienta de captación de datos de nuestros huéspedes (mails, perfil sociales...).

—**¿Desde el punto de vista de la seguridad, de la que sois expertos, cómo protegéis estas redes?**

Las redes de fibra de Cerium nos ofrecen un nivel de seguridad superior a las redes tradicionales al ir cifrada la información de extremo a extremo, pero, además, ya desde el diseño inicial de las redes, en Cerium implementamos en todos nuestros proyectos un completo plan de seguridad con distintos niveles, conscientes de que cada hotel requiere de unas soluciones específicas y necesarias. Estos planes incluyen fundamentalmente la prevención de las vulnerabilidades desde el diseño con herramientas de ciberseguridad, una sólida seguridad perimetral y algo que nosotros consideramos fundamental, una formación básica al personal respecto a la seguridad de sus acciones diarias.

En los casos donde los hoteles ya estén en funcionamiento, para determinar el nivel de seguridad que necesita el hotel realizamos una auditoría previa a los sistemas ya existentes en el establecimiento y una vez detectadas las posibles vulnerabilidades de las redes se emite un informe con una propuesta de subsanación de estas vulnerabilidades. La aplicación de estas medidas en el hotel está dirigida a garantizar la seguridad tanto de huésped como de hotelero y conseguir que los huéspedes disfruten de una comunicación efectiva manteniendo la integridad de sus datos, así como los del propio hotel. Además, con la implementación de estas medidas de seguridad el empresario hotelero cumple con la normativa vigente en materia de RGPD y responsabilidad de las personas jurídicas, estando protegido en este aspecto legal.

—**¿Es una inversión muy importante frente a la implantación de redes tradicionales?**

Desde el punto de vista de las redes físicas, para nada, de hecho, tanto a la hora de la inversión, como a la hora del mantenimiento, es bastante más económico. Hoy en día si el hotel se va a reformar, o se trata de un proyecto nuevo es mucho más interesante instalar una red de fibra que hacer una instalación tradicional de las distintas redes que necesita el hotel (una red de telefonía, una de datos, una de televisión...etc.). Además, y muy importante, esta nueva tecnología de red nos permite llevar la señal de WiFi hasta cada una de las habitaciones, disponiendo así de una red WiFi en forma de celda, individual para cada habitación y con mucha más capacidad y velocidad de acceso a internet por habitación. Por nuestra experiencia de este tipo de tecnología y por los proyectos hoteleros realizados, que son muchos, más de 25.000 camas realizadas con esta tecnología, la media de ahorro en la instalación inicial es de entorno al 35% (CAPEX) y posteriormente aumenta esta disminución de costes en mantenimiento y consumo energético al carecer de electrónica de intermedia y habiendo eliminado puntos a mantener llegando en casos hasta un ahorro del 80% (OPEX).

Una red de fibra, que además tiene mucha más capacidad, ofrece un nivel superior de seguridad

La tecnología: El quinto elemento, clave de FiturtechY 2019

Organizado por FITUR y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), FiturtechY situará en el pabellón 10 de FITUR 2019 la sección especializada en tecnología e innovación para el sector del turismo, con un completo contenido de interés para todos los profesionales que quieran estar a la vanguardia y conocer las nuevas tendencias presentes

y futuras. Los días 23, 24 y 25 del próximo mes de enero, FiturtechY, volverá a situar en la Feria Internacional de Turismo, FITUR 2019, un espacio de referencia en materia de tecnología e innovación para el sector del turismo. Una sección especializada, organizada en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Como cada año, se convertirá en foco de atención de todos los profesionales que quieran conocer lo último en clave de tecnología, en un momento de constante cambio.

En esta ocasión, FiturtechY 2019 se centra en cada uno de los cuatro elementos (Tierra, Agua, Fuego y Aire) que crean emociones básicas y distintas en cada persona. A ellos se suma la tecnología como El quinto elemento, que nos permite acercarnos y jugar con las emociones, creándolas y cambiándolas; al fin y al cabo, a través de las nuevas herramientas tecnológicas se pueden conocer las emociones del cliente y generar una experiencia única, positiva y personalizada en el hotel.

Y es que el viajero, cada día más exigente, valora ser tratado de forma personalizada. Esta diferenciación se puede encontrar en el detalle, y la tecnología ofrece la posibilidad de conocer las preferencias de cada persona, sus gustos, comportamientos, etc.

Herramientas tecnológicas en el sector turístico como Blockchain, Inteligencia Artificial, Big & Smart Data, Machine Learning, IoT, robótica, sostenibilidad, asistentes virtuales, chatbots, realidad virtual y aumentada, ya son una realidad que facilitan un gran volumen de información para tomar decisiones y tocar las emociones.

Los asistentes a FiturtechY también podrán reflexionar, debatir y conocer las innovaciones presentes y futuras que están transformando el sector, en cuatro foros simultáneos sobre negocios (#techYnegocio); gestión del destino (#techYdestino); la sostenibilidad (#techYsostenibilidad), y tendencias de futuro (#techYfuturo).

El foro de tecnología y negocio (#techYnegocio) está pensado para tratar el uso de la tecnología en la gestión del negocio hotelero.

El foro de tecnología y destino (#techYdestino) mostrará cómo el viajero busca cada vez más una vivencia emocional integral, que incluya ocio, cultura e interacción social.

Ligado al concepto de sostenibilidad turística desde el punto de vista del medio ambiente, economía y sociedad se desarrollará el foro de tecnología y sostenibilidad (#techYsostenibilidad).

Por su parte, el foro de tecnología y futuro, (#techYfuturo), abordará temas muy atractivos para los interesados en conocer ideas relevantes sobre futuro y su impacto en la sociedad y en el sector turístico en concreto.

Además, en #techYhotel se podrán conocer las últimas innovaciones para el sector hotelero. En este espacio, que se situará en el centro de los 2.000 metros cuadrados de FiturtechY (pabellón 10), los asistentes podrán

ver y experimentar el uso e implementación de nuevas tecnologías y herramientas innovadoras en el entorno de un hotel.

El principal valor de este proyecto no solo radica en dinamizar el conocimiento de proyectos de innovación presentes sino, también, en ofrecer nuevos planteamientos sobre lo que está por venir y de qué manera tenemos que considerar esas nuevas tendencias como parte del cambio. #techYhotel contará con el patrocinio del Grupo Cajamar, Entidad Financiera de referencia en el apoyo a los sectores industriales más dinámicos y estratégicos de nuestro país.

Sobre FiturtechY

FiturtechY es la sección especializada en tecnología y turismo que organizan de forma conjunta FITUR - IFEMA y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). Cuenta ya con más de 12 años de historia, a lo largo de los que se ha convertido en referente para el sector. Un espacio de más de 2.000 metros cuadrados que albergará en el pabellón 10 de FITUR en Feria de Madrid, cuatro foros dedicados a la gestión del negocio, los destinos turísticos, la sostenibilidad y las tendencias de futuro en el sector turístico, todo ello con la tecnología como hilo conductor.

El espacio de FiturtechY albergará además un espacio expositivo, en el que se ofe-

cerá al visitante la oportunidad de conocer de primera mano las últimas novedades en materia de equipamiento tecnológico.

Sobre FITUR

FITUR 2019 será el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y volverá a convertirse también un año más en feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica. En su pasada edición congregó a 251.000 participantes y se llevaron a cabo más de 6.800 encuentros de negocio. Durante cinco días, 23 al 27 de enero, este gran evento global del turismo que organiza IFEMA en Feria de Madrid ofrece un amplio despliegue de contenidos, secciones especializadas, encuentros B2B y B2C, así como variadas actividades, orientadas a impulsar la mejora de la gestión turística, la promoción de los destinos y las experiencias del viajero. La progresiva especialización del turismo tiene, así mismo, su mejor referente en las distintas secciones que conforman la oferta de FITUR. Entre ellas, la nueva sección FITUR CINE/SCREEN TOURISM, que se suma a los contenidos que ofrecen los espacios monográficos FITUR FESTIVALES; FiturtechY; Fitur Know-How & Export; FITUR SALUD; FITUR LGBT, y FITUR SHOPPING.



Los campings de España celebran su auge como referentes en el sector turístico

El Congreso Nacional de Campings reunió a más de 150 profesionales del sector que se dieron cita del 20 al 22 de noviembre en Santander, organizado por la Federación Española de Campings (FEEC) y patrocinado por CaixaBank Hotels & Tourism. La apertura del Congreso corrió a cargo del presidente del Gobierno de Cantabria,

En este sentido, el consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio, Francisco Martín, hizo balance de una legislatura en la que el turismo ha ido creciendo «año a año» y, además, en lo que va de 2018 ha aumentado un seis por ciento en visitantes y el número de viajeros internacionales un 15 por ciento. Destacó también los avances que se han conseguido en los objetivos de desestacionalización e internacionalización del turismo de la Comunidad Autónoma, en el que ya se observa «un alargamiento» de la temporada turística durante más meses y con visitantes de más países y orígenes diferentes, y que ha sido posible «gracias al trabajo de todos».

Francisco Martín puso en valor no solo el «esfuerzo e inversión» del Ejecutivo regional, sino también el trabajo de los empresarios y trabajadores del sector que ha llevado a Cantabria, entre otros reconocimientos, a ser elegido por la editora de viajes Lonely Planet como el segundo mejor destino de Europa.

En el transcurso del Congreso, el presentador del tiempo de Antena 3, Roberto Braseró, recibió el Premio Tejo 2018 de la Asociación de Campings de Cantabria, el periodista ha sido galardonado por su labor de promoción e implicación con el sector, ya que «es un gran embajador de Cantabria, donde lleva veraneando unos años y pasa largas temporadas».

Miguel Ángel Revilla, que insistió en la gran dependencia que el destino turístico tiene con la información meteorológica y sus predicciones, en este sentido Revilla señaló que, a pesar de esta «guerra con la meteorología», el turismo de la Comunidad Autónoma está en constante crecimiento.

La primera jornada del Congreso estuvo enfocada a tratar de solucionar los problemas de las empresas familiares, como son los campings en su mayoría, y explicar los pasos idóneos en el relevo y traspaso generacional. El encargado fue Domenec Biosca, experto ponente que también moderó una mesa redonda con empresarios de distintas generacio-

nes. En la segunda jornada se trataron aspectos más técnicos como la gestión estratégica de precios; el revenue management.

El Congreso contó, además de la presencia de 25 proveedores que sirvieron como fuente de innovación para la mejora de las instalaciones de cara a la próxima temporada.



El número de plazas en hoteles cinco estrellas en Madrid crece, aunque sigue por debajo de otras capitales europeas

En la capital hay más de 5.100 habitaciones disponibles en establecimientos cinco estrellas frente a las casi 22.000 de París o las más de 18.000 de Londres. Apostar por la captación

La evolución del sector hotelero premium en la ciudad de Madrid ha crecido considerablemente los últimos años hasta llegar a las 5.100 habitaciones disponibles actualmente. Este es el dato con el que comenzó la mesa redonda “Madrid: Reto 5 Estrellas” organizada por la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) y Christie & Co en el marco de ‘Madrid Hotel Week’.

La secretaria general de la AEHM, Mar de Miguel, fue la encargada de inaugurar este encuentro, celebrado en el Hotel VP Plaza España Design, que contó con la participación de Gabriel García Alonso, propietario del Hotel Orfila y del Hotel Heritage y presidente de la AEHM; Ignacio Jiménez, de la cadena Hidden Away Hotels, propietaria del Gran Hotel Inglés; Juan Serra, de Palladium Hotel Group, cadena que abrirá próximamente el Bless Hotel en la capital; Javier Pérez, de VP Hoteles, cadena propietaria del VP Plaza España Design; y Ángel Palomino, de la firma inversora Azora. Una mesa redonda que, con la moderación de Inmaculada Ranera, directora general de Christie & Co para España y Portugal, Guillemette Briard, Consultora Sénior en la firma y Jaime Prada, Hotel Broker también en Christie & Co, ha servido para que estos expertos analicen de manera conjunta el sector hotelero de la capital en el segmento

5 estrellas y comenten oportunidades de mejora para convertir a Madrid en un gran centro neurálgico de turismo sostenible de alta calidad, excelencia y valor añadido.

“Lo que hemos hecho bien los hoteleros para una evolución favorable del segmento es darle a los 5 estrellas un valor añadido a la estancia del cliente”, señaló Gabriel García, incidió en que los establecimientos premium no pueden “limitarse” a ofrecer un producto de elevada calidad y un servicio de excelencia, sino que deben aportar un valor extra a sus clientes, como es, por ejemplo, contar con chefs de prestigio al frente de

de congresos internacionales, posicionar a Madrid como destino premium o reforzar la colaboración público-privada son algunos de los retos a los que se enfrenta el sector.

sus fogones. “Los restaurantes Estrella Michelin que hay en los hoteles premium de Madrid aportan un gran potencial gastronómico a la ciudad y una experiencia extra a los clientes”, ha añadido.

En lo que respecta al concepto premium, los ponentes coincidieron en el cambio que se ha producido en lo referente a la percepción de la estancia del cliente en un hotel, orientándose ésta cada vez más a la experiencia.

Partiendo de la premisa de que Madrid cuenta con todos los requisitos para ser un lugar idóneo en el que invertir, estos

profesionales del sector han coincidido en que el destino posee un gran potencial que aún no se ha explotado completamente.

Así, y para situar a la capital en el top of mind de los inversores nacionales e internacionales como destino por el que apostar, puede ser también favorable potenciar la llegada de congresos internacionales a la capital. Impulsar y reforzar la colaboración público-privada también fue considerado un paso fundamental para potenciar la imagen del destino, aprovechando las fortalezas de Madrid como son la cultura, uno de los motivos principales de los visitantes internacionales, así como el comercio, la gastronomía, la amplia oferta de ocio, la amabilidad de los ciudadanos, y el atractivo que rebosa la ciudad, entre otras.

Sin embargo, todos los ponentes coincidieron en que Madrid “tiene una deficiencia histórica en cuanto a promoción y marketing”, y valoraron que la llegada de grandes marcas internacionales hará parte de ese trabajo de posicionar la ciudad en los grandes mercados internacionales. La llegada de estas nuevas marcas, con un producto claramente diferencial, obligará a los hoteles existentes a adaptar su oferta para competir en igualdad de condiciones.

Este encuentro sirvió para poner en común diferentes puntos de vista sobre el estado del sector hotelero de Madrid, contó con una gran afluencia de público.



Hosbec consolida su implantación territorial con una alianza estratégica con los hoteleros de Castellón

Con la marca AlturHosbecCastellón y más de 30 establecimientos hoteleros asociados de esa provincia, se ha empezado a trabajar en el plan de actuación 2019. Hosbec y Altur han ratificado su alianza estratégica para el sector turístico de la

provincia de Castellón y a partir de ahora echa a andar AlturHosbecCastellón como representante de los intereses de los empresarios hoteleros y turísticos de esta provincia.

Esta alianza estratégica ha quedado rubricada en un convenio de colaboración firmado por el presidente de Altur Alexis de Pablo y la secretaria general de Hosbec, Nuria Montes en el que se incorporan los aspectos esenciales de estas relaciones que regirán para el futuro.

Con esta incorporación Hosbec superará los 280 establecimientos asociados que representarán más de 90.000 plazas hoteleras, constituyéndose como la organización empresarial hotelera más importante de España peninsular. En ningún caso y por ninguna institución se podrá cuestionar la representatividad de Hosbec ni de AlturHosbec-Castellón en defensa de los intereses del sector turístico.

El acuerdo contiene los siguientes puntos relevantes:

Hosbec, a través de su marca AlturHosbecCastellón, proporcionará al sector hotelero y turístico de Castellón la importancia y representatividad a nivel autonómico, nacional e internacional. En este sentido se integrarán en las estructuras tanto de la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) como de CEV asignando una vocalía directamente vinculada a CEV Castellón. Igualmente formará parte de los órganos de gobierno de Instituto Tecnológico Hotelero y del Consejo Valenciano del Turismo que actualmente está en pleno proceso de constitución después de la



aprobación de la nueva Ley del Turismo, Ocio y Hospitalidad.

En este sentido también formará parte de todos los grupos de trabajo que se creen en la estrategia de colaboración público-privada del Consell, del consejo asesor de Invattur y, obviamente, los hoteleros de Castellón formarán parte activa de la Junta Directiva de Hosbec.

La representación a nivel local y provincial recaerá directamente en Altur que a través de sus órganos de gobierno determinará la presencia y representación ante las organizaciones e instituciones relevantes.

A nivel empresarial, Hosbec desplegará todo su catálogo de servicios a todos los nuevos asociados incorporados: desde su servicio de información, prensa, consultoría, asesoría, todo el servicio exclusivo de

HosbecSalud en materia de control de sistemas de seguridad e higiene alimentaria e hídrica, así como los servicios de pool de compra de energía eléctrica y gas, y todas las novedades que se están trabajando en materia de energías limpias, generación de energía a través de placas fotovoltaicas y fomento de la implantación de puntos de recarga eléctrica para vehículos. También se incluyen servicios de asesoramiento en materia de propiedad intelectual y por supuesto, la integración de Castellón en todo el organigrama de BigData empezando desde enero a elaborar el dato de ocupación hotelera así como datos económicos relevantes de las diversas fuentes que se gestionan desde este departamento.

Todo ello se va a desarrollar en el ámbito de un ambicioso Plan de Actuación

para 2019 en el que también tendrá un peso importante la reivindicación empresarial sobre el programa de Vacaciones de Mayores. Una vez que se publique el nuevo pliego del concurso del programa Imsero (ver nota aquí) y una vez que se establezcan las condiciones económicas del mismo, se exigirá que estas referencias sean básicas para cualquier programa de carácter social sin que ninguna otra administración, ni autonómica ni provincial pueda gestionar programas que contemplen retribuciones hoteleras inferiores a las determinadas con carácter general para el programa nacional del Imsero.

La colaboración, la cooperación y el espíritu de aprender de lo que están haciendo los demás son principios que regirán las actuaciones de AlturHosbecCastellón. Así, en palabras de Alexis de Pablo y de Nuria Montes "nuestra competencia no son los destinos de la Comunidad Valenciana, nuestra competencia más feroz está en Turquía y Egipto".

Al acto de firma y primera reunión de trabajo asistieron también José Hernández, vicepresidente de Hosbec y propietario de 5 establecimientos hoteleros en la provincia de Castellón RH Hoteles, así como Javier Gallego de ZT Hoteles, Iker Llano de Grupo Gimeno, José Luis Vivas, de Hoteles Civis, José Antonio Casañ del Hotel Tramontana, Valentín Collado de Rosaleda de Mijares, Rocío Alba de RH Hoteles y Jesús Marín de Marina D'Or.

Hostelería y la Asociación de Guarderías de Cantabria firman un acuerdo

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) y la Asociación de Guarderías de la región (ASGUESIN) han firmado un acuerdo de colaboración para los periodos vacacionales de Semana Santa, verano y Navidad.

Mediante este acuerdo, los turistas alojados en establecimientos asociados así como trabajadores de las empresas que forman parte de la Asociación podrán hacer uso de los servicios lúdicos y didácticos de siete guarderías de Cantabria, durante cuatro horas al día, en turno de mañana, a un precio de 10 euros/ jornada.

Las guarderías asociadas a este convenio son: Escuela Infantil Diminutos, Guardería Charco, Guardería Feygón y Guardería Mickey-Minnie, todas ellas en Santander.

En Astillero, Guardería Tijero, en Laredo Guardería Didajé y en la Penilla de Cayón, Guardería Coletitas y Cuquín.

Para el presidente de la AEHC, Ángel Cuevas se trata de un servicio con el que se pretende "facilitar" a las familias "unas horas libres" para que puedan realizar distintas actividades. Por ejemplo, ha señalado "que los padres puedan acudir a realizar la aventura del Soplao mientras los niños están en la guardería".

Para la presidenta de ASGUESIN, Rosa Angulo, se trata de "una avance" en los servicios que se pueden ofrecer a los turistas y a los trabajadores de hostelería potenciando, además, "la conciliación". Un servicio que, como ha indicado, "inclinará" la balanza a "realizar más viajes en familia".

La Asociación de Hostelería de Toledo firma un convenio con Cruz Roja para impulsar la inserción laboral

El presidente de la Asociación de Hostelería y Turismo de Toledo (AHT), Tomás Palencia, y el presidente del comité provincial de Cruz Roja en Toledo, Juan Carlos Santos, han firmado un convenio de colaboración a través del cual se pretende mejorar la empleabilidad y promover el acceso al mercado laboral de las personas en igualdad de condiciones, como instrumento fundamental para la inclusión social.

El presidente de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo, Tomás Palencia, ha señalado que "el objetivo de este convenio consiste en incrementar las posibilidades de inserción y contratación de las personas en exclusión ayudándoles a conocer in situ los requerimientos y las competencias exigidas en el mercado laboral". De la misma manera, Palencia ha manifestado el compromiso de la Asociación para que "esta iniciativa obtenga buenos resultados".

Por su parte, el presidente del comité provincial de Cruz Roja, Juan Carlos Santos, ha agradecido la colaboración de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo y se ha mostrado satisfecho con esta iniciativa que promueve la integración laboral de las personas con mayores dificultades de acceso al mer-

cado de trabajo. "El empleo es la mejor oportunidad que tienen las personas en dificultad social para integrarse en la sociedad" ha manifestado.

Concretamente, la AHT se compromete a llevar a cabo diversas acciones para mejorar la inclusión de las personas en situación desfavorable a través de la formación, potenciando la cualificación integral del alumnado mediante la teoría y la práctica, lo que permitirá su incorporación al mundo laboral con la experiencia necesaria para desarrollar una profesión.

Una de las primeras acciones de colaboración entre las dos entidades será en XIX Jornada de la Tapa Toledo y V Edición De Cócteles por Toledo 2018 a través de la difusión de la campaña "En Realidad No Tiene Gracia" a través de folletos informativos y posas vasos que se podrán encontrar en los establecimientos adheridos.

La nueva directiva de eficiencia en edificios reconoce el papel decisivo del gas natural

El pasado 30 de mayo se aprobó la nueva Directiva europea 2018/844, que modifica las directivas 2010/31/UE relativa a la eficiencia energética de los edificios y la 2012/27/UE sobre eficiencia energética, con el fin de ahondar en el proceso de

mejora de la eficiencia de nuestros edificios y en la reducción de las emisiones de CO₂. Esta nueva Directiva debe ser transpuesta a nuestra reglamentación antes del 10 de marzo del 2020.

Esta nueva norma responde a la necesidad de mejorar la eficiencia energética en el sector de la edificación, sobre todo la relativa al parque inmobiliario existente, ya que el 35% de los edificios en Europa tienen una antigüedad mayor a 50 años y el 75% del total es ineficiente energéticamente. Por ello, se incide especialmente en que cada estado miembro debe establecer planes de eficiencia y rehabilitación para mejorar este parque con el objetivo de su descarbonización.

En edificios residenciales nuevos, lo más destacable es que las zonas de estacionamiento tienen que tener una preinstalación (conductos para cables eléctrico) que favorezca el desarrollo de puntos de recarga individuales para la movilidad eléctrica.

Esta Directiva reconoce que el uso del gas natural constituye un factor decisivo, ya que está presente en tecnologías maduras y eficientes y también puede hibridarse con nuevas tecnologías renovables, ya disponibles o en etapas de desarrollo avanzado, que permiten reducir nuestro consumo y las emisiones de gases de efecto invernadero, y mejoran la calidad de aire que respiramos.

Este papel clave del gas natural queda especialmente patente en el sector de la vivienda en nuestro país, donde contamos con una infraestructura consolidada que permite llevar el gas natural a cerca del



80% de la población. Los 7,8 millones de usuarios de gas natural que hay actualmente en nuestro país disfrutan de una energía económica a través de tecnologías ya maduras, fiables y eficientes, como son las calderas de condensación y las bombas de calor a gas, tanto para la producción de calor como incluso de frío para las demandas de refrigeración en el verano. Y el desarrollo de tecnologías con mayor eficiencia, como los equipos de refrigeración de alto rendimiento, las pilas de combustible y los equipos de microgeneración, permiten obtener simultáneamente energía eléctrica y calor, reduciendo, aún más, el consumo global de energía.

Además de su papel en el sector de la edificación, el gas natural también aporta eficiencia en la industria y en el transporte, tanto el terrestre como en el marítimo y en el ferroviario. Y en la generación eléctrica, las centrales de ciclo combinado son la solución ideal como respaldo de la generación con energías renovables, permitiendo su mayor penetración en el total de la producción nacional.

Pero no sólo se mejora con las tecnologías. El propio gas natural, distribuido a los hogares, contribuye de forma determinante a mejorar el medio ambiente y, en especial, a reducir los gases de efecto invernadero. El gas natural emite cero par-

tículas y es el combustible convencional de menores de CO₂ por unidad de energía útil obtenida, por lo que uso contribuye a reducir el efecto invernadero.

Y también puede contribuir de manera decisiva a mejorar la calidad del aire que respiramos, ya que a diferencia del gasóleo, el carbón o incluso la biomasa, el gas natural emite cero partículas y reduce totalmente las emisiones de NO₂, un agente contaminante decisivo en la calidad del aire.

Y va más allá, llegando a tener un origen renovable y siendo uno de los máximos exponentes de la economía circular. El gas renovable es una energía inagotable que se genera a partir de los procesos de degradación de materia orgánica (aguas residuales, residuos orgánicos urbanos, rurales, agroalimentarios, etc.) que, una vez tratada, se transforma en biometano, un combustible renovable que se considera neutro en emisiones de CO₂. Este combustible puede inyectarse directamente a la infraestructura gasista ya existente para poder utilizarlo con las mismas aplicaciones que en nuestras casas, en la industria o en el transporte.

Por todo esto, el gas natural es la fuente de energía que nos permite avanzar por la senda de la descarbonización, tanto desde el punto de vista medioambiental, como siendo económicamente sostenible.



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 proporcionarles 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 Hos-

telaría de Jerez se ha convertido en un referente de calidad en la realidad andaluza.
Teléfono: 956 03 50 50



EXCLUSIVAS ENERGÉTICAS

CEHAT y Exclusivas Energéticas han firmado un acuerdo de colaboración para la gestión energética de sus asociados.

Una apuesta por la innovación tecnológica al servicio de la gestión integral de la energía. Sus sistemas avanzados basados en el Big Data (Inteligencia Artificial), la calidad y experiencia de sus técnicos, su portfolio de clientes y el enorme volumen de energía que media esta compañía para sus clientes, son la clave por la que CEHAT ha decidido que son el partner más completo para derivar sus servicios a nuestros asociados.

Nos complace informaros de esta nueva incorporación que esperamos y deseamos nos de muchas satisfacciones, tanto individual como colectivamente.
www.exclusivas-energeticas.com



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 frente 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 marcha. Experiencia contrastada en hacerse cargo de negocios de forma inmediata: Apertura, cambio de operador, abanderamiento del establecimiento con franquicia internacional; gestiona los proyectos turísticos en todas las fases desde su existencia.
www.gatgestion.com - 91 432 15 21



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 ex-

clusiva 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 KRATA 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 - Fernando Diez (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, Travel-help, servicio de atención al cliente en cualquier parte del mundo, y Fundación InterMundial.

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). Se encuentra entre las 5 empresas más importantes del sur de Europa en el sector. Cuenta con más d 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 - 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 - 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 - 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



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.



Schindler

SCHINDLER

Fundado en Suiza en 1874, el Grupo Schindler es uno de los líderes mun-

diales en el sector de ascensores, escaleras mecánicas y otros servicios relacionados con el transporte vertical. Las soluciones de movilidad urbana de Schindler transportan diariamente a mil millones de personas en todo el mundo. Tras el éxito de la compañía se encuentran los más de 60.000 empleados presentes en más de 100 países.



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 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 comfortable 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 tí

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