

Financiación acorde con el volumen de visitantes

La Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa insiste en la necesidad de dotar con recursos suficientes a estos territorios.

pág. 10



El peso del turismo en el PIB español crece hasta el 11,7%

Desde 2010 el peso del turismo en el PIB español ha crecido 1,5 puntos porcentuales, al pasar del 10,2% al 11,7%.

pág. 11



Inversiones turísticas fuera de España en 2019

Las inversiones turísticas que se realicen fuera de España en 2019 contarán con apoyos públicos más flexibles y ágiles, según Dyrecto Consultores.

pág. 13



DIRECTORA: Mónica González. ENERO 2019 / Nº 154 / Año XIV

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

@CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

FiturtechY mostrará en Fitur las nuevas tecnologías e innovaciones que revolucionarán la experiencia hotelera

FiturtechY cumple ya 12 años dentro del pabellón 10B de Fitur. En este tiempo, FiturtechY se ha consolidado como el espacio en el que tanto proveedores como hoteleros y el resto

de stakeholders del sector turístico español pueden mostrar sus últimos avances y las implantaciones o desarrollos de negocio en las que están trabajando.

Los días 23, 24 y 25 de enero, FiturtechY, presenta en Fitur 2019 el espacio de referencia en tecnología e innovación para la industria del turismo. Esta sección, organizada por Fitur y el Instituto Tecnológico Hotelero, reunirá en el pabellón 10B, un contenido de auténtica vanguardia.

Con más de 2.000 metros cuadrados, albergará cuatro foros dedicados a la gestión del negocio (#techYnegocio), los destinos turísticos (#techYdestino), la sostenibilidad (#techYsostenibilidad) y las tendencias del futuro en el sector turístico (#techYfuturo).

Además, contará con #techYhotel, una zona expositiva en el que se ofrecerá al visitante la oportunidad de conocer de primera mano las últimas novedades en materia de equipamiento tecnológico. Con el uso de nuevas tecnologías y herramientas innovadoras se recreará un hotel del futuro donde los asistentes podrán encontrar aquellos productos y servicios que pronto estarán disponibles en nuestros establecimientos hoteleros.



Fitur y el Instituto Tecnológico Hotelero organizan un año más FiturtechY.

Grupo Cajamar, entidad financiera de referencia en el apoyo a los sectores industriales

más dinámicos y estratégicos de nuestro país, será el Global Sponsor del evento. Pág. 25



El despido en baja médica

Carlos Sedano analiza una sentencia que avala el despido cuando la baja médica encubre un viaje personal. Pág. 6



José Manuel Cardona

Los puntos de fricción entre propietarios y gestores hoteleros. Pág. 4

Déjate ver!!!

este ESPACIO es para ti



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



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.



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 Escrivano, 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

CEHAT en la Prensa económica

CEHAT tiene una constante y creciente presencia en los medios de comunicación. Mantener e intensificar la acción *lobbista* de la Hostelería a favor de nuestra industria es un objetivo prioritario para los legítimos representantes del Sector. Una prioridad que exige nuestra presencia física ante los Gobiernos, las Instituciones y la Sociedad. Así como en la influyente Prensa económica. Buen ejemplo de ellos son las tribunas de opinión que vienen publicando el presidente y el secretario general de CEHAT en diversos medios españoles y extranjeros. Las más recientes, a modo de balance anual, vienen firmadas por Juan Molas en *Expansión* y *Cinco Días*, los principales digitales y periódicos salmón. Ambas tribunas ofrecen análisis de la evolución y los desafíos sectoriales, que se sitúan entre el balance de resultados y el ejercicio de prospectiva.

La primera conclusión de la evolución del año hotelero, en contra lo preconizado por los agoreros, es que lejos de estar ante un final de ciclo, las cifras de ocupación y el precio medio mantienen el tipo. Pese a la presión de Turquía, Grecia, Túnez o Egipto, basada en tirar precios, recurso con el que la Hostelería española no puede (ni debe) competir.

El principal mensaje o la idea-fuerza que el Sector Hotelero transmite a los Poderes Públicos y la Sociedad es la importancia de que la política turística impulse un nuevo modelo turístico, basado en la rentabilidad. Para propiciar esta nueva realidad, los artículos de opinión del presidente de CEHAT hacen hincapié en una promoción segmentada, tanto en el ámbito doméstico como en nuevos mercados emisores. Promoción que requiere, a la par, la consecución de mayores y mejores resultados, incrementando las partidas presupuestarias y midiendo el retorno de la inversión. Una labor que debe hacerse desde la colaboración público-privada y dando al Turismo la consideración que merece, con un Pacto de Estado que lo sitúe al margen de las luchas partidarias.

Pero, para lograrlo, es esencial que dirigentes y ciudadanos apuesten por el modelo de éxito que ha logrado crear el Turismo en España y que mantiene un importante caudal de empleo (de calidad y *de choque*) y genera ingresos (empresariales y locales), que contribuyen al reequilibrio económico territorial. De ahí la importancia de denunciar la proliferación de viviendas de uso turístico, la cual ha provocado un aumento descontrolado de millones de plazas ofertadas, que vampirizan a nuestro país en términos de ingresos, empleo, impuestos y seguridad. Pura economía sumergida y fraude laboral, que ponen en serio riesgo nuestro modelo turístico.

Airbnb y su comunicación infantil

Ramón Estalella / Secretario general de CEHAT

Desde hace años, observamos una curiosa evolución en la comunicación pública de las mal llamadas “plataformas de economía colaborativa”. En un inicio, su intención era intentar demostrar al mundo la gran aportación que hacían a los turistas, a los barrios y al dinamismo de una forma de vida, que entendían como positiva e idílica. Sin embargo, el devenir de los tiempos ha demostrado que estas potentes multinacionales, en su dinámica de crecimiento incontrolado, han provocado externalidades negativas las cuales les están generando grandes problemas de sostenibilidad.

La irrupción de grupos de residentes con pancartas, la persecución fiscal por las Autoridades de Hacienda, las reclamaciones de asociaciones de consumidores y por último la preocupación municipal por el planteamiento urbanístico, les han hecho entender que debían variar su concepción “buenista” y se debían presentar como unos firmes defensores de la ley que hace pocas fechas repudiaban y luchaban en su contra.

Hay que aplaudir su enorme capacidad de gestionar los problemas con una comunicación sencilla, a veces muy infantil, al mismo tiempo que manipuladora, y el último ejemplo, es su anuncio a bombo y platillo de que a partir del día 1 de Enero van a colaborar con las Autoridades Fiscales proporcionando datos de los anfitriones. Nos lo presentan dando a entender, que hay implícito un mensaje de que lo hacen de forma desinteresada, por su aportación al bien común y adelantándose a cualquier petición pública. Esto es absolutamente falso, y es lo mismo que han dicho en París o en Italia, y es falso, porque han luchado hasta el último momento contra esta obligación impuesta por el Ministerio de Hacienda para acabar con las aberrantes tasas de economía sumergida y su feroz negativa a proporcionar ningún dato sobre sus transacciones, al contrario que hacen todas las empresas Españolas aunque sean micro pymes. Lo que nos alivia es pensar que ni las Autoridades Públicas, los periodistas, y los usuarios, no son niños pequeños a los que se les engaña con un mensaje pueril para intentar dar la vuelta a una conducta contraria al interés general que ha provocado pérdidas mil millonarias



al fisco, y el mayor ejemplo de insolidaridad económica y fiscal del mercado turístico.

Hace tiempo, tuvimos una interesante conversación con el Vicepresidente mundial de Airbnb sobre su concepción del mundo y de la organización humana. Decía que estábamos equivocados aquellos que veíamos al mundo, como un conjunto de países independientes individuales. Que su visión moderna, era verlo como un gran mercado

global que no atendía a particularidades locales. Gráficamente, y de forma magistral, decía que ellos veían el mundo como Google Earth, mientras que otros más viejos veían el mundo como Google Maps. Esta forma de entender el negocio, está siendo combatida por todos los actores de los sectores, y nos inclinamos a pensar que ponen en riesgo su propia sostenibilidad, lo cual es muy mala noticia para sus inversores. El gran gigante del comercio electrónico, Amazon, cada vez que hace una transacción con IVA, lo ingresa en Hacienda e identifica a los intervinientes. Y no presume de cumplir la ley. Si en España no pueden vender armas o medicinas, no las venden. En cambio en otros países sí venden mercancía prohibida en España, pero legal más allá de nuestras fronteras. Y viceversa. Esto es “pensar en global, actuar en local”.

Esto es lo que les falta aún a estas grandes plataformas. Entender que se deben adaptar a la legislación local. Que desde San Francisco y esos laboratorios de ideas de Palo Alto (California), se ve a veces la realidad desenfocada. Y que por mucho que se intente decir que se contribuye al desarrollo de la humanidad, lo tienen que demostrar y corregir los errores, en muchos casos ni siquiera previsibles por su parte. Por ello, debido a la evolución de su negocio, y debido a las consecuencias no deseadas que provocan, se están perdiendo muchas oportunidades de integración como cualquier otro negocio de viajes y alojamiento. La disrupción tecnológica y la innovación, no pueden ni deben provocar efectos tan graves

como la subida del precio de los alquileres, la desnaturalización del centro de las ciudades o la inseguridad por la no identificación de visitantes. El ir por el mundo con la bandera de no hacer caso a los demás actores del sector, incluyendo autoridades públicas y consumidores, les está provocando restricciones legales, y en algunos casos, ser señalados como culpables de algunos problemas que fácilmente hubieran podido ser evitados.

Los tiempos nos están demostrando, que los clientes y usuarios están cada día más informados. Que cada vez es más complicado intentar engañar a la gente, pues abrumados de tantas noticias falsas “fake news” en las redes sociales, poco a poco vamos dudando de todo. Por ello, no deja de sorprendernos que una empresa de su tamaño, y de su capacidad de innovar, siga dando datos propios y estadísticas de sus propias fuentes que nadie pueda corroborar, e intentar demostrar que son verdades absolutas, y que debido a ello, empresas de muy diverso signo, empiecen a bucear en sus datos y demuestren que no son verdad las afirmaciones que hacen. Hay hasta webs especializadas que demuestran que lo que dicen, no es verdad. Lo mismo sucede con su permanente negativa a proporcionar información fiscal y

de seguridad, si no es a base de leyes de obligado cumplimiento, que si además no tienen un claro sistema sancionador, se las saltan con total desprecio a aquellos que las emitieron.

Tenemos confianza que debido a que sus inversores están exigiendo resultados sólidos y consistentes, entiendan que esa política de no cumplir las normas, pone en peligro su inversión, y sigan la senda de otras

muchas plataformas, mucho más serias y con un cumplimiento legal intachable. Y que al menos, cuando así sea, no sigan intentando pasar mensajes manipuladores de ponerse de ejemplo por el cumplimiento legal. No es noticia que una empresa pague el IVA o tenga dado de alta a sus trabajadores. Pero Airbnb intenta convencernos de que esto, es porque son un ejemplo. Ya no engañan a nadie. Esto ya no es noticia.

Lo que les falta aún a estas grandes plataformas es entender que se deben adaptar a la legislación



José Manuel Cardona Torres
Socio de Garrigues

El contrato de gestión hotelera (IV): Puntos de fricción

El management hotelero es una figura ya madura en nuestra industria, pero todavía con un amplio margen de crecimiento y con una gran facilidad para adaptarse a un entorno cambiante. Las nuevas tendencias del turismo afectan a las relaciones jurídicas y económicas, a los hábitos de los consumidores y lógica-

mente también a los propietarios y gestores hoteleros. Se dan nuevas situaciones y las partes involucradas en la gestión hotelera tienen perfiles distintos a los del pasado. Ello puede producir nuevos puntos de fricción o incrementar las que han existido tradicionalmente.

Es aconsejable que operador y titular negocien de forma sincera y transparente desde el principio, comunicándose mutuamente sus expectativas, planteando sus exigencias e informándose de su visión sobre la concreta operación hotelera objeto de la gestión. De todo ello, debería quedar cierto reflejo en los documentos precontractuales que servirán como punto de apoyo para acometer las negociaciones encaminadas a la formalización del contrato.

El objetivo ha de ser no sólo la firma del contrato sino que éste pueda servir para regular las relaciones económico-jurídicas durante todo el periodo contractual, prevea las posibles situaciones conflictivas así como los mecanismos para su remedio, intentando mantener en todo momento un equilibrio entre las contraprestaciones de las partes.

Cada hotel, cada propietario y cada gestor son distintos, por lo que aunque puedan servir de base modelos contractuales estandarizados éstos deberían ser revisados, modulados y modificados a la luz de las singularidades del establecimiento hotelero y de las partes.

En todo caso, y sin perjuicio de la necesidad de analizar otros asuntos que puedan

surgir durante la negociación, es recomendable negociar y regular adecuadamente los pactos relativos a: (a) la duración del contrato y sus prórrogas; (b) la incidencia que pueda tener la financiación de la construcción o reforma del hotel en la gestión; (c) los concretos servicios que compongan el contenido de la gestión hotelera; (d) las obligaciones y responsabilidades de cada parte; (e) la información y medidas de control por parte del propietario así como el derecho a la no injerencia por éste a favor del gestor, (f) los mecanismos para la medición del rendimiento financiero del negocio hotelero ('performance'), la determinación en presupuesto de sus objetivos cuantitativos, las consecuencias de no alcanzarse éstos y las medidas para incentivar al gestor en su consecución; (g) el estado físico y jurídico del establecimiento hotelero así como lo relativo a las reformas, mantenimiento y equipamiento del mismo, con especial referencia a los mecanismos para determinar las cuantías que el propietario ha de ir aportando para

dichos fines; (h) la retribución a favor del gestor, incluyéndose los distintos conceptos por los que percibirá honorarios, la descripción de los términos económicos o contables que servirán para su determinación, las fórmulas para su cuantificación y los plazos de facturación y cobro, sin olvidar el desglose de aquéllos servicios – y su correspondiente precio – que, de prestarse por el gestor, serán objeto de una facturación separada y distinta a los

'management fees'; (i) las restricciones a la libre transmisibilidad del hotel y la incidencia que el cambio de titular pueda tener en la gestión; (j) las prohibiciones o limitaciones a la ope-

ración de otros establecimientos competidores; (k) los pactos relativos al personal del hotel; (l) las medidas de 'compliance' a implantar; (m) la titularidad y uso de marcas y demás intangibles; (n) las políticas de comercialización del hotel, sus canales de distribución, la fidelización de sus clientes, la formalización de las reservas y el tratamiento de sus datos personales;

(ñ) las aportaciones financieras iniciales por parte del gestor ("key money") si las hubiera; (o) el contenido y límite de las facultades a incluir en los apoderamientos a favor del personal clave de la gestora; (p) los seguros y el tratamiento de las contingencias no asegurables así como los supuestos de fuerza mayor; (q) las alternativas para el desbloqueo en los casos de ausencia de acuerdo sobre determinados asuntos; (r) los incumplimientos, los modos y mecanismos para su remedio así como, caso de no ser subsanados, las consecuencias en función de su gravedad; (s) las causas concretas para la terminación anticipada del contrato y las compensaciones o indemnizaciones aplicables; (t) las prestaciones –tanto de hacer como de no hacer – exigibles a las partes una vez finalice la gestión.

La anterior no intenta ser una lista exhaustiva y completa de los asuntos y pactos a considerar y negociar en un contrato de gestión hotelera, pero es indicativa de los principales temas que deberían ser tenidos en cuenta y tratados entre las partes a fin de evitar fricciones, intentando además adecuar los pactos y términos contractuales a las concretas características del hotel y a los perfiles del propietario y gestor hotelero.

El operador y el titular deben de negociar de forma sincera y transparente



Mentor Day reunirá en Tenerife las 'startups' más innovadoras en turismo de todo el mundo

La aceleradora aprovecha su presencia en Fitur, en el stand de Dyrecto Consultores, para presentar la convocatoria para los emprendedores del sector turístico que quieran impulsar sus empresas en el primer programa de aceleración de España

Startups de todo el mundo con los proyectos más innovadores, consideran Canarias, en general, y Tenerife, en particular, como un lugar idóneo para la puesta en marcha o expansión de sus negocios, tal y como se deduce del interés que han mostrado por participar en las treinta y ocho semanas ya celebradas con anterioridad y por el incremento en las solicitudes recibidas, y que esta última convocatoria tendrá lugar del 4 al 8 de febrero de 2019 en Santa Cruz de Tenerife.

A dicho programa sólo podrán acceder un total de quince proyectos, de las más de cien propuestas que se reciben cada mes con interés para participar en dichas semanas de aceleración.

Para participar en este programa gratuito sobre empresas de Turismo de febrero, los interesados ya pueden hacerlo a través de la web de Mentor Day. Participarán los primeros proyectos inscritos que completen con éxito el proceso de selección.



La aceleradora también ha abierto el proceso de selección de los 70 expertos que participarán durante la semana y que tendrán reuniones personales tipo speed mentoring con las startups seleccionadas,

de los más de 360 empresarios voluntarios que colaboran con Mentor Day.

En declaraciones del fundador y presidente de Mentor Day, Jaime Caveró, “no existe ninguna otra región emprendedora

que haya conseguido reunir a tantos profesionales dispuestos a prestar su apoyo gratuito y voluntario a los emprendedores. Y gracias a este arduo trabajo que ya llevamos años haciendo para incrementar y mejorar el emprendimiento en Canarias, el último estudio de la Fundación de Cajas de Ahorros sobre este sector nos ha incluido como la primera aceleradora en empresas graduadas de España y la tercera como entidad sin ánimo de lucro”.

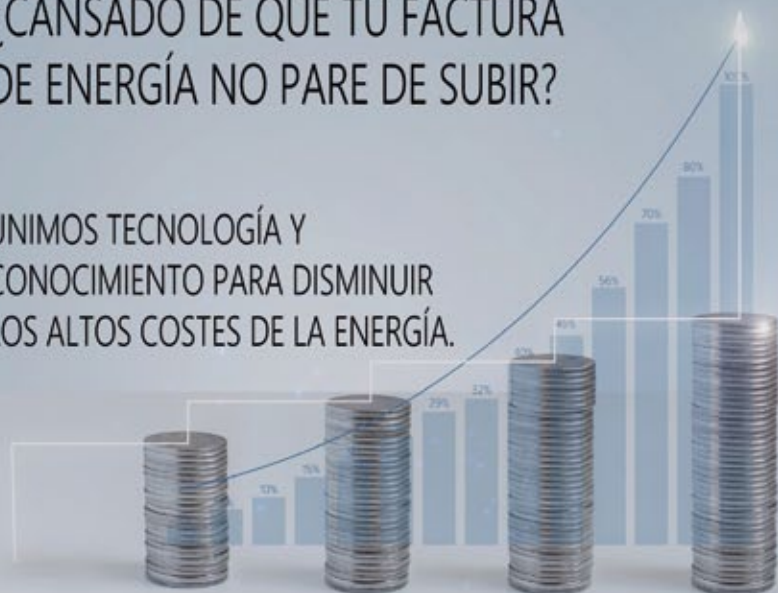
“Nos sentimos verdaderamente orgullosos del trabajo que realizamos –añade Caveró–, pues no en vano, Tenerife se ha convertido uno de los principales hub de España para el emprendimiento, pues cuenta con las condiciones únicas: ventajas fiscales, el clima, la seguridad y el nivel tecnológico que tiene y que favorece que las startups de otras regiones y otros países abran sus negocios en la isla”.

Mentor Day ha facilitado la puesta en marcha de 324 nuevas empresas, que han creado más de 560 puestos de trabajo, y ha atendido a más de 1.500 emprendedores de diecisiete países.

BIG DATA ANALYTICS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL (USO DE REDES NEURONALES), EN RELACIÓN A LA ENERGÍA. TECNOLOGÍA Y PROGRAMACIÓN AL SERVICIO DEL SECTOR HOTELERO.

¿CANSADO DE QUE TU FACTURA DE ENERGÍA NO PARE DE SUBIR?

UNIMOS TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO PARA DISMINUIR LOS ALTOS COSTES DE LA ENERGÍA.



ALTA CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Análisis inteligente de la competitividad de los mercados y ofertas, para la optimización y gestión avanzada de su energía y apoyo en las mejores estrategias futuras.



Carlos Sedano
Asesor Laboral de CEHAT

Procede el despido cuando la baja médica encubre un viaje por motivos personales

La reciente sentencia de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Navarra, de 6 de septiembre de 2018, declara la procedencia del despido de un trabajador, por no incorporarse a su puesto de trabajo en la fecha de finalización de la excedencia concedida, pese a ser necesarios sus servicios al estar la empresa en plena campaña de envasado del tomate. El 31 de agosto de 2017

el trabajador no se incorporó a su puesto de trabajo por hallarse en La Meca (Arabia Saudí), aportando un certificado médico expedido en Marruecos, en el que se certificaba su incapacidad laboral y la necesidad de reposo. La empresa procedió al despido no dando credibilidad al certificado médico, siendo estimada adecuada dicha decisión.

El trabajador de una empresa dedicada a la industria conservera y a la elaboración de platos preparados, que tenía adquirida la condición contractual de fijo discontinuo, había solicitado al coordinador de producción de la misma una excedencia para asistir, acompañando a su madre, a La Meca. Solicitó que se extendiera la citada excedencia hasta finales de septiembre. El coordinador le comunicó que ello no era posible toda vez que en las fechas interesadas la empresa se encontraba en plena campaña de recolección del tomate pero que, en su caso, y de manera excepcional, podían aceptar que se incorporara a finales de agosto. Finalmente la excedencia le fue concedida por escrito, en fecha 15 de marzo de 2017, desde el 1 de mayo hasta el 31 de agosto de 2017. Sin embargo, el día 22 de marzo el trabajador solicitó, de nuevo, excedencia del 15 de mayo al 15 de septiembre de 2017, y como, sin recibir respuesta, acudiera a trabajar los primeros días de mayo, al entender sus encargados que en esas fechas tenía concedida la excedencia, le indicaron que acudiera a las oficinas de la empresa para aclarar su situación. Allí le recalcaron las fechas de la excedencia que tenía concedida, y le recordaron que la misma finalizaba el 31 de agosto de 2017. El trabajador, visiblemente enfadado, manifestó su intención de no regresar a la empresa hasta finales de septiembre porque su intención era viajar a La Meca, indicando que en su país -Marruecos- con cincuenta euros le bastaba para justificar la ausencia.

El 20 de julio de 2017 un compañero del trabajador presentó en su nombre una solicitud de reincorporación con efectos del 31 de agosto de 2017, por lo que fue integrado en el listado de los empleados que, por equipos, debían iniciar la prestación de servicios a partir del día siguiente, iniciando los trámites para cursar su alta en la Seguridad Social. El 31 de agosto de 2017 su compañero de trabajo entregó en las oficinas de la empresa, en nombre del susodicho trabajador, un certificado médico en el que se indicaba que este había sido examinado en consulta, que padecía cialgia y requería reposo y “descanso del trabajo” desde día 31 de agosto al 23 de septiembre de 2017.

El trabajador viajó desde Marruecos a Arabia Saudí para acudir a La Meca, en avión, partiendo el 15 de agosto, y regresando el 19 de septiembre, acudiendo a las oficinas de la empresa el día 25 de

septiembre de 2017. La empresa le notificó entonces su despido disciplinario, por la comisión de falta muy grave de transgresión de la buena fe contractual, que fue declarado procedente por el Juzgado de lo Social nº 2 de Pamplona.

Frente a la sentencia se interpuso por el trabajador recurso de suplicación ante la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Navarra, basado en que la situación del actor a la finalización de su situación de excedencia era la de suspensión del contrato, pendiente de que la empresa le comunicara la existencia de una vacante, por lo que no existió infracción alguna al no acudir a trabajar el 31 de agosto de 2017, pues “no resultaba justificado exigir al trabajador adelantar su vuelta e interrumpir su viaje a La Meca sin tener conocimiento cierto de

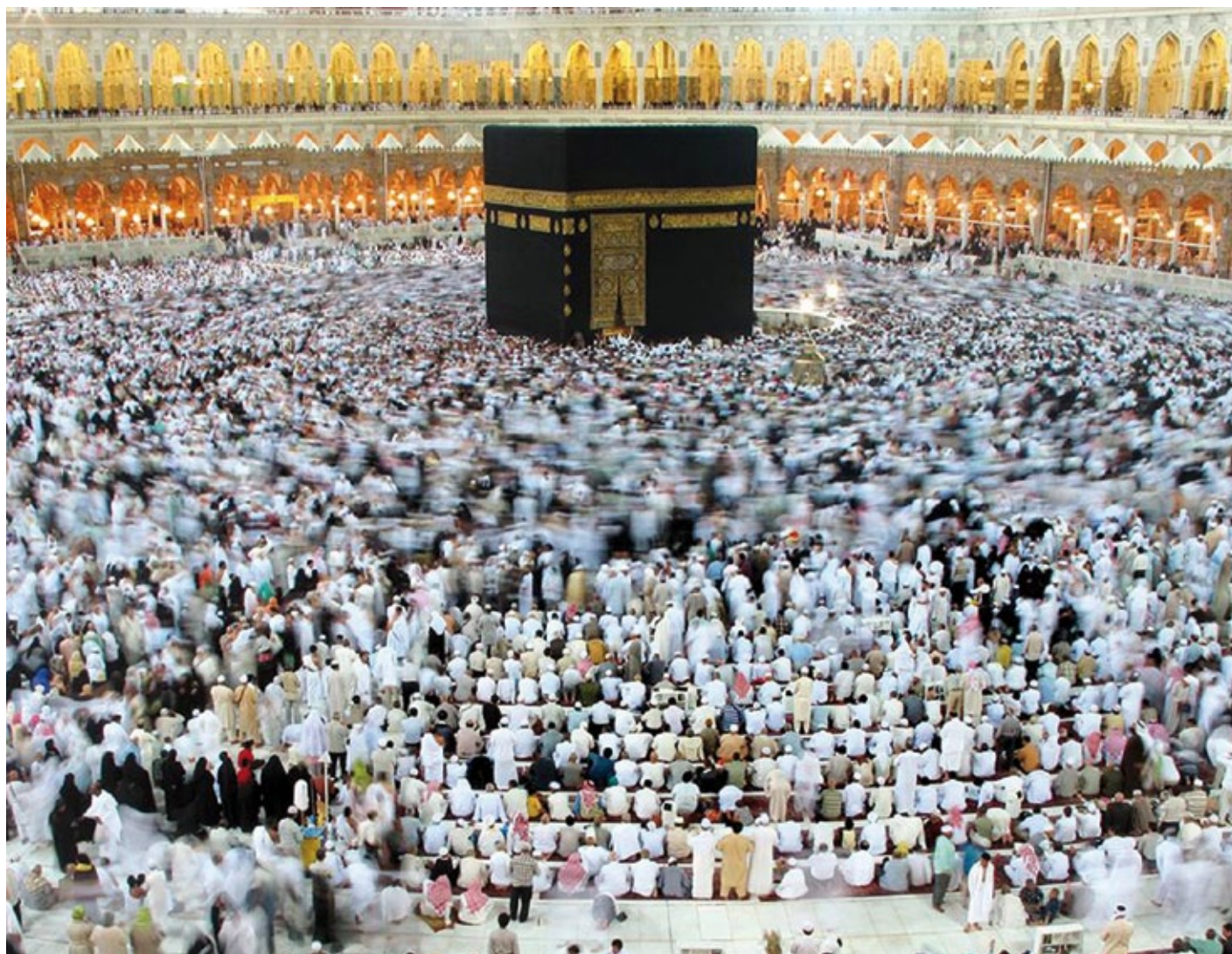
la existencia de una vacante”, siendo que la decisión de la empresa quebraba el principio in dubio pro operario, dejaba la validez y el cumplimiento de los contratos al arbitrio de uno de los contratantes y se quebraba el principio de igualdad.

La Sala de lo Social desestima el recurso, y pone de evidencia la negativa reiterada de la empresa a conceder la excedencia voluntaria al trabajador hasta finales de septiembre de 2017 y la obligación del mismo de reincorporarse a su puesto de trabajo fijo discontinuo el 31 de agosto de ese año, en plena campaña del tomate, estimando que aquél incurrió en un grave incumplimiento al no reincorporarse a la empresa hasta finales de septiembre, tras regresar de Arabia Saudí el día 19 de septiembre. Resalta que, con indepen-

dencia de la relevancia que pudiera tener, incluso en el ámbito penal, la aportación de un certificado médico fechado el 31 de agosto de 2017 por un médico de El Aaiún (situada en el Sahara Occidental ocupado por Marruecos), cuando consta acreditado que en dicha fecha el trabajador se encontraba de peregrinación a La Meca (Arabia Saudí), lo cierto es que la concesión de la excedencia lo fue hasta el 31 de agosto y, además, que la empresa desde el principio le indicó que esa era la fecha en la que debía reincorporarse a la campaña del tomate, así como que era necesario para llevar a cabo sus funciones.

Considera asimismo inadmisibles los argumentos esgrimidos por el trabajador, dado que a este le constaba claramente que su excedencia finalizaba en agosto y que debía incorporarse a su puesto de trabajo el día 31 de agosto. Por tal razón, desestimando el recurso de suplicación, la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Navarra considera la sentencia de instancia ajustada a derecho y confirma la procedencia del despido.

Consta que en dicha fecha el trabajador se encontraba de peregrinación a La Meca



La XXII Conferencia Iberoamericana de Turismo reúne el 22 de enero en Madrid a los ministros iberoamericanos con el empresariado español

CIMET 2019, la XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo, vuelve a su puntual cita anual en la víspera de Fitur, el martes 22 de enero, con un formato renovado. Tras la designación como director para las Américas del secretario general adjunto de la Organización de Naciones Unidas para el Turismo (OMT), Jaime Alberto Cabal asume la codirección (junto con el copresidente de CIMET Eugenio de Quesada) de los debates con los ministros de Turismo de Iberoamérica. La Conferencia incluirá tres debates que abordarán dos de las máximas prioridades de la OMT: los nuevos retos del Turismo mundial en Tecnología e Innovación, y en Formación y Educación; así como el Qhapaq Ñan (el Gran Camino Inca, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco) como nuevo producto turístico multidestino.

CIMET 2019 se celebrará bajo la presidencia de honor del Rey Felipe VI, en el Centro de Convenciones de la Feria de Madrid, organizada por el Grupo NEXO en estrecha colaboración con la OMT, el Consejo de Turismo de CEOE e Ifema-Fitur. Como cada año, los ministros de Turismo de Iberoamérica



revelarán los planes de desarrollo turístico de sus destinos y los incentivos a la inversión del empresariado español. Información que se recoge en la Guía CIMET de Inversión Turística en Iberoamérica, elaborada con la información oficial facilitada por los Ministerios de Turismo, la cual que se pondrá a disposición del Sector Turístico, a través del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

La XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo vuelve a posibilitar el encuentro directo de los empresarios españoles (pequeños, medianos y grandes) con los máximos responsables de los Gobiernos y Admi-

nistraciones turísticas de Iberoamérica y el Caribe. En este excepcional workshop inverso, son los propios ministros o vice-ministros quienes venden sus destinos, convirtiendo CIMET en un lobby blanco, que sirve de eficaz instrumento para la internacionalización de todas nuestras empresas turísticas, especialmente las pymes.

Un año más, la entrega de la Insignia de Oro y Brillante de CIMET incorporará un destacado empresario al elenco de los Próceres del Turismo Español en Iberoamérica, que encabeza el Rey Juan Carlos I, y del que forman parte Isidoro Álvarez (El Corte Inglés), Gabriel Barceló, Simón Pedro Barceló y Simón Barceló (Barceló), Manuel

Buitrón (Politours), Gabriel Escarrer (Meliá), Lorenzo y Miguel Fluxá (Iberostar), Rafael Gallego (CEAV), Juan Gaspart (HUSA), Juan José Hidalgo (Globalia), Horacio Echevarrieta (Iberia), Abel Matutes (Fiesta), José Meliá (Meliá), Miguel Mirones (ICTE), Juan Molas (CEHAT), Luis Riu Bertrán, Luis y Carmen Riu Güell (RIU) o Matilde Torres (Catai), entre otros.

CIMET ha sido galardonada con la Medalla al Mérito Turístico, que el Rey concedió mediante real decreto a los copresidentes de la Conferencia Iberoamericana, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, a propuesta del Gobierno de España tras acuerdo del Consejo de Ministros. La Conferencia Iberoamericana se acerca a un cuarto de siglo de fecunda existencia. Y lo hace uniendo esfuerzos con la Organización de las Naciones Unidas para el Turismo (UNWTO/OMT) y el Consejo Empresarial de Turismo de CEOE, para servir como nexo de unión entre los Gobiernos de Iberoamérica y el Sector Turístico público de España, facilitando un punto de encuentro público-privado, eficaz y abierto a todos, de los destinos iberoamericanos y el empresariado.

Nuestras fachadas no son solo bonitas



Cuando la estética se encuentra con la seguridad

La urbanización trae consigo nuevos desafíos para el sector de la construcción. Las soluciones de aislamiento a base de lana de roca combinan la estética con altas prestaciones, tales como el confort térmico y acústico y la resiliencia al fuego. Los productos ROCKWOOL permiten crear espacios armoniosos al mismo tiempo que protegen a tus huéspedes y a tu propiedad frente al fuego, garantizan el confort durante su estancia e incrementan la eficiencia energética de tu edificio, para que ganes en sostenibilidad y reduzcas tu factura energética.





Jose Luis Valencia Gómez
Abogado de Tourism & Law

Tratamiento de objetos perdidos en los establecimientos hoteleros

El presente artículo trataré de la situación habitual que sucede en los establecimientos hoteleros de pérdida u olvido de objetos, y hallados, y sobre todo, el modo

de actuar desde el punto de vista legal cuando los clientes se olvidan de algún objeto personal, y las obligaciones y derechos de los hoteleros con respecto a los mismos.

De esta manera, no es aceptable proceder de forma inmediata a su entrega como residuo o basura sin más, sino que la normativa civil vigente establece una serie de procedimientos y plazos que se deben observar, y que vienen regulados en nuestro Código Civil, y más concretamente en el Artículo 615, si bien, aludimos también, a modo de complemento, y como ejemplo, la legislación municipal de Madrid, y más concretamente su Reglamento de depósito, custodia y devolución de los objetos perdidos en la Ciudad de Madrid de fecha 30 de julio de 2014.

Así, indicar que el hallador de un objeto extraviado debe seguir las siguientes pautas de comportamiento, ya que en primer lugar, debe ponerlo en conocimiento de su propietario, si éste fuera conocido.

La normativa no establece periodo específico para llevar a cabo esta diligencia, por lo que las entidades privadas suelen establecer son sus propios protocolos de actuación, siendo la práctica del sector fijar un periodo de 2 meses en su custodia, aunque puede verse reducido o ampliado. Pasado dicho periodo, si el propietario no lo recoge, se enviará a la Oficina de Objetos Perdidos.

En el caso de que el propietario no fuera conocido, se deberá consignar el objeto inmediatamente en poder del Alcalde

del pueblo donde se hubiese verificado el hallazgo. A día de hoy, esta figura, como hemos avanzado, quedaría asimilada a la oficina de Objetos perdidos del Ayuntamiento de cada localidad.

De esta manera, la Oficina de Objetos Perdidos, registrará, inventariará y publicará los objetos entregados, si bien no todos los objetos son admitidos, pues están excluidos, los que sean insalubres, nocivos, peligrosos o perecederos, -como los alimentos-, así como los productos químicos, medicamentos, o los que contengan algún organismo vivo o materia orgánica. No serán recibidos los que debido a su grado de deterioro haga imposible su custodia, o si el deterioro les haya hecho perder su unidad como cosa; ni los de tráfico comercial ilícito o bajo custodia judicial o policial. Tampoco los vehículos, y los objetos que cuyas dimensiones impidan su custodia en las condiciones debidas.

En caso de que los objetos muebles no pudieran conservarse, sin deterioro o sin hacer gastos que disminuyan notablemente su valor, se venderán en pú-

blica subasta luego que hubiesen pasado ocho días desde el segundo (segundo domingo consecutivo, según establece el Código Civil) anuncio sin haberse presentado el dueño, y se depositará su precio.

Pasados dos años, a contar desde el día de la segunda publicación, sin haberse presentado el dueño, se adjudicará la cosa encontrada, o su valor, a quien la hubiese hallado. (Tanto éste como el

propietario estarán obligados, cada cual en su caso, a satisfacer los gastos de custodia).

El procedimiento establecido supondrá la entrega, a quienes depositen bienes en la Oficina

de Objetos Perdidos, de un justificante en el que conste la fecha de entrada en la oficina, fecha y lugar del hallazgo y descripción del objeto entregado y se les informará de su expectativa de derecho a la propiedad del bien hallado.

Si manifestara su interés en adquirir la propiedad del objeto hallado se le pedirán sus datos personales a efectos de notificaciones posteriores. También podrá la persona halladora manifestar en el acto de entrega su renuncia a su

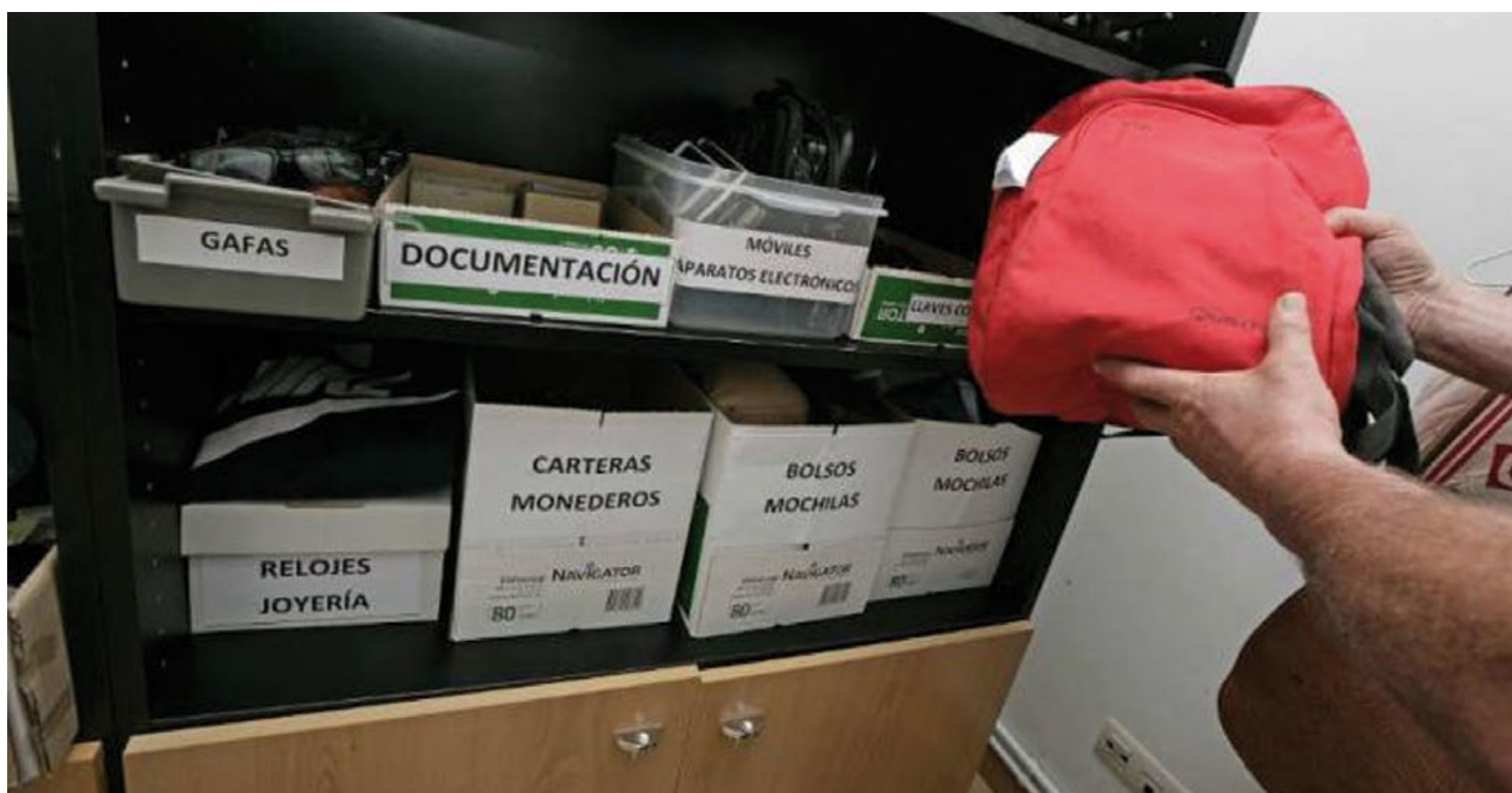
expectativa de derecho de propiedad sobre el objeto.

Asimismo, en cuanto al dinero en efectivo, debemos indicar que transcurridos un plazo máximo de tres meses desde su entrega a la Oficina de Objetos Perdidos, se ingresará en la cuenta del Ayuntamiento habilitada al efecto, hasta su devolución al propietario o hallador, en su caso. Si se tratara de divisas extranjeras se ingresará su valor en euros. La devolución se haría por ese mismo valor en euros.

Transcurrido el plazo de dos años sin que el propietario hubiera procedido a su recogida, se notificará al hallador, si lo hubiere, su condición de propietario del objeto hallado, concediéndole el plazo de un mes a contar desde el día siguiente a la notificación para que haga efectiva su recogida.

En caso de que no se hubiera podido practicar la notificación por causas ajenas a la Administración, se notificará mediante anuncio en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid y en el Tablón de Edictos municipal, concediéndole el plazo de un mes para la retirada del objeto. Si el hallador no recogiera el objeto en el plazo establecido se entenderá decaído en su derecho, pasando el objeto a ser de propiedad municipal. Cuando se tratase de dinero en efectivo se ingresará en la Tesorería Municipal.

La Oficina de Objetos Perdidos registrará, inventariará y publicará los objetos entregados



La Comunidad Valenciana destinará 5,2 millones a ayudas para entidades locales

Turismo de la Comunidad Valenciana destinará un total de 5,2 millones de euros en 2019 para ayudas a entidades locales con el fin de impulsar la competitividad de los destinos turísticos

El plazo de presentación de solicitudes, según se recoge en la convocatoria publicada en el Diario Oficial de la Generalitat, se inicia el 15 de enero y los interesados tendrán un mes para presentar sus proyectos para la mejora y adecuación de sus recursos y servicios turísticos, mientras que la adjudicación está prevista en primavera.

El objetivo de estas ayudas es impulsar la oferta turística de los destinos valencianos, su modernización y diversificación, con el propósito de elevar su atractivo en el mercado turístico nacional e internacional y contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de la actividad turística.

Este año se ha vuelto a adelantar la convocatoria de estas ayudas para facilitar que los destinos puedan planificar con tiempo proyectos que aporten valor añadido a sus recursos naturales y culturales, y que favorezcan la desestacionalización de la actividad, según ha señalado el secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer, en un comunicado.



Además, ha precisado que la inversión para la adecuación turística de los recursos del territorio valenciano se ha incrementado en cerca de un millón de euros respecto a 2018.

Este incremento presupuestario pone de manifiesto "el compromiso del Consell por la gobernanza colaborativa, modelo de gestión turística coparticipada", agregó Colomer.

La convocatoria, publicada en el DOGV, va dirigida a ayuntamientos y mancomunidades de la Comunidad Valenciana, organismos autónomos y entes públicos dependientes, y el plazo de presentación será del 15 de enero al 15 de febrero.

Se puede subvencionar desde el equipamiento de espacios turísticos a la creación de productos turísticos experienciales, pasando por la interpretación y señalización turística, la mejora de la accesibilidad a los recursos, la recuperación de espacios públicos, la adquisición de máquinas para la limpieza de playas o la adecuación de oficinas Tourist Info.



Impuestalia
REVISIÓN DE VALORES CATASTRALES

Llámenos al
911 697 299



Nuestro Fin
es su Ahorro:
Reduzca su IBI



Tarifa a
Éxito



**20% de
reducción
media del IBI**



Impuestalia
Revisión Catastral



ImpuestaliaRC



Impuestalia

impuestos@impuestalia.com · www.impuestalia.com

Los destinos de 'sol y playa' reivindican una financiación acorde con el volumen de visitantes que reciben

Los ayuntamientos turísticos más importantes de España reclaman un trato coherente con el papel que juegan en la economía de país. Los alcaldes participantes en el VI Foro

Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria coinciden en que la seguridad también debe englobar a la calidad de los servicios que se prestan.

Los representantes de la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa presentes en el VI Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria insistieron en poner sobre la mesa la necesidad de dotar con recursos suficientes a los territorios que prestan servicios a millones de visitantes al año. La Alianza que preside Marco Aurelio Pérez Sánchez, que estuvo acompañado por el primer regidor de Benidorm, Antonio Pérez Pérez, el alcalde de Adeje, José Miguel Rodríguez Fraga, David Miguel Pérez González, concejal del Área de Promoción del Turismo y Consumo de Arona y Pere Granados Carrillo, alcalde de Salou. La mesa la coordinó Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) quien indicó que estos cinco municipios que conforman la alianza, suman en su conjunto más de 60 millones de pernoctaciones al año, lo cual representa el 20% del total del estado español, además señaló que son los primeros interesados en que se regularicen muchas cuestiones que los afectan diariamente.

El papel de estos municipios, como principales receptores de los turistas que



llegan a España, es a veces cuestionado, si bien es cierto que son los primeros interesados en que se regularicen muchas de las cuestiones al uso frecuente. Los alcaldes de los principales municipios turísticos no se oponen a un sistema basado en el alquiler vacacional, siempre que la regulación sea eficaz para ordenar, y tampoco se oponen a una tasa turística, reivindicando

que los municipios puedan tener opinión considerada en este ámbito.

Respecto a este, estuvieron de acuerdo en reclamar que haya una regulación del sistema desde el Gobierno central. «La vivienda vacacional debe ser regulada por una ley estatal pero que cuente con los municipios», aseguró el representante de Salou, «pero siempre que la regulación

sea eficaz para ordenar al sector», indicó. Por otro lado, el alcalde de San Bartolomé de Tirajana, Marco Aurelio Pérez presentó en el Foro de Turismo el proyecto Maspalomas Smart Destination, encaminado a la transformación y gestión digital inteligente del municipio. Su desarrollo tendrá lugar durante los próximos dos años (2019-2020), con un presupuesto de 5,7 millones de euros, de los que unos 3,6 millones son subvencionados por el Plan Nacional de Territorios Inteligentes y el 37% restante por aportación municipal. Con esto se pretende consolidar su desarrollo sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, para poder competir en una economía cada vez más globalizada. Pero esto no solo supone tecnología sino sostenibilidad en lo económico, ambiental y en lo social y cultura, indica el primer edil. En la imagen los representantes de la Alianza de Municipios Turísticos durante la celebración del Foro de Turismo.

Uno de los principales puntos expuestos también fue el de la seguridad, no sólo en el ámbito ciudadano y policial, sino también seguridad en el amplio mundo de las reservas, de tal forma que el cliente tenga seguridad de que compra lo que realmente se le oferta.



Los representantes de la Alianza de Municipios Turísticos durante la celebración del Foro de Turismo.

El turismo sube cuatro décimas su peso en el PIB hasta el 11,7% en 2017

El peso del Producto Interior Bruto (PIB) asociado al turismo, medido a través de la demanda final turística, alcanzó los 137.020 millones de euros en el año 2017. Esta cifra

supuso el 11,7% del PIB, cuatro décimas más que en 2016. La ocupación en las distintas ramas del turismo alcanzó en el pasado ejercicio los 2,6 millones de puestos de trabajo.

Desde 2010 el peso del turismo en el PIB ha crecido 1,5 puntos porcentuales, al pasar del 10,2% al 11,7%, y la evolución en términos reales del sector ha sido mejor que la del conjunto de la economía, según la Cuenta Satélite del Turismo (CSTE) difundida hoy por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Por su parte, la ocupación en las ramas económicas características del turismo alcanzó en el pasado ejercicio los 2,6 millones de puestos de trabajo, con lo que el peso del empleo vinculado al sector ha crecido 1,2 puntos porcentuales desde 2010, al pasar del 11,6% al 12,8%.

La demanda final turística, por la que se mide el peso del PIB asociado al sector, alcanzó 137.020 millones de euros en 2017, lo que supone un aumento del 5,6%. La componente de mayor peso en la demanda final turística en 2017 fue el consumo receptor, con el 50% del total, agregado que ha sido el que más se ha incrementado en los últimos años.

Su peso sobre el PIB fue del 5,9%, lo que representa tres décimas más que en 2016, con 68.532 millones de euros, cifra que, por primera vez desde 2010, es superior a la de otros componentes del turismo.



ENTRA EN LA
DIVISIÓN
HOTELERA
TINSA

Descubre nuestros servicios de valoración de negocios
y de activos inmobiliarios hoteleros en
www.tinsa.es/sector-hoteler

Consultoría integral independiente en toda España
y en más de 25 países desde nuestras sedes en Europa,
Latinoamérica y Marruecos

Solicita información sobre las tarifas especiales
para los miembros de Cehat en: divisionhotelera@cehat.com

tinsa

Socio colaborador de CEHAT

Los hoteleros aplauden el apoyo de la Unión Europea en su lucha contra Booking

HOTREC defiende que el Reglamento sobre las relaciones comerciales con las plataformas online aportará "transparencia" al mercado

La asociación de los hoteleros europeos ha ganado una batalla más dentro de su larga guerra contra la hegemonía de las dos grandes agencias online, Booking y Expedia, en la comercialización de los hoteles. El Parlamento Europeo ha respaldado las tesis de HOTREC en defensa de una mayor "equidad y transparencia" en este mercado donde los hoteles llegan a ser rehenes, como es el caso de España, de las "cláusulas abusivas" de las OTA.

HOTREC ha acogido con satisfacción las mejoras votadas el pasado 6 de diciembre en el Parlamento Europeo y el 29 de noviembre en el Consejo de Ministros europeo dentro de la propuesta de Reglamento de la Comisión sobre las relaciones comerciales con las plataformas online y que viene a sumarse al respaldo de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del mismo Parlamento.

La asociación confía en una pronta adopción del Reglamento, "que traerá más equidad y transparencia" en el mercado de la distribución hotelera copado hasta ahora por las dos grandes agencias online.

HOTREC, a la que pertenecen CEHAT y el Gremi d'Hotels de Barcelona, celebra la coincidencia de las instituciones comunitarias en determinados puntos como "la necesidad de más claridad en la aplicación del Reglamento" de tal manera que se llegue a un acuerdo general sobre los contratos y no caso por caso.

Una de las mayores quejas de los hoteleros es que las agencias online en sus contratos exigen que se les garantice el precio mínimo. Es lo que califican como "cláusulas abusivas" que ya han sido prohibidas en seis países europeos y que CEHAT quiere que se prohíban por ley también en España.

La propuesta del Parlamento Europeo respalda también una "mayor transparencia" en las campañas de marketing de las

agencias online y los Derechos de Propiedad Intelectual. "Es un paso adelante para una mejor protección de las marcas en el mercado online", valora HOTREC.

Además, el Euro parlamento apoya una "mayor objetividad con respecto al uso de las reclamaciones de los usuarios, según la propuesta por el Consejo, que permita un tratamiento justo de todas las quejas, sin considerar su admisión en base a elementos subjetivos".

Un paso importante

El responsable de Distribución de HOTREC, Markus Luthe, señala que "la dirección tomada tanto por el Consejo como por el Parlamento Europeo en estos días es un paso importante hacia una mayor equidad y transparencia en las relaciones comerciales en internet".

Luthe recuerda que en el mercado de reservas hoteleras online solo una plataforma –en referencia a Booking– controla las dos terceras partes del mercado y dos

plataformas –si se le añade Expedia– acaparan el 90%.

"Este dominio ha traído prácticas desleales a los mercados, que el Reglamento actual con razón comienza a abordar", afirma.

El CEO de HOTREC, Christian de Barrin, añade que la asociación "ha estado sensibilizando activamente a las instituciones de la UE sobre la creciente dependencia que sufren las compañías hoteleras de las agencias online. La votación de hoy (por el 6 de diciembre) en el Parlamento Europeo muestra que los responsables de la toma de decisiones están preparados para proteger mejor a las empresas de las prácticas nocivas en el mercado único digital". De Barrin concluye instando al Parlamento Europeo, al Consejo y a la Comisión para "aprobar rápidamente este Reglamento en beneficio de las compañías europeas".

Fuente: Hosteltur.com

Benidorm logra la certificación como primer Destino Turístico Inteligente del mundo

El municipio es el primero que logra la Marca Q que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española tras superar en 2018 la auditoría de certificación realizada

por AENOR conforme a la norma UNE 178501 de Sistema de gestión de Destino Turístico Inteligente, promovida por Segittur.

Benidorm se ha convertido en el primer Destino Turístico Inteligente (DTI) del mundo, tras haber logrado la Marca Q que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española una vez superada la auditoría conforme a la norma UNE 178501 de Sistema de gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes realizada por AENOR. Esta norma fue promovida por Segittur, la Sociedad Estatal de Turismo e Innovación dependiente de la Secretaria de Estado de Turismo, en el seno de la Asociación Española de Normalización, UNE.

Así lo ha anunciado el alcalde, Toni Pérez, que ha recordado que Benidorm lleva trabajando desde 2016 para conseguir esta certificación que lo convierte en el primer Destino Turístico Inteligente (DTI). El proceso de implantación del Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes (SGDTI) conforme a la Norma UNE ha sido coordinado por Mercedes Llorca, responsable del Ente Gestor. Un Ente Gestor conformado por técnicos municipales; la gerente de Visit Benidorm, Leire Bilbao; y el asesoramiento técnico de la responsable de la empresa Inteligencia Turística, Celia Romero.

El alcalde ha destacado que Benidorm "ha trabajado mucho para formar parte del modelo de gestión turística inteligente", que marcará "el reposicionamiento de los destinos"; y ha añadido que "en un futuro muy cercano no se concebirá el turismo y el éxito de un destino sin la aplicación de

la inteligencia turística; una aplicación en la que Benidorm ya es pionera".

El presidente del Instituto para la Calidad Turística Española Miguel Mirones ha felicitado al alcalde de Benidorm y al municipio en su conjunto por haber logrado la Marca Q y ha invitado a otros municipios y destinos de nuestro país a iniciar el proceso de certificación para convertirse en Destinos Inteligentes. "Esta certificación incrementa la calidad de la experiencia de los turistas, fomenta la mejora continua, mejora la relación entre residentes y visitantes y permite adaptarse mejor a las necesidades de estos últimos mediante el tratamiento de la información y los datos".

Para Sergio González, Gerente de Innovación y Desarrollo de Producto de

AENOR "Benidorm, que fue pionero en la certificación de Sistemas de Gestión de Vigilancia e Inteligencia, amplía ahora su compromiso con un turismo de calidad con su certificación como Destino Turístico Inteligente, que lo sitúa en la vanguardia del sector. Con este certificado, Benidorm apuesta por situar al turista en el centro de sus políticas, anticipándose a sus necesidades y dándoles respuesta desde la innovación, las nuevas tecnologías o la sostenibilidad".

La Norma UNE 178501 de SGDTI establece los requisitos que debe cumplir cualquier destino que quiera ser inteligente y que pivotan sobre cinco ejes: Sostenibilidad, Accesibilidad, Nuevas Tecnologías, Gobernanza e Innovación.

La auditoría de certificación tiene un alcance en todo el municipio de Benidorm, así como el nivel de especialización en los productos turísticos: Deportes, Salud y Bienestar, Congresos, Gastronomía, Film Office, Compras y Verde Benidorm.

El informe de auditoría destaca como puntos fuertes el compromiso por la innovación y el desarrollo de Benidorm como DTI, como se manifiesta por el trabajo que se viene desarrollando en los últimos años, la participación en proyectos que se desarrollan en este ámbito y la implicación de todo el personal entrevistado durante la auditoría. Además destaca la creación de la Smart Office DTI: Oficina Técnica de Innovación e Inteligencia y el desarrollo de un sistema de vigilancia e inteligencia turística.



Las inversiones turísticas fuera de España contarán en 2019 con ayudas públicas más flexibles y ágiles

Las inversiones turísticas que se realicen fuera de España en 2019 contarán con apoyos públicos más flexibles y ágiles, tal y como informa Dyrecto Consultores, la primera empresa en el país en la gestión de financiación pública para empresas, y que realiza un estudio permanente sobre todos los apoyos económicos por parte de las diversas Administraciones en el sector del turismo.

Según Dyrecto, estas ayudas se unen a las más de 100 posibilidades con las que puede contar un proyecto de inversión turística, que van desde la subvención a fondo perdido, hasta el capital riesgo o financiación pública en condiciones preferentes, además del apoyo al emprendimiento en el sector.

Tal y como ha informado la Administración, durante el 2019 está previsto reformar los instrumentos de ayuda a la internacionalización de las empresas ante su baja ejecución y la importancia que para España supone estas actuaciones. En concreto, se están analizando instrumentos relacionados con la financiación y el capital riesgo de organismos públicos españoles, lo que unido a otras opciones que existen en el exterior a través de organismos multilaterales y bilaterales de ayuda al desarrollo, va a suponer nuevas opciones para que las empresas complementen la financiación bancaria tradicional o incluso recuperen vía subvenciones parte de las inversiones realizadas.

Para inversiones en el exterior, en especial las hoteleras, existen diferentes alternativas a largo plazo como: subvenciones de los programas de conversión de deuda en ciertos países; aportaciones de capital para proyectos en el exterior; utilización de los créditos a la exportación o de los fondos FIEM del Ministerio de Industria Comercio y Turismo para financiar las inversiones de las empresas españolas cuando compren bienes y servicios en España y préstamos de instituciones bilaterales y multilaterales de ayuda al desarrollo.

El pre análisis de cada operación así como el contar con asistencia técnica y especializada para determinar desde el primer momento las posibilidades que tiene una inversión y las mejores vías para optimizarlas, es de vital importancia, ya que en función de las opciones que se tengan se podrá definir mejor la estrategia.

Con el objetivo de que las empresas aprovechen estas oportunidades y dada la diversidad de posibilidades existentes para empresas que invierten en el exterior y lo novedoso de algunas de ellas, Dyrecto ha incorporado a su departamento de consultoría un profesional con más de 26 años de experiencia en banca, durante los cuales ha asesorado a empresas en procesos de expansión y en la organización de financiación para sus proyectos en el extranjero (ya sea proyectos de inversión o proyectos de exportación) utilizando todos los medios financieros posibles.

Fondos FEDER para el turismo

Preocupa la actual situación en la que se encuentran los incentivos económicos regionales, ya que cada vez hay menos dinero y un mayor número de empresas que lo solicitan aumentando el nivel de

Los incentivos regionales para el turismo; evolución anual:

<u>Evolución anual</u>	<u>2.007</u>	<u>2.008</u>	<u>2.009</u>	<u>2.010</u>	<u>2.011</u>	<u>2.012</u>	<u>2.013</u>	<u>2.014</u>	<u>2.015</u>	<u>2.016</u>	<u>2.017</u>	<u>2018</u>
nº proyectos Aprobados	101	57	29	38	16	13	28	7	16	15	28	17
Inversión aprobada (millones euros)	825	384	113	239	97	62	243	72	83	217	278	165.2
Subvención concedida (millones euros)	48	44	16	28	10	11	38	9	15	39.6	45.5	34.4
% subvención media por proyecto	5,8%	11,5%	14,5%	11,7%	10,2%	18,5%	15,5%	12,5%	17,9%	20,0%	16,4%	20,8%
Empleo creado	2.557	1.281	307	795	261	123	638	270	172	271	448	298

Fuente: DYRECTO consultores (elaboración propia)
* Datos a 30 de noviembre de 2018

competencia, con lo cual se está aumentando la dificultad para acceder a estas importantes ayudas.

La dotación presupuestaria, desde que se inició el actual periodo presupuestario europeo en 2014, ha ido disminuyendo paulatinamente, pasando de disponer en 2008 de 295 millones de euros a los 62 millones de 2018 y que probablemente se reducirán en el 2019. Al mismo tiempo, en 2017, se registraron un total de 195 solicitudes, mientras que, tan solo los primeros nueve meses de 2018 se han realizado un total de 162 solicitudes, por lo que si se mantiene la actual dinámica, se prevé que el número de solicitudes en el año 2018 sea de 230, es decir, se aumentará el número de solicitudes en casi un 20 % respecto al año anterior.

Los Incentivos Económicos Regionales son la principal línea de subvención procedente de Fondos Feder para impulsar proyectos de construcción de nuevos establecimientos y de modernización o ampliación de los ya existentes.

Dada la importancia que para el sector tienen estas subvenciones, Dyrecto elabora todos los años el estudio de los resultados conseguidos por el sector turístico en los Incentivos Económicos Regionales y cuyas principales conclusiones en el 2018 son:

- Hasta el 30 de Noviembre del 2018 se han aprobado un total de 17 proyectos localizados en 6 comunidades autónomas, siendo la inversión total subvencionada 165.218.551 euros.
- Cada vez es mayor la dificultad con la que se encuentran las empresas para acceder a esta subvención, el motivo es el descenso de los fondos disponibles con un incremento de las solicitudes. Y como

muestra el dato de a 30 de noviembre de 2018 se habían subvencionado un 40% menos de proyectos que en el 2017.

- Se ha incrementado considerablemente el número de solicitudes de empresas. En el caso de que siga adelante la reducción prevista en el presupuesto del PGE 2019, llevará a un endurecimiento de las condiciones exigidas, aumentando considerablemente el número de denegaciones.
- Los 34,4 millones de euros en subvenciones a fondo perdido suponen un porcentaje medio por proyecto del 20,81%, el más alto conseguido en los últimos 12 años. Este porcentaje lo alcanza cada empresa en función a la valoración técnica que realizan cuatro administraciones. La reducción de presupuesto e incremento de solicitudes llevará a una defensa de cada expediente cada vez más difícil.
- De los proyectos turísticos, la modernización de establecimientos ya existentes suponen el 60% de las aprobaciones conseguidas.
- Baleares, última región en ser incorporada como beneficiaria, acaba de conseguir su segundo proyecto turístico aprobado existiendo más solicitudes en valoración.
- DYRECTO consultores mantiene su posición de liderazgo en la gestión de los Incentivos Regionales, ya que durante el 2018 ha gestionado más del 91 % de la inversión turística subvencionada por esta línea en toda España, estando entre estas inversiones el mayor proyecto subvencionado del sector (más de 41 mm€ de inversión) y el que mayor % ha obtenido con un 32%.
- Canarias ha conseguido un gran avance en la reducción de exigencias para

sus expedientes ya que a partir del 1 de enero de 2019 será posible aprobar proyectos con inversiones a partir de 300.000 euros (en el resto de regiones por encima de los 900.000).

Acceso a las ayudas

Para poder acceder a estas ayudas y subvenciones, la preparación de una estrategia adecuada al proyecto de inversión y particularizada a las características de la sociedad solicitante, evita problemas y retrasos en el futuro, o incluso la posible denegación del proyecto. La experiencia y el conocimiento interno que aporta a cada proyecto una empresa como Dyrecto, permite agilizar los trámites administrativos y en definitiva la maximización de la subvención conseguida en el menor tiempo posible.

Como en años anteriores, Dyrecto estará presente en Fitur, (stand 10F36), ofreciendo a todas las empresas la posibilidad de solicitar una reunión y disponer de un pre análisis de los proyectos para conocer las posibilidades que puede tener de financiación, ayudas y subvenciones tanto en España como en el extranjero.

David Hoys, director de Consultoría de Dyrecto



Hoteles más competitivos y confortables con gas natural

Nuestro sector hotelero, hoy líder mundial, debe mantener un proceso continuo de mejora, tanto en lo comercial, como en calidad de servicio y por supuesto, siendo competitivo a través de la contención de sus costes de explotación. Todo esto compaginado con que su impacto medioambiental cumpla con las actuales exigencias re-

glamentarias y sociales. Para conseguir este objetivo, el gas natural y sus tecnologías asociadas constituyen el mejor factor con el que cuenta el industrial por cubrir todos los servicios, desde la restauración hasta los servicios de calefacción, refrigeración y agua caliente, por ser asequibles, económicas, fiables y limpias.

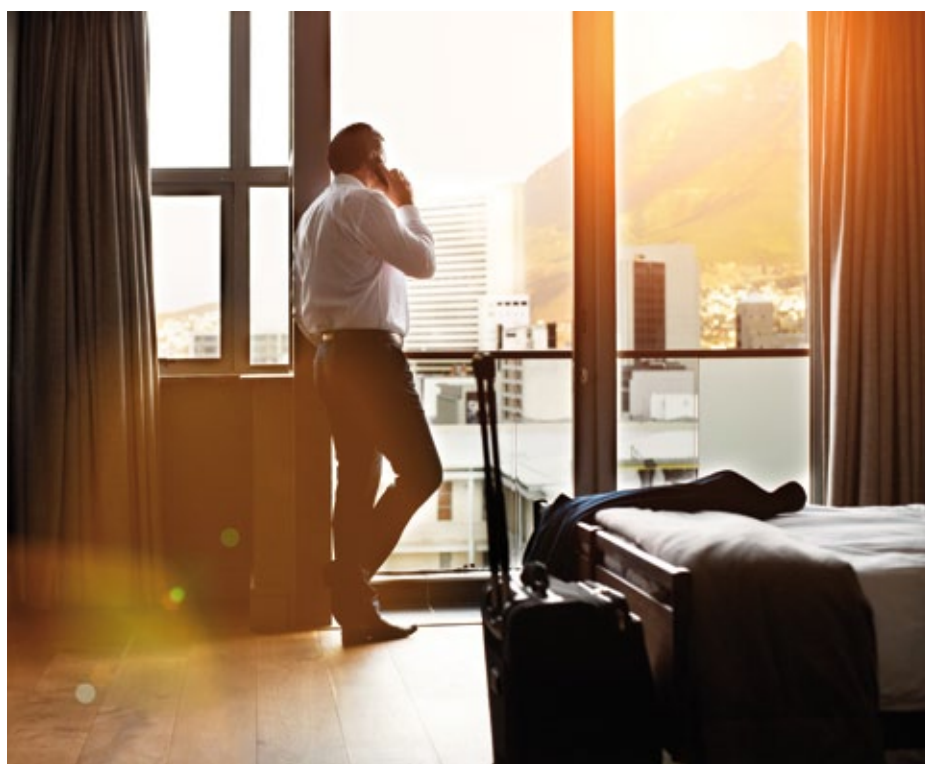
La competitividad de un establecimiento hotelero se basa en la calidad del servicio y en la optimización de sus costes de explotación. Sus consumos en energía y agua representan entre el 6 y el 10% del total de esos costes, incluyendo los correspondientes al personal, por lo que mejorar y mantener una buena eficiencia ahí, aumenta su competitividad.

Sobre los costes de energía en sistemas que cubren las diferentes demandas, no solo tenemos que fijarnos en las tarifas que nos aplican a cada tipo de energía, sino disponer de las tecnologías que por su rendimiento a lo largo del año y el precio de la energía empleada, minimicen el coste económico. Es ahí donde las tecnologías asociadas al uso del gas natural por ser económicas, asequibles, fiables y limpias, representan el mejor socio para el hotelero, como se demuestra por su alto grado de penetración en este sector.

Además, con un único tipo de energía y en consecuencia con un único contrato de suministro, se pueden abastecer la totalidad de los servicios, tal y como se describe a continuación:

Para el servicio de restauración, el gas natural es la mejor solución. A sus ventajas de economía, amplia gama de aparatos para todo tipo de uso, rapidez de regulación y ausencia de inercias, se une el que con una sola energía podemos cubrir los servicios de calor y refrigeración, reduciendo la contratación de potencia eléctrica.

Para el servicio de calefacción y agua caliente, la tecnología de la caldera de condensación a gas obtiene reducciones de consumo del 15--20% frente a las calderas clásicas a gas y frente a otras como las de gasóleo-C alcanza reducciones de coste



entre el 30 y el 50%, de acuerdo con el precio de este último combustible. Aúna su mayor fiabilidad y ausencia de averías con no precisar espacios para almacenamiento de combustible, ni mantenimientos especiales como la retirada de cenizas y el tratamiento de humos, como es el caso de las calderas de biomasa.

Como evolución ya consolidada, se dispone de bombas de calor a gas, que del mismo modo que las eléctricas, recogen energía exterior (bien aerotérmica o geotérmica), consiguiendo de este modo un aporte de energía renovable, ya que obtienen una cantidad de energía mayor que la que consume. Pueden ser de dos tipos, las de absorción y las de compresión.

Las primeras están basadas en el principio de absorción que utilizan un ciclo térmico para su funcionamiento en lugar de un ciclo de compresión mecánica. Se trata de un sistema de climatización muy eficiente. Estos equipos tienen un rendimiento estacional (SCOP) equivalente a un equipo eléctrico con un SCOP de 3.1 con una energía más económica.

Pero no solo se dispone de soluciones para la calefacción y el agua caliente sanitaria, también la producción de frío para refrigeración y aire acondicionado se puede obtener con equipos que consumen gas.

Las bombas de calor a gas por compresión tienen el mismo principio de funcionamiento que el de una bomba de calor

eléctrica, en la que se sustituye el motor eléctrico por otro de combustión interna que usa gas. Con esto se obtienen ventajas de coste además de poder aprovechar el calor de refrigeración del motor para producir el agua caliente demandada por el edificio de un modo gratuito.

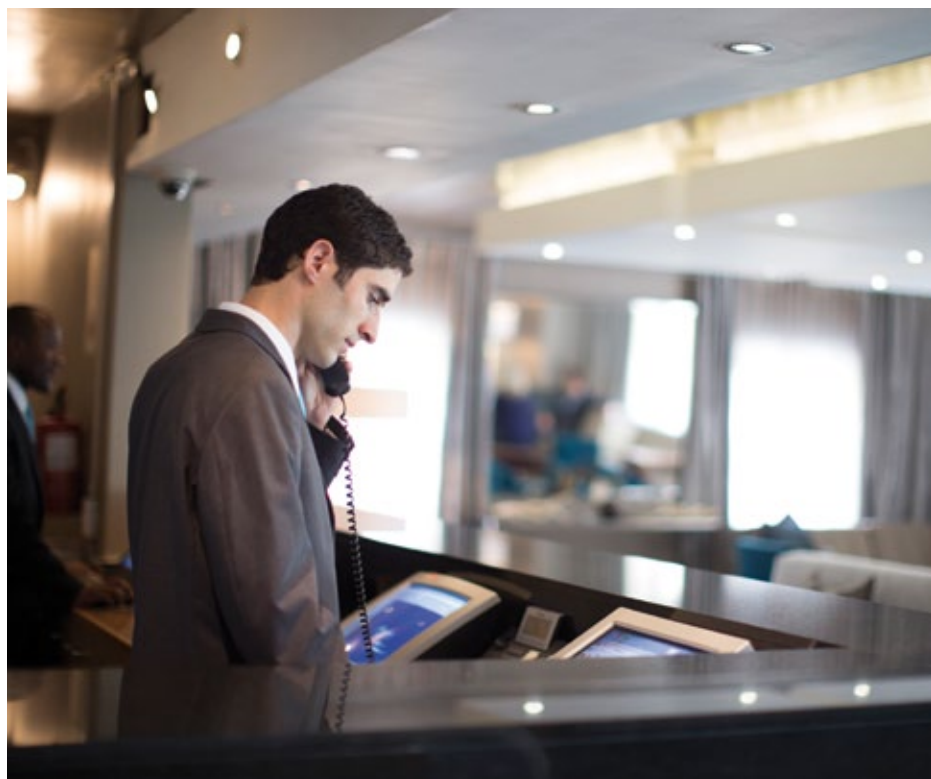
Y el desarrollo de nuevas tecnologías con gas natural no se detiene. Bajo las premisas de incrementar la eficiencia energética e incorporar energías renovables de tipo gratuito, se sigue trabajando en nuevas tecnologías, unas plenamente implantadas, como la minicogeneración y otras en desarrollo comercial, como las calderas de Adsorción y las Pilas de Combustible.

La minicogeneración, cogeneraciones de baja potencia, es la generación en un mismo proceso de energía eléctrica y calor útil (vapor, calefacción, agua caliente sanitaria) aprovechando el calor y la electricidad de un único proceso, con el consiguiente ahorro de energía primaria y emisiones.

En cuanto a las pilas de combustible, son equipos en los que se alimenta con gas natural y generan simultáneamente energía eléctrica y calor. Se basan en una reacción electroquímica en la que reaccionan el oxígeno contenido en el aire con hidrógeno, generando una corriente eléctrica y vapor de agua a alta temperatura.

Además el propio gas natural cada vez más tiene un origen renovable, reduciendo así su emisión neta de CO₂ a la atmósfera por su empleo.

Por todo esto, el empleo del gas natural es una solución de hoy y de futuro para la competitividad del sector y a la consecución de los objetivos de descarbonización, mejora de la calidad del aire y al incremento de la eficiencia energética.





25 años asegurando experiencias únicas

Desde 1994

Nº 1 en seguros de viaje

Asesor de riesgos oficial **(Fitur)** ²⁰¹⁹
Pabellón 10 - Stand 10E06

MODELO ITH DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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

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.



ANBAL celebra que el Gobierno de España garantice la continuidad del Programa de Balnearios del Imsero hasta 2021

Tras varios meses de procesos de consultas y negociación entre el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) y el sector de los Balnearios, finalmente el

Consejo de Ministros aprobó la renovación del Programa de Termalismo Social para los próximos dos años con posibilidad de prórroga para un tercero.

La Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL) valora muy positivamente la renovación por parte del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imsero) del Programa de Termalismo Social durante las temporadas 2019 y 2020, con posibilidad de prórroga para 2021, tras la aprobación del acuerdo por parte del Consejo de Ministros.

Miguel Mirones, presidente del ANBAL, manifiesta que este acuerdo va a propiciar la permanencia del Programa de Termalismo social y va a permitir que en los próximos dos años más de 500.000 personas disfruten de los beneficios de las Aguas Mineromedicinales de los Balnearios españoles. Además, supone la permanencia de una realidad económica y social que ha trascendido gobiernos de distinto signo en los últimos 30 años. Y en este sentido, es importante señalar que el programa, cuyo impacto económico supera en cada edición los 100 millones de euros, no es un gasto para la administración sino una inversión, puesto que por cada euro que el Estado invierte, según los estudios realizados, recupera 2,4”.

Tal y como destaca el presidente de ANBAL, el programa de Termalismo Social “es posiblemente el programa estatal que más contribuye a determinadas cuestiones que muchos consideran de Estado”, como por ejemplo la fijación de población en el ámbito rural, “puesto que la gran mayoría de los Balnearios se encuentran situados en comarcas en las que estos establecimientos se convierten en la actividad económica fundamental del territorio y



actúa como tractor económico del comercio y los servicios complementarios de la zona”, dando trabajo a prácticamente 10.000 personas, entre empleos directos e indirectos.

Por otra parte, continúa Miguel Mirones, “prácticamente el 70% del empleo generado es femenino. A esto hay que añadir que también a través de los Balnearios se está contratando a un gran número de población inmigrante, que suele trasladarse en muchos casos con sus familias, ya que

muchas estaciones termales se encuentran en zonas despobladas, lo que favorece los procesos de integración en estas comarcas a través de contratos vinculados al Programa que dan cobertura a los trabajadores durante 9 ó 10 meses al año”.

“Por este motivo”, asegura el presidente de ANBAL, “hay que poner en valor la función que el IMSERSO está desarrollando y destacar el trabajo y la historia de un Instituto que tanto ha contribuido en muchas zonas de España a la

desestacionalización del sector turístico en general y de los Balnearios en particular, ahora que ha cumplido 40 años de existencia”. Si a todo ello “le sumamos el escaso margen de tiempo del que han dispuesto los actuales responsables de la gestión del Instituto para llevar a cabo un proceso de consulta, negociación y posterior tramitación administrativa que diera soporte a la renovación del Programa para los años 2019 y 2020, creemos que es importante destacar nuestra satisfacción por la continuidad del programa y el reconocimiento a la gestión realizada”.

El Programa está considerado como una prestación socio-sanitaria, complementaria a las prestaciones de la Seguridad Social, que tiene como objetivo principal proporcionar al colectivo de personas mayores, que por prescripción facultativa precisen tratamientos para problemas osteo-articulares o respiratorios, la posibilidad de acceder al disfrute de turnos de estancia en balnearios a precios reducidos. Como en anteriores ediciones, el programa se desarrollará desde el mes de febrero hasta el de diciembre, ambos incluidos. Los turnos de estancia en los balnearios podrán ser de 10 y de 12 días. Los beneficiarios son pensionistas de jubilación e invalidez, pensionistas de viudedad mayores de 55 años, el resto de pensionistas y perceptores de prestaciones o subsidios de desempleo con 60 años o más y asegurados o beneficiarios de la Seguridad Social con 65 años o más -aunque no sean pensionistas-. Además, se reconoce la posibilidad de acompañamiento de los hijos con discapacidad igual o superior al 45%.

14 hoteles canarios entre los mejores del mundo, según TUI

El Turoperador alemán TUI ha incluido este año a cinco establecimientos hoteleros y extrahoteleros de Tenerife, todos asociados a Ashotel, entre los cien mejores hoteles del mundo. El galardón TUI Holly tiene gran importancia para los hoteleros, pues mide el nivel de satisfacción que los clientes reflejan en una encuesta que rellenan al término de su estancia.

Los cinco hoteles de Tenerife premiados, todos asociados a Ashotel, son los hoteles Adrián Jardines de Nivaria, Tigaiga, Botánico & The Oriental Spa Garden, Bahía del Duque y Apartamentos Ambassador, todos premiados en la anterior edición, salvo Bahía del Duque que se incorpora este año, tras recibirlo en ejercicios pasados.

Estos cinco establecimientos hoteleros se suman a otros ocho de Gran Canaria y uno de Lanzarote. Son los siguientes: Bohemia Suites & Spa, Santa Mónica Suites Hotel, Parque Tropical, Seaside Sandy Beach, Gloria Palace Royal Hotel & Spa, Riu Palace Meloneras Resort, Seaside Gran Hotel Residencia, Bull Reina Isabel & Spa y La Isla y el Mar Hotel Boutique (Lanzarote).



Los 14 galardones otorgados en total a Canarias sitúan a las Islas como el tercer destino más premiado del mundo, después de Turquía (28) y Baleares (15), posiciones destacadas si se tiene en cuenta que los dos archipiélagos españoles compiten como destinos con países completos como el que encabeza esta clasificación u otros como Grecia, Egipto, Alemania, Portugal o Italia, entre los más premiados.

Los TUI Holly, que llevan reconociendo a los 100 mejores hoteles vacacionales del mundo desde 1994, son un símbolo de éxito en la gestión hotelera y recogen la valoración que los clientes hacen de la atención, las instalaciones, el servicio, la comida o la limpieza del establecimiento, entre otros aspectos puntuables. Además, también la renovación y rehabilitación de los hoteles y apartamentos es un valor que ensalzan los clientes, un aspecto, además, que forma parte de uno de los pilares estratégicos que fomenta Ashotel entre sus asociados.

La entrega de los galardones 2019 tendrá lugar el próximo 5 de marzo en Berlín, en una gala que se celebrará como antesala de la ITB, una de las ferias turísticas más importantes del mundo.

El histórico Hotel Infante de Sagres reabre sus puertas apostando por la tecnología para la producción de ACS

Para el agua caliente sanitaria (ACS) se apostó por la bomba de calor Q-TON de la marca japonesa Mitsubishi Heavy Industries

Este marco de la hotelería portuguesa es una de las más reputadas ubicaciones en el centro histórico de la ciudad de Oporto. Su entorno exquisito, servicio personalizado y la combinación de elegancia intemporal y de sofisticación moderna han desarrollado el Infante Sagres a lo largo de seis décadas. Hoy, así mismo como en el pasado, este sigue siendo cada vez más el destino de elección para toda una clientela internacional exigente, incluyendo numerosas personalidades de renombre.

El Infante de Sagres reabre después de una extensa renovación de sus bellísimos espacios interiores, que hacen revivir todo su patrimonio histórico y decorativo, añadiendo al mismo tiempo un rasgo contemporáneo y cosmopolita. De la misma manera se reforman las instalaciones para hacer del edificio uno de los más eficientes en el panorama portugués.

Recientemente ha sido galardonado con el prestigioso Premios de Excelencia Condé Nast Johansens 2019 como Mejor Reapertura de Europa.

Cuando el Infante Sagres abrió sus puertas en 1951, la visión de su creador, el empresario y filántropo Delfim Ferreira, era la de dar a la ciudad de Oporto un hotel de lujo al nivel de los mejores de Europa. El interior del edificio, de interés histórico, es de gran riqueza decorativa, con pormenores de hierro trabajado y de madera esculpida así como sus maravillosos vitrales provenientes del taller de Ricardo Leone.

El nombre del hotel es un tributo al Infante D. Henrique, apellidado El Navegador por haber impulsado la época de los Descubrimientos y los primeros viajes de exploración portuguesa. El príncipe era aún conocido como el Infante de Sagres, nombre del lugar donde tendrá fundado su escuela de navegación. Los registros históricos prueban que nació en Oporto en 1394, y que era hijo del rey portugués D.



João I de Portugal y de la reina de origen inglesa D. Filipa de Lencastre, hermana del rey Henrique IV de Inglaterra.

El Infante de Sagres dispone de 85 habitaciones y suites, todas exclusivas y elegantemente decoradas. En correspondencia con el entorno sofisticado del hotel, fueron seleccionados los mejores materiales decorativos, incluyendo bellísimos tejidos y pormenores en madera natural y mármol. También alberga el recién inaugurado Vogue Café, un espacio elegante y cosmopolita a su colección de Vogue Cafés en variadísimas ciudades en el mundo como en Dubái, Moscú y Bangkok, donde podrá disfrutar de un delicioso café, cóctel o comida ligera en un entorno sofisticado, moderno y relajado.

Para aportar Agua Caliente Sanitaria (ACS) a todo el hotel han apostado por la más innovadora tecnología japonesa, la bomba de calor Q-TON de Mitsubishi

Heavy Industries. Una bomba de calor pionera en el mercado ya que produce agua caliente sanitaria hasta 90°C utilizando el refrigerante ecológico CO2 y la tecnología Inverter. Para suministrar agua caliente sanitaria a todo el hotel, se han instalado 4 módulos Q-TON de 30 kW para atender a una demanda de 28900 litros diarios aproximadamente. Los equipos QTON calentarán los 11.000 litros de acumulación previstos para el ACS del Hotel.

Respecto a la instalación, las bombas de calor Q-TON van ubicadas en una zona técnica exterior con estructura metálica construida entre dos edificios. Este sistema ofrece la posibilidad de instalarse tanto en interior como en exterior, ofreciendo una mayor versatilidad y flexibilidad a la hora de adaptarse a las necesidades de la misma. Además, destaca por su reducido espacio en planta que lo convierte en el aliado perfecto en rehabilitaciones o en

edificios donde el aprovechamiento de espacio es fundamental.

El equipo produce y acumula agua caliente sanitaria a entre 60°C y 90°C, consiguiendo un COP medio de la instalación de 3,86 produciendo agua a 75° y un ahorro económico anual estimado del 46% frente a las calderas de gasóleo que el hotel disponía anteriormente. El ahorro de emisiones de CO2 estimado es del 71 %.

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

Siguiendo la línea de la eficiencia energética el hotel optó por instalar sistemas de caudal variable de refrigerante de Mitsubishi Heavy Industries para la climatización de todo el complejo. Con unidades interiores de conductos en sistemas de recuperación de calor KXZR y equipos bombas de calor KXZ para las zonas comunes. También se pensó en optimizar el tratamiento de aire de ventilación del hotel y para ello fueron instalados varios equipos del fabricante LMF Clima, en concreto modelos FLS con eficiencias superiores al 80% y modelos HPS que aparte de la alta eficiencia aportada cuenta con un circuito frigorífico integrado.

Infante de Sagres no solo apuesta por la sofisticación y el diseño si no también por el cuidado del medio ambiente, apostando por una tecnología respetuosa, renovable y eficiente energéticamente como es la bomba de calor Q-TON de Mitsubishi Heavy Industries.

Para más información:

Lumelco
Laura Salcedo, directora de Marketing
Laura.salcedo@lumelco.es
T. 912039300 - www.lumelco.es





José Luis E. García
Un viajero curioso

Rutas del vino de España: Extremadura D.O. Ribera del Guadiana - Cáceres (I)

Con la mayor ilusión comienzo mi ruta vinícola en Extremadura, cuadrilátero mágico en muchos sentidos. El Consejo Regulador (Almendralejo), ampara las seis comarcas vitícolas extremeñas, con una superficie de algo más de 87.000 hectáreas.

Es un territorio rico en subzonas y climas. Me centraré en Cañamero y Montánchez que son las dos zonas de la provincia de Cáceres. Cañamero se sitúa al sureste de la provincia de Cáceres, en plena sierra de Guadalupe. Comprende los municipios de Alía, Berzocana, Cañamero, Guadalupe y Valdecaballeros. El viñedo se ubica en laderas con altitudes que van de los 600 a los 800 metros, el relieve es accidentado y los terrenos con pobres y de naturaleza pizarrosa. El clima es suave, sin grandes contrastes térmicos. La variedad principal es la uva blanca alarije. Sus vinos son sustanciosos, con carácter mediterráneo, suave en boca pero a la vez persistente y sabroso. Recomendando su degustación y de paso salirse de caminos más trillados.

Montánchez integra 27 municipios. Se caracteriza por tener una orografía con numerosos cerros y pequeños valles. El viñedo se asienta en tierras pardas de tipo ácido. El clima es continental y la media de lluvias anuales se sitúa entre los 500 y 600 mm. Dos tercios de su viñedo lo ocupa la variedad blanca borba. También recomiendo degustar sus vinos, seguro que les sorprenderán gratamente.

Seguramente fueron los vinos de Extremadura los primeros en llegar al Nuevo Mundo. Entre los más famosos de la época figura el blanco de Guadalcanal (localidad que hoy pertenece a la provincia de Sevilla), mencionado por Fray Bartolomé de las Casas y por Miguel de Cervantes. Las primeras cepas llegaron al continente americano por Perú, Hernán Cortes y Francisco Pizarro contribuyeron decisivamente a la implantación del viñedo en tierras americanas.

Pasando al tema gastronómico, Cáceres proporciona una cocina de extraordinaria riqueza y variedad. Comenzaré con un breve repaso por los grandes tesoros del recetario popular con platos de nombres tan sonoros como el Cojondongo, el gilimoje, el zorongollo o el limón de las Hurdes, junto a los escabeches y las migas. Tampoco olvidemos el lagarto en salsa verde (muy apreciado en la zona de Plasencia), las sopas de tomate con higos la sopa de cachuela de las Hurdes

En las dehesas cacereñas y pacenses pasta la mayor parte de la cabaña de cerdo ibérico registrada en España. La carne de cabrito goza de especial predicamento en la zona, que sirve de base a platos como los asados, las calderetas o el frite extremeño. Este viajero recomienda deleitarse con

estas especialidades acompañadas de los vinos de la tierra, son un auténtico festín.

La provincia de Cáceres es la cuna de la Torta del Casar, queso excepcional elaborado con leche cruda de oveja merina; se trata de un queso graso y delicado cuya pasta, una vez cumplidos los sesenta días de maduración, se muestra increíblemente cremosa.

La cabra proporciona también quesos muy notables como el queso de los Ibóres, de tamaño medio y pasta blanquecina y compacta. En estas tierras abundan las capturas de piezas de caza mayor y menor que tienen mucha influencia en el recetario tradicional. En el capítulo de los aguardientes merecen mención especial los de cereza del Jerte. En los postres no hay que olvidar los fritos borrachos, las mormenteras o monumenteras de Alcántara, las tortas de chicarrones...

Después de un reconfortante descanso, inicio mi ruta en Cáceres, ciudad que siempre merece una visita en cualquier momento del año. Es un valor seguro.

Declarada por la Unesco Ciudad Patrimonio de la Humanidad en 1986, conviven en ella tres espacios perfectamente diferenciados: el recinto medieval amurallado, la zona extramuros que creció a partir de la Edad Media y finalmente la ciudad moderna, que ha ido extendiéndose en las últimas décadas.

En la primera de estas zonas, dos plazas pueden centrar los diferentes itinerarios, la de Santa María y la de San Mateo; en torno a ellas se encuentra el Barrio Monumental, denominado así por la riqueza de los edificios que contiene. Me parece un espacio sobrecogedor y emocionante. Inicio mi recorrido en la Plaza

Mayor, desde la que se tiene una buena perspectiva de la Torre del Bujaco, obra almohade del siglo XII, y de la ermita de la Paz, con su pórtico de arcos de medio punto. Desde aquí, el acceso al recinto lo inicio por el arco de la Estrella, obra de Manuel Larra Churriguera (1727), junto a la torre de los Púlpitos.

Desde aquí, una calle estrecha me conduce a la plaza de Santa María, en la que se levanta la iglesia con-catedral de Santa María la Mayor. Frente a la iglesia se alza el Palacio Episcopal, de fachada renacentista. También en la plaza se encuentran otros dos palacios el de Mayoralgo y el de Hernando de Ovando, de estilo renacentista del siglo XVI, reformado en el XVIII. Los medallones que aparecen en los ángulos superiores del arco, representan a Hernando de Ovando junto a su esposa Mencía de Ulloa. Sobre ellos puede verse la inscripción en latín del lema de la familia: "La memoria de los justos es eterna", y el escudo de armas, la concha con cruz de los Ovando y los escaques de los Ulloa. Al inicio de la calle Tiendas, está la casa de los Carvajal, cuya torre cilíndrica es obra musulmana del siglo XII. Al final de esta calle puede verse la Torre de los Espaderos que servía de bastión defensivo. Muy cerca se halla el palacio de los Toledo - Moctezuma, en la actualidad sede del Archivo Histórico Provincial

Se impone una parada para almorzar y reponerse de tanta belleza.

Regreso a la plaza de Santa María y me dirijo a uno de los edificios civiles más característicos de la ciudad: la casa de los Golfines de Abajo. Comenzada a finales del siglo XV, sirvió de residencia a los Reyes Católicos. En la misma plaza

se encuentra uno de los mejores ejemplos del estilo tardo gótico de la ciudad: la casa de los Becerra (siglo XV). La plaza de San Mateo es otro de los núcleos del recinto amurallado, al lado se levanta la casa de las Cigüeñas. Este edificio enlaza con la plaza de las Veletas, al fondo de la cual se construyó la casa de las Veletas, sobre el solar del antiguo alcázar árabe.

El resto es fruto de una reforma del siglo XVIII que hoy acoge el Museo Provincial. Al norte del Museo se abre la única puerta de las murallas de época romana: el arco del Cristo. Al lado se extiende el barrio de San Antonio, la antigua judería, cuyas casas rodean la ermita de San Antonio. En torno a la iglesia de San Mateo pueden verse notables edificios, como la Torre de los Plata, las casas del Águila o la del Sol. De la misma plaza nace la calle Ancha, con un buen número de fachadas del siglo XV, como la casa de Lorenzo de Ulloa o la de los Paredes Saavedra. Fruto de una restauración del siglo XVIII es la fachada del Palacio del Comendador de Alcuéscar, hoy Parador de Turismo. Paralela a la calle Ancha se sitúa la calle Olmos, donde puede contemplarse la enfermería de San Antonio y su ermita, el Palacio de los Golfines de Arriba y la casa Mudéjar, único ejemplo de este tipo de arquitectura en el Barrio Monumental. Un poco más arriba de la cuesta se yergue la Casa del Mono, cuyas gárgolas inspiran leyendas de lo más interesantes. Pensando en estas leyendas y en las historias escondidas en las palabras y en las edificaciones de Cáceres merece la pena un descanso, Cáceres es una ciudad para recorrer con calma, les espero en la Plaza de la Concepción.



Una imagen del casco antiguo de Cáceres.



DISTINTOS
DESDE SIEMPRE

CRECER CONTIGO

Puede que este sea un buen momento para pensar en el futuro
(reformas, nuevos servicios, planes de promoción...)

Si algo nos hace distintos como entidad financiera cooperativa,
es querer crecer contigo. **Crece Juntos.**

Y puede que este sea el momento de hacer algo distinto.



**GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR**

Schindler e-monitoring y DoorShow: Innovación y digitalización para un movimiento urbano inteligente

La movilidad urbana ha de ser inteligente. Esa es una certeza en Schindler, donde movemos a más de mil millones de personas al día en más de 100 países de los cinco continentes que confían en nuestros productos y servicios, y por eso hemos de apostar por las tecnologías más avanzadas. Una de ellas es el mantenimiento predictivo e innovador a través de Schindler e-monitoring, diseñado para proporcionar a las instalaciones un sofisticado dispositivo tecnológico y de última generación, y una solución competitiva de alarma remota, monitorización y servicio que revoluciona los procesos de prevención de emergencias en aquellas instalaciones de transporte de personas.

La inteligencia integrada en el sector del transporte vertical también se manifiesta de otras maneras y con otros nombres en nuestra compañía y por eso Schindler Ahead es, hoy en día, una de esas formas. Se trata de una nueva tecnología basada en el Internet de los ascensores y escaleras mecánicas que examina datos establecidos en la nube para así poder proporcionar un servicio óptimo y optimizado en el menor tiempo posible, con datos en tiempo real del equipo y una mayor comodidad para técnicos, usuarios y clientes. Esta conectividad digital permite un mejor mantenimiento a la vez que un mejor servicio a los usuarios.

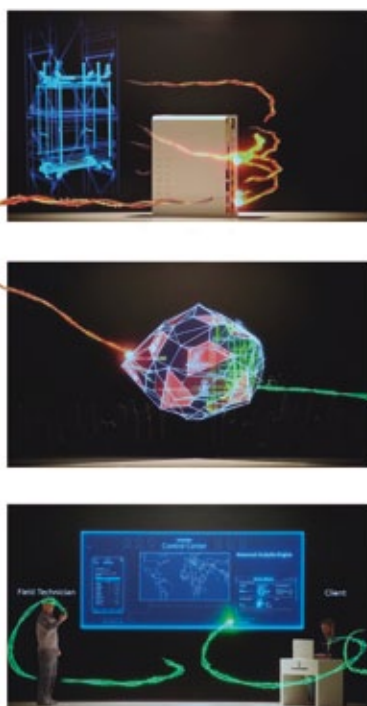
De esta manera se aprovecha el potencial de Internet para ofrecer los mejores diagnósticos, resolución de incidencias

optimizada y confianza del servicio.

Entre las aplicaciones de Schindler Ahead se encuentra Ahead DoorShow, una tecnología que los clientes utilizan para mostrar publicidad al usuario.

Schindler DoorShow es una innovadora vía de publicidad e información para puertas de ascensores. Se compone de un proyector con capacidad de red que reproduce imágenes en los exteriores de las puertas de los equipos a través de GSM con información y mensajes publicitarios.

Se trata de contenido personalizado donde cada Schindler Ahead DoorShow ofrece diferentes modalidades que ofrecen mostrar el mismo o diferente contenido, tanto animado como estático. Por medio de un sistema inalámbrico de gestión de contenidos, se puede elaborar información para edificios enteros o para un solo ascensor teniendo la posibilidad de fijar contenido específico en un periodo determinado de tiempo u hora del día.



Schindler Ahead DoorShow va más allá de los ascensores fabricados por Schindler que provee e instala todo lo necesario: el proyector, el recubrimiento especial de la superficie de la puerta y el sistema de gestión de contenidos, además de poder ofrecer contenido adaptado a las necesidades de sus clientes.

Precisamente es el sector hotelero uno de los primeros que ha apostado muy fuertemente por

esta tecnología que está compuesta por un proyector, instalado sobre la puerta, de ultra-distancia lo bastante brillante para poder reflejar adecuadamente la información en un área con luz de día que interrumpe la proyección una vez se abren las puertas del ascensor.

Por medio de una lámina especial sobre las puertas del ascensor, se pueden conseguir imágenes brillantes y nítidas. Por su parte, la gestión del contenido es sencilla de utilizar, ya que se basa en la web y es muy intuitiva. Además, los mensajes se

pueden actualizar en poco tiempo debido a la conexión del servidor de anuncios

Sistema de elevación y transporte vertical DoorShow, como nueva aplicación, ofrece una serie de beneficios que parten de: más ingresos, a través de un formato innovador para la publicidad, difusión de mensajes tanto publicitarios como informativos para todo tipo de receptores (pasajeros, empleados y clientes) y la implantación de una tecnología de vanguardia, ya que todos los formatos funcionan: video, audio, Gif, JPEG. Se puede instalar el proyector deseado para que los mensajes y la publicidad aparezcan en tiempo real conectando el proyector a Adserver.

Con Schindler e-monitoring y DoorShow, se pretende por tanto avanzar en una experiencia de usuario más adaptada y predictiva que nunca, al mismo tiempo que eleva los niveles de satisfacción de clientes, usuarios y técnicos a cotas nunca antes logradas.

Desde su fundación, en Schindler llevamos a cabo un seguimiento exhaustivo en los edificios desde su planificación hasta la construcción para su funcionamiento diario, ayudando en la preservación de valor a largo plazo, actuando así como un referente de calidad y seguridad. Algo que se ha convertido en un reto en nuestros días, ya que la obra nueva o en construcción escasea, frente a la abundancia de edificios clásicos. Por eso, la rehabilitación se posiciona con gran interés para el sector que, además, cuenta con el respaldo de la Administración para promover estas obras.



La formación y concienciación, claves para mejorar la ciberseguridad de las empresas

ESERP Business School con la colaboración de Data Seekers, Cuadernos de Seguridad y el Instituto Tecnológico Hotelero han presentado un estudio que han realizado sobre las brechas de seguridad en los equipos informáticos de las empresas y el comportamiento inconsciente del empleado. En líneas generales se observa cómo la mayoría de los encues-

tados están sensibilizados con la ciberseguridad, pero siguen siendo sólo un 57,78%. En la actualidad, la ciberdelincuencia es un grave problema de seguridad a nivel internacional. El número de incidentes de seguridad en empresas turísticas se ha multiplicado por diez en el último año, situando al turismo como el tercer sector más amenazado por los hackers.

La falta de información, la baja percepción de riesgo por parte de las empresas, organizaciones y usuarios, unidas al hecho de que la comisión del delito parece ir siempre por delante de los avances que se llevan a cabo en cuanto a prevención, convierten a los ciberataques en una amenaza constante en un entorno cada vez más tecnológico.

Según las conclusiones de esta investigación, podemos ver que las actuaciones en materia de ciberdelincuencia no deben orientarse exclusivamente a proteger la tecnología, ya que el problema muchas veces se encuentra en el comportamiento inadecuado de los empleados de forma involuntaria, por lo que es primordial preparar a las personas. A pesar de que el empleado está sensibilizado con el problema, puede tener actos no deliberados que abran brechas de seguridad.

Es justamente el uso de Internet sin tener en cuenta los protocolos de seguridad mínimos tales como la utilización de antivirus o la actualización de sistemas lo que, en la mayoría de ocasiones, acrecienta el riesgo

de sufrir un ciberataque en las empresas. Prácticas tan usuales como la consulta de la cuenta de correo personal desde el equipo de la organización o la descarga de archivos ilegales, los que abren brechas de seguridad para las que muchas compañías no están preparadas y de las que el empleado todavía no es consciente.

Los trabajadores de las empresas turísticas están preocupados por la seguridad en un 57,78%, sin embargo, un 87% de los encuestados reconoce consultar contenido en la red de tipo personal desde los equipos de la empresa, y un 53% admite que se descarga archivos que no tienen que ver con su actividad profesional. Los grupos de edad comprendidos entre los 18 y 25 años y los 26 y 35, así como las categorías profesionales empleados en prácticas y autónomos son quienes más realizan este tipo de consultas.

Los directivos y autónomos afirman realizar descargas de archivos que no tienen que ver con su profesión, con mayor asiduidad que el resto. En este caso son los comprendidos entre los 26 y 35 años los que se descargan archivos con mayor frecuencia.

La mayoría de los encuestados asegura no compartir las claves en los dispositivos personales y los de la empresa, pero aun así, existe un porcentaje de ellos que si las comparten. Los porcentajes más altos se ubican en los grupos de edad de entre 18 y 25 años y las personas en prácticas, en cuanto a categoría profesional.

Un 42% de los encuestados visitan desde los equipos informáticos de la empresa sus redes sociales en algún momento de su jornada laboral. Como consecuencia, abren brechas de seguridad en los equipos no siendo conscientes del peligro subyacente. El porcentaje más alto de consulta se sitúa en el grupo de edad de entre los 18 y los 25 años. La categoría profesional que más consulta sus redes sociales desde el equipo de trabajo son los autónomos.

La mayor parte de los encuestados dice no compartir y no hacer difusión de la información sobre la empresa. Hay que tener en cuenta que, este porcentaje se sitúa en torno al 60%, lo que supone que, por lo tanto, existe un 40% de personas que sí que comparte los datos de su empresa con su entorno.

Hoy en día, llevar el trabajo a casa es una práctica muy frecuente, aún así, los archivos no suelen sacarse del entorno laboral. El 29% de los encuestados en alguna ocasión se lleva el trabajo a casa. Esto no solo implica una salida de información de la empresa, si no que esta información pueda ser tratada desde equipos que no estén correctamente protegidos. Los autónomos y los empleados en prácticas, en cuanto a categorías profesionales, y, en relación a la edad, los grupos identificados entre los 26 y los 35 años, son los que de forma más habitual llevan estos archivos a casa para continuar con la jornada laboral.

Como consecuencia de los resultados obtenidos, se hace palpable que, hoy en día, y pese a la preocupación extendida que consta con respecto al ciberdelito, todavía son muchos los trabajadores que de forma inconsciente adoptan comportamientos que ponen en peligro la seguridad de su empresa.

Se hace, por lo tanto, necesario formar a los trabajadores para que sean conscientes de los riesgos que se descienden de determinadas conductas y que ponen en peligro la seguridad de las organizaciones.



ILUNION Hotels apuesta por la tecnología para profundizar en la accesibilidad

ILUNION Hotels se suma al Instituto Tecnológico Hotelero como nuevo socio. Una alianza que supone un impulso para la cadena hotelera en el marco de su reciente apuesta por la transformación digital de su compañía. La cadena de ILUNION, fiel a su compromiso con las personas y a su labor como abanderado de la accesibilidad y la integración de personas con discapacidad, se ha convertido en una compañía pio-

nera dentro del sector turístico tanto por generar espacios para todos como por servir con gran éxito como modelo de integración laboral. Recientemente ha presentado su nuevo concepto de habitación accesible, un espacio dotado de un mobiliario basado en el 'diseño para todos', así como de soluciones técnicas y tecnológicas para facilitar y hacer más cómoda la estancia en el hotel de personas con discapacidad.

La relación de ILUNION Hotels con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) viene de lejos. Desde hace años les hemos acompañado en ponencias y mesas redondas. Llevamos mucho tiempo trabajando juntos y en paralelo en temas de evolución tecnológica.

Ahora hemos dado un paso más en firme y, gracias a la apuesta de nuestro director general, José Ángel Preciados, hemos creado en nuestra compañía un área de Transformación con el objetivo de impulsar estratégicamente este nuevo proyecto de revolución industrial 4.0 como palanca de cambio.

Y, como no, empezar de la mano de ITH, centro de innovación de referencia en España para el sector hotelero en la promoción de soluciones tecnológicas. Para ILUNION Hotels la alianza con este partner vanguardista, supone una oportunidad innegable y un impulso que para alcanzar nuestro objetivo de incluir nuevas tecnologías que optimicen y mejoren la competitividad, la rentabilidad, la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad de nuestros hoteles.

26 hoteles únicos

ILUNION Hotels, la cadena hotelera de ILUNION, somos referente social en el sector turístico. Somos líderes en inclusión y abanderados de la accesibilidad.

En la actualidad contamos con 26 hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas repartidos por 12 destinos de toda la geografía española: cuatro en Madrid, cuatro en Barcelona, cuatro en Valencia, dos en Cádiz, tres en Málaga, dos en Mérida y uno en Badajoz, Menorca, Sevilla, Huelva, Gerona, Zaragoza y Bilbao.

Todos ellos tienen el sello Qsostenible, que avala la sostenibilidad de sus edificios, así como la certificación de accesibilidad universal (UNE 170001-2), lo que nos convierte en la única cadena hotelera 100% accesible de España.

Tenemos un producto único y diferente del resto basado en el diseño inclusivo, en el 'diseño para todos'. En ILUNION Hotels entendemos que es imprescindible contar con establecimientos adaptados y el diseño inclusivo favorece a toda la población, no sólo a las personas con discapacidad, sino también a las personas con discapacidad temporal o de la tercera edad. El turismo y el ocio son un derecho común, y esto es algo que tenemos muy en cuenta en nuestra compañía.

De esta forma, por un lado, rompemos las barreras físicas que imposibilitan el uso y disfrute de todas las instalaciones, pero también, la barreras mentales, permitiendo que el trato sea igualitario, normalizado e integrador desde dentro hacia fuera.

Nosotros lo llamamos 'diseño para todos' o 'accesibilidad desapercibida' y

no nos conformamos con los requisitos mínimos que establecen las comunidades autónomas, que se limitan a un ratio determinado de habitaciones accesibles y la garantía de acceso a los entornos y servicios que ofrezca el establecimiento.

En ILUNION Hotels vamos más allá con adaptaciones y detalles que salen de un profundo conocimiento de la discapacidad y la vivencia en primera persona de la misma.

Durante los últimos 10 años nuestro trabajo ha estado enfocado en el estudio, valoración y testeo de temas de accesibilidad, domótica y tecnología aplicada. Tras ese profundo estudio, hemos seleccionado aquellas soluciones que funcionaban mejor y las hemos juntado en un nuevo modelo de habitación accesible: nuestra Smart Room o habitación del futuro, que incluye soluciones técnicas y tecnológicas que mejoran la atención a las personas con discapacidad.

Nuestro nuevo concepto de habitación accesible consigue adaptarse a las necesidades de las personas con discapacidad que se alojan en ella cuidando, además, factores como el confort y el diseño. Está ubicada en nuestro hotel ILUNION Atrium de Madrid.

Nuestra habitación accesible del futuro cuenta con camas articuladas motorizadas, puerta automática con llave de proximidad, tiradores accesibles, armario adaptado con perchas abatibles, borde perimetral en mesitas de noche, cortinas motorizadas, elementos en techo de ayuda para incorpo-

rarse en la cama, televisión inteligente con activación por voz e iluminación reforzada y baliza acústico luminosa con avisador diferenciado, entre otras.

Asimismo, el aseo de la habitación ha sido completamente reformado y en él se han incorporado soluciones técnicas y tecnológicas como la puerta de entrada automática con accionamiento por sensor de proximidad, inodoro accesible con doble transferencia y barras abatibles regulables, silla de ducha amplia, ducha de flexo con monomando, mampara de ducha motorizada, pulsador de emergencia conectado con la recepción del hotel, detector de caídas y secador de cuerpo entero, entre otras.

Embarcados en esta nueva era de revolución industrial 4.0, valoramos positivamente también hacer extensibles la domótica aplicada en nuestra Smart Room a nuestras habitaciones superiores. Estamos trabajando en mejorar la satisfacción y la experiencia de nuestros clientes dentro de nuestros establecimientos y la introducción de estos atributos novedosos serían un plus.

Un mundo diferente

Que ILUNION Hotels es un mundo diferente queda patente en todo lo que hace. Ofrece un producto de primer nivel, actual y de calidad, junto a unos valores basados en la igualdad, solidaridad y amabilidad, enfocados en la satisfacción del cliente.

Y, sin embargo, vamos más allá que cualquier otra cadena hotelera o empresa

turística, porque no nos conformamos con menos que la excelencia en todo lo que hacemos. Especialmente en lo que a integración y accesibilidad concierne, porque somos líderes y abanderados del turismo para todos, el turismo accesible en todas sus vertientes.

También somos la única cadena que busca la excelencia en su compromiso social, potenciando la integración a través del empleo, haciendo posible la integración laboral de personas con discapacidad. En la actualidad contamos con una plantilla media de 1.000 trabajadores, de los que casi el 50% son personas con discapacidad.

Además, 11 de nuestros centros son gestionados como centros especiales de empleo (10 hoteles y el ILUNION Catering by Maher, nuestra empresa nacional de servicios de catering). Esto significa que, como mínimo, el 70% de su plantilla está formada por personas con discapacidad y demuestra ser un ejemplo de inclusión laboral en el sector turístico.

El diseño de nuestros hoteles cierra el círculo de la accesibilidad cliente-empleado. Cuando empezamos a trabajar la accesibilidad en nuestros establecimientos, lo hicimos de cara a los clientes y, tras comenzar a certificarlos como Centros Especiales de Empleo, empezamos a desarrollar todo eso de una manera mucho más exponencial, cerrando el círculo de la accesibilidad interno y externo y creando entornos para todos.



Un recorrido por el futuro del hotel en FiturtechY

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. El Grupo Cajamar es el patrocinador del Welcome Area y de la sala VIP de FiturtechY 2019.

Los días 23, 24 y 25 de enero vuelve FiturtechY, una sección monográfica, organizada en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), que reunirá en el pabellón 10B un contenido de auténtica vanguardia.

FiturtechY, en su espacio de 2.000 metros cuadrados, está compuesto por cuatro foros: el foro #techYnegocio, patrocinado por Telefónica, es el foro pensado para tratar el uso de la tecnología en la gestión del negocio hotelero. Otro de los foros es #techYfuturo, patrocinado por Mastercard, abordará qué tecnologías impactarán en nuestra sociedad en los próximos años. Amadeus patrocinará el foro #techYdestino, donde se verá que el viajero cada vez busca más una vivencia emocional integral, que incluya ocio, cultura, e interacción social. Quiere evadirse, descubrir, disfrutar y conectar con la gente y sus costumbres, generando historias para contar. Aunque eso supone una eficaz gestión del territorio y sus recursos. Los asistentes al foro #techYsostenibilidad podrán asistir a ponencias donde los mensajes giran en torno a innovación, medio ambiente, economía circular, arquitectura, turismo sostenible, hoteles verdes, rehabilitación sostenible, huella de carbono.

Por su parte, Grupo Cooperativo Cajamar, entidad financiera de referencia en el apoyo a los sectores industriales más dinámicos y estratégicos de nuestro país, será el patrocinador del Welcome Area y de la sala VIP de FiturtechY 2019. En el centro de FiturtechY, encontraremos #techYhotel. En este espacio se podrá ver y experimentar el uso e implementación de nuevas tecnologías y herramientas innovadoras en el entorno de un hotel.

Todas las personas que visiten el hotel podrán interactuar y descubrir lo que el futuro más próximo depara. La visita empezará con el proceso de check-in, en el que gracias a la empresa Chapp Solutions, el propio cliente se lo podrá gestionar en menos de 30 segundos. Pudiendo elegir cualquier tipo de dispositivo para abrir la puerta, tanto con tarjeta, con un código, un smartphone o con las pulseras de Easygoband. Estas pulseras permiten el acceso a diferentes espacios del hotel, así como realizar pagos. Gracias a la solución de Chapp Solutions, al gestionar el check-in, el mismo POK puede gestionar la firma biométrica mediante una cámara. En su PMS "Lean Hotel System" se puede permitir gestionar los datos de la estancia del cliente mediante cualquier dispositivo y en cualquier lugar al residir en la nube.

En esta misma área de recepción, HP expondrá un sistema de TPV táctil con posibilidades de ser móvil "HP POS Engage Go", que podrá utilizarse para hacer el check-in móvil, ya que tiene un lector de DNI/Pasaporte integrado.

A su paso, podremos ver las bicicletas de Litium by Kaos, bicicletas eléctricas que se pueden reservar desde cualquier dispositivo.

Alisys mostrará en FiturTechY las potencialidades de uso de la robótica social en el sector turístico para personalizar la experiencia de los huéspedes. Recomendar destinos, recibir e informar a los clientes, realizar el check in en el hotel o entretener a los visitantes son algunas de las aplicaciones que la empresa, centrada en el diseño de interacciones fluidas y naturales entre personas y tecnología, presentará en el evento.

En total se desplegarán en FiturtechY seis robots para proporcionar a los asistentes una muestra de cómo la robótica social y la inteligencia artificial pueden ayudar a elevar a un plano emocional las relaciones entre personas y tecnología.

Un robot Pepper recibirá a los visitantes en la zona vip para darles la bienvenida. Otros dos proporcionarán información sobre el programa de ponencias y la agenda del evento gracias a su capacidad para dialogar, interactuar y empatizar con las personas, complementando el diálogo con información visual a través de la tablet situada en su pecho.

Nada más entrar en el hotel lo primero que se verá es el espejo cognitivo interactivo que actúa como conserje que te da información sobre el destino de IBM. En la fachada del hotel se podrá ver una pantalla, donde OneseQ mostrará supuestos intentos de hackeo de la red wifi.

Becheckin será el encargado de la automatización de la apertura de la puerta del hotel. Y una vez dentro, Altran nos presentará un espejo interactivo, conectado con la ficha del cliente en el PMS. Este espejo permite detectar las emociones del cliente y ofrecerle servicios del hotel, además contrasta la ropa que llevamos y la relaciona con el tiempo que hace y así, ofrece consejos prácticos.

En la habitación del futuro, además, un robot Pepper será el encargado de recibir a los huéspedes, realizar el check in y reco-

mendar el destino más adecuado en función de las preferencias y gustos del viajero.

Ya dentro, Zennio, con su solución de marketing olfativo, personalizará la habitación mediante olores con el elemento que hayamos seleccionado en el check-in, pudiendo cambiarse durante su estancia.

En la misma habitación encontraremos un dispositivo móvil Handy, que ofrece al cliente la posibilidad de interactuar con los servicios del hotel incluso estando fuera del establecimiento; también se puede utilizar para hacer llamadas, y a nivel de domótica nos permite controlar los sistemas de luz, sonido, etc de la habitación.

Podremos acceder a la prensa internacional tanto desde una tablet de HP, el dispositivo móvil de Handy o la propia televisión de la habitación.

Detrás del espejo, Cerium esconderá la televisión, que es interactiva y solo aparece en el momento en que se enciende. Mediante el sistema IPTV, permite poder ver en ella los contenidos que el cliente tiene contratados desde sus dispositivos, además del servicio HOTSPOT, que dota de una capa de mayor seguridad a la red wifi, gestión del ancho de banda y una herramienta de captación de los datos de los clientes.

Cada detalle está enfocado en poder adentrarnos en las emociones de los huéspedes, y para ello, Philips será el encargado de iluminar la habitación, adaptándola a las emociones personalizadas en la entrada, y también en la zona de meditación.

También se adaptará a las emociones seleccionadas un sistema de proyección y el sonido envolvente que habilitará Earpro.

El colchón con el que contará la habitación, es un colchón inteligente SmartPik de Pikolin, que mediante una pulsera con sensores analizará la calidad del sueño y ofreciendo recomendaciones para mejorar el descanso.

Uponor, multinacional experta en soluciones de agua y climatización radiante estará una vez más aportando propuestas

innovadoras basadas en el neuromarketing. En esta ocasión, junto con Globe Serglohot, dotando de personalidad al propio cabecero de la habitación donde implementará su solución de climatización Invisible sostenible, conectando el confort con las emociones a través del diseño, la personalización de espacios (con impresión HP Latex) y el arte termocromático que cambiará la decoración a través de la temperatura elegida por el usuario.

Dentro de la propia habitación habrá un espacio de meditación en el que Nao nos dará unas clases de yoga, que la empresa Alisys nos traerá. De ahí podremos pasar a la zona wellness y SPA que Porcelanosa, mediante sus ocho firmas montará, dotándola de tecnología integrada con sonido y con iluminación proporcionada por Zennio y Philips.

En la siguiente estancia, Roca, recreará un baño completo, con platos de ducha Terran Kingsize que son antideslizantes. Sus griferías Cold Strar reducen el consumo de agua y garantizan un mayor ahorro energético. Mediante el sistema In-wash, las funciones de lavado y secado residen en el mismo inodoro.

En la misma habitación HP montará la zona de entretenimiento, donde se podrán ver las soluciones de realidad aumentada y realidad virtual, en la que podremos percibir, por un lado, que entramos en un cuadro, con una experiencia inmersiva, percibiendo distintas sensaciones, y, por otro lado, con una experiencia en la que vivirá la sensación de una caída libre.

Finalmente, dos robots Nao, de menor tamaño que Pepper, pero con mayor movilidad, ofrecerán diversión y entretenimiento en la zona de ocio y relax con animadas performances musicales y clases de yoga, respectivamente.

Para cerrar este viaje del cliente a un mundo de experiencias, Uponsor mostrará en primera su concepto Oasis pensado para aportar el mayor confort de los clientes en espacios al aire libre durante los 365 días del año.



Easygoband se asocia al Instituto Tecnológico Hotelero para promover la digitalización del sector

La empresa castellanense trabaja ya en la transformación digital de algunas de las principales cadenas hoteleras de España gracias a un sistema que permite digitalizar procesos manuales y que se integra con cualquier PMS. Identificación de usuarios, pagos cashless o control de accesos son algunas de las funcionalidades básicas de

la herramienta Toolkit, personalizable según los requisitos del cliente. La firma espera que la asociación a ITH le aporte un mayor conocimiento de las necesidades del sector al mismo tiempo que pone su experiencia en transformación digital a la disposición de los profesionales del sector turístico.

Easygoband, empresa especializada en la aplicación de tecnologías NFC en el sector turístico, se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) como nuevo socio en el área de Nuevas tecnologías y Operaciones Hoteleras.

La firma castellanense está desarrollando productos orientados a digitalizar la gestión y otros procesos en complejos hoteleros y turísticos. Toolkit, la herramienta de Easygoband que permite integrar dispositivos NFC con cualquier PMS, funciona ya en hoteles de España y Latinoamérica y facilita, entre otros, identificación de visitantes, controles de acceso, pagos o recogidas de datos, a partir de una pulsera, llavero o tarjeta. Estos dispositivos pueden trabajar de forma asíncrona y no necesitan estar permanentemente conectados a internet.

Easygoband “espera que su incorporación al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) nos aporte un conocimiento más profundo sobre la realidad y las inquietudes del sector hotelero”. La firma confía en aportar su experiencia y solvencia tecnológica a la transformación digital del sector turístico.



Cabe recordar que Toolkit está compuesto por un ecosistema de miniapps que amplían las funcionalidades. Modificación de horarios de check in/out, contratación de servicios (restaurantes o excursiones), gestión de toallas, encuestas, control de afluencias y permisos son algunas de las funcionalidades ya implementadas.

Easygoband nace en el seno de la Universidad Jaume I de Castellón como una herramienta dirigida inicialmente a festivales de música, un sector que demandaba una solución. Es esta experiencia la que permitió a la firma desarrollar una solución para hoteles, parques de atracciones, parques acuáticos, campings y otros verticales.

Desde el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) consideramos que pueden aportar un gran beneficio para el sector hotelero y comparten una misma visión centrando sus soluciones principalmente en la innovación, tecnología avanzada, servicio y calidad que supere las expectativas de los huéspedes, distinguiéndose de la competencia, de manera que su valor añadido sea único.

Experiencias y emociones en la quinta edición de Thinktur Technology Transfer

Thinktur Technology Transfer, celebrado el miércoles 12 de diciembre, congregó, por quinto año consecutivo, a gran cantidad de empresas, proveedores del sector turístico y entidades de investigación interesadas en fomentar la competitividad en el sector turístico mediante la difusión e implantación de la tecnología, innovación

y sostenibilidad. La jornada tuvo lugar en el Hotel NYX Madrid y abordó diferentes temáticas de importancia para el sector, como el desarrollo del concepto experiencial en las empresas a través de la tecnología, la presentación de nuevas tecnologías, la tecnología como medio para crear sensaciones o las formas de financiar la innovación.

Los encargados de dar la bienvenida fueron M^a Carmen Vicente Vicente, Jefa de Área, Subdivisión de Programas Temáticos Científico-Técnicos de la Agencia Estatal de Investigación, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y José Guillermo Díaz Montañés, presidente de Thinktur.

M^a Carmen Vicente Vicente, inauguró la Asamblea promoviendo el apoyo a la innovación en el sector del turismo.

Díaz Montañés, durante la bienvenida inaugural habló del “cambio estructural por el que estamos atravesando, que calificaría de apasionante e inquietante. Un cambio exponencial con un impacto transversal y múltiple, y, por lo tanto, la necesidad de crear un valor diferencial”.

A continuación, Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de Thinktur e ITH, mostró el presente y el futuro de la plataforma, y los beneficios de formar parte de Thinktur, como la oportunidad de intercambiar información y conocimientos sobre la aplicación de la tecnología e innovación al sector turístico, encontrar oportunidades de desarrollo, contribuir al crecimiento sostenible y a la internacionalización del sector turístico español.

Esta jornada contó con una mesa redonda, moderada por Juan Daniel Núñez, Editor de Smart Travel News, en la que se trató el desarrollo del concepto experiencial. En la que, Rafael Fernández-Álava, Marketing and Communications director de Costa Cruceros, afirmó que “la experiencia es crítica; hay que tener la capacidad de sorprender al consumidor, estando en una experiencia más digital y más satisfactoria”.

Amaia Arteta, Communications director de Destinia, afirmaba que “innovar es

abrir los ojos y ver lo que pasa a tu alrededor para saber hacia dónde ir”.

Por su parte, Vanessa Garrido, directora general de Hotel NYX Madrid, nos contaba cómo “el hotel está orientado a intentar trasladar todo lo que pasa en la ciudad al hotel. Hay que ser creativos y superar las expectativas del cliente”.

La segunda mesa redonda fue moderada por Carlos Domínguez, responsable NTIC's y Operaciones Hoteleras de ITH, y compuesta por Julio Giménez, director

general de Zennio, que destacaba que “la tecnología es un medio y no debe ser invasivo”. Miguel Arjona, director de I+D de Altran, también participó en la mesa, recalando que “hay que ver la tecnología como un apoyo”. De otro lado, Javier Martín, International Business Development director de Alisys, nos hizo reflexionar si realmente queremos que sea todo tan personalizado, y nos expuso que “habrá trabajos más creativos y más humanos. La tecnología es la herramienta y habrá sectores que se deban reconvertir”. José Antonio García, Iberia Retail & Mobility Business Development Manager de HP, afirmaba que “debemos preguntar antes de ser tan proactivos, porque hay mucha gente que no le gusta saber que tienes tanta información de él”.

A la que le siguió Rodrigo Sanz Martín, Business Development & senior Project Manager de EU Projects EuroFunding, mostró las diferentes opciones de financiación nacional y europea.

Marta Rapsall, Asesora Ejecutiva del Foro Transfiere, fue la encargada de poner el punto final a la jornada con la presentación de las novedades del Foro Transfiere 2019.



Turespaña apuesta por la promoción del sector camping

La Federación Española de Campings (FEEC) se ha reunido recientemente con el director de Turespaña, Héctor Gómez, para mejorar la colaboración en la promoción internacional de los campings de España en 2019. En la reunión se acordó llevar a cabo distintas acciones, de manera

conjunta, para seguir captando un cliente potencial como es el centro-europeo.

Turespaña reconoce la labor que está haciendo la FEEC en pro del sector, que se ve reflejada en el aumento constante de pernoctaciones y en la continua inversión y mejora de los campings españoles. Además, Turespaña lanzó un

mensaje tranquilizador a los empresarios en relación al Brexit, asegurando que se trabaja para que tenga un mínimo impacto en la llegada de turistas británicos a España, un mercado que en 2017 supuso para los campings el 21% del cliente extranjero con cuatro millones de pernoctaciones.

Esta reunión se suma a los acuerdos de colaboración que sigue firmando la FEEC para el sector del camping, como el más reciente, el realizado con CaixaBank, que se convierte en proveedor financiero del sector y pone a disposición de los campings unas múltiples alternativas de financiación.



La reunión con el director de Turespaña, Héctor Gómez.



El acuerdo firmado entre la FEEC y CaixaBank.

Los hoteleros de Cádiz piden respeto y apoyo para un sector clave en el empleo de la provincia

El Hotel Playa Victoria, en Cádiz, acogió la XVIII Asamblea de la Asociación Provincial de Hoteles de Cádiz, en una jornada que fue inaugurada por el presidente de Horeca, Antonio de María Ceballos, que agradeció la asistencia de todos, informó del

orden del día y felicitó a la gerente de la patronal, Mari Paz Núñez, que recientemente ha recibido, en León, el Premio Nacional de Hostelería de la FEHR (Federación Española de Hoteles y Restaurantes), a la promoción asociativa en el sector.

El presidente de la Asociación Provincial de Hoteles, Stefaan de Clerck, ofreció un amplio y detallado informe de la gestión realizada por la Asociación durante el año que ahora finaliza. Fue un discurso tan crítico con los políticos como optimista de cara al futuro.

Un balance del año que ahora finaliza y las perspectivas del sector señalando las pautas de actuación y objetivos a seguir durante el próximo, marcaron la intervención de Stefaan de Clerck, que sí dejó muy claro el papel que juegan los hoteleros en el actual panorama económico de la provincia: “Somos un sector que es el motor del empleo en España y, por tanto, en Cádiz. Lo único que le pedimos a las administraciones públicas y a los políticos es que nos respeten por nuestra importancia para el desarrollo económico del país y que no jueguen con nosotros”.

El discurso estuvo cargado, asimismo, de optimismo y expectativas de cara al próximo ejercicio, algo que justificó con una serie de datos como que “para este invierno, las compañías aéreas han ofertado más de 400.000 asientos a nuestro



destino, lo que supone un incremento del 17,6%”. De Clerck también señaló que el turismo de interior sigue ganado adeptos en nuestra provincia y, además, durante cualquier época del año”.

El presidente de los hoteleros gaditano fue muy crítico con algunos medios

de comunicación nacionales por el alarmismo en las informaciones sobre los partes meteorológicos que perjudica a los empresarios y a todo el sector turístico, apostó por la no coincidencia entre la Feria y el Gran Premio de Motos de Jerez, consideró la tasa turística “una

tomadura de pelo” y, por último, pidió un mayor control legal sobre las viviendas de uso turístico. La seguridad fue otro tema que se trató, especialmente en ruegos y preguntas, en referencia a la alarma terrorista.

Tras agradecer la numerosa asistencia de empresarios y directores de hoteles y felicitar a todos los que han sido galardonados durante el presente año, Stefaan de Clerck dio paso a un taller que bajo el título ‘Disparidades, Claves y Trucos para acabar con ellas’, impartido por responsables de la empresa Mirai.

En el acto de clausura intervinieron, junto al presidente de los Hoteles, el diputado provincial de la Fundación de Cultura, Salvador Puerto, y el subdelegado del Gobierno, José Antonio Pacheco, que destacaron el papel predominante de los empresarios en la vida económica, social y turística. También estuvieron presente Ángel Juan Pascual, presidente de la Cámara de Comercio de Cádiz, y el teniente coronel de la Guardia Civil, Luis Martín Velasco. Un almuerzo de hermandad puso el colofón a esta jornada vivida por los empresarios que forman parte del sector hotelero gaditano de Horeca.

Ashotel reconoce a 50 trabajadores por la calidad de un servicio que sitúa a las personas en el centro de la actividad hotelera

Casi 50 trabajadores de establecimientos hoteleros asociados a Ashotel recibieron en el hotel Royal Hideaway Corales Suites, de Barceló, un reconocimiento por la dedicación, servicio y buen hacer en su labor diaria. Gobernante, socorrista,

jefe de economato, camarera de pisos, maître, camarero, directora, recepcionista o valet son solo algunas de las más de 20 categorías profesionales de las 46 personas homenajeadas.

El conductor del acto fue el gerente de Ashotel, Juan Pablo González, recordando la buena acogida que tuvo la iniciativa el año pasado, lo que motivó que Ashotel decidiera repetir este año. “No es habitual, y quizás por eso lo convierte en único, el hecho de que una asociación empresarial reconozca a trabajadores y trabajadoras que son propuestos por sus empresas”, y añadió que “a diferencia de otros, en el sector turístico las personas son el centro de la actividad; en hoteles y apartamentos somos personas atendiendo a personas, y aunque sabemos que tenemos una de las mejores plantas hoteleras de Europa, lo que nos convierte en únicos es el personal profesional, amable y atento que acoge con calidad y calidez a nuestros clientes”. No des nunca a tus empleados por sentados, si no valoras a tu equipo, ellos no valorarán a tus clientes”.

La bienvenida correspondió al presidente de la Asociación, Jorge Marichal, que estuvo acompañado por la técnica de Turismo del Ayuntamiento de Adeje Carmen de Miguel; el consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife, Alberto Bernabé; el vicepresidente de Turismo del Gobierno de Canarias, Cristóbal de la Rosa; y la vicepresidenta de Ashotel, Victoria López, quien se encargó del cierre de este segundo homenaje. Presentes también en el acto los máximos representantes de Sindicalistas de Base, Manuel Fitas, o de la recién crea-

da Asociación Profesional de Camareras de Pisos de Canarias, Angelina Martín.

“Gracias por estar aquí hoy con nosotros”, comenzó Marichal, quien hizo una mención especial a “lo más importante de toda actividad económica: la competitividad”. “Y ésta no es solo el coste de las infraestructuras o de la gestión de los negocios; es algo más sencillo: la valía de todas las personas, que son las que hacen que este destino destaque”, afirmó el presidente de Ashotel. “Nos levantamos todos los días para competir con otros destinos turísticos cuyas coberturas sociales no son ni por asomo las nuestras, de las que debemos sentirnos orgullosos”, explicó. Por eso, consideró que esas condiciones sociales, recogidas en un buen convenio colectivo, dan muestras de un sector cohesionado, activo, responsable “y en el que llegamos a acuerdos”. Marichal aseguró que “muchísimas personas son merecedoras de este homenaje, por lo que continuaremos organizándolo en próximos años”.

Carmen de Miguel disculpó la ausencia en el acto de la concejal de Turismo adejera, Ermitas Moreira, y apuntó que el Ayuntamiento “está orgulloso” del nivel profesional que tiene el sector servicios y hotelero, motivo, dijo, para “darnos la enhorabuena” y mostró el deseo de que este homenaje se institucionalice.

Por su parte, Alberto Bernabé se alegró de que en este homenaje hubiera

representantes sindicales, “porque hoy los protagonistas son los trabajadores”. “Que estén en un acto organizado por la patronal es un buen síntoma, no ocurre en muchos sectores, créanme, pero este no es un sector cualquiera, es nuestro sector”, comentó. “Gracias a Ashotel por continuar haciendo estos reconocimientos”, dijo Bernabé, quien estuvo también presente en el del año pasado. “Quiero terminar con un lema de un hotel que leí hace poco, que dice que ‘la sonrisa es la línea curva que todo lo endereza’; yo quiero ir más allá y añadir a ese cóctel capacidad, profesionalidad, compromiso...”.

Por último, Cristóbal De la Rosa se mostró “encantado” de participar en este homenaje a trabajadores del sector hotelero. “En mi casa nunca me enseñaron que hubiera diferencias entre empresarios y empleados, sino entre gente mala y buena; una cosa es tener intereses distintos y otra ser distinto”, dijo el vicepresidente, quien instó a “tranzar intereses de todos; eso es lo positivo, lo que nos hace avanzar, el bien de todos esa”. “Lo que me interesa es el reconocimiento a las personas, porque eso construye un pueblo, no destruye. Enhorabuena a todos los premiados, enhorabuena a Ashotel”, culminó.

'Motivar al personal'

En nombre de todo el personal homenajeado intervino la directora del hotel Hovima Santa María, Yolanda del Pozo,

quien pronunció unas palabras emotivas en las que agradeció la iniciativa a Ashotel y se alegró de que “las empresas vayan haciendo progresos en lo que se refiere a la conciliación de la vida familiar y laboral, y que sea visto como un reto y no un problema”. Admitió que no es fácil “mantener en equilibrio la relación empleador-empleado porque se sustenta en percepciones subjetivas” y consideró que, tal vez, “la tarea más difícil sea implementar estrategias efectivas para motivar al personal, conseguir empleados felices que se comprometan con el proyecto de la empresa”. Del Pozo recordó sus inicios, hace 38 años, como recepcionista en un establecimiento turístico de la cadena de la empresa Turística Konrad, hoy Hovima Hotels, en la que prosigue su desarrollo profesional.

La vicepresidenta de Ashotel, Victoria López puso el punto y final al acto de reconocimiento, que dio paso a la celebración del cóctel de Navidad, del que participaron todos los asistentes, y afirmó que “las personas a las que rendimos homenaje hoy son anfitriones de la felicidad, porque forman parte de los momentos más felices nuestros huéspedes”. “Ustedes son testimonio de la sencillez y el compañerismo, dos valores que los hacen ser personas extraordinarias”, dijo. “Que no pierdan esa autenticidad, sigan haciéndolo igual de bien”, pidió a los homenajeados.

El Ayuntamiento de Marbella y AEHCOS abordan acciones conjuntas de promoción turística

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) ha mantenido una reunión con la alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz, en la que ha puesto de manifiesto “la necesidad de seguir apostando por una colaboración conjunta que nos permita desarrollar acciones de promoción turística eficaces para reforzar el destino Marbella de cara

a 2019”. Además, ha destacado la importancia de la planta hotelera del municipio, con más de 15.000 camas y con una cifra de establecimientos de Gran Lujo que representa la cuarta parte del total de Andalucía, y ha subrayado la incidencia del gasto turístico en la creación de empleo, que ha generado a lo largo de este año más 35.000 puestos de trabajo.

La regidora ha resaltado que “2018 ha sido un año en el que la ocupación hotelera ha tenido un crecimiento más moderado por factores tan diversos como la recuperación de algunos de nuestros destinos competidores, el Brexit o la propia situación política, y es esencial que en 2019 impulsemos acciones que permitan garantizar y consolidar el crecimiento de años anteriores”. En este sentido, ha asegurado que “AEHCOS nos va a tener de la mano para que todas las campañas de concienciación, promoción o posicionamiento de marca las realicemos de manera conjunta; que cada vez que Marbella esté presente en una feria o exposición, lo hagamos de forma coordinada y que, del mismo modo, el Ayuntamiento esté presente en eventos o en las relaciones con turoperadores que mantenga la asociación”.

Por su parte de AEHCOS estaban presentes el presidente, Luis Callejón, el secretario general gerente, Antonio Aran-



da y el vicepresidente de AEHCOS por la zona de Marbella, Fernando Al-Farkh, quien ha agradecido “la sensibilidad del Ayuntamiento sobre la necesidad de promoción de Marbella” y han destacado “la importancia de que el sector empresarial trabaje de manera conjunta con las administraciones en este ámbito”. Ha explicado que “2018 ha sido un año de cambio de ciclo y, por esta razón, estamos diseñando de forma muy pormenorizada acciones promocionales para 2019 en las que va a ser esencial el apoyo de instituciones como el Ayuntamiento”. Por último, ha precisado que “vamos a dirigirnos a mercados tradicionales, como el británico, el francés y el alemán, para consolidarlos y recuperar una parte del turismo británico que hemos perdido, y también vamos a tratar de captar mercados emergentes, como el norteamericano o el del Medio Oriente, en el que llevamos muchos años trabajando y en los que creemos que hay potencial de crecimiento”.

Pikolin, cuatro años consecutivos 'Producto del Año' en la categoría de Descanso

Grupo Pikolin se ha hecho por cuarto año consecutivo con el galardón de Producto del año, el único donde el ganador se elige mediante el voto de más de 10.000 consumidores. Esta es la mejor muestra de la confianza que éstos depositan en nuestros productos. Este galardón constata también la dimensión estratégica que la inno-

vación representa en el Grupo Pikolin. La empresa lidera el I+D en las principales tecnologías del descanso con más de 100 patentes registradas en el grupo. Con una facturación de 443 millones de euros a cierre de 2017, Grupo Pikolin cuenta con 2.937 empleados y 10 plantas repartidas en todo el mundo.

El Gran Premio a la Innovación, que celebra este año su décimo novena edición en España, tiene por objeto que el consumidor sea el auténtico protagonista a la hora de elegir "Los Productos del Año".

La consultora TNS realiza un estudio con las valoraciones de más de 10.000 personas representativas de la población española. El objetivo de "El Producto del Año" es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

Cuatro productos del Grupo son ya los que han sido reconocidos con el premio Producto del Año en la categoría descanso, en cuatro años consecutivos: Aire Premium de Lattoflex, gracias a su tecnología Dual Balance (2019), el colchón inteligente SmartPik (2018), la tecnología nano molecular Bultex Nanotech (2017) y el bloque de muelles más avanzado del mercado Normasense (2016).

AIRE PREMIUM de Lattoflex ha sido reconocido con el premio Producto del Año 2019 en la categoría de Descanso. Este colchón permite la personalización del confort de forma independiente en cada colchón, gracias a la tecnología Dual Balance. La tecnología Dual Balance de la que disponen los colchones Lattoflex Air ofrece la posibilidad de escoger el núcleo de confort en cada lado del colchón. De esta manera, dos personas de complejiones distintas pueden tener en un mismo colchón, soportes diferentes adecuados al índice de masa corporal de cada durmiente. Cada persona es morfológicamente

diferente y la tecnología Dual Balance consigue un descanso personalizado.

En 2018, el premio fue reconocido para SmartPik, el primer colchón inteligente con DNI español. SmartPik es un sistema de descanso digital integral en el que la compañía invirtió casi tres millones de euros y más de un año de investigación. El sistema está compuesto por un colchón de gran calidad que aúna las diferentes tecnologías exclusivas de Pikolin como Normablock, Confortcel y Bultex y por una pulsera inteligente. Diferentes senso-

res registran y envían datos importantes para mejorar la calidad del descanso como

la temperatura de la habitación, las fases del sueño, los movimientos al dormir o el ritmo cardíaco a una aplicación móvil disponible tanto para iOS como para Android.

La innovadora tecnología del colchón de Grupo Pikolin Bultex Nanotech fue el premio Producto del Año 2017. La tecnología de Bultex Nanotech, con su composición nano-

celular, consigue un confort más preciso, con una mejor adaptación a cada zona,



peso y contorno del cuerpo, aislando completamente los movimientos de la pareja. Su estructura nano alveolar permite una constante circulación del aire, elimina la humedad que se produce al dormir de manera mucho más rápida y eficiente, favoreciendo la higiene y permitiendo controlar la temperatura, lo que repercute en un incremento de la calidad del descanso. Esta nueva composición de Bultex Nanotech crea una malla alrededor de las nanomoléculas de forma que el confort se mantiene durante más tiempo garantizando una inversión en descanso inteligente.

El Gran Premio a la Innovación otorgó el premio de Producto del Año 2016 en la categoría de Descanso a la innovadora tecnología del colchón Normasense. La tecnología híbrida del colchón Pikolin Normasense permite el soporte más adecuado para la espalda gracias a la combinación equilibrada de muelles y espumas avanzados en su interior, una innovación revolucionaria que emplea lo mejor de cada sistema de descanso para conseguir el mayor confort. Entre sus principales atributos destacan sus refuerzos ergonómicos para recoger de forma exacta la anatomía corporal, la separación de zonas para independizar los movimientos, su estabilidad gracias a los amortiguadores celulares, su máxima ventilación e higiene y su durabilidad.

Desde Grupo Pikolin queremos agradecer a todos los consumidores la confianza depositada. Gracias a ella, seguimos creciendo y trabajando para poder ofrecerlos las mejores tecnologías que garanticen la salud de vuestro descanso. ¡Gracias!



Socios Colaboradores de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

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

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



ACCIONA

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

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

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



BIRCED CONSULTING

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

info@bircedconsulting.com
660 491 999



CAIXABANK

ESPECIALIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO

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

Ponemos a su disposición múltiples alternativas de financiación para que pueda llevar a cabo la adquisición de inmuebles, así como vehículos y maquinaria o la renovación del equipamiento y la ampliación de sus instalaciones de forma eficiente. Entre todas las ventajas, encontrará distintas soluciones de cobros y pagos adecuadas a sus características, así como servicios exclusivos para agilizar sus procesos de gestión y facilitar sus operaciones comerciales con el extranjero.

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



DYRECTO

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

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

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

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



ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

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

Contamos con aulas magistrales de cocina y cata, las cuales están a disposición de empresas, asociaciones, fundaciones, etc. para la organi-

zación de actividades y eventos. Además pueden informarse de nuestra amplia oferta de cursos monográficos. La Escuela de Hostelería de Jerez se ha convertido en un referente de calidad en la realidad andaluza.

Teléfono: 956 03 50 50



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 portafolio 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 exclusiva a la Optimización Impositiva. Nuestro fin es su ahorro. En nuestros más de seis años de gestión catastral, hemos revisado más de 15.000 inmuebles de todo tipo: Hoteles, locales, centros comerciales, edificios de oficinas, campings, campos de golf, aparcamientos, etc. Nuestra Tarifa es "A ÉXITO", sólo devengamos honorarios si el cliente obtiene AHORROS. Tenemos cobertura nacional, equipo jurídico propio y acuerdo preferente con 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
Fenando 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, Travelhelp, 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 de 18 años de experiencia y está especializada en el sector Hospitality. Proporciona soluciones tecnológicamente avanzadas y servicios capaces de superar las barreras tecnológicas, lingüísticas, culturales, globales, locales y multimedia que tienen las empresas. Precios especiales para miembros de la CEHAT.

www.linguaserve.com
91 761 64 60

**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

**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 mundiales en el sector de ascensores, escaleras mecánicas y otros servicios relacionados con el transporte verti-

cal. 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 mil millones de tarjetas emitidas en 42 países y regiones.

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

Con el alto crecimiento de turistas chinos y el incremento en compras en nuestro país, es importante que los comercios acepten la tarjeta UnionPay y tenga el logotipo de UnionPay ya que se siente más 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 veriiii
este ESPACIO
es para tí

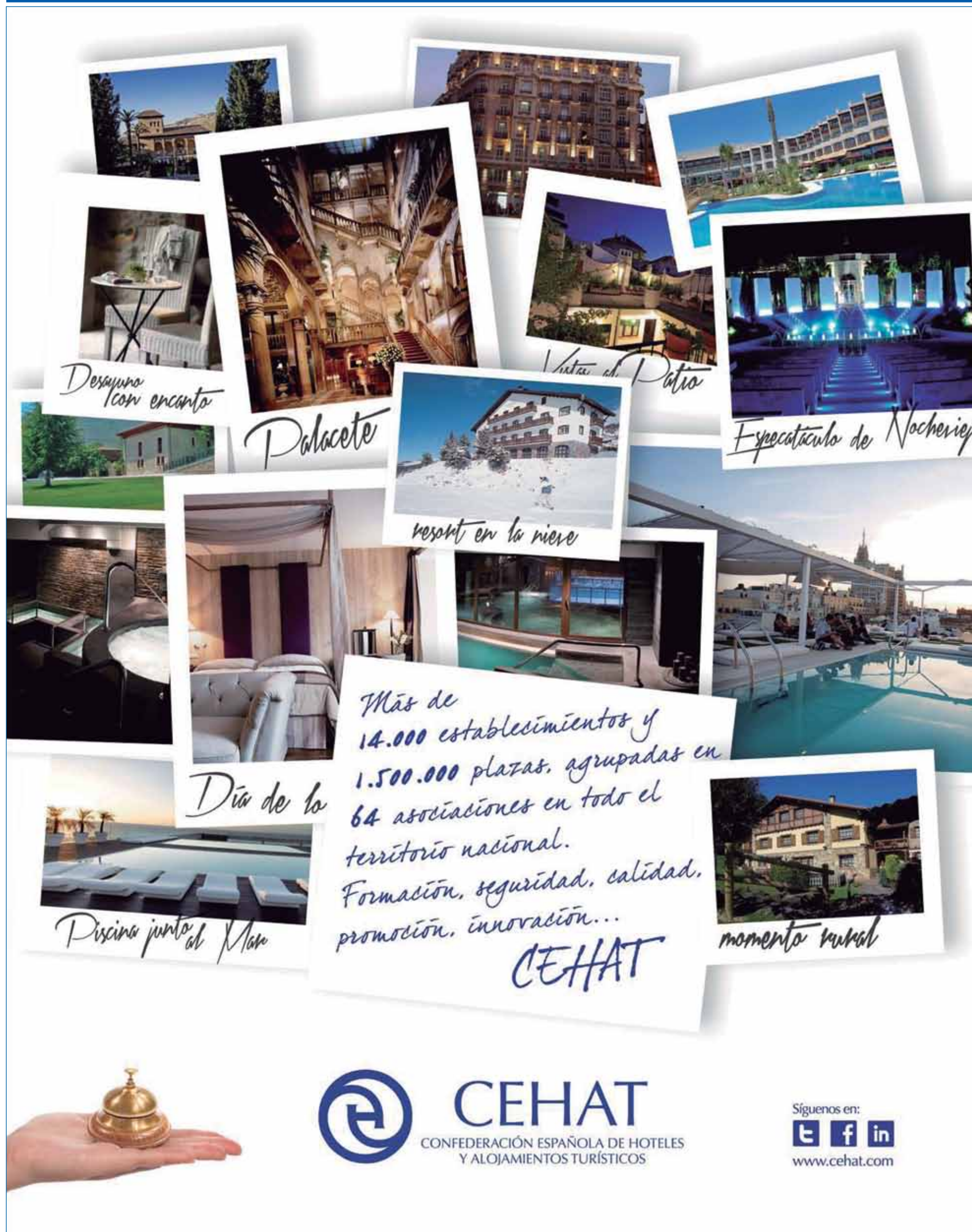


Utilice este espacio publicitario para promocionar su empresa.
Contacte con nosotros y le informaremos **91 556 71 12**

@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

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

momento rural



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Síguenos en:



www.cehat.com