

## Homenaje a los profesionales del Sector Hotelero

Los últimos turistas en abandonar los establecimientos tuvieron la convicción de que los profesionales dieron un ejemplo de servicio y hospitalidad.



pág. 10

## Fallece Manuel Hernández de Lara, de Hostelería de España

El Sector entero llora la muerte del vicepresidente de Hostelería de España, que deja un hueco irremplazable en el asociacionismo y en sus amigos.



pág. 11

## ITH recopila las iniciativas solidarias en esta crisis

Los socios del ITH han dedicado este mes a ofrecer, de forma gratuita, sus servicios. En su web se pueden conocer estas iniciativas.



pág. 21

DIRECTOR: Ramón Estalella. ABRIL 2020 / Nº 168 / AÑO XV

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

# CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

## Los empresarios hoteleros solicitan medidas a la ministra Reyes Maroto

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, desde su despacho, igual que el resto de participantes debido al estado de alarma decretado el pasado 14 de marzo, participó en un Pleno al que asistieron los presidentes y gerentes de todas las Asociaciones

integradas en CEHAT, además de su presidente, Jorge Marichal, los miembros del Comité Ejecutivo y Ramón Estalella, como secretario general. Intervinieron también Hortensio Santos, del despacho Tourism & Law, y Carlos Sedano, del despacho Sedano Asesores.

La crisis generada por el confinamiento debido al alto número de contagiados en España por coronavirus, obligó a los órganos directivos de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) a convocar un Pleno Extraordinario el pasado 18 de marzo al que asistió virtualmente la ministra de Turismo, Reyes Maroto.

Una vez decretado el Estado de Alarma en España, todos los movimientos turísticos desaparecieron. A la vez, los turistas estaban obligados a regresar a sus lugares de residencia habitual, ya fuera dentro o fuera de España. Este movimiento se fue realizando escalonadamente desde el 14 hasta el 27 de marzo, día en que terminaba el plazo del Gobierno para cerrar todos los establecimientos de alojamiento turístico.

El parón de actividad en España ha tenido consecuencias sobre todos los ámbitos empresariales, tanto labores como económico financieras. Hortensio Santos



y Carlos Sedano interpretaron para los asociados de CEHAT el conjunto de normas aprobadas desde el decreto del Estado de Alarma. Los empresarios de alojamiento

turístico solicitaron a la ministra una serie de medidas para paliar los efectos de esta gravísima crisis sanitaria que se ha cobrado miles de vidas en todo el mundo. Pág. 5



## CEHAT continúa trabajando

Desde el pasado 13 de marzo, la sede de CEHAT en Madrid ha permanecido cerrada, prestando servicio permanente y sin descanso a sus asociados y a las autoridades que lo han requerido a través de los medios tecnológicos a su disposición.

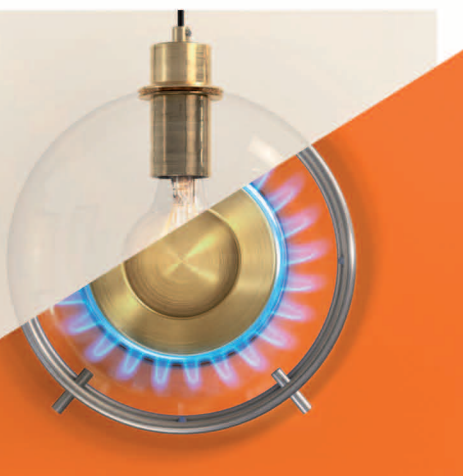


## Pablo Molina

Una nueva visión de los hoteles tras el COVID-19. Pág. 4

**HOSTELCO**  
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

NUEVAS FECHAS  
14-17 SEPTIEMBRE 2020  
RECINTO GRAN VIA



**FOCUS ON  
HOSPITALITY  
BUSINESS**

www.hostelco.com  
#hostelco



Alimentaria Exhibitions





## INSTALACIONES HOTELERAS

### *Financiación de sus inversiones*

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

ADO  
  
Patrocinador del  
Equipo Olímpico

[www.CaixaBank.es/empresas](http://www.CaixaBank.es/empresas)

 **CaixaBank**  
**Hotels & Tourism**

PRESIDENTE: **Jorge Marichal**  
SECRETARIO GENERAL: **Ramón Estalella**

DIRECTOR  
**Ramón Estalella**

COORDINACIÓN EDITORIAL: Eduardo Santamaría

**COMITÉ EJECUTIVO:** José María Carbó (Presidente de Honor); Jorge Marichal (Presidente); Ramón Estalella (Secretario General); Vicepresidentes: Santiago García-Nieto (Barcelona), José Carlos Escribano (Costa del Sol), Gabriel García (Madrid) y María Frontera (Balears); Vocales: Federico Fuster (Comunidad Valenciana), Susana Pérez (Lanzarote), José María Mañaricúa (Gran Canaria), Luis Callejón (Andalucía), Ana Beriain (Navarra), Manuel Otero (Andalucía), Antonio Presencio (Zaragoza), Jaime García Calzada (La Rioja) y Felipe Sordo (Asturias)

**REDACTORES Y COLABORADORES:** Eduardo Santamaría (Coordinación Editorial), Daniel Gallego, Marga González, Cristina Sanabria, Josep Marqués, Ignacio Samper, Mamen Martínez, Paula Vacas, Alejandro Corrales y Ariadna Nohales.

**NEXO**  
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid  
☎ 91 369 41 00 (20 líneas)  
✉ E-mail: humi@cehat.com

**PRESIDENTE:** Eugenio de Quesada / **CONSEJERO-DELEGADO:** Carlos Ortiz  
**DIRECTOR FINANCIERO:** Javier Pascual Coruña / **DIRECTOR JURÍDICO:** Santiago Moratalla  
**DIRECTOR DE INFORMÁTICA:** José Manuel Dávila / **DIRECTORA DE PERSONAL:** Pilar la Hoz  
**DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN:** M<sup>a</sup> Antonia Martín / **JEFE DE CONTABILIDAD:** Paloma López  
**DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD PROPIO:** Madrid: Mercedes León. **FACTURACIÓN:** María José González  
**SUSCRIPCIONES:** Mercedes León. **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Raúl López. **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), Impresa Norte (Impresión) y Correos (Distribución)

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

## Hotelería contra la pandemia

La Hotelería afronta el mayor reto de su historia. El cierre simultáneo de los establecimientos de alojamiento reglado en España (y en buena parte de Europa y el resto del mundo), unido al cierre paulatino de las fronteras y al parón de la movilidad de las personas, sume al Sector en un escenario del que no tenemos precedentes. Ante esta insólita situación, que amenaza tanto el presente como la viabilidad futura, los hoteleros han respondido arrojando el hombro y estando a la altura de la Sociedad.

Al ejemplo de solidaridad de nuestra Hotelería y muchos proveedores, ofreciendo hoteles como hospitales de emergencia y alojando en nuestros establecimientos a profesionales sanitarios y de otros servicios esenciales, más la donación de material sanitario, desinfectantes o alimentos de los hoteles, se suman las aportaciones de proveedores o las empresas que condonan el pago de alquileres o que ofrecen servicios gratis. Un ejercicio de solidaridad que se produce, precisamente, cuando más sacrificios asumen nuestros empresarios y profesionales.

La Hotelería contribuye así a la generosa y solidaria aportación del Sector Turístico a nuestra ciudadanía, para paliar la gravísima crisis generada por la expansión de la pandemia del Covid-19. Al igual que los agentes de viajes y las aerolíneas que, pese al desplome de su facturación, se han volcado en repatriar tanto a sus clientes como a miles de ciudadanos que habían quedado varados en los cinco continentes. O las instituciones feriales o transportistas, que han brindado sus infraestructuras para acoger hospitales de campaña o asegurar la movilidad.

Cuestión aparte son las necesidades que nuestro Sector tiene en el actual estado de alerta y que, gracias a la capacidad lobbista de CEHAT, se están trasladando al Gobierno Central y a las Comunidades Autónomas. Porque es mucho lo que todos (el Estado, los ciudadanos y las empresas) nos jugamos. Especialmente ante el temor fundado de que, al igual que acaba de ocurrir en China, los países cierren sus fronteras una vez controlada la pandemia. Los devastadores efectos que conllevaría perder el turismo receptivo en la temporada de verano —que supone más de la mitad de la ocupación y casi dos tercios de los ingresos de la Hotelería—, no sólo pone en jaque a los hoteleros y al resto de la actividad turística. La aportación del Turismo al PIB y al empleo durante los meses de verano supone cerca del 30% del PIB y es el gran dinamizador de economía y el mercado laboral. Las consecuencias para España y los españoles de perder la temporada de verano, especialmente en el empleo y las cuentas públicas, serían devastadoras. De ahí la importancia de que, velando por la salud (que es el mayor bien a proteger), el Gobierno y el resto del Estado impidan el fracaso de la temporada de verano y, con ello, que nuestra economía sufra unos daños aun mayores del causado por la última gran recesión. Que así sea.

# Volveremos a viajar, volveremos a los hoteles

Ramón Gómez Ugalde / Director Corporativo de ONNERA Group

El artículo que tenía escrito para esta tribuna hablaba de la transformación de la gastronomía de los hoteles, de las nuevas tendencias hoteleras, de la experiencia culinaria de los clientes, del producto local como acercamiento al destino que se visita.

También en este artículo quería hablar de la importancia de invertir en la gastronomía hotelera, de la rentabilidad que esa inversión puede suponer en la cuenta de resultados de los hoteles y de las cadenas, de conseguir aumentar el gasto del cliente ofreciendo diferentes espacios de *showcooking* y de F&B en los establecimientos, de la necesidad de utilizar cada zona de los hoteles y no desaprovechar salones que solo se usan como desayunadores...

Podríamos haber hablado de la necesaria colaboración en las cadenas hoteleras entre los departamentos de proyectos y compras con el de F&B, de manera que los proyectos tengan coherencia entre la inversión a realizar y la idea o concepto que el equipo de F&B quiere desarrollar en los hoteles.

O podría detallar los fantásticos proyectos que Onnera Contract by Fagor está ejecutando en hoteles y *resorts* de España y Caribe, con cocinas a medida, *buffets* con *showcooking*, restaurantes temáticos, *lobbys* con *cocktail station*..., como los últimos Barceló Costa Vasca de San Sebastián, Bless de Ibiza, Riu Garoe Tenerife, Cordial Mogan Playa de Gran Canaria, Son Claret de Mallorca, Zenit Convento San Martín de San Sebastián, Zafiro Palace Andratx de Mallorca, o en Caribe como el Grand Bávaro Princess de Dominicana, Ocean H10 Coral Spring de Jamaica, Catalonia Costa Mujeres de México, Bahía Príncipe de Jamaica y de Tulum – México, Best Hotels Dominicana, por citar algunas referencias.

Me hubiera gustado hablar de las cocinas Symphony de Fagor como parte de la integración de la cocina en la sala del restaurante de los hoteles, o de los *buffets* en diferentes



formatos y superficies que elaboramos en nuestra fábrica de Huesca.

O hubiera explicado cómo Onnera Group ha entrado a formar parte del “Titans of Industry”, según FCSI (Food Service Consultants Society International), siendo considerada ya una de las principales multinacionales del sector de fabricantes de equipos de restauración del mundo.

Pero las circunstancias que estamos viviendo, me llevan a escribir para lanzar un mensaje de ilusión y optimismo en el futuro.

Es difícil escribir este artículo en un periódico hotelero, ya que probablemente sea uno de los sectores más afectados por esta terrible crisis sanitaria y económica. Es un drama el coste de vidas que esta pandemia va a dejar en todo el mundo. Y por ello, lo más importante en este momento es acordarnos de ellas y de sus familias. Pero también es necesario hablar de las dificultades económicas que esta crisis está generando.

El turismo de España está pasando por su momento más delicado a causa de la crisis provocada por el coronavirus. Los hoteles han tenido que cerrar sus puertas, los empleados sin trabajo por los ERTes, las cadenas con incertidumbre sobre su futuro, las inversiones hoteleras paradas...

Pero como decía, me gustaría lanzar un mensaje de optimismo y de ilusión. Y es complicado hacerlo cuando todo el mundo está encerrado en casa, con miedo al contagio nuestro o de nuestros familiares y mayores, con incertidumbre sobre el futuro o pasando malos momentos.

Me resigno a pensar en un año perdido para el turismo, dando datos de 2019. Si el año pasado vinieron a nuestro país más de 83 millones de turistas y ahora

vamos a tener una paralización de tres meses (marzo, abril y mayo), podemos pensar que llegaremos a los 50 o 60 millones de viajeros. Solo los dos primeros meses del año habían llegado más de ocho millones de personas.

Somos la segunda potencia turística del mundo. El año pasado los turistas extranjeros se gastaron 92.300 millones de euros en nuestro país.

En los últimos años el crecimiento sostenido de visitantes a nuestro país ha sido constante, por ello tenemos que saber que volverán. Que cuando pasen los nubarrones, saldrá el sol y volveremos a brillar.

Y no solamente vivimos de los turistas extranjeros. El Club Top F&B de Directores de F&B de las cadenas hoteleras, ha puesto en marcha la campaña #EsteAñoViajoPorEspaña, con el objetivo apoyar un sector que supone más de un 12% del PIB y es el sustento de millones de personas. Quieren que los cientos de miles de turistas españoles que en los próximos meses harán sus maletas para disfrutar de unas vacaciones, disfruten de la cultura, paisajes y gastronomía de España, apoyando así al sector turístico, a las empresas hoteleras y al empleo que este sector genera.

Si lo que los españoles se vayan a gastar en viajar este año se queda en nuestro país, ayudaremos a nuestra economía y a mantener los empleos, las empresas, a los autónomos y emprendedores.

Ya sé que en este momento es difícil pensar cuando estamos en *shock*. Pero debemos ser optimistas.

Nunca vamos a poder cambiar las circunstancias que nos han tocado vivir, pero sí elegir nuestra actitud para afrontar el futuro.

Esa es nuestra gran libertad después de este tiempo de encierro.

Los niños volverán a los parques, la gente volverá a los bares y los turistas volverán a los hoteles.

Los niños volverán a los parques, la gente volverá a los bares y los turistas volverán a los hoteles



**Pablo Molina**  
Socio de Garrigues

## Lecciones del COVID-19, una nueva visión de los hoteles

*La emergencia de salud que estamos viviendo ha galvanizado a muchos operadores hoteleros. Cediendo gratuitamente sus establecimientos y destinándolos a centros ‘medicalizados’, o alojamiento de personal sanitario, los hoteles han demostrado que*

*comparten las preocupaciones de los ciudadanos y que son capaces de ponerse al frente de las mismas; que quieren contribuir y están prestos a ello; en definitiva, que sociedad, ciudad y hoteleros pueden ir de la mano para conseguir objetivos comunes.*

El turismo. De ser una actividad económica privilegiada por las administraciones, el turismo —y el alojamiento turístico en particular— ha sido señalado como el culpable de la pérdida de identidad de las ciudades, del incremento de los precios del sector inmobiliario, de la pérdida de tejido comercial tradicional. No hay factor preocupante en la convivencia urbana que no haya sido imputado al turismo por parte de los Ayuntamientos de las grandes ciudades españolas.

El uso de las potestades municipales se ha destinado a la restricción y a la disminución de la planta turística, bajo la errónea premisa de que la prohibición de nuevas actividades turísticas de alojamiento disminuirían el número de actividades en el centro de las ciudades y que esos espacios vacíos se ocuparían por ciudadanos ansiosos de volver a vivir en el casco antiguo pagando rentas asequibles a caseros ansiosos por alquilar sus inmuebles vacíos a cualquier precio.

Esta aproximación ha dado lugar a un conjunto de situaciones administrativas aprobadas (“moratorias”, “planes

especiales” o “planes de usos”), que se han integrado en el lenguaje del día a día de los operadores turísticos. Ha dado lugar, también, a una relación retorcida y complicada con las administraciones. En Barcelona, sin ir más lejos, esperábamos una nueva suspensión de licencias para establecimientos de alojamiento turístico desde el 6 de marzo de 2020.

Y, frente a esta aproximación desde la restricción absoluta, ha faltado una voz unificada que, desde la valentía, insistiese en que los hoteles pueden jugar un papel muy importante en la regeneración de la vida cotidiana de las ciudades. Que la pérdida de la vida cotidiana en las ciudades es anterior a la presión turística que éstas sufrían, y que su recuperación requiere no sólo dejar inmuebles vacantes para que puedan ser ocupados, sino una actividad positiva, de fomento, para incentivar su ocupación en condiciones de mercado.

Han faltado voces que dijese claramente que la potencia económica de los hoteles puede jugar en positivo en el objetivo municipal de recuperar la vida cotidiana en las zonas más turísticas. Que clarificase que la recuperación de esta vida cotidiana es un objetivo compartido, porque para los hoteles las ciudades muertas suponen una pérdida del valor turístico y por lo tanto económico.

Es cierto que hemos tenido ejemplos —pocos— de hoteles valientes que han querido contribuir a la vida social de los barrios donde

se insertan mediante la cesión de locales a actividades que general vecindario, como panaderías. Hoteles que han generado en su planta baja una mezcla caótica, intensa y divertida de vecinos, huéspedes y visitantes. Pero son los menos. Y se han encontrado con una brutal, burocrática y fría incompreensión por parte de la administración.

Por otro lado, la emergencia de salud que estamos viviendo ha galvanizado a muchos operadores hoteleros. Mucho antes de que se declarase el estado de alarma, y de que apareciesen las primeras órdenes de esta saga tan confusa de resoluciones administrativas que estamos sufriendo, muchos hoteleros estaban ya llamando a la administración para ceder gratuitamente sus establecimientos y destinarlos a centros medicalizados, o alojamiento de personal sanitario.

Los hoteles han demostrado estar al nivel de las circunstancias. Que compartan las preocupaciones de los ciudadanos y que son capaces de ponerse al frente de las mismas. Y de contribuir. Que ciudad y hoteles pueden ir de la mano para conseguir objetivos comunes.

Es oportuno que consideremos, hoteleros y, especialmente, administraciones, si no existen lecciones valiosas a aprender de estas circunstancias. Si, en la próxima oleada de regulaciones hoteleras que está por venir, en lugar de prohibir, podemos pensar en regular una colaboración hotel-ciudad donde todos, especialmente los ciudadanos, salgamos beneficiados.

Muchos hoteleros han llamado a la administración para ceder gratuitamente sus establecimientos



# Reyes Maroto, al lado de los empresarios del alojamiento turístico español

*La ministra de Turismo, Reyes Maroto, asistió al Pleno extraordinario de CEHAT que se celebró, por primera vez en la historia, por videoconferencia el pasado 18 de marzo. Desde su despacho, y en un tono cercano, cordial y comprometido, la ministra mostró interés por conocer los problemas con los que se encontraba el sector motivados por*

*la crisis del COVID-19. Nuestro presidente, Jorge Marichal, trasladó a la ministra las inquietudes motivadas tanto por la expansión del virus como por la ausencia de turistas. El protocolo de actuación en hoteles, promovido por HOSBEC, fue utilizado por la Secretaría de Estado de Turismo para editar su guía de actuación.*

Debido a la crisis generada por el COVID-19, CEHAT decidió convocar un Pleno Extraordinario que diera respuesta y trasladara soluciones a todas las Asociaciones territoriales y sectoriales. Mediante un sistema de videoconferencia, debido a que ya estaba en vigor el estado de alarma dictado por el presidente del Gobierno el 14 de marzo, se conectaron, a través de una plataforma dirigida desde la Sala de Juntas de CEHAT, el total de las Asociaciones miembro.

Las palabras de bienvenida del presidente, Jorge Marichal, comenzaron por presentar a los asistentes como “el total del sector del alojamiento turístico español”, dejando clara la unión entre todas las asociaciones y su apuesta por un trabajo conjunto, coordinado y con una sola voz.

La ministra hizo un repaso de cuáles habían sido los motivos por los que el gobierno había decretado el estado de alarma, y cuáles eran los objetivos que se querían conseguir con la recomendación de que la población se quedara en casa. Esta recomendación, en su sentido más amplio, incluía el evitar desplazamientos fuera del domicilio habitual, lo cual prácticamente eliminaba la posibilidad de cualquier viaje, con los consecuentes efectos sobre el alojamiento en establecimientos



turísticos. También incluía el cierre de todos los establecimientos de restauración.

Ante esta noticia, tanto los residentes en España como los residentes en el extranjero que estaban de vacaciones en nuestro país, empezaron la salida de los establecimientos turísticos. Es de remarcar que, mientras durara el estado de alarma, el alojamiento turístico hace las veces de residencia habitual por lo que todos huéspedes debían cumplir con el real decreto de 14 de marzo que limitaba las salidas únicamente a centros de salud, farmacias, supermercados y otras

causas relacionadas, prácticamente, con la supervivencia. En este contexto, no tardaron en aparecer problemas de orden público relacionados con el incumplimiento de este precepto. Así, por ejemplo, el día 15 tuvieron que publicarse bandos en varios municipios prohibiendo el acceso incluso a las playas. Dado que los establecimientos de restauración y de entretenimiento también estaban cerrados, mantener el confinamiento en los establecimientos hoteleros y hacer cumplir el precepto se convertía en un problema de orden público.

En otro orden de cosas, Reyes Maroto detalló las medidas que había puesto en marcha el gobierno para paliar los efectos de la crisis en la liquidez de las empresas. Así, comentó las medidas en el ámbito laboral, como la flexibilización de los expedientes temporales de regulación de empleo así como la bonificación del pago de las cuotas a la Seguridad Social por parte de los empresarios y la línea extraordinaria del ICO aplicable en la mayoría de las empresas del sector.

También se comprometió, a instancias de Jorge Marichal, a analizar la posibilidad de poner en marcha un programa de formación totalmente *online* para trabajadores del sector que hubiesen tenido que quedarse en sus domicilios, con el objeto de mejorar su capacitación y sus habilidades en un futuro muy próximo en el que se reactivara la economía y el sector turístico de nuestro país. También quiso remarcar la importancia de acelerar la digitalización y la transformación digital.

En este futuro próximo, la ministra analizará cuáles son las mejores vías de comunicación a los turistas de todo el mundo de España como un país seguro para viajar. La promoción de nuestro país será fundamental para que España mejore su tercer puesto en el ranking mundial de número de turistas internacionales.



## Porque no tenemos un planeta B para el turismo

La sostenibilidad futura de nuestro planeta se ha incorporado en nuestras vidas a una velocidad vertiginosa. No hay familia, grupo de amigos, ambiente laboral o conversaciones en redes sociales en las que no se mencione el cambio climático y la necesidad y obligación que tenemos de hacer algo frente a un futuro incierto, pero sin duda, preocupante.

El turismo no es una actividad ajena a este debate. De hecho, forma parte de uno de los ojos del ‘huracán’ de la sostenibilidad que apuntan al turismo como una actividad depredadora del medio ambiente. Desde el “flygskam”, traducible como “vergüenza a volar” hasta la culpabilidad que algunos dirigen al desarrollo turístico de los últimos temporales y sus efectos devastadores en el litoral mediterráneo.

Pero no hay nada más lejos de la realidad y todo debe ser tomado en su justa y ponderada medida. No hay actividad que más haya modificado desde el Neolítico el medio ambiente que la propia agricultura y la ganadería, y nadie en su sano juicio osaría a culpar a estas áreas de actividad de depredadoras del medio ambiente. Todo lo contrario.

Pues algo parecido pasa con el turismo como industria: que obviamente



formamos parte de la transformación del ecosistema pero que somos unos de los sectores que más lo cuida, que mayores beneficios aporta a la sociedad y sobre todo y más importante, que más activamente puede actuar para que sea así visto en el futuro.

Sólo los destinos turísticos saben lo que invierten económica y humanamente a cuidar sus playas, sus entornos, su aire,

su agua, su patrimonio cultural. Se ha creado un complejo sistema económico en torno precisamente a esos elementos y nadie está más interesado en cuidar de los mismos que las propias empresas hoteleras y turísticas. El aleteo de una mosca afecta a la actividad turística y es por ello por lo que se pone, en líneas generales, el más extremo cuidado y cariño en cuidar del medio ambiente.

Obviamente que se puede hacer y se debe hacer mucho más. Las políticas empresariales de sostenibilidad, de ahorro energético y uso de energías limpias, de economías circulares, de reaprovechamiento de recursos deben ser la normalidad y no la excepción. Políticas de consumo responsable de alimentos, de uso de materias primas de proximidad, uso del sol como fuente primaria de energía ya son una realidad en un sector que está acostumbrado a reaccionar rápido y bien ante los retos y cambios. Los que nos dedicamos al turismo sabemos que no tenemos un planeta B para trabajar y que es nuestra obligación contribuir a la sostenibilidad de nuestro medio de vida.

Por ello nos parece obvio que culpar al turismo de depredador del planeta es tan exagerado como injusto. Donde algunos ven vergüenza volar por un más que discutible ecologismo de postoreo, yo veo una relación absolutamente paralela entre la evolución humana y la evolución de los medios de transporte: conforme más lejos puede llegar el hombre en poco tiempo, más inteligente se vuelve. Y eso no lo podemos obviar sin más. ¿O sí?

**Nuria Montes**  
Secretaria general de HOSBEC

### María José Hernández recibe el Premio a la Mujer Trabajadora

La fundación “Andrés Coello” ha dado a conocer las galardones en los Premios que anualmente concede a la Mujer Trabajadora y en el que ha sido premiada la presidenta de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Valladolid, María José Hernández.

Su “condición de empresaria, así como el hecho de ser presidenta provincial de este sector laboral, vicepresidente regional y miembro del Comité Ejecutivo de Hostelería España” han sido circunstancias determinantes para que el Jurado calificador se decidiera por la opción de María José Hernández.



### Indignación en ASHAL por la supresión de vuelos con Madrid

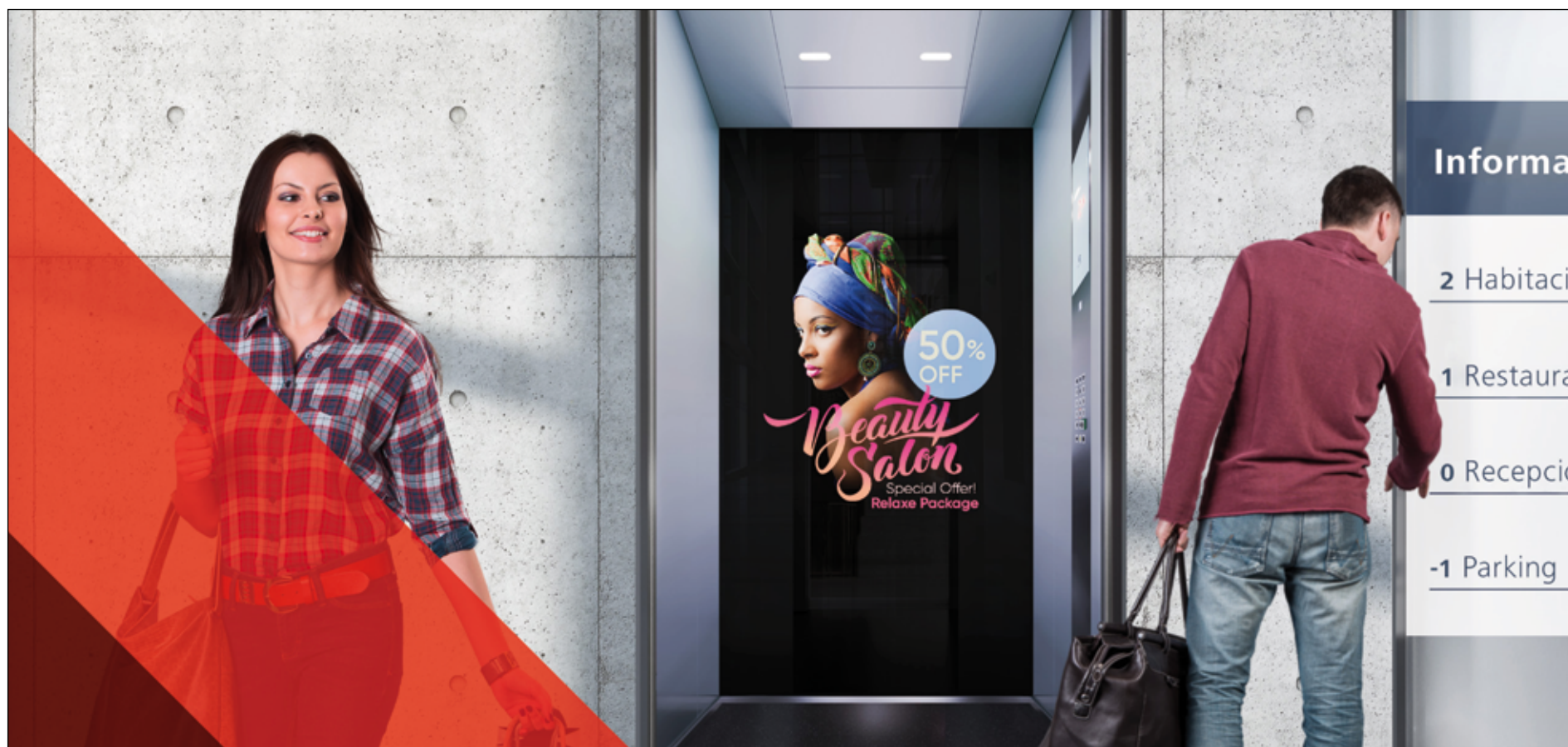
La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería (ASHAL) ha mostrado su indignación tras conocer que Iberia y Air Nostrum van a reducir los vuelos entre Almería y Madrid este verano. En concreto, únicamente va a haber dos conexiones al día con lo que se anulan hasta cuatro frecuencias, como existen ahora, desde finales de julio y durante todo el mes de agosto. “Almería no es precisamente una provincia con fáciles accesos. Sin AVE aunque padeciendo las consecuencias de las obras porque el tren, en estos momentos, ni llega hasta la capital y con escasos vuelos directos, Madrid se presenta como la vía ‘natural’ para cualquier turista extranjero que quiera visitar nuestra provincia, pero con una mala combinación mucho nos tememos que los viajeros opten por cualquier otro destino que ofrezca un mejor acceso, con lo que el mes turístico por excelencia puede sufrir las consecuencias negativas

de dicha medida”, lamenta el presidente de ASHAL, Diego García.

Air Nostrum, la operadora regional de Iberia sólo tendrá operativo dos vuelos en cada sentido entre la franja horaria de las 14 y 15,50 horas y las 20,50 y 22,30 horas, lo que desde ASHAL se entiende como “un grave perjuicio” para una provincia que tiene en el sector turístico una de las claves de su economía. “Confiamos en que esta decisión no sea irrevocable porque si ya es difícil que el destino Almería se tenga en cuenta con una línea aérea, que no es precisamente económica, sin ella abocan a esta provincia al destierro”.

Diego García ha apelado a las administraciones públicas para que expresen su malestar, como ya lo están haciendo las organizaciones empresariales de la provincia, y de esta manera, “la voz de Almería sea escuchada y entre todos hagamos ver a Iberia y Air Nostrum lo esencial que es para esta tierra tener unas buenas conexiones aéreas con la capital de España”.





## Ascensores y Escaleras Mecánicas





# Elevamos... La experiencia de viaje

## Descubre todo un mundo de posibilidades con Ahead SmartMirror

En Schindler estamos siempre innovando en tecnología de ascensores para llevar el concepto de transporte vertical al siguiente nivel. Por eso te presentamos Ahead SmartMirror, una experiencia multimedia inigualable, en la que el espejo del ascensor se convierte en pantalla.

Podrás disfrutar de todo tipo de información y contenido de entretenimiento exclusivo y personalizado a través del espejo: publicidad, noticias, menús de restaurante, información sobre el tiempo...

Con Ahead Smart Mirror, el ascensor no se coge, se disfruta.

-  Tecnología multimedia avanzada
-  Imágenes 3D en alta definición
-  Conectividad Ahead (control remoto)
-  Diseño flexible y perfectamente adaptable a cualquier ascensor



**Rosario Saldarriaga Alonso**  
Abogada de Tourism & Law

## Consideraciones a tener en cuenta frente a un posible Expediente de Regulación Temporal de Empleo

**S**in perjuicio de la gravedad o no del coronavirus o COVID-19 para los seres humanos, ya es objetivamente cierto que la alarma social provocada por los medios de comunicación, la población y los propios gobiernos de los países afectados, ha elevado la crisis de ventas de viajes a niveles de pérdidas económicas que aún no son mesurables, si bien al tiempo de redacción de este informe puede decirse que se están reduciendo las ventas de viajes combinados y servicios sueltos en más de un cincuenta por ciento (50%).

Por ello, e independientemente también de lo que se ha establecido en las publicaciones del Ministerio de Trabajo, referentes a cómo se recomienda actuar a las empresas y empleados ante el coronavirus, es conveniente conocer cuáles son las opciones que, enfocadas al sector turístico, tienen estas empresas de cara a enfocar y gestionar las consecuencias negativas de la propagación del virus en el entorno laboral y empresarial.

En este sentido, una de las opciones que las empresas y organizaciones están barajando iniciar, es la apertura de un Expediente Temporal de Regulación de Empleo (en adelante, ERTE), por lo que vamos a proceder a desarrollar y explicar, en qué consiste, cuáles son las obligaciones de la empresa, las diferentes opciones o medidas a aplicar a los contratos de trabajo, y qué supone para la entidad y para el trabajador.

El ERTE se define como aquel procedimiento -a iniciativa del empresario-, en el que la empresa u organización toma medidas, la relativa a la suspensión temporal de contratos o la reducción de jornada, ya sea por causas económicas, organizativas, técnicas y de producción, como por fuerza mayor. A este último supuesto le dedicaremos atención más adelante.

Por su parte, para que pueda iniciarse un ERTE por causas de fuerza mayor, será necesario que dicha causa sea debidamente constatada por parte de la Autoridad Laboral, con independencia del número de trabajadores que sean afectados, previo expediente tramitado al efecto. En el supuesto de que se dé una de las situaciones anteriormente descritas, podrá iniciarse un ERTE, teniendo el empresario dos alternativas en relación con los empleados de la empresa, la reducción temporal de jornada o la suspensión temporal de contrato.

La empresa dará apertura al ERTE por causas económicas, o de producción, mediante la apertura de un periodo de consulta con la Comisión, la cual tendrá que estar constituida en un máximo de siete días. Tras dicho periodo, la empresa deberá presentar ante la Autoridad Laboral

una memoria explicativa y documentación en la que se base la/s causa/s alegada/s. La Autoridad emitirá Resolución en el plazo máximo de cinco días, previo informe potestativo de la ITSS.

La posibilidad de reducción de jornada significa que los trabajadores afectados verán reducida su jornada de trabajo durante un tiempo determinado. En este sentido, se entiende por reducción de jornada, la disminución temporal de entre un 10 y un 70% de la jornada de trabajo, computada sobre la base de una jornada diaria, semanal, mensual o anual. Además, durante

dicho período no podrán realizarse horas extraordinarias, salvo fuerza mayor. Dicha reducción no generará, en ningún caso, derecho a indemnización alguna a favor de los trabajadores afectados.

Además, en estos supuestos, los trabajadores no perderán la antigüedad, computando el tiempo duración del ERTE a efectos de despido, y percibirán prestación por desempleo del SEPE correspondiente a la diferencia entre la jornada real y la jornada reducida.

Con la reducción de jornada, el empresario consigue reducir costes salariales y por otra parte, el empleado compensa la cantidad neta a percibir por su salario

con la aportación del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), mediante la prestación por desempleo parcial y mantiene su base de cotización. Para poder llevar a cabo una reducción de jornada, será preciso que se establezca por escrito con el empleado en anexo al contrato de trabajo, indicando el motivo, la duración y los efectos retributivos de la misma.

En cuanto a la suspensión temporal de contrato laboral, conlleva el cese temporal de la prestación laboral y afecta a días completos, sean seguidos o alternos, durante como mínimo una jornada de trabajo. Durante el tiempo en que el contrato quede suspendido, los trabajadores percibirán prestación por desempleo del Servicio Público de empleo Estatal. Además, el tiempo de duración del ERTE, computará a efectos de antigüedad, toda vez que la decisión es causa ajena al trabajador.

El contrato de trabajo también podrá ser suspendido o podrá reducirse la jornada a iniciativa del empresario por causa derivada de fuerza mayor. Dicha causa ha de ser debidamente constatada por la autoridad laboral, cualquiera que sea el número de trabajadores afectados, previo expediente tramitado al efecto.

Estas son las medidas que la mayoría de empresas del sector está aplicando en sus empresas, pues son medidas excepcionales que reducen los costes en estos momentos tan complejos para la economía social.

Para iniciarse un ERTE por causas de fuerza mayor, es necesario que dicha causa sea constatada





# MODELO ITH DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Desarrollado por el **Instituto Tecnológico Hotelero** y cofinanciado por la **Secretaría de Estado de Turismo**



La mejora de la herramienta incluye:

- ✓ **Nuevas tipologías de Establecimientos Turísticos**
- ✓ **Módulo de "Normativas y Novedades"**
- ✓ **Módulo de "Formación y Contenidos"**
- ✓ **3 auditorías energéticas para establecimientos seleccionados**

# Nuestro aplauso para los trabajadores del Sector

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) quiere rendir un homenaje sincero a los profesionales del sector del alojamiento turístico

Comenzando en Adeje, Tenerife, el martes de Carnaval, irónico, día grande de las fiestas que en Canarias adquieren la condición de sagradas, un grupo de trabajadores se hizo cargo, desde el minuto cero, de todos los clientes alojados en un hotel, 950 huéspedes quedaban a merced del turno de noche. Poco sabíamos del coronavirus todavía, solo que era muy contagioso y que, por tanto, las autoridades impedían abandonar las instalaciones a cualquier persona por miedo a que, también, estuviera contagiada. Durante 15 días, los trabajadores y el director del Hotel H10 Costa Adeje y el resto de equipo corporativo del grupo, llevaron la normalidad a ese hotel del que no podía entrar ni salir nadie, ocupándose de los huéspedes allí confinados.

Desde ese día, 25 de febrero, se fueron acelerando los acontecimientos. De hecho, hoy parece increíble pensar en que solo ha pasado un mes desde aquel aviso. Poco a poco, fueron apareciendo más infectados en algunas zonas de España; Madrid y Valencia fueron las primeras Comunidades en comunicar casos. A principios de marzo, mirábamos horrorizados los datos

de Italia, pero la evolución en España era lenta. Todavía seguíamos haciendo vida normal. La segunda semana de marzo estuvo marcada por la decisión de interrumpir el curso escolar, y por la suspensión de los viajes del IMSERSO.

En este momento el turismo comenzaba a tambalearse. Algunos tour operadores tomaban la decisión de repatriar turistas, mientras que el propio turista nacional comenzaba a replegarse. Comenzábamos a prepararnos para el teletrabajo.

El viernes 13, día de mala suerte según la costumbre anglosajona, nos comunicaban que, a partir de esa noche, ya no abrirían los establecimientos de restauración, ni bares, ni cafeterías ni ningún local de

ocio. Sin embargo, los establecimientos de alojamiento turístico seguían abiertos. No se podía dejar en la calle a varios cientos de miles de huéspedes sin medio de transporte hasta su lugar de residencia habitual.

Y en este contexto, en el que todas las actividades del país consideradas no esenciales iban parando, los profesionales del alojamiento español seguían trabajando. La Secretaría de Estado de Turismo publicó, bajo el consejo y supervisión de

español, que han mostrado un comportamiento intachable durante la gestión de la crisis generada por el COVID-19.

HOSBEC, una guía con los protocolos de actuación por parte de los trabajadores para minimizar el riesgo de contagio, pero este riesgo estaba ahí, tanto en el contacto con el cliente, como en el contacto con el resto de compañeros.

El 19 de marzo, a petición directa del presidente de CEHAT a la ministra Reyes Maroto durante su participación en el Pleno extraordinario de la confederación, se publicó una orden por la que se ordenaba el cierre escalonado de todos los establecimientos de alojamiento turístico en el plazo de siete días. Se argumentaron cuestiones de orden público en esta decisión, ya que el establecimiento debía ser considerado por los huéspedes como residencia habitual, por lo que aplicaban las normas de confinamiento del resto de la población, aunque, quizás por el carácter turístico y de vacaciones que pretendían disfrutar, era imposible su estricto cumplimiento.

Sin embargo, el día 25 de marzo, hubo que publicar una orden que permitía excepciones a la anterior, para dar alojamiento a personal sanitario, de fuerzas de seguridad, transportistas o

todo aquel que trabaje en el suministro de bienes o servicios esenciales para la población en este estado de alarma. Por lo que siguió habiendo establecimientos de alojamiento abiertos.

Y en todo este tiempo de noticias desoladoras, de cambios de normativas y de toma de decisiones sin precedentes, los profesionales del sector se han mantenido en su puesto de trabajo.

Por esto, hoy CEHAT quiere reconocer el trabajo y el esfuerzo de estas personas, que no solo han mostrado la cara amable del sector turístico español a los huéspedes hasta su partida a sus lugares de origen, sino que también han servido de refugio para esos profesionales desplazados fuera de su hogar sin los que no habríamos tenido servicios necesarios para combatir contra el virus.

Nuestro reconocimiento a todas las personas que han arriesgado su salud y la de su familia, rompiendo el confinamiento, por dar servicio a otras personas. Nuestro aplauso a los profesionales que viven de su vocación de servicio y que, en momentos de crisis, no han sabido hacer otra cosa que ofrecer su trabajo a los demás.

El director del Hotel H10 Costa Adeje y el resto del equipo llevaron la normalidad a ese hotel

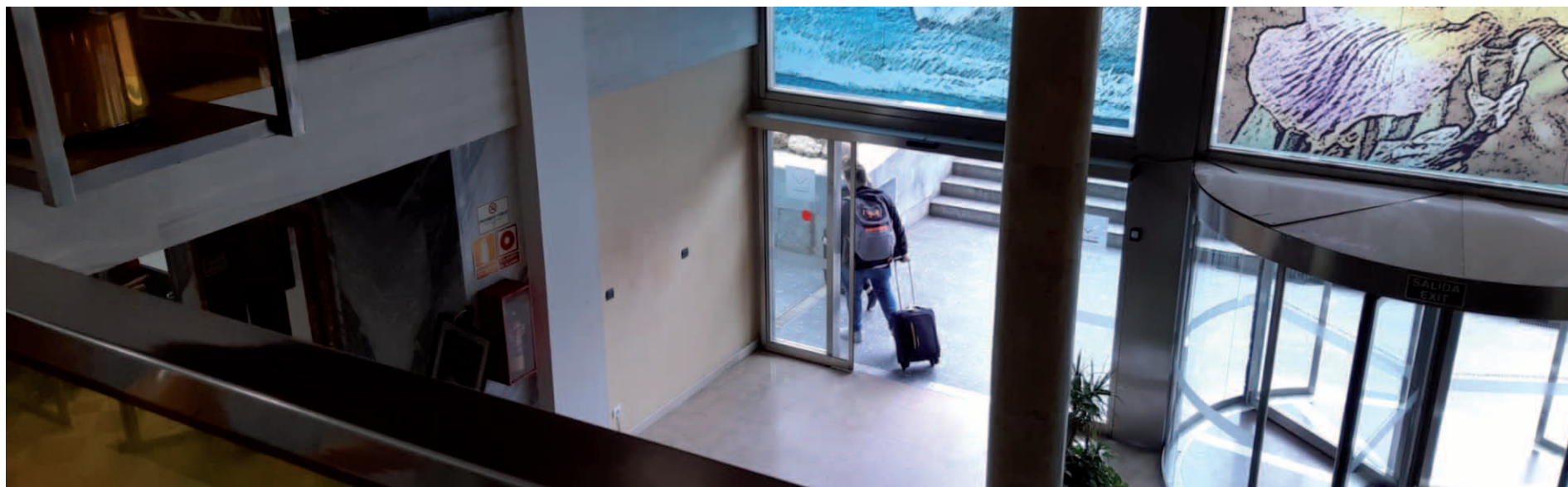
Nuestro reconocimiento a todas las personas que han arriesgado su salud y la de su familia

**Los Alojamientos Turísticos de Menorca, han donado al Hospital Mateu Orfila y ONGs**

15.050	GORROS
6.750	GUANTES
400	MASCARILLAS
200	VAJILLA (piezas)
2	MÁSCARAS OXIGENO
40	ALIMENTOS (KG)
19	HOTELES (a disposición de SANIDAD)

#OrgullososdeSerHoteleros





## Fallece Manuel Hernández de Alba, vicepresidente de Hostelería de España

**E**l pasado mes nos ha dejado un buen profesional, y una buena persona. Manuel Hernández de Alba deja un enorme vacío en la hostelería, no sólo por su gran valía como empresario, sino, sobre todo, por sus muchos mayores valores como persona y amigo. Manuel era vicepresidente de Hostelería de España, y fue presidente de la Federación Madrileña de Empresarios de Hostelería y vicepresidente de Hostelería Madrid, además de miembro de la Cámara de Comercio de Madrid y presidente de la Comisión Paritaria de Negociación de Convenio Provincial de Hostelería de la Comunidad de Madrid.

Su amplia trayectoria profesional comenzó en 1967 en diferentes cargos de responsabilidad hasta que en 1972 se vinculó al mundo de la hostelería siendo nombrado delegado para las

Islas Canarias para Eurest. A partir de ahí asumió la dirección de producto y general de varias empresas relacionadas con la hotelería y la restauración. De 1991 hasta 1998 fue consejero delegado de Domino's Pizza, para a continuación asumir el mismo puesto en el grupo Elicor. Esta labor la compaginó con funciones de consejero en diversas multinacionales como Latinoamericana Duty Free S.A., Aerocomidas, Serunion u Operadora Comercializadora Aeropuertaria, todas ellas en México. Desde 2006 era accionista y consejero de Internacional Meal Company, empresa de restaurantes en aeropuertos, autopistas y centros comerciales con más de 640 restaurantes en Brasil, México, República Dominicana, Puerto Rico y Colombia.

Acompañamos a sus familiares y amigos en estos momentos difíciles. DEP



**grupotel**

**DONACIONES PARA SANIDAD**

4050 guantes    49 colchones  
3680 gorros    200 textiles

Han sido recopilados entre todos nuestros hoteles para contribuir al abastecimiento de centros sanitarios y habilitamiento de polideportivos.

[@fehm.mallorca](#)    [#IBSALUT](#)    [#HOSPITALMATEJORFILA](#)

**grupotel**

[@fehm.mallorca](#)  
[@caritas\\_es](#)  
[#associacioesrefugi](#)

**¡HEMOS DONADO 2.8 TONELADAS DE COMIDA!**

Al tomar la decisión de cerrar nuestros hoteles temporalmente, 2850Kg de comida fueron donados a comedores sociales y ONGs locales. Esperamos que esto ayude a aquellas familias que lo puedan necesitar durante estos difíciles momentos.

# CEHAT e ITH apoyan la celebración de Hostelco en septiembre

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos junto con el Instituto Tecnológico Hotelero presentarán un programa centrado en los

retos de las nuevas tecnologías en el desarrollo del negocio hotelero, la hiperpersonalización de las experiencias y el camino hacia la sostenibilidad.

Como miembro del Comité Organizador de Hostelco, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) apoya la decisión de aplazar la presente edición de Hostelco 2020 y su celebración entre el 14 y el 17 de septiembre.

“Cita ineludible, punto de encuentro de hoteleros y proveedores donde se debe acudir para entender la realidad del sector, en la que, a través de las actividades previstas, podremos analizar las nuevas estrategias y modelos de negocio que nos harán más fuertes y competitivos, ayudándonos a afrontar las situaciones actuales, así como aprender de tecnologías clave que nos proporcionarán una mayor eficiencia y un servicio más competitivo tanto a nivel nacional como internacional”, traslada CEHAT. De este modo, la preparación de Hostelco sigue desarrollándose con intensidad desde el punto de vista comercial, de planificación de actividades, presentación de novedades y expectativas de participación.

Hostelco se celebra junto Alimentaria, conformando entre ambas una de las mayores plataformas internacionales para la industria

de la alimentación, la gastronomía y el equipamiento hostelero, con más de 4.500 empresas expositoras, 1.000 de ellas procedentes de 70 países, y cerca de 150.000 visitantes, un 30% internacionales, de 156 países.

## Sostenibilidad y tecnología

CEHAT e ITH participarán en la construcción del espacio “Hostelco Live Hotel” que de la mano de decoradores e interioristas seleccionados por un jurado personalizarán con las últimas tendencias varias estancias de un hotel: desde la recepción, al gimnasio, pasando por diferentes tipologías de suites, la zona wellness y salas de reuniones.

CEHAT – ITH se encargarán del diseño y realización de la recepción, del centro wellness y de la Techroom (habitación con tecnología). En estos espacios se incorporarán sistemas relacionados con la inteligencia artificial, Big data, ciberseguridad, robótica y domótica. Elementos como el reconocimiento facial o el auto check-in son algunas de las soluciones innovadoras que se encontrarán en la recepción, así como la automatización personalizada mediante el uso de la voz en la habitación, o un sistema

de climatización eficiente en el espacio wellness, con el objetivo de conseguir instalaciones sostenibles y generar la mejor experiencia en el cliente.

## Conocimiento, innovación y debate

El emblemático salón de equipamiento para restauración, hotelería y colectividades que organiza Fira de Barcelona celebrará en Hostelco Live Arena unas 30 sesiones en las que participarán más de 120 ponentes, entre ellos directivos de cadenas hoteleras como Room Mate Group, Ilunion Hotels, Sercotel, Artiem Hotels, AccorHotels, Palladium Hotel Group, Gran Hotel Bilbao y Grupo Rondas, entre otros, así como grandes profesionales del sector como Lasse Rouhiainen y Jaime Chicheri. También destacan en el programa nombres como la *coach* hotelera, Cristina Peiró, los interioristas Jean Porsche, Mercè Borrell, Rosa Colet o Laura Navarro, o el analista de tendencias y nuevos conceptos en turismo y hoteles, Fernando Gallardo, entre otros.

Uno de los actos centrales de Hostelco Live Arena será la jornada que coordinan CEHAT e ITH los días 15 y 16 de septiembre, gestionando un programa que incluirá

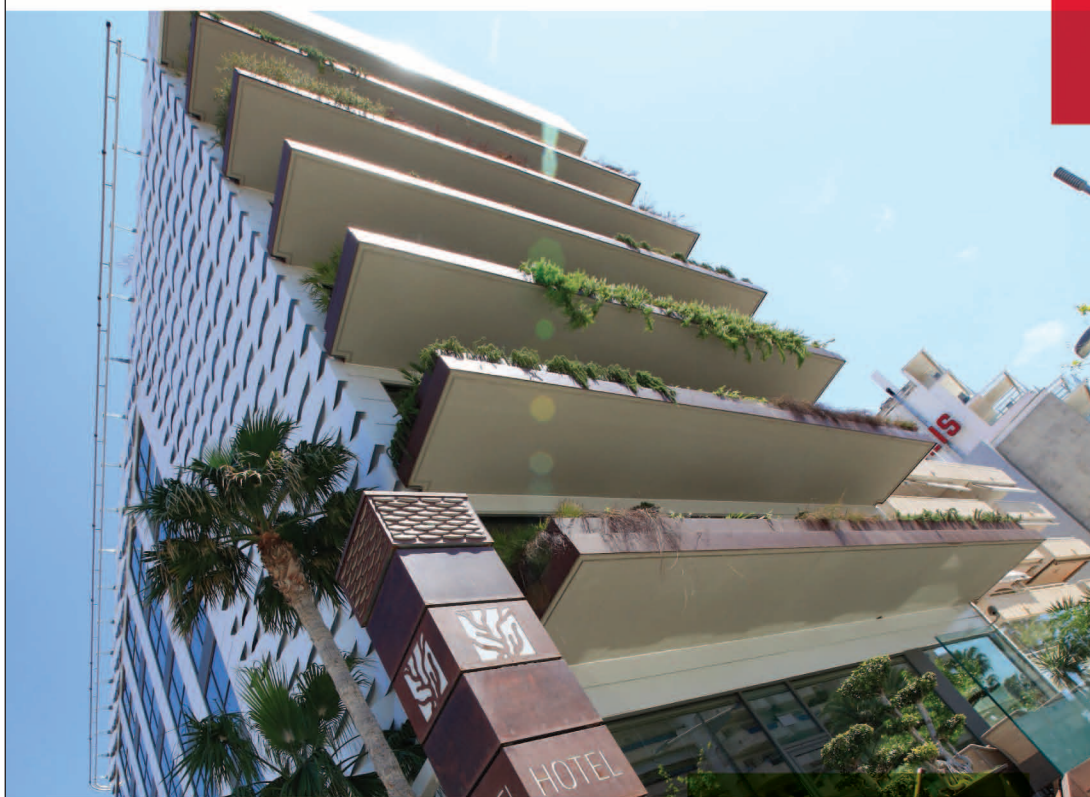
presentaciones, charlas y ponencias de profesionales y expertos, especializados en diversos ámbitos del *hospitality*.

La evolución tecnológica en el sector hotelero y su relación con las personas será uno de los temas principales del programa, desarrollándose en una mesa redonda bajo el título “high tech, human touch”, en la que participarán directivos de hoteles. También se dedicarán sesiones a los beneficios que aportan la inteligencia artificial y el *big data* en el negocio hotelero para facilitar la toma de decisiones estratégicas y la importancia de la ciberseguridad en el sector.

Por otro lado, se incluirán sesiones sobre la hiperpersonalización, concepto que engloba la necesidad de proveer experiencias y servicios hoteleros a medida de cada huésped. En esta línea se hablará también de estrategias de calidad, excelencia y seducción para llegar al público objetivo adecuado, ofreciendo el trato y los servicios esperados por cada cliente a un precio competitivo.

Finalmente, se dedicará un apartado específico a la sostenibilidad y concretamente a la implementación de medidas de economía circular en el sector hotelero.

## 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.



# Adeje aprueba un reconocimiento a los trabajadores que han gestionado la situación del coronavirus

*Todos los grupos políticos presentes votaron a favor de la propuesta que defendió el alcalde de Adeje, José Miguel Rodríguez Fraga*

El alcalde de Adeje, José Miguel Rodríguez Fraga defendió el viernes, 28 de febrero, una moción relativa a “la situación generada por la detección de casos de coronavirus en un hotel del municipio y el papel fundamental que están jugando los trabajadores del sector y de otros sectores en la gestión de la crisis”. En este sentido, el primer edil ha contado con el apoyo de todos los partidos políticos presentes en el Pleno Municipal.

Rodríguez Fraga subrayó que “Canarias puede presumir de ser un destino fuerte, consolidado, de calidad y preparado para dar respuesta a cualquier contingencia, como ha demostrado en otras crisis recientes como la de Thomas Cook. Esa fortaleza es gracias a todos: trabajadores y trabajadoras, al sector empresarial y hotelero, a las pequeñas y medianas empresas de servicios y oferta complementaria y, también, a la gran capacidad del pueblo canario para reponerse a situaciones de vulnerabilidad”.

En esta línea, el alcalde adejero aseguró que “hasta ahora, el trabajo desempeñado por estos profesionales del sector turístico, tanto del hotel de la Cadena H10 como de otros hoteles y establecimientos cercanos ha sido ejemplar y encomiable. Muestra de ello son los constantes reconocimientos de todo el sector, desde los propios sindicatos y representantes laborales hasta la patronal hotelera Ashotel y agentes públicos y privados que elogian la labor y entrega desinteresada que estos



trabajadores realizan en el desempeño de sus funciones y que ponen de manifiesto no solo la fortaleza del turismo canario, sino la humanidad, profesionalidad, dignidad y entrega de los trabajadores que son el sustento de un sector económico que es, a su vez, mantenedor de una parte importante de la economía de las islas”.

Paralelamente a todo lo anterior, todos los trabajadores del sector turístico de Costa Adeje y la comarca han mostrado su apoyo y colaboración en las medidas de sus posibilidades, al igual que otros profesionales del sector público que han participado de manera determinante en la gestión de la crisis, desde los profesionales



de la sanidad canaria, los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado, policía local o trabajadores municipales.

## Moción Institucional

Los acuerdos alcanzados por unanimidad en el pleno fueron en primer lugar, elevar a pública la felicitación y el agradecimiento del pueblo de Adeje y de su ayuntamiento a todos los trabajadores y profesionales del sector turístico de las islas, hombres y mujeres que hacen posible el liderazgo canario en materia turística. Seguidamente, se hizo una mención especial y un reconocimiento público de manera diferenciada a la plantilla de trabajadores del Hotel H-10 Costa Adeje, con su director al frente, quienes han sabido desarrollar su importante labor en medio de una crisis sanitaria que les afectaba en primera persona y que no ha sido inconveniente para que se entregaran con máxima profesionalidad a los turistas alojados en el hotel.

Finalmente, la felicitación y el reconocimiento público también se dirigió al resto de profesionales y trabajadores que han participado y están participando en el despliegue sanitario: personal de Servicio de Urgencias Canario, personal del 112-Canarias, personal médico adscrito a los distintos servicios sanitarios de la consejería de Sanidad, personal del Colegio de Psicólogos de Santa Cruz de Tenerife, resto de profesionales de otros organismos y administraciones, cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado, Policía Local y trabajadores del Ayuntamiento de Adeje.

## Éxito en la II Media Maratón y V Carrera Litoral Holiday World a beneficio de Proyecto Hombre

El pasado domingo 8 de marzo se celebró con gran éxito de asistencia la II Media Maratón y V Carrera Litoral organizada por el resort Holiday World junto con el Ayuntamiento de Benalmádena, cuya recaudación ha sido donada íntegramente a la Fundación Proyecto Hombre Málaga.

En la carrera participaron unos 1.500 corredores y acudieron importantes personalidades del Ayuntamiento de Benalmádena como su alcalde, Víctor Navas, y algunos concejales. También asistió el conocido futbolista y portero Carlos Kameni.

El punto de salida y de meta fue la rotonda de los elefantes a la entrada del resort Holiday World y el recorrido transcurrió por el litoral de Benalmádena (Puerto Marina, Club Náutico y la Capitanía). Toda la carrera estuvo amenizada con música por el litoral con la involucración de hoteles y restaurantes del litoral de Benalmádena.

Con la celebración de esta carrera popular se ha conseguido recaudar más de 30.000 euros, que han sido donados íntegramente a Proyecto Hombre Málaga. Holiday



World quiere agradecer enormemente a todos los que han participado y colaborado en ella, incluso corredores llegados desde Reino Unido que apuestan por este turismo deportivo, ya que entre todos se ha logrado que se desarrolle con éxito. Además, sin el apoyo incondicional de los más de 200 voluntarios, entre los que se encontraban trabajadores y familiares de Holiday World y Proyecto Hombre, así como la colaboración oficial de Obra Social La Caixa y el Patrocinio de Diputación de Málaga, nunca se hubiera podido dar el salto por segundo año consecutivo a la Media Maratón.

“La carrera ha sido un éxito rotundo y un empuje para seguir trabajando en la promoción del turismo deportivo con Benalmádena como destino excelente. Además, hemos logrado un hito histórico dando un salto en calidad por la diversión y la involucración de empresarios de la Costa. Hemos cumplido con creces los objetivos fijados y hemos podido colaborar una vez más con Proyecto Hombre en la prevención y la lucha contra las adicciones”, ha afirmado Marifranco Peñarroya, directora general del Resort Holiday World.

# Room Mate Macarena elige la última tecnología para ACS de Mitsubishi Heavy Industries

*La cadena Room Mate ha inaugurado recientemente el hotel Room Mate Macarena después de reformar el emblemático edificio de Gran Vía 43 donde estaba antes alojado el hotel Rex. Este establecimiento ha hecho una importante apuesta por la eficiencia energética para el suministro de agua*

*caliente sanitaria (ACS) con la innovadora bomba de calor Q-TON de la marca japonesa Mitsubishi Heavy Industries. Mitsubishi Heavy Industries (MHI) lleva más de 130 años asegurando el futuro de las personas a través de la tecnología y de su pasión por la innovación.*

El pasado mes de febrero se inauguraba el hotel Room Mate Macarena y significó el debut de la enseña de Kike Sarasola en la Gran Vía madrileña. Ubicado en una de las principales arterias comerciales y ocio de la capital, este es el sexto activo del grupo en la capital.

El nuevo establecimiento está situado en Gran Vía, 43; en concreto, en el edificio que albergaba hasta hace unos años el antiguo hotel 'Rex' y los conocidos cines homónimos, propiedad desde 2015 de la aseguradora francesa Axa, que lo adquirió a Equity Inmuebles por 42 millones de euros.

El 'Room Mate Macarena' ha sido diseñado por el arquitecto Tomás Alía quien ha conseguido crear una atmósfera cosmopolita a través de elementos vanguardistas integrados en una reluciente escala de colores. Cuenta con categoría de 3 estrellas y 130 habitaciones, divididas en cinco categorías (standard, standard superior, standard con vistas, superior con vistas y suite). Cada rincón del hotel emana la vocación de la marca. Room Mate

Macarena es una propuesta totalmente conceptualizada para crear experiencias extraordinarias y superar las expectativas de sus clientes, combinando una atención cuidadosa con un servicio sobresaliente que culminan en una estancia inigualable.

En un hotel a la vanguardia como es este, no es de extrañar que se le diese mucha importancia y prioridad a la eficiencia energética. Elegir equipos eficientes es una apuesta segura por el ahorro económico y por el respeto por el medio ambiente.

Para el suministro de Agua Caliente Sanitaria se buscó la solución más eficiente en el mercado con un COP de 4,7 es decir, por cada 1 kW consumido, el equipo proporciona 4,7 kW. Esta innovadora tecnología es la bomba de calor Q-TON del fabricante japonés Mitsubishi Heavy Industries, 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 una demanda diaria de unos 5.000 litros, se ha ins-

talado 1 módulo Q-TON de 30 kW. El equipo Q-TON calienta los 4.000 litros de acumulación previstos para el ACS.

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

El equipo produce y acumula agua caliente sanitaria a entre 60°C y 90°C, consiguiendo un COP medio de la instalación de 4,7 y un ahorro económico anual estimado del 60% frente a una caldera de gasóleo. El ahorro de emisiones de CO2 estimado es del 71 %.

El sistema Q-TON esta monitorizado 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.

Además, dispone de un sistema anti-legionela, lo que proporciona aún mayor seguridad a la instalación.

La bomba de calor Q-TON es un sistema de aerotermia, de energía renovable, es decir, utiliza una fuente gratuita como es el aire para transformarla en energía sin necesidad de ningún otro sistema de apoyo.

Ya son más de 300 equipos Q-TON instalados en España y Portugal, con diferentes aplicaciones pero con una gran presencia en el sector hotelero dada su eficiencia y ahorro demostrado.

Con esta apertura, la compañía suma 27 hoteles y más de 2.000 habitaciones en siete países, según datos de la propia compañía, que continúa así con su ambicioso plan de expansión nacional e internacional que pasa por la apertura de 10 nuevos hoteles, ya firmados, y otros 10 proyectos en due diligence, en los próximos 18 meses.

**HOSTELCO**  
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

**NUEVAS FECHAS**  
**14-17 SEPTIEMBRE 2020**  
RECINTO GRAN VÍA

[www.hostelco.com](http://www.hostelco.com)

#hostelco     

**FOCUS ON  
HOSPITALITY  
BUSINESS**



Alimentaria Exhibitions





# Retos de Sostenibilidad para los Hoteles

TODAS LAS SOLUCIONES DE FINANCIACIÓN PARA MEJORAR LA SOSTENIBILIDAD DE TU HOTEL

En Grupo Cooperativo Cajamar trabajamos para diseñar nuevas fórmulas de financiación de **ECONOMÍA VERDE** para acometer inversiones específicas para este sector:



PROYECTOS DE AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO

PROYECTOS OPTIMIZACIÓN Y MEJORA CONSUMO DE AGUA

ADQUISICIÓN VEHÍCULOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS

RENTING VEHÍCULOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS



# ¿QUÉ NECESITA UN HOTEL PARA SER SOSTENIBLE?



## Integrar la sostenibilidad en la arquitectura del hotel.

En la construcción de nuevos establecimientos, puede adoptarse el enfoque de "los tres ceros": **Kilómetro cero** > usar materiales de construcción y mano de obra locales. **Dióxido de carbono cero** > dar prioridad a la gestión de la energía y la reducción de las emisiones. **Residuo cero** > introducir la gestión del ciclo de vida de los productos en el proceso de construcción.



## Reducir al máximo el gasto energético.

Mediante iluminación LED o con **electrodomésticos eficientes** y apostando por las **renovables**: paneles solares, etc. Ha de cumplir con los principios de **construcción bioclimática** para aprovechar al máximo los recursos naturales.



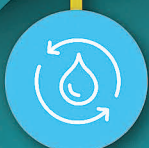
## Eliminar los productos de plástico de un solo uso.

Ir un paso más allá del reciclaje, reduciendo la ingente cantidad de residuos derivada de la fabricación y el posterior desechado de estos artículos. Deshacerse de las botellas y las bolsas de plástico es un excelente punto de partida.



## Crear un hotel sin papel.

Se trata de un objetivo muy fácil de cumplir, de hecho muchas cadenas ya están en ello, con un sistema de gestión hotelera moderno que simplifica las operaciones y optimiza la experiencia de los huéspedes a la vez que se reducen las emisiones de carbono.



## Minimizar el consumo de agua más allá de las habitaciones.

Además de animar a los huéspedes a tomar conciencia sobre el uso que hacen del agua y las toallas, algunos establecimientos están implantando elementos tan innovadores como duchas que filtran su propio agua.



## Conservar la energía.

Un método económicamente sostenible, eficaz y fácil de aplicar, por ejemplo, es rediseñar la experiencia de los huéspedes para animarlos a adoptar comportamientos adaptativos.

Para ello el hotel puede reemplazar el minibar y la cafetera de cada habitación por una zona común abierta a todos los huéspedes.



## Eliminar el desperdicio de comida.

Cultivando alimentos en las instalaciones, comprando productos de proximidad y modificando las normas sociales para garantizar que el desperdicio de comida deje de verse como algo aceptable.



# CEHAT anima a los establecimientos turísticos a donar alimentos a las ONG y otros colectivos

*Organizaciones que integran la patronal hotelera ya trabajan con sus asociados para entregar productos que, de otra forma, tendrían que desecharse tras el cierre inminente de las instalaciones alojativas*

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha animado a los establecimientos alojativos del país a organizar donaciones de alimentos perecederos en perfectas condiciones y otros productos de uso sanitario (mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos) a organizaciones no gubernamentales (ONG) y otros colectivos sociales con necesidad, una vez que se produzca el cierre ordenado de las instalaciones turísticas, provocado por esta crisis sanitaria mundial de la COVID-19.

Así, ya son varias las asociaciones regionales, provinciales y locales de todo el país que se han puesto manos a la obra para contactar con diferentes entidades sociales y sin ánimo de lucro, con las que tienen habitualmente una relación más próxima, y organizar donaciones de alimentos como carnes, pescados, verduras o frutas, entre otros, que, de otra forma, tendrían que desecharse. De la misma manera, también se está organizando la donación de productos de prevención (mascarillas, geles y guantes entre otros) para que puedan ser utilizados en las instalaciones sanitarias de nuestro país.

Esta iniciativa, que en estos momentos se lleva a cabo de manera más global en varios lugares del país por parte del sector turístico, son habituales en algunos



destinos de temporada en los que los establecimientos alojativos no están abiertos durante todo el año.

Asociaciones como Hosbec en Benidorm, FEHM en Mallorca, Ashome en

Menorca, el Gremi d'Hotels de Barcelona, CETEX en Extremadura, Horeca Hoteles Zaragoza, la Federación Abulense de Empresas de Hostelería o Ashotel en Santa Cruz de Tenerife, por ejemplo, ya se han

puesto en contacto con ONG de ámbito nacional, regional o local y con autoridades sanitarias para llevar en las próximas semanas estas entregas de productos que podrán consumirse con total garantía.

## Fuerte El Rompido recibe el Premio Fundación Secretariado Gitano a la empresa transformadora

Fuerte El Rompido recibió el pasado día 27 de febrero el Premio Fundación Secretariado Gitano, en la categoría Empresa Transformadora. Este reconocimiento viene a reconocer "el compromiso y esfuerzo de personas o entidades que desarrollan una destacada labor en la defensa y apoyo de la comunidad gitana". En el caso de Fuerte El Rompido, que colabora desde hace seis años con la Fundación Secretariado Gitano, el jurado valoró "su apoyo firme, entusiasta y continuado para mejorar la empleabilidad, la formación profesional y el acceso a un empleo digno de numerosas personas gitanas de Huelva, en especial jóvenes y en situación de vulnerabilidad". Un esfuerzo que ha tenido unos excelentes resultados, ya que el 40% de las 97 chicas y chicos gitanos que se han formado durante ese lustro en las instalaciones del hotel han conseguido un empleo, en muchos casos, el primero.

Según explicó el director de Fuerte El Rompido, Tomeu Roig, al recoger esta distinguida acreditación: "En 2014, siguiendo los valores de Fuerte

Group Hotels, que abogan por mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de las comunidades en las que estamos presentes, iniciamos una gratificante e ilusionante relación con la Fundación Secretariado Gitano. El objetivo era ayudar a que muchos jóvenes, hombres y mujeres, de la etnia gitana, pudiesen aprender un oficio y, gracias a ello, insertarse laboralmente".

Después de esos seis años de colaboración, concluyó: "Las cifras confirman que el objetivo se ha conseguido con creces. Pero, además de los números, que hablan por sí solos (más de 97 personas formadas; 67 de ellas con la correspondiente obtención de títulos en ocupaciones como auxiliar de recepción, pinche de cocina, camarero/a, camarero/a de pisos, personal de lavandería, jardinero/a, mantenimiento de instalaciones hoteleras y animación; y contratación por parte de nuestra empresa del 40% de todos los que han recibido algún tipo de curso), para nosotros lo más importante han sido todas las historias personales de superación que hemos contribuido a gestar".

## Campofrío Smart Solutions renueva su acuerdo con CEHAT

Campofrío Smart Solutions, la unidad de negocio de Campofrío orientada al sector Horeca perteneciente al grupo Sigma, ha renovado su acuerdo con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Con este acuerdo de colaboración, Campofrío Smart Solutions refuerza su apuesta por crear vínculos con socios estratégicos que impulsen la innovación en el sector de la hostelería. En palabras de Alberto Ferreira, director de Hostelería de Campofrío Smart Solutions: "Unirnos a CEHAT supone encontrar un punto en común que nos permite ofrecer los productos y soluciones que mejor se adaptan a las necesidades de los diferentes profesionales del sector hotelero a través de todas las marcas que conforman nuestra unidad de negocio".

Para la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos la renovación de la asociación de Campofrío responde a la apuesta del sector por contar con una oferta de servicio excelente, en toda la

cadena de producción, desde el origen del producto hasta la puesta a disposición del cliente en su alojamiento, atendiendo a las necesidades de los huéspedes.

Este acuerdo permitirá a Campofrío Smart Solutions ofrecer sus productos en más de 16.000 hoteles y alojamientos turísticos de toda España. Entre el catálogo que estará a disposición de los clientes, destaca la oferta de desayunos saludables, que Campofrío Smart Solutions quiere potenciar. Además, también estará disponible una de las líneas que mejor se adaptan a las nuevas tendencias de consumo: Vegalia. Esta gama está compuesta por productos 100% libres de carne que cuentan con el sello V-Label de la

Unión Europea de Vegetarianos (EVU). El sector hotelero es uno de los segmentos que más ha incrementado su presencia dentro de Campofrío Smart Solutions en los últimos años, por lo que la renovación del acuerdo resulta fundamental para que ambos colectivos puedan seguir desarrollándose durante los próximos años.



# ¿Vas a rehabilitar tu hotel?

Con el **Modelo ITH de Sostenibilidad Turística** también puedes participar en los **Proyectos Piloto de ITH**, donde se proponen:

- ✓ las mejoras necesarias
- ✓ las prioridades de las mismas
- ✓ los plazos de amortización

Desarrollado por el **Instituto Tecnológico Hotelero** y cofinanciado por 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](http://www.hotel.isave.es)

CEO de hotelkit

# Marius Donhauser



## De hotelero a hotelero

**T**ras cosechar sendos fracasos anteriormente, el joven hotelero austriaco Marius Donhauser supo recomponerse y siempre tuvo claro que tenía que apostar por la innovación. Así, en 2012 se decidió definitivamente a optimizar la comunicación interna y la operativa en los hoteles con un revolucionario software personalizable para cualquier hotel. Lo que empezó como un sistema configurado 'a capricho' para su propio hotel, se ha convertido en una empresa con 80 trabajadores, todos ellos procedentes del sector hotelero, y más de 1.200 clientes en todo el mundo. No obstante, como él mismo nos cuenta, sus inicios no fueron nada fáciles.

—**Antes de hablar sobre tu producto, cuéntanos un poco tu historia y cómo te incorporas al sector hotelero.**

Mis inicios no son tan inusuales en este negocio, pero lo cierto es que tomé varios desvíos antes de acomodarme definitivamente en el sector hotelero. Mi familia tenía un hotel de 50 habitaciones en Salzburgo, el hotel boutique de cuatro estrellas Der Salzburger Hof, por lo tanto, crecí en el ambiente del hotel, pero yo siempre estaba a lo mío, pensando en dirigir mi propio negocio. De hecho me embarqué en tres proyectos anteriores a hotelkit, pero no tuve suerte o quizá me faltó experiencia y los tres resultaron fallidos. Fue entonces, cuando, hace ocho años, me decidí a comprar y hacerme cargo del negocio familiar. La verdad es que ni se me pasaba por la cabeza que la batalla constante por mejorar la comunicación interna en mi hotel, me llevaría a desarrollar mi cuarto proyecto empresarial, ¡el que finalmente es un éxito!

—**Háblanos ahora un poco sobre el producto. ¿Qué te llevó a diseñar este software? ¿Qué problemas tratabas de resolver?**

Cuando me hice cargo de mi hotel estaba ansioso por cambiar muchas cosas, pero al poco tiempo me sentí realmente frustrado, porque la comunicación interna en mi propio hotel era, por decirlo suavemente, un desastre. Ninguno de mis empleados tenía cuenta del correo electrónico personalizado y el lápiz y el papel era su único instrumento de comu-

nicación, lo que implicaba la acumulación de listas, notas y notitas. Un método que no funcionaba e inevitablemente se producían confusiones y malentendidos. Por ejemplo, hay algunos procesos diarios y tareas de mantenimiento que son bastante complejos y solía ocurrir que se perdía por el camino información importante de dichos procesos.

Tenía muy claro que tenía que haber métodos más eficientes para gestionar la comunicación interna, por lo que me dispuse a buscar una herramienta que realmente simplificara las operaciones hoteleras y tras un tiempo buscando, me di cuenta de que no había nada en el mercado que se ajustara a mis necesidades, por lo que decidí crear algo yo mismo. Así, me encerré en una habitación de mi hotel junto a tres amigos informáticos y creamos una especie de wikipedia interna para mi hotel. Poco tiempo después surgió hotelkit.

—**¿Qué tipo de hoteles pueden usar esta plataforma?**

Cualquier hotel puede usar hotelkit. Algunos de nuestros clientes son hoteles pequeños e independientes como el mío, otros son hoteles grandes, con más de 1.000 habitaciones. También trabajamos con reconocidas cadenas internacionales, que además pueden aprovechar nuestro hotelkit connect, una solución que simplifica los flujos de comunicación dentro de los grupos y cadenas de hoteles, así como con sus sedes centrales. Normalmente, los hoteles boutique más pequeños suelen tener menos problemas con la comunicación interna, pero aún así, muchos optan por nuestro software por el hecho de simplificar y hacer mucho más eficientes sus rutinas diarias, además de dejarlo todo documentado. Por ejemplo, nuestro cliente más pequeño tiene tan solo seis empleados. Sobre todo los directores y propietarios de hoteles nos dicen que les encanta el hecho de poder estar siempre informados de todo, incluso cuando no están en el hotel.

—**¿En qué se diferencia tu producto de lo que ya existe en el mercado?**

hotelkit es diferente porque en su esencia siempre está mejorar la comunicación interna, simplificar las operaciones del hotel. Por lo tanto, tenemos un enfoque bastante claro, que creo que nuestros clientes aprecian, igual que el hecho de que fuera creado por un hotelero, para hoteleros. Es un software sencillo e intuitivo que se centra en las necesidades de nuestros clientes y que les ayuda a afrontar los típicos retos a los que te enfrentas en un hotel. El diferenciador clave es que para lo que antes se necesitaban diversas herramientas, hotelkit reúne todas ellas en una misma plataforma y facilita que los hoteles puedan hacer, por así decirlo, 'el trabajo sucio' de manera óptima, puesto que cualquier empleado puede ver, también desde su dispositivo móvil, quién ha hecho qué en cualquier momento y qué es lo que queda por hacer.

—**Entre todas las funciones, ¿cuál es la que más les gusta a tus clientes?**

A nuestros clientes les encanta hotelkit en general, ¡no es broma! Es realmente difícil elegir una herramienta que les guste más, ya que difiere mucho de un hotel a otro. Desde luego, la herramienta

de Reparaciones es un gran éxito porque es ¡realmente simple, pero a la vez muy eficaz! Otra herramienta muy valorada es nuestro Manual, donde pueden recopilarse todos los estándares y procedimientos del hotel, pudiendo subir también, al igual que en el resto de herramientas, documentos, fotos o vídeos.

—**¿Cuáles fueron los principales retos a los que te enfrentaste al iniciar esta andadura y cómo los resolviste?**

No fue fácil evitar obsesionarse con desarrollar un producto lo más perfecto posible antes de lanzarlo. De hecho, creo que ese fue uno de los errores que cometimos en los otros tres proyectos fallidos. En esta ocasión adoptamos el enfoque de producto mínimo viable, es decir, en cuanto tuvimos una solución medianamente viable, seguimos adelante y fuimos aprovechando las sugerencias y comentarios de nuestros primeros

clientes para desarrollar el programa de forma adecuada. Este momento fue crítico, pero ahora, visto en perspectiva, creo que a la vez fue decisivo. No queríamos que se nos fuera de las manos, que las expectativas fueran demasiado altas y luego no poder cumplirlas. Tampoco fue sencillo filtrar las diversas recomendaciones de nuestros clientes, porque era vital diferenciar entre las simples preferencias personales y las universalmente aplicables. Sin duda alguna, fue un momento difícil que conseguimos superar y estoy convencido de que acertamos en ir poco a poco desarrollando y mejorando nuestra herramienta, de hecho, no dejamos de trabajar para seguir ofreciendo nuevas funciones a nuestros clientes.

—**Estamos en un sector donde la colaboración y las asociaciones son cruciales. ¿Existe algún software específico de terceros con el que tengáis acuerdos de los que se vean beneficiados los clientes?**

Actualmente colaboramos con una amplia gama de socios, todos los cuales refuerzan y mejoran la experiencia del usuario y la satisfacción en general. dailypoint™, Code2Order, StayApp, SuitePad, Customer Alliance, HQPlus, Quicktext son solo algunos de los que me vienen ahora mismo a la mente. Dado que muchos de nuestros clientes usan hotelkit como su "centro de comunicación", buscamos integrar varios productos de terceros para hacer la vida lo más fácil posible a nuestros clientes. No obstante, nuestra aplicación es de API abierta y seguimos trabajando para incorporar nuevas integraciones. Además, confiamos en seguir añadiendo interfaces con los PMS, de hecho, este tipo de sistemas aportan datos especialmente relevantes, sin los cuales, por ejemplo, nuestra nueva herramienta de housekeeping no podría funcionar adecuadamente.

En general, creo que estas colaboraciones son beneficiosas para todas las partes involucradas. Esto incluye tanto al cliente, que recibe un producto de última generación que cubre todas sus necesidades, como al sector en su conjunto, porque de lo que se trata es de mejorar la capacidad y las posibilidades del sector hotelero.

Cualquier hotel puede usar hotelkit, desde hoteles pequeños a otros que son hoteles grandes

# ITH recopila diversas iniciativas para apoyar al Sector Hotelero frente al COVID-19

*En muy poco tiempo la situación mundial ha cambiado, y lo más destacable es que la sociedad ha sacado lo mejor que tiene. Estamos en un momento en el que tenemos que cuidarnos para cuidar de los demás, en el que nos obligan a estar separados y, en parte gracias a la tecnología, parece que estamos más unidos que nunca. Es*

*por ello que en el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), sabiendo el momento que atraviesa el sector, nos hemos puesto una vez más a su disposición. En nuestra web ([www.ithotelero.com](http://www.ithotelero.com)) puedes encontrar un espacio destacado con todas las iniciativas de nuestros socios para hacer frente a las repercusiones del COVID-19.*

**Y**es que nos sentimos orgullosos de cómo han reaccionado nuestros socios frente a este delicado momento y queremos acercarlos a los hoteleros que seguro les serán de gran ayuda.

Entidades como EISI SOFT, Hotels-Dot, Cerium Tecnologías, Paraty Tech, PressReader, Nominapress, Noray, Cleanity, Mabrian y CEHAT, ponen a disposición del sector hotelero sus soluciones, herramientas e iniciativas para hacer frente al coronavirus y poder fortalecer el sector turístico español.

La innovación en estos momentos es fundamental, es pieza clave para cualquier empresa. Cuando las cosas cambian, debemos adaptarnos.

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, afirma que “ante esta situación, desde el Instituto Tecnológico Hotelero estamos apoyando al sector, queremos aportar todo nuestro conocimiento para que se restablezca cuanto antes”, y añade, “es un gran reto, pero debemos estar unidos y remar todos en un mismo sentido, porque sabemos que las personas están deseando disfrutar de su tiempo y el turismo se recuperará”.

Tecnologías como la inteligencia artificial para el estudio de modelos predictivos, geolocalización, marketing turístico, Data Intelligence, Internet de las Cosas, la transformación digital, entre otras muchas, pueden facilitarnos en estos momentos las decisiones estratégicas a tomar, y es por eso que desde el Instituto Tecnológico Hotelero estamos a disposición de quién necesite de nuestra ayuda y conocimientos.

## La formación, un pilar fundamental

“Conocedores de la importancia de formarse para salir más preparados en nuestras carreras profesionales, desde ITH hemos lanzado una nueva web para ITH Academy ([www.ithacademy.org](http://www.ithacademy.org)), con cursos muy interesantes para quien quiera estar a la vanguardia del sector. La nueva web es mucho más intuitiva y se puede encontrar toda la información sobre cada uno de los cursos y masters de los que disponemos”, destaca Álvaro Carrillo de Albornoz.

Las circunstancias actuales nos han obligado a parar, a dejar de viajar, a no tener reuniones, ni de trabajo ni personales, a no tomarnos ese café que tanto nos gusta con nuestros vecinos, con nuestros mayores, o con nuestros mejores amigos. En estos días no podemos encontrarnos frente a una comida para negociar un contrato, y menos aún, celebrar ningún éxito como siempre nos ha gustado, reuniéndonos alrededor de una mesa. En estos días, no podemos hacer esa escapada de fin de semana con la familia, no podemos disfrutar de ese viaje que planeamos con

ilusión todos juntos durante la semana, no podemos encontrarnos con otro entorno, en la naturaleza o en otra ciudad, con su cultura y sus costumbres y cómo no, en ese hotel, albergue, camping o balneario.

Y todo esto hace que nuestras empresas de restauración y alojamiento, esas que dan trabajo a 2,5 millones de personas en España y sean responsables del 14% de nuestro PIB, estén cerradas. Y son precisamente, las empresas que nunca están cerradas, esas con las que sabemos que podemos contar, esos establecimientos grandes y pequeños, que siempre, siempre, están esperando para darnos alojamiento, darnos de comer o acogernos con un café, una caña o un vino.

En estos momentos es cuando CEHAT, la Confederación que agrupa a los empresarios del alojamiento turístico español, quiere reforzar su programa de formación para trabajadores. Son momentos que debemos aprovechar para reflexionar sobre el futuro que podemos empezar a construir nuevamente, en donde la capacitación será un pilar fundamental. Por esto, os invitamos a participar en alguno de los cursos que hemos preparado y que puedes encontrar en la web de ITH Academy ([www.ithacademy.org](http://www.ithacademy.org)).





**Manuel Castro**  
Director del Área de Grandes Clientes de Grupo Remica

# La eficiencia energética ya es una realidad para los establecimientos

*La mejora en la eficiencia energética de las instalaciones es uno de los mayores incentivos para acometer reformas en los establecimientos hoteleros. Los ahorros energéticos permiten acelerar de forma muy importante el retorno de las inversiones empleadas en las modernizaciones y mejoras de las instalaciones. Estos retornos se pueden esta-*

*blecer en unos plazos que suelen oscilar entre tres y siete años. Sin embargo, no es la única razón para acometer este tipo de reformas ya que muchas instalaciones se han quedado obsoletas, al no poder proporcionar las garantías de seguridad más básicas ni cubrir las necesidades de confort que solicita el cliente de hoy en día.*

Como empresa de servicios energéticos contamos con una experiencia consolidada prestando servicios en el sector hotelero, incluyendo los proyectos que hemos realizado como asociados del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Es un reto apasionante dar servicio a un sector tan diverso y que se enfrenta a los desafíos energéticos del siglo XXI, para lograr que sus edificios sean sostenibles y eficientes.

Las metas a alcanzar son muchas y variadas, por ello, a través de este artículo queremos compartir nuestra experiencia en este tipo de proyectos, para que aquellos establecimientos que están en proceso de cambio identifiquen áreas de mejora que les resulten útiles en su transición energética.

## La importancia de un diagnóstico previo

Cuando un cliente contacta con nosotros, el primer paso es realizar una auditoría energética y un análisis del estado de las instalaciones existentes.

Con esta primera visita obtenemos la información suficiente para realizar un inventario que identifique las características del edificio y la situación de las instalaciones, así como los consumos energéticos que en ese momento registra el edificio.

De acuerdo a nuestra experiencia, en esta primera fase, encontramos habitualmente instalaciones muy “parqueadas”, algunas de ellas se encuentran en un estado tan precario, que ponen en riesgo el confort e incluso la continuidad del funcionamiento en los establecimientos hoteleros.

Aunque encontramos excepciones, lo más frecuente es que no exista un plan de mejora energética de las instalaciones y que los problemas de funcionamiento que necesitan una solución “en profundidad” se intenten paliar con medidas correctivas. Si en esta auditoría se identifican problemas graves, que puedan afectar a la seguridad en las instalaciones, los planteamos a la propiedad del Hotel y los abordamos de forma inmediata.

## Plan de Mejora Energética

El siguiente paso tras la auditoría es realizar un análisis técnico-económico para el establecimiento hotelero. Este análisis siempre incluye una estimación del coste económico de cada solución aportada y el retorno de la inversión (ROI) que tendrá para el establecimiento hotelero la adopción de cada una de estas medidas.

Conviene detenerse en este punto, ya que gracias a la adopción de medidas de ahorro y eficiencia energética, con la disminución de costes energéticos, se puede amortizar de forma más rápida la inversión realizada.

Los tiempos del ROI varían según el tipo de instalación. Pero, de acuerdo a nuestra experiencia, para un establecimiento medio de 70-80 habitaciones las mejoras en iluminación se amortizan entre 1 y 3 años. El cambio de bombas de circulación y la mejora del aislamiento en las redes de distribución se amortizan en un periodo de dos a cuatro años. Por su parte, la sustitución del sistema de control se amortiza en un periodo que oscila entre los tres y los cinco años. Por último, el cambio de los equipos de producción como calderas, enfriadoras y bombas de calor, son inversiones que se pueden recuperar entre los cinco y siete años.

En los proyectos de ITH se cuenta con la ventaja adicional de poder acceder a un amplio rango de productos de fabricantes asociados, que ofrecen precios y garantía de calidad más ventajosos de lo que suele encontrarse en el mercado.

El estudio técnico-económico con los costes y el ROI derivados de cada actuación se recogen en el Plan de Mejora Energética que se entrega al cliente. En este documento las actuaciones aparecen ordenadas según su prioridad. De ese modo resulta más fácil para el propietario la toma de decisiones, ya que identifica qué actuaciones debe acometer primero, en función de los recursos disponibles.

## Reformas sin interrupción del servicio

Un aspecto clave en la renovación y mejora de la eficiencia energética de establecimientos hoteleros es que estos deben seguir funcionando, al menos, en la mayoría de los casos, mientras se realizan las reformas de las instalaciones.

Este es uno de los principales retos en la reforma del establecimiento hotelero. Por ello, antes de realizar cualquier actuación, es fundamental que se establezca una comunicación muy fluida entre la propiedad del establecimiento hotelero y los profesionales que acometerán la reforma,

con el fin de que el plan de obra refleje todos los detalles y puntos de vista que aporten ambas partes.

Deben delimitarse las fases en las cuales se abordarán los trabajos, sin que

eso suponga una pérdida de servicio en zonas abiertas a clientes. Y los cortes de servicio, en caso de ser imprescindibles, deben realizarse de forma programada.

Adicionalmente, es necesario trazar un plan de emergencia, que permita marcar pautas de actuación en caso de que se produzcan situaciones inesperadas que deriven en cortes de servicio no programados. Este plan permitirá actuar con agilidad ante contingencias, tratando siempre que la reforma interfiera lo menos posible con la actividad habitual del establecimiento.

## Soluciones óptimas

Para el sector, la optimización de instalaciones energéticas de los establecimientos hoteleros no es algo que se pueda posponer. Por un lado, muchas instalaciones no cumplen con las expectativas de los clientes de hoteles y alojamientos turísticos que son cada día más exigentes. Los usuarios esperan que los establecimientos cumplan con estándares de calidad muy altos y, por poner un ejemplo, dan por hecho que en las habitaciones podrán elegir el confort térmico que deseen, con independencia de la situación del resto de estancias del hotel. Además, los clientes cada vez están más concienciados y buscan establecimientos que cumplan con las máximas condiciones de sostenibilidad ambiental.

Por otro lado, hay muchas instalaciones que se han quedado obsoletas ya que estaban diseñadas para ciertas condiciones de confort y climáticas que no se corresponden con las actuales. En estos casos, cuando el empresario hotelero decida abordar un plan de mejora energética en su establecimiento, es importante tener en cuenta estas cuestiones. De hecho, el nuevo Código Técnico de la Edificación, y el nuevo RITE (documentos próximos a la publicación de una nueva versión) recogen un importante cambio respecto a las zonas climáticas, uso y alcance, para hacer realidad la nueva definición de edificios de consumo de energía casi nulos para Reformas o Edificios de Nueva Edificación y así estar en la vanguardia de la ingeniería europea.

En un establecimiento medio de 70-80 habitaciones las mejoras se amortizan entre 1 y 3 años



# Gestión energética y mantenimiento de instalaciones en la XII edición de las ITH Hotel Energy Meetings

*Tras el éxito del pasado año, las jornadas ITH Hotel Energy Meetings celebran su XII edición, y para ello las ciudades elegidas son Tenerife, Barcelona, Mallorca, Zaragoza, Málaga y en el Valle de Arán*

El hotel es un órgano vivo en el que cada elemento técnico está integrado formando una parte imprescindible para que todo el edificio funcione y en el que cada elemento genere una transmisión de energía. Es esencial saber identificar esas partes y poner en valor su aportación al conjunto. En este contexto, el Instituto Tecnológico Hotelero vuelve a organizar estas jornadas de tanta utilidad e importancia, después de la gran valoración obtenida el pasado año con el objetivo de tratar dos temas imprescindibles: la gestión energética y

el mantenimiento de las instalaciones. Coralía Pino, responsable del área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero, dará a conocer las oportunidades de ahorro energético en establecimientos turísticos.

La producción de energía es el primero de los puntos que se tratarán en estas Jornadas. Con temas como son la calefacción y agua caliente sanitaria y climatización con VRF; las ventajas de la producción de A.C.S. con sistemas semi-instantáneos; producción de A.C.S. con bomba de calor y climatización con enfriadoras y con

bomba de calor, que darán lugar a una mesa redonda donde poder debatir sobre las instalaciones de A.C.S. y climatización con especialistas en el tema.

El transporte de fluidos es otro de los temas que se llevarán a debate con un panel de expertos que tratarán sobre los sistemas de bombeo en climatización y otras instalaciones de agua; transporte de agua en instalaciones de A.C.S. y climatización; optimización de los sistemas de refrigeración y desalación; la acumulación y gestión del agua y la depuración de aguas residuales; y la mejora de las condiciones

de trabajo de los fluidos a través de la monitorización y biosensorización.

Por su parte, conocedores de gestión energética de los establecimientos, nos darán una ponencia sobre la gestión y el mantenimiento integral de las instalaciones y sobre monitorización y control energético total con soluciones IoT, respectivamente, dando lugar a una mesa debate denominada "Conocimiento y gestión de las instalaciones".

Para asistir a las Jornadas ITH Hotel Energy Meetings de forma gratuita, inscríbete en la web: [www.ithotelero.com/eventos](http://www.ithotelero.com/eventos).



## Más de una quinta parte de la oferta hotelera nacional invierte en rehabilitación

*Arranca en Sevilla el IV Ciclo de las Jornadas ITH de Rehabilitación Hotelera, que pasarán también por Madrid en junio y Málaga en octubre*

El sector español necesita hacer una apuesta por la innovación y la tecnología, poniendo al día sus instalaciones y renovando el equipamiento del hotel, mejorando el diseño interior, integrando tecnología para la mejora de la gestión y siempre basándose en criterios de eficiencia y sostenibilidad.

Es por ello por lo que la rehabilitación hotelera es una herramienta estratégica para aumentar la competitividad del sector turístico y mejorar la experiencia que el cliente vive en el establecimiento hotelero. Es un proceso donde el diseño, la construcción, el equipamiento o la financiación son determinantes para conseguir un resultado acorde con las expectativas del empresario hotelero.

Desde 2015 han sido más de 178.000 unidades alojativas las que completaron operaciones de renovación y de reforma,

según recoge el Censo Alimarket Hoteles. A la hora de afrontar este reto, el hotelero necesita ayuda profesional para conseguir un resultado acorde con sus expectativas, integrando las necesidades del hotel con los más altos estándares de confort para el cliente, todo ello ges-

tionando adecuadamente los distintos proveedores y las distintas fases del proyecto de rehabilitación.

Es por esta razón, por la que un año más y tras el gran número de personas interesadas en acudir a estas Jornadas, que desde ITH volvemos a lanzar las Jornadas ITH de

Rehabilitación Sostenible para establecimientos turísticos, que van a tener su punto de partida en el mes de junio en Madrid, la segunda Jornada se celebrará en Sevilla durante la última semana de septiembre y la última en Málaga en el mes de octubre.

La mayor parte del desembolso en 2019 se acumula en cinco destinos turísticos: encabeza Baleares, seguido de Madrid, Canarias, Costa del Sol y Barcelona. Tarragona, Sevilla, Cádiz y Alicante son los destinos que destacan este año 2020.

Las Jornadas giran en torno a la rehabilitación desde el punto de vista de la construcción, el equipamiento, la financiación y el diseño. La asistencia a estas jornadas es gratuita, a través de inscripción en la web del Instituto Tecnológico Hotelero [www.ithotelero.com/eventos](http://www.ithotelero.com/eventos). Zennio, Morph, Roca, Signify, Audiotec y Uponor patrocinan estas jornadas organizadas por el ITH.

Organizado por:  
**ITH**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO



**JORNADA DE REHABILITACIÓN  
SOSTENIBLE PARA HOTELES**

Co-patrocinado por

**Zennio**

**Audiotec**

**MORPH**

**Signify**

**Uponor**

**Roca**

Director general y fundador de Mabrian Technologies

# Santi Camps



## Información, la clave para la recuperación de la crisis COVID-19

En plena crisis mundial del sector turístico, la empresa española de Inteligencia Turística Mabrian Technologies ofrece una de las claves para afrontar este gran reto: reducir la incertidumbre y empezar a pensar en la estrategia de recuperación. Esta empresa, especializada en la analítica de datos (Big Data) para la identificación y anticipación de dinámicas turísticas a nivel global, insiste en que lo importante es proveer al sector de información y conocimiento para la toma de mejores decisiones. Los datos por sí mismos no aportan nada, afirman.

—¿Cómo podemos realmente reducir la incertidumbre de lo que pasará tras esta crisis?

Observando el comportamiento de los turistas y potenciales turistas en tiempo real y con proyección a futuro. Está claro que los datos históricos o la experiencia previa poco nos puede ayudar en una situación como la actual, porque no la hemos vivido antes. Así pues, lo mejor que podemos hacer es observar y analizar cómo está afectando esta situación de manera global. Esto es importante hacerlo en tiempo real, porque las circunstancias cambian a un ritmo increíble.

—¿Entonces es cómo tratar de adivinar el futuro?

Desgraciadamente todavía no podemos llegar a tanto, pero sí podemos identificar las tendencias y sus variaciones a corto y medio plazo. Esto permite reducir la incertidumbre en las decisiones que tomamos ahora para el futuro. Por ejemplo, conocer qué mercados son los más sensibles ante una crisis sanitaria o de seguridad y cómo afecta eso a su demanda turística, es algo que nos ayuda mucho a planificar mejor nuestras acciones. Ante un mismo evento, la sensibilidad de un británico será diferente a la de un alemán, y por descontado a la de un norteamericano.

—¿Qué datos utilizan para anticipar estas tendencias?

Lo que hacemos es analizar de manera cruzada datos de multitud de fuentes globales para encontrar relaciones entre ellas que nos aporten ese conocimiento. Trabajamos con datos como la conectividad aérea y su evolución, la evolución de la demanda y reservas de vuelos, los precios de vuelos y hoteles, el comportamiento espontáneo de los turistas en Medios Sociales o los patrones de gasto de los turistas durante sus vacaciones. Incluso analizamos patrones de presencia y movilidad de los turistas a través de los datos de conectividad de sus

téléfonos móviles a las antenas situadas en los destinos. Obviamente todos estos datos se tratan de manera anonimizada, aportándonos conocimiento de dinámicas de manera agregada, nunca de individuos. —¿Y qué dice Mabrian de la presente temporada alta? ¿Hay margen de reacción?

A principios de marzo hicimos público nuestro primer estudio sobre el efecto que tiene esta crisis del COVID-19 para el sector turístico en España (ver el informe en el blog de Mabrian). A corto plazo los

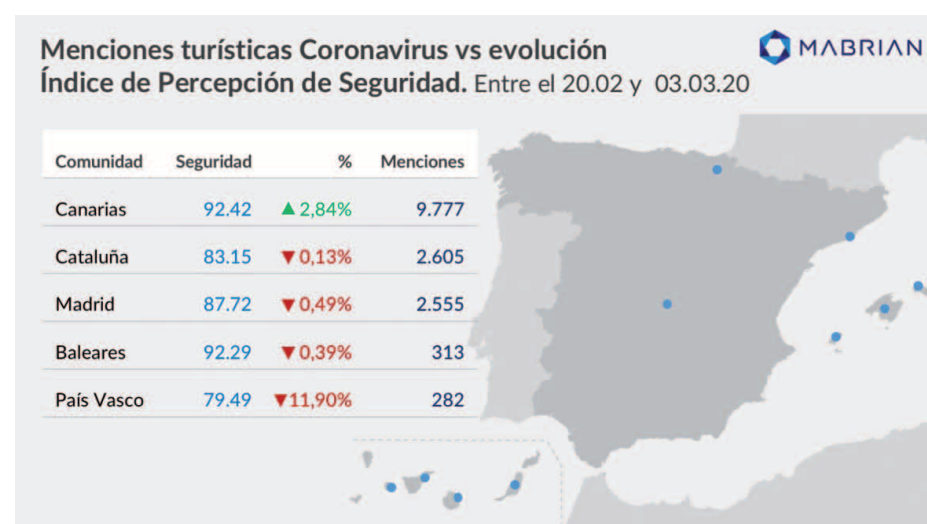
efectos negativos son innegables, ya que todos los indicadores nos muestran un desplome: la Percepción de Seguridad de los turistas, la demanda de espontánea, la conectividad, la evolución de precios de vuelos y hoteles. Sin embargo, para la temporada alta, tomando entre principios de junio y final de agosto, de momento no detectábamos que la crisis asociada al virus estuviera afectando a la demanda de España como destino de manera clara. Esto evidentemente puede variar por destinos y en función de cómo se desarrollen los acontecimientos, pero desde Mabrian queremos ser optimistas.

—¿Veo que su herramienta es clave para la planificación estratégica, pero pueden ayudar a las decisiones cotidianas del sector?

Totalmente, una de las cosas que nos obsesiona es que los clientes vean la utilidad directa de usar esta nueva fuente de información para la toma de decisiones operativas. De hecho, estamos trabajando con empresas hoteleras, tanto grandes como pequeñas, ayudándoles en sus decisiones tácticas de *revenue Management* o de marketing. El retorno de el uso de información dinámica y global del sector turístico es medible fácilmente. Ningún hotelero dudará que saber si su destino es más demandado desde ciertos mercados, esto le permitirá segmentar mejor su *pricing*. O conocer la evolución diaria de los precios de vuelos para ser ágiles adaptando sus precios.

—Son una empresa española pero con vocación global, ¿verdad?

Nuestra empresa tiene su sede principal en Menorca, algo que nos enorgullece, porque demuestra que el talento y la innovación turística puede surgir en cualquier lugar y ser exportada a todo el mundo. Actualmente tenemos clientes en todo el mundo, estando especialmente implantados en España, el Caribe, Suramérica y Asia. Durante 2020 estamos apostando por una expansión comercial en Europa y Estados Unidos.





# ITH y García Alamán lanzan una póliza para fortalecer la ciberseguridad en hoteles

**E**l Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a la correduría de seguros García Alamán como nuevo socio. Sumando fuerzas han generado una solución aseguradora que proteja a los establecimientos turísticos en su entorno digital.

El objetivo de esta colaboración es la de concebir una solución aseguradora que proteja el negocio hotelero ante los riesgos comunes que surgen en el actual entorno digital: Pérdidas de datos, extorsión cibernética, multas y reclamaciones de terceros o paralización de la actividad, son riesgos que suceden con más frecuencia de la que nos podemos imaginar.

Para ello, ITH y García Alamán, han creado un colectivo de compra abierto, de cara a negociar con las distintas aseguradoras un producto específico para el sector en las mejores condiciones. A este colectivo se podrán sumar cadenas hoteleras, hoteles independientes, apartoteles, hostales, alojamientos rurales y campings. Cuantos más seamos, mejores condiciones obtendremos.

Según nuestra experiencia, el negocio del alojamiento es uno de los sectores más amenazados en el entorno digital debido a dos factores clave: por un lado, la sensibilidad e interés de los datos e información que manejan a diario y, por otro, el alto grado de digitalización y dependencia del negocio en sus sistemas informáticos y los de proveedores externos.

“Consideramos que el sector tiene la necesidad de protegerse adecuadamente



ante estos riesgos que surgen en el nuevo entorno digital, y entendemos que esta es la mejor manera de proponer una solución eficaz en las condiciones más competitivas”, afirman desde García Alamán.

Por su parte, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, destaca que: “El sector turístico es, junto con la

administración pública y la banca, uno de los sectores más ciberatacados debido a la gran cantidad de información valiosa que maneja, más concretamente en el ámbito hotelero. Por ello, desde ITH vemos fundamental proteger lo máximo posible al sector a través de iniciativas como ésta”.

Para más información visite la [web www.ciberseguroith.com](http://www.ciberseguroith.com).

## Sobre García Alamán Mediadores de Seguros

García Alamán mediadores de seguros somos expertos en encontrar soluciones de aseguramiento que se adapten a las necesidades específicas de cada negocio, y estamos especializados en riesgos hoteleros y ciberseguros.

# SEGURO CIBERHOTEL

## SÚMATE SIN COMPROMISO AL GRUPO DE COMPRA COLECTIVA

**ITH**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

**GARCÍA ALAMÁN**  
MEDIADORES DE SEGUROS



# El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELETERÍA Y ALOJAMIENTO

**Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo**

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

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

**Los destinos exitosos a finales de 2016**

**Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde**

**Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria**



**Date de alta en  
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

Fundador & CEO de  
BR Bars & Restaurants

# Miguel Ángel del Pino



«BR Bars & Restaurants llega para digitalizar el proceso de pedir y pagar en hoteles»

La aplicación BR Bars & Restaurants llega al sector Horeca para cambiar la forma en la que los clientes piden y pagan en hoteles, bares y restaurantes. Un revolucionario sistema que permite al usuario pedir lo que desea desde el móvil, en lugar de tener que esperar a que le atiendan. Además, ofrece la posibilidad de abonar el coste del pedido sin esperas (#SinMásEsperas) y con la opción de que cada cliente pague directamente desde la aplicación. Los hoteles pueden ofrecer este servicio en habitaciones, bares, cafetería, salones, gimnasio, *snacks bars* e incluso desde la piscina. Es decir, en cualquier punto donde consideren que la App BR puede aumentar sus ventas y mejorar la experiencia de sus clientes.

—¿En qué consiste BR Bars & Restaurants? BR Bars & Restaurants es una *app* gratuita para pedir y pagar en hoteles, bares y restaurantes directamente a través del móvil y sin esperas.

—¿Qué ventajas presenta la aplicación? Es una herramienta digital que está revolucionando la gestión de los pedidos y la forma de pagar en el canal Horeca. Un sistema que, por un lado, ahorra tiempo y costes al hostelero y, por otro, permite al usuario pedir cualquier producto de la carta directamente desde el móvil, en lugar de tener que llamar y esperar a que le atiendan o le tomen nota en hoteles, bares y restaurantes. Además, ofrece la posibilidad de abonar el coste del pedido (comida, bebida, artículos, servicios...) sin esperas (#SinMásEsperas) y con la opción de que cada cliente pague su parte.

Con la aplicación BR Bars & Restaurants la carta digital del hotel se muestra al usuario en todo momento, incluso la posibilidad de realizar *upselling*. De esta forma, nos enfocamos en mejorar la experiencia de usuario y en fomentar el consumo y mejorar las ventas. Asimismo, reduce los tiempos de espera y evita cualquier error del personal, lo que se traduce en una reducción de costes y en un aumento de beneficios.

El consumidor puede optar también por la opción de realizar pedidos *take away*, *delivery* o pedidos a domicilio (servicios adicionales y configurables en la plataforma BR), notificar alérgenos o intolerancias alimenticias, conseguir importantes descuentos acumulando 'BR Coins' y recibir la factura por *email* si lo necesita.

—¿Cómo surgió la idea de crear esta compañía?

La idea se me ocurrió en agosto de 2017 en una terraza, de vacaciones con mi familia. Estuvimos esperando 45 minutos al camarero y entonces fue cuando me vino a la cabeza la oportunidad de desarrollar la *app* y la plataforma BR Bars & Restaurants: ¡ojalá hubiera una forma de pedir la comida sin esperar a ser atendidos! De ahí nace la compañía, de la necesidad de agilizar los pedidos y de hacer más cómoda y grata la espera a los consumidores.

—¿Qué os diferencia de la competencia?

BR Bars & Restaurants ofrece una plataforma tecnológica donde los establecimientos asociados gestionan y configuran su negocio (carta, métodos de pago...).

Somos la única *app* que permite pedir y pagar a través del móvil en absolutamente todo el canal Horeca. Además, somos los únicos que ofrecemos la posibilidad de que puedan pedir varias personas en la misma mesa y pagar cada uno su cuenta, así como notificar alérgenos e incluso recibir factura si lo desean.

También incluimos el servicio de *take away* y *delivery* sin ningún tipo de comisión por pedido ni intermediarios en la facturación, a diferencia de otras compañías.

La ventaja de BR Bars & Restaurants con respecto a otras plataformas digitales es que los clientes realizan el pago desde la *app*, recibiendo el empresario el importe del pedido directamente en su cuenta bancaria, sin comisiones por las ventas.

Asimismo, nos integramos con el PMS de los hoteles y con el sistema de gestión de los restaurantes (ERP), permitiendo que puedan gestionar automáticamente todos los pedidos que generen sus clientes.

BR Bars & Restaurants ofrece, en todas las vías de negocio del canal Horeca, optimización de tiempos y costes para los hosteleros, así como también una experiencia completa para el usuario.

—¿Fueron duros los inicios?

El principal problema fue solventar las dificultades técnicas de la *app*, ya que es fundamental su correcto funcionamiento. El siguiente reto fue conseguir los primeros clientes, pero ahora estamos consiguiendo crecer y estamos firmando importantes acuerdos comerciales.

—¿Cuántas personas estáis en el equipo?

Actualmente ya somos 16 personas en el equipo trabajando en las oficinas que tenemos en Madrid y Sevilla. Tenemos claro que, a medida que sigamos creciendo, vamos a ampliar nuestra plantilla contando con los mejores profesionales.

Estamos en pleno proceso de expansión, por lo que somos un potencial generador de empleo.

—¿Cuáles son vuestras previsiones de futuro?

Nuestra previsión es seguir creciendo y trabajar con el número máximo de hoteles. Gracias a alianzas como la que tenemos con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), tendremos oportunidad de hacer llegar nuestra solución digital tanto a hoteles independientes como a cadenas hoteleras o, en definitiva, cualquier alojamiento turístico.

Además, queremos continuar con la expansión en España y después dar el salto internacional.

—¿Cuál es el modelo de negocio?

El modelo de negocio que ofrecemos es

un servicio con tarifas muy asequibles adaptado a los establecimientos: hoteles, bares, restaurantes y, en definitiva, cualquier local enfocado a la hostelería pueden asociarse a la plataforma y disponer de la *app* para sus clientes sin comisiones ni intermediarios.

La *app* es gratuita para el cliente final y se puede descargar tanto en iOS como en Android.

—Recientemente también habéis incluido el servicio de Delivery, ¿por qué decidisteis incorporarlo?

Así es, hemos lanzado la iniciativa #HosteleríaEnCasa por la gran necesidad que existe en realizar la transformación digital en los negocios del sector Horeca. Lo acabamos de incorporar entre nuestros servicios para mostrar nuestro apoyo y nuestro compromiso al sector. Con esta nueva vía de negocio ofrecemos a los hosteleros una solución integral a través de la plataforma BR Bars & Restaurants que permite aumentar sus ingresos gracias a los pedidos de los clientes desde sus casas o puesto de trabajo.

Además, nosotros, a diferencia del resto de plataformas de *delivery*, ofrecemos a los establecimientos asociados la posibilidad de recibir los ingresos de los pedidos de sus clientes directamente en su cuenta bancaria (sin comisiones y sin intermediarios).

—¿Con qué clientes trabajáis ya?

Actualmente ya trabajamos con los primeros locales donde se usa la *app* BR Bars & Restaurants que son alrededor de unos 40. También acabamos de comenzar a comercializar la aplicación en los primeros hoteles.

Estamos presentes en Madrid, Sevilla y Lanzarote, pero nuestro objetivo es llegar a más ciudades de España próximamente. Asimismo, ofrecemos instalación y servicio técnico en cualquier punto de España. Además, nos encontramos en conversaciones avanzadas con algunos hoteles independientes y con cadenas hoteleras, así como con grupos de restauración organizada para avanzar rápido en nuestra expansión.

Somos la única *app* que permite pedir y pagar en absolutamente todo el canal Horeca

# ASOLAN y la Red CIDE ahondan en la importancia de la transformación digital en el sector del turismo

En el desarrollo de esta jornada de trabajo se mostraron herramientas y estrategias dirigidas a mejorar la competitividad de las empresas turísticas de Lanzarote ante los destinos competidores

En su decidida apuesta por la innovación y las nuevas tecnologías en el sector turístico, la Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote, ASOLAN, a través de la Red CIDE Turismo Lanzarote, en colaboración con la Federación turística de Lanzarote llevó a cabo en la isla una nueva jornada de Turismo Inteligente, celebrada el pasado 26 de febrero en el Arrecife Gran Hotel & Spa.

Con esta iniciativa ASOLAN persigue facilitar el acceso a la transformación y adaptación al mundo digital de las empresas turísticas, como garantía de competitividad de los servicios turísticos. Así, se abordaron temas referentes a la cultura digital que estamos viviendo fruto de la evolución tecnológica, la innovación, estrategias para mejorar la conversión de las ventas basadas en datos, el marketing digital, la sostenibilidad y el destino, como ejes importantes, además de las líneas de ayudas y subvenciones existentes en esta materia.

El debate generado en torno a las distintas ponencias se convirtió en punto de encuentro para el intercambio de experiencias y el análisis de los nuevos retos de



un sector que debe adaptarse a las pautas marcadas por las últimas tendencias de distribución *online*, que muestran que el Big Data, la utilización de la analítica, la personalización las reservas a través de móviles y las aplicaciones multipantalla así como la importancia del branding y la presencia digital basada en el diseño e imágenes de calidad para posicionar las marcas continuarán moviendo y sacudiendo a la industria en los próximos años.

La presidenta de la patronal, Susana Pérez, destacó la importancia de las nuevas tecnologías. "Independientemente del tamaño de un negocio, una cosa es indudable: la transformación digital es

imprescindible para todas las empresas, desde pequeños negocios turísticos hasta grandes cadenas o corporaciones multinacionales, aquellas que no se incorporen a este cambio digital, tarde o temprano terminarán desapareciendo en el mercado."

El encuentro contó con la asistencia del consejero delegado de la SPEL, Héctor Fernández y ponentes de alto nivel como Sebastián Gómez, director de Fidelización de Noray; Alejandro Martín, director ejecutivo de Think In; Sussana Mander, global head of Brand Marketing Meliá Hotels International; y Néstor Rodríguez, director de Operaciones y desarrollo de Negocio de Adquiver.

ASOLAN mantiene una clara la apuesta por la transformación digital, como es el caso del Proyecto Smart Hotel, donde los establecimientos alojativos pueden contar con un diagnóstico y plan de mejora para seguir avanzando en su competitividad que cuenta con el apoyo del Cabildo de Lanzarote.

Desde hace 10 años ASOLAN forma parte de la Red de centros de Innovación y Desarrollo Empresarial (Red CIDE) que cuenta con una estructura organizativa ya definida que ha estado funcionando, para asegurar la coordinación adecuada de actividades y la existencia de medios para solucionar las consultas de las empresas.

La Red CIDE es una iniciativa de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento del Gobierno de Canarias, impulsada a través de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), y cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, con una tasa de cofinanciación del 85% en el marco del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020.

## Presentado el programa integrado de empleo de Apehl

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Lugo (Apehl) ha presentado el Programa Integrado de Empleo que desarrolla esta Asociación desde el 15 de noviembre de 2019 y durará hasta el 14 de noviembre de este año. A través de esta iniciativa se contactará con más de 100 personas demandantes de empleo de Lugo y de Monforte de Lemos.

El acto ha contado con la presencia de Pablo Casal, director general de Orientación y Promoción Laboral; José Manuel Balseiro, delegado territorial de la Xunta de Galicia en Lugo, y Jacobo García-Bobadilla, secretario de la Apehl. El programa contará con las siguientes acciones: información, orientación y asesoramiento; formación transversal en idiomas, competencias digitales para el empleo, prevención de riesgos, inteligencia emocional, búsqueda de empleo...; formación para el empleo; realización del certificado de profesionalidad; prácticas no laborales en empresas; prospección empresarial; emparejamiento de ofertas de trabajo con los participantes; y medidas de conciliación de la vida familiar y laboral.

Está dirigido a mujeres, personas desempleadas menores de 30 años con baja calificación, personas desempleadas con discapacidad y personas inmigrantes desempleadas.

## ASOHTUR explora las joyas del Duero en su segunda visita guiada con profesionales

ASOHTUR continúa potenciando entre los profesionales del sector el conocimiento sobre el producto turístico Soria con la organización de la segunda visita guiada a la Ciudad de Soria, que tendrá lugar el pasado 3 de marzo.

La Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo, en colaboración con la Asociación de Guías Oficiales de Turismo Río Duero y el Ayuntamiento de Soria, profundizó en esta ocasión en la historia y lugares de interés de las márgenes del río Duero a su paso por la capital.

En el arranque de la actividad, los guías oficiales de Turismo que condujeron la ruta explicaron en profundidad las peculiaridades de los Arcos de San Juan de Duero en una visita al monumento que cuenta con la colaboración del Museo Numantino.

En un paseo por la ruta de los poetas, el grupo de profesionales de la Hostelería y Turismo de Soria llegaron a San Saturnio para dirigirse luego al Soto Playa,

donde finalizó la gira por las márgenes del río con un vino de la tierra y un torrezno en el bar de este popular y visitado paraje.

La actividad tuvo una duración de dos horas y es gratuita tal y como lo fue la primera, celebrada el pasado lunes 17 de febrero y en la que participaron 26 profesionales.

En esta segunda visita se completan las rutas turísticas más importantes de la ciudad. En la primera, los asistentes profundizaron en el conocimiento de los principales hitos turísticos del centro de la capital y adquirieron unas nociones sobre Gustavo Adolfo Bécquer y su relación con la ciudad en el 150 aniversario del fallecimiento del poeta y narrador romántico.

Con estas visitas, ASOHTUR quiere perfeccionar el conocimiento que los profesionales de los bares restaurantes y establecimientos hoteleros tienen sobre la historia, la cultura y las singularidades de la ciudad de Soria para poder trasladarlo de forma rigurosa a sus clientes, añadiendo valor al servicio que ya prestan.

Dentro del programa de conocimiento del producto turístico Soria, la Agrupación refuerza con esta actividad la formación de los profesionales del sector y cubre una de las necesidades planteadas en las mesas de trabajo del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Soria.

Fundada en 1978 la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo es miembro de la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (FOES). Entre los objetivos que se ha marcado este año, ASOHTUR concede una especial importancia a la formación y la cualificación del personal del sector como herramienta para consolidar el turismo en la capital y la provincia y mejorar y aumentar las oportunidades de negocio de sus asociados.



# Hosbec y CaixaBank apuestan por la cultura de la igualdad en las empresas turísticas

**CaixaBank y Hosbec han celebrado hoy en Benidorm la jornada 'Comprometidos con la diversidad' en el marco de las actividades organizadas por la entidad financiera con motivo de la Semana de la Igualdad. La sesión, desarrollada con la colaboración de Invattur, en Benidorm, ha contado con destacadas voces inspiradoras de mujeres de diferentes generaciones y sectores profesionales.**

El salón de actos de Invattur en Benidorm se ha llenado hoy en la jornada co-organizada por Hosbec y CaixaBank sobre Cultura de la Igualdad y comprometidos con la diversidad, en el marco del programa Wengage de la entidad financiera que impulsa la diversidad y la igualdad entre hombres y mujeres, reforzando el rol de la mujer en la empresa y en la sociedad.

CaixaBank y Hosbec pretenden contribuir con ello al desarrollo del talento y la igualdad de oportunidades, fomentando la inclusión y la participación de todas las personas impulsando tanto iniciativas internas como externas que contribuyan a romper estereotipos, generando equipos diversos y divulgando el valor de la diversidad.

El encuentro, al que han asistido de más de 100 directivos y profesionales de empresas turísticas, y que ha sido presentado por Lola Chirigu, directora del Centro de Empresas de CaixaBank en Benidorm, junto a Nuria Montes, secretaria general de Hosbec; ha contado con la presencia de Francesc Colomer, secretario autonómico de Turismo,

quien ha clausurado el acto, así como de diferentes representantes de la corporación municipal de Benidorm.

Felipe Pulido, director comercial de Empresas de CaixaBank en la Comunidad Valenciana, ha sido el encargado de moderar la mesa redonda en la que han



participado destacadas voces de mujeres referentes de diferentes generaciones y sectores profesionales que han dado voz a la igualdad desde su propia realidad; como Esther Guilabert, directora de IFA; Leire Bilbao, directora de Visit Benidorm; Lita Mejía, directora general de

Mercalicante; Laura Navarro, directora del Aeropuerto Alicante-Elche; y Natalia Caballé, directora de Comunicación de Hoteles Servigroup. Las participantes, tras hablar y debatir sobre sus diferentes experiencias personales y profesionales en la mesa redonda, han atendido diversas preguntas del público asistente.

Estas cinco mujeres ejemplifican la capacidad, el talento y el esfuerzo para desarrollar una carrera profesional dentro del ámbito de la más alta dirección empresarial y corporativa. En sus intervenciones han mostrado como el camino no ha sido nada fácil pero es obligación y tarea de todos construir un futuro más prometedor para nuestros hijos y nuestras hijas donde la igualdad y el esfuerzo sean los únicos valores a tener en cuenta y donde el género no se aprecie como una limitación. Si los estudios demuestran que, al ritmo actual, la igualdad y equiparación podría conseguirse dentro de 106 años, esto es en 2128, se hace imprescindible acelerar este proceso para acortar este plazo al mínimo imaginable.

# Los ganadores de la VIII Ruta de los Pucheros de Cantabria

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) ha llevado a cabo, en el Hotel Escuela Las Carolinas, una cata a ciegas con los pucheros que han participado en la final de la VIII Ruta de los pucheros de Cantabria. Han participado 17 cocidos montañeses, 12 guisotes y seis cocidos lebaniegos. Los ganadores absolutos en las tres categorías han sido Restaurante La Solana (Bárcena Mayor), que ha obtenido la primera posición en cocido montañés; El Hotel Santemar (Santander), que ostenta la primera posición en cocido lebaniego y Restaurante La Flor de Tetuán (Santander), que ha ganado en la categoría de guisote con su "Guiso de centollo y Trufa".

Por categorías, y comenzando por el cocido montañés, el segundo premio ha ido a parar a Mazcuerras, a Mesón San Cipriano, y el tercero a Sidrería Cachopo, en Santander. El segundo premio en cocido lebaniego ha sido para El Restaurante Picos de Europa (Santander) y el tercero para Restaurante El Castellano en Santander. Y en el caso del guisote, el segundo ha recaído en Resto Bar Lolas (en Santander), por sus "Alubias pochas con boletus y gambas" y el tercer ganador, Restaurante Marucho (Santander), por su "Guiso de pescado tradicional".

La VIII Ruta de los Pucheros de Cantabria se desarrolló desde el 21 de febrero y hasta el 8 de marzo en 37 establecimientos de la comunidad autónoma.

## Viaja y recorre el mundo a través del vino: 'Grandes vinos por copas'

La Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Navarra se une esta vez en un evento de sensaciones, en colaboración con Bodegas J. Chivite Family Estates y la Asociación Navarra de Sumilleres, para ofrecer la posibilidad de viajar a través de los sentidos y recorrer cualquier lugar que en algún momento hemos deseado visitar gracias a Travelwine.

Travelwine es la combinación del mundo del vino y la pasión por viajar. Dentro de una botella no sólo encontramos el vino, el corcho encierra un paisaje, un clima, un subsuelo, una cultura, unas tradiciones...

El vino es el vehículo que nos traslada a las diferentes zonas vinícolas del mundo, partiendo desde Navarra.

Hoy, por fin, podemos dar la vuelta al mundo con la misma facilidad que giramos nuestra copa de vino.

Los bares y restaurantes de Navarra serán embajadas de las mejores zonas vinícolas del mundo. Francia, España, Italia, Chile, Argentina, Australia,

etcétera, están esperando a que los bebamos, a que los vivamos. ¿Nos acompañas? Coge tu copa, que empieza el viaje. ¡Chin Chin!

Travelwine nace como un evento intemporal, programado para que esté presente en los establecimientos durante un tiempo indefinido de manera que forme parte de su oferta diaria, lo que permitirá mejorar el nivel enológico de bares-restaurantes y ampliar el conocimiento de los vinos del mundo.

Cada establecimiento participante ofertará por copas, un mínimo de tres vinos de alta calidad, siendo uno de ellos de Navarra, otro de España y otro de procedencia mundial, permitiendo el Coravin mantenerlo sin estropearse.

Coravin es el único sistema de preservación de vino que permite servir una sola copa sin necesidad de descorchar la botella, garantizando que el vino restante seguirá estando en perfecto estado hasta que se sirva la siguiente copa, ya sea en uno o dos días, una semana o meses.

## ASHAL renueva su convenio con Datagestión

Que todos los socios de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería (ASHAL) tengan sus empresas adaptadas a la normativa de protección de datos en este año 2020 es el objetivo que se ha propuesto la patronal hostelera. Para ello, su presidente, Diego García, acaba de renovar convenio con Datagestión, una consultora especializada en este tema, a través de su director, Jesús Medina.

"Aunque nuestra relación con esta consultora no es nueva, sí lo es el compromiso que nos hemos marcado, con la renovación de nuestro acuerdo, para dar un impulso y que todos los hosteleros de Almería tengan al día sus negocios en materia de protección de datos", ha explicado Diego García. Datagestión, por su parte, ofrecerá condiciones ventajosas a los socios de ASHAL para que puedan llevar a cabo los cambios necesarios y adaptarse con garantías a la normativa.

Por otro lado, y gracias al convenio reseñado para ofrecer servicios a sus aso-

ciados en las mejores condiciones de mercado, próximamente se va a desarrollar una actividad a cargo de Consultores de Gestión (Cogesa) sobre IRPH. Tras la sentencia del TJUE del pasado 3 de marzo, favorable a los consumidores en relación al controvertido índice, Cogesa va a ofrecer al sector hostelero pero también a los

almerienses en general, ya que está abierto al público, un acto en el que el abogado de esta consultora, José Luis Montoya Fernández, analizará los pormenores de la misma así como su previsible aplicación práctica en nuestros tribunales en aquellas hipotecas donde aparezca este índice de referencia como principal. Los asistentes tendrán la oportunidad

de realizar un análisis gratuito de escrituras para saber si están afectados o no, y recordándonos que se puede reclamar dicho índice, con independencia de que anteriormente se haya reclamado la cláusula suelo u otras cláusulas abusivas, como puede ser la de gastos hipotecarios.



# 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.



## AMERICAN EXPRESS

American Express es un entidad financiera que opera en más de 150 países y con 169 años de historia.

Desde nuestros inicios, en 1850, nos hemos esforzado en encontrar nuevas formas de enriquecer las vidas de nuestros clientes, respaldarles y proporcionarles un servicio especial tanto si son grandes corporaciones como pequeñas o medianas empresas. A medida que nuestro negocio se ha transformado - del transporte de dinero por diligencia a las tarjetas de pago, y de ahí a productos y servicios digitales e innovadores - una cosa se ha mantenido constante: nuestro firme compromiso en ganarnos la lealtad de nuestros clientes en el largo plazo.

Para el sector de la hostelería, aceptar American Express supone abrir las puertas de su negocio a clientes particulares y de empresa, tanto españoles como internacionales, con un alto poder adquisitivo y tremendamente fieles al uso de la Tarjeta.

En definitiva esperamos que nuestros productos y servicios diferenciales le ayuden a hacer crecer su negocio y conseguir sus metas.



## 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.



## CAMPOFRÍO SMART SOLUTIONS

Campofrío Smart Solutions tiene como objetivo cubrir las necesidades de todos los segmentos de la hostelería (Ocio, Restauración, Hotelería, Colectividades) ofreciendo el mejor servicio a sus clientes. Para conseguirlo, desarrollamos productos adecuados para cada ocasión de consumo fuera del hogar, y ayudar al hostelero a cubrir las necesidades de sus clientes. Además, tratamos de construir experiencias con nuestras marcas (Campofrío, Oscar Mayer, Navidul, Pizzella&Go,...), con el objetivo de generar más valor para tu negocio.

Tratamos de destacar por nuestro esfuerzo por mejorar sus relaciones con los clientes, para garantizar el mejor servicio. Contacto: [hosteleria@campofrionfg.com](mailto:hosteleria@campofrionfg.com) [www.campofriosolucionesdehosteleria.es](http://www.campofriosolucionesdehosteleria.es) Teléfono : 902 077 000



## DIRECTO

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

Dyrecto es la empresa LIDER en obtención de fondos FEDER para proyectos TURISTICOS, tanto de nueva construcción, como de modernización o ampliación de un establecimiento ya existente. Gracias a nuestra amplia experiencia ayudamos a nuestros clientes a definir e implantar la mejor estrategia para sus inversiones desde el punto de vista de las subvenciones, siendo Nuestro OBJETIVO garantizar el MAXIMO de subvenciones minimizando los riesgos.

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



## ESCUELA PROFESIONAL DE HOSTELERIA DE JEREZ

Centro fundado en 1995, aún en sus aulas el "saber hacer" que otorgan los

años de experiencia en formación, aval de los miles de profesionales posgraduados formados en este centro, con la metodología didáctica, basada en contacto con el mundo empresarial desde el primer día.

Contamos con aulas magistrales de cocina y cata, las cuales están a disposición de empresas, asociaciones, fundaciones, etc. para la organización de actividades y eventos. Además pueden informarse de nuestra amplia oferta de cursos monográficos. La Escuela de Hostelería de Jerez se ha convertido en un referente de calidad en la realidad andaluza. Teléfono: 956 03 50 50



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



## INTERMUNDIAL

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

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



## LITTIIUM BY KAOS

Littium by Kaos es una marca de bicicletas eléctricas que crea diferencia por tener su propio equipo I+D+I y por haber creado un sistema de control propio llamado DAO® (diferencial automático de onda). La empresa, situada en Vizcaya, nació

hace tres años de la unión de dos empresas, por un lado, LITTIUM (dedicada al diseño y desarrollo) y por otro, KAOS ENTERTAINMENT (fabricante y distribuidor tecnológico), que cuenta con más de treinta años de trayectoria en el mercado de las nuevas tecnologías. Su objetivo es ofrecer un producto acabado, de alta gama, con un precio competitivo para el mercado actual.  
www.littiumbykaos.com

## LUMELCO

### LUMELCO

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

## ONNERA CONTRACT

### ONNERA CONTRACT

Somos un líder en soluciones integrales de cocinas profesionales y áreas de restauración en el sector hotelero, que se ocupa con agilidad y eficiencia de todas las fases de tu proyecto: el diseño, la ingeniería, la fabricación, la logística, la instalación, la puesta en marcha y el mantenimiento.

Un proveedor capaz de darte una respuesta global y eficiente que incluye todos los dispositivos que ne-

cesites. Un único interlocutor para tu proyecto.

Para ello, tenemos detrás nuestro a FAGOR INDUSTRIAL, fabricante de referencia en el mercado internacional.

Los proyectos integrales realizados por ONNERA CONTRACT se hospedan en decenas de hoteles de todo el mundo: desde Resorts en el Caribe o destinos vacacionales españoles, a hoteles urbanos de las principales cadenas.

ONNERA CONTRACT pertenece a ONNERA GROUP, un grupo líder en el equipamiento para la hostelería, la restauración colectiva y la lavandería, presente en las mejores cocinas e instalaciones del mundo. Tenemos oficinas comerciales y de proyectos en Oñati, Madrid, Sevilla, Valencia, Palma de Mallorca, Tenerife y Gran Canaria. También estamos en Algarve (Portugal), Cancún (México), La Habana (Cuba), Bávaro (Dominicana), Kingston (Jamaica), y Bogotá y Cartagena (Colombia).  
www.onneracontract.com



### PERELADA & CHIVITE

Perelada & Chivite es hoy un referente en el mundo vitivinícola. Con presencia en las principales denominaciones de origen, más de 450 hectáreas de viñedos en propiedad y más de 320 hectáreas de explotación controlada.

La familia Suqué Mateu, propietaria de Perelada & Chivite, busca mantener la identidad de las diversas zonas productoras, potenciando el respeto al terroir y a los paisajes donde se desarrolla la actividad vinícola de cada una de las marcas que conforman una completa colección de vinos únicos.

Nuestro compromiso con el desarrollo y la innovación nos ha posicionado como uno de los grupos vitivinícolas más importantes del país y uno de los proyectos con mayor potencial de crecimiento a nivel internacional. Entendemos el sector de la hostelería como un motor de desarrollo y cree-

mos en las sinergias para sumar calidad y valor en los distintos proyectos de colaboración.

Para más información: Larry Barroso laureano.barroso@pereladachivite.com  
Teléfono: 699 937 946



### PIKOLIN

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

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

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



### ROCKWOOL

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

El Grupo ROCKWOOL se compromete a enriquecer la vida de todas aquellas personas que entran en contacto con nuestras soluciones. La lana de roca es un material versátil que forma la base de todos nuestros negocios. Con aproximadamente 10.500 comprometidos empleados en 38 países diferentes, somos el líder mundial en soluciones de lana de roca tanto para el aislamiento de edificios y te-

chos 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 vertical. Las soluciones de movilidad urbana de Schindler transportan diariamente a mil millones de personas en todo el mundo. Tras el éxito de la compañía se encuentran los más de 60.000 empleados presentes en más de 100 países.



### TINSA

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

Más de  
**15.000**  
establecimientos

**1.800.000**  
de plazas

**51**  
Asociaciones



**CEHAT**  
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES  
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

**Representación y defensa de los intereses del sector hotelero español, promoción, innovación, financiación, calidad, seguridad...**

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español: hoteles, apartamentos turísticos, campings & resorts y balnearios. Representa más de **15.000 establecimientos** y **1.800.000 plazas** agrupadas en **51 Asociaciones** de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

[www.cehat.com](http://www.cehat.com)



# @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



Más de  
**15.000**  
establecimientos

**1.800.000**  
de plazas

**51**  
Asociaciones



## CEHAT

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES  
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

**Representación y defensa de los intereses del sector hotelero español, promoción, innovación, financiación, calidad, seguridad...**

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español: hoteles, apartamentos turísticos, campings & resorts y balnearios. Representa más de **15.000 establecimientos** y **1.800.000 plazas** agrupadas en **51 Asociaciones** de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

[www.cehat.com](http://www.cehat.com)

