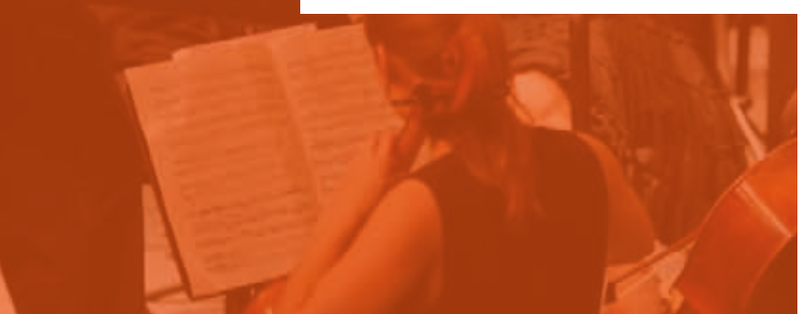
2012

Memoria Anual



iTH instituto tecnológico hotelero

ÍNDICE

Los desafíos del turismo español 05
Por Juan Molas, presidente de ITH

Arriesgar para ganar 06
Por Jesús Gatell, vicepresidente de ITH

Aprendiendo de la adversidad 07
Por Ramón Estalella, secretario general de ITH

En movimiento constante 08
Por Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH

Ocho años de historia 11

Líneas estratégicas ITH: Informe de Actividades

Tecnologías TIC 16
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

Sostenibilidad y Eficiencia Energética 34
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

Operaciones Hoteleras 56
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

Innovación 80
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

ITH en los medios 116

Who is Who: Junta Directiva ITH 122

Nuestros Socios 126

El Equipo ITH 128

¿Crisis?

No, cambio de era.

Manuel Butler,
Director General de Turespaña

Los desafíos del turismo español

Muchos son los desafíos que el sector hotelero y turístico, uno de los principales motores económicos de España, debe hacer frente. Está claro que el turismo ha dejado de ser política de estado. La preocupación del Gobierno por la reducción del déficit olvida el peso específico del sector turístico en la economía española, que es la industria que crea más empleo. Si bien es fácil entender la necesidad actual de control del gasto, es prudente recordar que estas medidas de ahorro deben responder a una lógica económica y que no pueden afectar la capacidad del sector hotelero /turístico de competir con destinos cada día más atractivos.

El 2012 no fue un buen año para el turismo. Este es un hecho que reconocen todos los profesionales del sector. Sin embargo, entre las autoridades se ha extendido la creencia de que el turismo puede soportar cualquier adversidad: subidas de impuestos, recortes indiscriminados y ausencia de inversión. Mucho se ha hablado del aumento de la entrada de visitantes internacionales, sin embargo, es el mercado interno, que supone la mitad de la actividad turística en algunas zonas y en otras representa el cien por cien de la misma, el que presenta cifras muy preocupantes.

La inversión en promoción turística se ha desplomado un 72% en tan sólo tres años. No podemos dejar a Turespaña sin recursos suficientes para posicionar España en un mercado cada vez más competitivo y global. Por el contrario, cada año nuestros competidores realizan un mayor esfuerzo en promoción y en reforzar su marca.

Además, el recorte del 24,5% a la partida presupuestaria en Turismo anunciado por el ministro José Manuel Soria pone en jaque el Plan Nacional e Integral de Turismo, clave para la necesaria regeneración de la oferta turística. Debemos tomar conciencia de que el sector turístico necesita reinventarse constantemente y que la clásica fórmula de "sol y playa" ya no es suficiente para atraer turistas.

Por otro lado, subir las tasas aeroportuarias y aumentar el IVA en el momento en que la demanda interna cae es una combinación temeraria. Por último, la reducción de la inversión pública en el programa del IMSERSO resulta paradójica, ya que se trata de un programa que es considerado uno de los más rentables para el estado por su efecto de retorno inmediato.

Sólo la implicación conjunta del sector público y del privado, con una mirada constructiva y a largo plazo, puede reforzar el posicionamiento y la competitividad de España como destino

turístico. Los que estamos en el sector privado debemos concentrarnos en regenerar nuestra oferta para hacerla aún más atractiva, al tiempo que continuamos con las políticas de revisión de costes, reducción de estructuras innecesarias, innovación en servicios y formación del personal que distinguen la oferta turística española de la de muchos de nuestros competidores. De hecho, los hoteleros han hecho un gran esfuerzo invirtiendo en nuevas instalaciones, adaptándose a las nuevas tecnologías y soportando incidencias ajenas al sector con el firme propósito de ser más competitivos en relación a una cada vez mayor competencia, y en este sentido, el papel del Instituto Tecnológico Hotelero a favor de los intereses del sector es fundamental.

Es momento de que tanto el sector público y como el privado apostemos, sin matices, por la innovación y por consolidar un mercado único europeo, lo que se convertirán en ventajas que potenciarán la marca España y atraerán al turismo internacional. Está en manos de todos, empresarios y autoridades, corregir el camino.

Trabajar unidos es el paso necesario para superar los múltiples desafíos a los se enfrenta el sector turístico español.

Juan Molas
Presidente
ITH

Arriesgar para ganar

Recuerdo muy bien la creación del Instituto Tecnológico Hotelero, ITH, por parte de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, nuestra querida CEHAT. José Guillermo Díaz Montañés, nuestro primer Presidente, hombre inquieto e innovador, creyó necesario y oportuno la creación del Instituto, bien arropado y apoyado por nuestro Secretario General, Ramón Estalella.

No sería justo olvidar a la Comunidad de Madrid, cuya Presidenta en aquel entonces, Esperanza Aguirre y, Antonio Nieto, Director General de Turismo, apoyaron con generosidad y valentía el proyecto. Han pasado ya nueve años desde aquellos ilusionantes primeros pasos. Hoy el ITH es una feliz y sólida realidad, nuestro actual Presidente, Juan Molas mantiene el interés y liderazgo, involucrándose en la labor de hacer realidad, cada día, este proyecto que con profesionalidad, compromiso y acierto lidera Alvaro Carrillo de Albornoz, nuestro Director General, con el trabajo de un magnífico equipo de personas que suman a su juventud gran capacitación profesional, haciendo que actitud y aptitud brillen con excelencia.

Con estas líneas pretendo acercar la feliz realidad del ITH a los empresarios y profesionales a los que tiene por objetivo servir. Si, nos gusta servir, nos gusta ser útiles en momentos como los actuales en los que necesitamos respuestas y soluciones a situaciones difíciles y complejas. No lo dude, infórmese, acérquese al ITH; hallará un gran equipo dispuesto a ayudarle.

Kemmons Wilson, fundador de la cadena Holiday-Inn aseguraba: *"Hay dos maneras de alcanzar la cima de un roble. Una manera es sentarse sobre una bellota y esperar. La otra es escalarlo. Una persona ha de arriesgarse para conseguir algo"*. Claro que sentarse y esperar es lo más seguro y sobre todo lo más cómodo. Hoy ya no podemos esperar. La Sociedad de la Nueva Economía, de la Información, no espera a nadie y menos en un cambio de modelo como el que nos ha tocado vivir. Escalar las ramas tiene riesgos, la esencia de nuestras empresas es el riesgo, esfuerzo, trabajo y capacidad de decisión. Todo ello con la I+D+i que el ITH lleva a cabo constantemente, aportando soluciones y sugerencias.

Apoyar al Instituto equivale a potenciar la sostenibilidad de la industria del alojamiento, a la que nos debemos y nos hace muy felices esforzarnos a serle útil.

Nadie ha vivido en el mañana, el pasado ya no existe, sólo trabajando e innovando en el hoy podemos esperar un mañana mejor, esperanzados por haber hecho hoy todo lo necesario según nuestro leal saber y entender.

Jesús Gatell
Vicepresidente
ITH

Aprendiendo de la adversidad

Todos hemos oído hablar que en China, crisis y oportunidad es la misma palabra. Albert Einstein dijo en una ocasión "*la crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos, es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias*".

Estos tres años de crisis económica, que tan profundamente han afectado al sector hotelero, nos ha enseñado que no a todos les ha afectado por igual y que incluso ha habido empresas que se han fortalecido frente a otras que ven derrumbarse sus estrategias y su sostenibilidad. ¿Cuáles son las lecciones que esta crisis nos ha enseñado?

La primera, es que esta crisis ha provocado la revisión de las formas tradicionales de entender la financiación de las empresas, las estrategias comerciales y la búsqueda de nuevos mercados al fallar algunos segmentos de población que considerábamos consolidados. La segunda es que las empresas son mucho más eficientes en costes, revisando salarios y partidas de gasto que no tenían repercusión positiva en la cuenta de resultados, como los aspectos relacionados con la eficiencia energética, el agua, el equipo de mantenimiento, la ornamentación y hasta las comisiones en compras, y esto ha derivado en la concentración de esfuerzos y la externalización de servicios, en aras de la eficacia y el control de costes.

Otra lección la sacamos de la revisión profunda de la conocida frase "el turismo aguanta todo". A pesar de ser una industria muy sólida, si queremos competir globalmente debemos modernizar las formas de gestión y los productos turísticos.

También hemos visto cómo la crisis inmobiliaria ha corregido zonas de oferta saturada y/o en nichos de mercado cuya capacidad era desproporcionada para la realidad del mercado. Y esto está relacionado con otra lección: el valor de los hoteles y las empresas hoteleras ya no depende tanto del inmueble y su coste de construcción, sino de su capacidad de generación de ingresos y la rentabilidad a medio plazo, lo que ha provocado un esfuerzo en la mejora de la rentabilidad vía elección de los diferentes canales de comercialización e inversiones bien planificadas atendiendo a la previsión de generación de GOP.

Es importante destacar, además, que muchos hoteles están obteniendo ingresos fuera del simple servicio de alojamiento y restauración, y se están explorando nuevas vías de ingresos cruzados que antes no se planteaban. Asimismo, el interés creciente en políticas de *yield management* y gestión alternativa de modelos obsoletos de ingresos que al final sólo produce costes, hacen que con menos ocupación o precio medio, seamos más rentables que antes con un mayor número de pernoctaciones.

Podríamos analizar muchas más ventajas de la crisis, pero es el momento de seguir apostando por esta industria; y no nos queda más remedio que superarnos, innovar y diferenciarnos. Muchas nuevas oportunidades, nos han obligado a pensar, y es el momento de seguir trabajando duro, pero a lo mejor, de otra forma.

Como diría el gran Henry Ford: "*cuando todo parece estar en tu contra, recuerda que para levantarse, los aviones necesitan ir en contra del viento y no a favor de éste*".

Ramón Estalella
Secretario General
ITH

En movimiento constante

Ocho años han pasado, vertiginosamente, como una película que avanza a toda velocidad: y en el Instituto Tecnológico Hotelero seguimos creciendo. Este ha sido el año más internacional de ITH: nuestro nombre ha viajado por foros, reuniones, encuentros y ferias de Bruselas, Milán, Copenhague, Lisboa, Buenos Aires, Bogotá..; y todo ello, sin descuidar las necesidades de los hoteles españoles, que han tenido que navegar en aguas turbulentas.

Crisis, recesión, competencia, clientes cambiantes, múltiples canales de distribución y, sobre todo… las tecnologías, que complican aún más la actual situación de esta industria. Todos estos factores han sido y seguirán siendo determinantes en nuestra industria, y si pensamos que no hacer nada es una opción, podemos tener la certeza de que nos estamos equivocando. Debemos ser guionistas de nuestra propia historia.

Ahora es cuando tenemos que sacar lo mejor de nosotros mismos, de nuestros equipos, colaboradores y empleados y, sobre todo, reflexionar sobre cómo competir, ya no nos basta ser buenos en nuestro negocio, tenemos que ser mejores que el de al lado, que está a golpe de click y en cualquier parte del mundo; sobre dónde competir, y la estrategia es muy clara, hay que hacer algo distinto a lo que hacen los demás, apostando por la innovación para conseguir mejores resultados que la competencias.

Y, ¿cuáles son las alternativas? Pues crecer o correr. Crecer significa apostar por una estrategia de volumen, y hay muchas compañías y grandes grupos turísticos globales que tienen ventajas competitivas por su tamaño y escala, frente a los que los pequeños empresarios no pueden competir directamente. Correr significa diferenciarse; buscar en un océano azul de oportunidades y nichos de mercado, y especializarse en ese segmento, en ese producto, para satisfacer sus necesidades por los canales adecuados de manera eficiente. Combinar estas dos estrategias suele ser complicado; lo interesante es poder tomar las decisiones adecuadas, ya que las dos son perfectamente válidas, pero hay que ser consciente de los recursos con los que contamos para ponerlas en marcha.

En ITH seguimos diseñando estrategias y ofreciendo estos recursos que pueden ayudar a los hoteles españoles a correr y a crecer en esta carrera hacia la competitividad. En 2012, hemos afianzado nuestra posición en el sector turístico español, desarrollando proyectos, organizando jornadas y talleres, y asistiendo a foros clave de la industria en toda la geografía española; hemos sumado nuevos socios, nacionales e internacionales, entre los que se encuentran pymes hoteleras, cadenas de prestigio, empresas de tecnología y centros de investigación españoles, y multinacionales líderes en sus negocios; y hemos dado los primeros y firmes pasos fuera de las fronteras españolas.

Nuestras iniciativas de divulgación en materia de turismo, tecnología, sostenibilidad y gestión hotelera han dado un salto cualitativo; así, nuestros Fiturtech y FiturGreen se han convertido en citas ineludibles para la industria, que continúa el debate, a lo largo del año, en las Jornadas sobre Tecnologías de la Información y la Comunicación, y sobre Eficiencia Energética y Sostenibilidad, que se celebran en distintas capitales españolas.

Pero nuestra gran aportación ha sido contribuir al debate en torno a las grandes preocupaciones del sector, proponiendo soluciones en forma de proyectos tangibles y de largo recorrido. Los usos y necesidades tecnológicas asociadas a la distribución y a la intermediación, piedras de toque del turismo de nuestro tiempo, están siendo resueltos en el proyecto europeo TOURISMlink; mientras que la preocupación por una industria hotelera y turística más sostenible encontrará soluciones concretas en el Canal de Sostenibilidad y la herramienta de autodiagnóstico del Portal Intelitur. Y como para innovar es fundamental contar con el conocimiento aplicado a las prioridades del sector, seguimos construyendo y mejorando la Plataforma Thinktur.

No olvidemos que abrazar la innovación como filosofía de gestión es aceptar el cambio y la evolución como manera de afrontar la realidad y dar servicio a los clientes. Significa pasar de la imagen estática al movimiento constante. Pero, sobre todo, supone asumir el papel protagonista de esta película que estamos escribiendo todos juntos. ¿crisis, qué crisis? Este es el presente, esta es la realidad. Como decía Steve Jobs, lo único más peligroso que innovar, …es no innovar.

Álvaro Carrillo de Albornoz
Director General
ITH

El modelo económico y de comunicación está cambiando, por ello la tecnología aplicada al sector turístico es más imprescindible que nunca, y no debemos olvidar que ésta evoluciona y envejece, por lo tanto la innovación ha de ser continua. El factor emocional implementado a la tecnología e innovación decidirá el éxito de las compañías del S. XXI.

Alejandro Rodríguez
Director Comercial
*Hotel Bécquer*****

iTH

Ocho años de historia

Más innovación, más competividad

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) es un centro de innovación para el sector hotelero y turístico, cuya misión es mejorar la competitividad del sector, mediante la innovación y la tecnología.

- ITH es una asociación privada sin ánimo de lucro, fundada en 2004, con sede en Madrid y de ámbito nacional; adscrita a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), patronal española del sector hotelero que representa a todo el sector del alojamiento español (tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras, apartamentos turísticos, balnearios, campings y resorts), en el que se incluyen más de 14.000 establecimientos y 1.800.000 plazas, agrupadas en 64 asociaciones de ámbito nacional, provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.
- ITH promueve la innovación mediante el uso de nuevas tecnologías y sistemas de gestión, y facilita el acceso a herramientas de última generación a través de actividades de difusión, formación y proyectos, que mejoran la rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas a la industria hotelera y turística.
- ITH trabaja para y por los intereses de los hoteleros, buscando soluciones prácticas y sencillas que optimicen su gestión en el ámbito medioambiental y de eficiencia energética, TIC y operaciones; y ofreciendo información cualificada que permita al sector ampliar su conocimiento del mercado turístico.

El Instituto Tecnológico Hotelero trabaja en cuatro líneas estratégicas: **Tecnologías TIC, Operaciones Hotel, Sostenibilidad e Innovación**.

¿Cómo trabajamos?

Gestionando conocimiento

Difusión de mejores prácticas: la labor de divulgación a través de diversos canales (entidades y asociaciones sectoriales, instituciones publicas, etc.),es una de las prioridades de ITH como centro de innovación para el sector hotelero.

Benchmarking: en ITH investigamos como se está innovando no solo en la hotelería mundial, sino en otros sectores económicos relevantes; y analizamos cómo trasladar las nuevas prácticas y herramientas para mejorar la competitividad del sector.

Cambio cultural hacia la innovación: innovar requiere el compromiso de todo el equipo de una compañía; por eso, desde ITH ayudamos al sector hotelero a entender cómo incorporar la innovación como parte fundamental de la filosofía y la gestión, y a convertirla en beneficios para su empresa.

Estudios sectoriales: contar con información cualificada sobre tendencias, nuevas herramientas y tecnologías y conocer cuáles son sus posibilidades y ventajas permite tomar decisiones estratégicas. Para ITH, la inteligencia de mercado es el primer paso hacia la innovación, y por eso, desarrollamos informes y estudios que analizan las claves de la innovación en el sector hotelero.

Jornadas, talleres, eventos y formación: a través de eventos sectoriales, jornadas y talleres de formación, damos a conocer las herramientas para innovar en diversas áreas operativas y de gestión hotelera.

Medios de comunicación generales y especializados: la prensa tradicional y los nuevos medios informativos online son piezas fundamentales que completan el ciclo de la tarea de divulgación del sector, apoyando los resultados y amplificando el impacto de las actividades que organizamos y en las que participamos.

Desarrollando Proyectos Innovadores

Transferencia tecnológica: para innovar es necesario contar con las herramientas adecuadas y las tecnologías más avanzadas; en ITH establecemos acuerdos de colaboración que permiten acceder a los equipos y sistemas de gestión más avanzados en condiciones favorables.

Apoyo a la innovación en pymes: a través de líneas de financiación, subvenciones y programas de apoyo a la innovación y proyectos de transferencia tecnológica, que ayudan a superar los mayores obstáculos para la innovación en las pequeñas y medianas empresas; la financiación y el acceso a la información.

Productos ITH: el equipo de profesionales y expertos en gestión hotelera y turística de ITH ha diseñado y puesto en marcha soluciones tecnológicas en algunas de las principales prioridades de los hoteleros españoles, en materia de eficiencia energética, marketing 2.0, promoción y comercialización.

Proyectos Piloto: gracias a nuestros pilotos, los hoteles españoles pueden probar equipos y sistemas de gestión y control de última generación; y las empresas tecnológicas puede conocer la eficacia de sus herramientas, probándolas en escenarios de negocio reales en el sector turístico y hotelero.

Grandes proyectos a nivel nacional (Thinktur, Intelitur) e internacional (TOURISMlink): ITH es pionero en el desarrollo de grandes proyectos de I+D+i para el sector turístico y hotelero en España, y ha apostado firmemente por diseñar y poner en marcha plataformas de innovación, sistemas de gestión y de distribución que optimizarán los resultados empresariales del sector.

Comunidad de la Innovación Hotelera: todas las acciones ligadas a la labor de ITH como centro de innovación para el sector turístico y hotelero tienen como finalidad última estrechar los lazos de la industria turística en torno a la competitividad como filosofía de crecimiento, para fortalecer la imagen del sector dentro y fuera de nuestras fronteras.

Soluciones Sencillas a cuestiones importantes

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) es un catalizador tecnológico para el sector hotelero, difundimos las mejores prácticas tecnológicas, lideramos proyectos de I+D+i y promovemos la cooperación empresarial a nivel nacional e internacional.

- ITH organiza, en colaboración con Fitur, Fiturtech, el foro más importante de tecnología y turismo en España; y FiturGreen, foro de sostenibilidad y turismo
- ITH lidera el área de Sostenibilidad de Intelitur, proyecto del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, y define y diseña un modelo de eficiencia energética para instalaciones turísticas
- ITH dirige y es miembro fundador de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur, y coordina los grupos de trabajo de Alojamiento y Sostenibilidad
- ITH lidera el área tecnológica del consorcio europeo, que desarrolla TOURISMlink, el estándar europeo de distribución online turística
- ITH ha organizado durante cuatro años las Jornadas de Sensibilización sobre Innovación en Turismo, con Turespaña-SEGITTUR en toda España

ITH en cifras

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), centro de innovación para el sector hotelero y turístico, tiene como objetivo fomentar la cultura tecnológica y la innovación del sector e incrementar su competitividad.

- ITH ha puesto en marcha cerca de 50 proyectos piloto en diversas áreas relacionadas con la innovación tecnológica, nuevas estrategias de marketing y eficiencia energética
- ITH ha firmado 40 convenios marco y 51 específicos, ha desarrollado 6 grandes proyectos y 6 productos propios, ha organizado más de 400 eventos sectoriales y ha elaborado más de 20 estudios sobre tecnología y sostenibilidad en turismo
- ITH, como brazo tecnológico de CEHAT, trabaja con una extensa red asociativa de 14.000 establecimientos hoteleros, 64 asociaciones hoteleras existentes en España, y 200.000 profesionales del sector turístico

2004

Fundación

El 22 de septiembre de **2004, se funda el Instituto Tecnológico Hotelero** (ITH)

2005

ITH y Catar firman un convenio para poner en marcha un proyecto que estudia cómo innovar, disminuir costes y flexibilizar los procesos en el área de restauración (5ª Gama)

2006

ITH elabora, en colaboración con la **Fundación COTEC**, el informe sectorial sobre **Innovación en las Empresas en el Sector Hotelero**

ITH, en colaboración con AMETIC, ponen en marcha la **Red Tecnológica Redhotech,** destinada a impulsar y difundir el I+D+i y la incorporación de tecnologías en el sector hotelero español

2007

Fiturtech, Foro de Innovación y Tecnología Hotelera, organizado por FITUR e ITH, celebra su **primera edición en 2007**, y es ya el principal encuentro profesional de innovación, tecnología y turismo de España. Lleva ya seis ediciones ininterrumpidas.

ITH y CEHAT desarrollan para el Gobierno de Canarias Benchotelmark Canarias, proyecto de evaluación técnica de la gestión energética de los hoteles canarios

ITH y el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) ejecutan un estudio sobre las aplicaciones de la **Ingeniería Emocional para comunicar la oferta hotelera**

2008

A través del **Plan de Inmersión, Diagnóstico y Promoción de la Accesibilidad Turística de la Comunidad de Madrid** (PAT Madrid), ITH, en colaboración con Acces Turismo, diseñó un **Mapa de Turismo Accesible,** disponible también online

Tras firmar un convenio de colaboración con el Instituto Valenciano de Turisme, **ITH e INVAT·TUR** desarrollaron **Travel Open Apps**, una herramienta de distribución y comercialización de la oferta turística a través de múltiples canales, que será la **base de P.ICT.URISM-TOURISMlink**

ITH, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) y Environ Ibérica, desarrollan, en el marco de un convenio con la **Comunidad de Madrid** (CAM), el proyecto **Benchotelmark Madrid**, que evalúa la gestión energética de los hoteles de Madrid y establece comparativas entre los establecimientos

2009

Canaltur, iniciativa de ITH y Canal Empresarial, es una plataforma de *e-learning*, dirigida a las pymes turísticas, enfocada a la innovación, la tecnología y sus aplicaciones en el turismo.

ITH, en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de SEGITTUR, celebra las **Jornadas de Sensibilización en materia de Innovación Turística**, que han tenido lugar en varias ciudades españolas en 2008, 2009 y 2011

ITH elabora, desde 2009, la sección dedicada al sector hotelero del **Informe ePyme**, que edita Fundetec en colaboración con la **DGPYME (Ministerio de Industria, Energía y Turismo)**

CIATESA se incorpora a **ITH** y se pone en marcha un piloto sobre ACS y climatización eficiente

TÜV Rheinland se incorpora a **ITH** y lanzan un proyecto piloto para optimizar los consumos energéticos en hoteles españoles

ITH y AEHM ponen en marcha el proyecto **Hotels Quality**, para medir la satisfacción del cliente y el rendimiento hotelero

ITH asume la dirección de la Plataforma Tecnológica del Turismo THINK·TUR, que agrupa a todos los agentes sectoriales, científicos y tecnológicos involucrados en la cadena de valor del sector turístico, y que supone un paso más en el proyecto RedHotech

Innova Net Group e ITH diseñan Hotel Game, un simulador de toma de decisiones para gestionar el negocio electrónico del sector hotelero; proyecto apoyado por el Plan Avanza, la Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y el Plan Turismo 2020

Proyecto

Difusión

Un repaso a la historia de ITH

2010

2011

2012

Buderus-Robert Bosch se suma a **ITH** e inicia el proyecto piloto sobre sistemas de calefacción y ACS eficientes

ITH participa como ponente en la conferencia **Turismo Compite**, de la mano de Cotelco (Colombia), y organizó los talleres sobre competitividad turística

Se inician los trabajos del proyecto **Intelitur, herramienta de eficiencia energética para hoteles**, que cuenta con un sistema de apoyo tutorizado para mejorar la eficiencia energética

ITH organiza las **Jornadas de Sostenibilidad y Eficiencia Energética en el Sector Hotelero**, patrocinadas por **IDAE, Gas Natural, Buderus, TÜV Rheinland y Schneider Electric**, que se celebran ininterrumpidamente desde 2009

Firma del acuerdo de colaboración con Schneider Electric y lanzamiento del piloto sobre Desarrollo de Servicios de Ahorros Energéticos Garantizados

Gas Natural Fenosa firma un convenio con ITH para desarrollar un piloto sobre Bombas de Calor de Geotermia y Microcogeneración

ITH y **Repsol** firman un convenio para desarrollar un piloto sobre Bombas de Calor y Microcogeneracion a Propano

ITH firma un convenio con la firma **Neinver**, y lanza un proyecto piloto, pionero en España, para introducir el **Facility Management Hotelero** en nuestro país

Desarrollo del proyecto de armonización de normativas hoteleras en UE, **Hotel Stars Union**, con **Magma Turismo**

Las Jornadas sobre la Influencia de la Tecnología en los Siete Procesos de Un Viaje, organizadas con TripAdvisor, Transhotel, Vicomtech, Tecnalia y Sa Nostra, celebran su segunda edición

ITH lidera el área tecnológica del consorcio europeo P.ICT.URISM (Platform on ICT for Tourism) para desarrollar **TOURISMlink**, el estándar europeo en sistemas de distribución turística B2B; en el que participan las patronales europeas ECTAA y HOTREC, y otras entidades de primer nivel.

Microsoft se convierte en socio tecnológico de ITH

ITH desarrolla el piloto **Gestión Documental Sin Papeles eDocAssistant**, con **Artiem Fresh People Hotels**, financiado por el programa de Agrupaciones Empresariales Innovadoras Turísticas (AEIs)

MICROS Fidelio se incorpora a ITH para desarrollar un piloto destinado a implantar PMS avanzados para pymes

ITH organiza, por primera vez, con Fitur, el foro de turismo y sostenibilidad FiturGreen

ITH concluye el desarrollo tecnológico e inicia la puesta en marcha del Canal de Sostenibilidad de la plataforma Intelitur

Las nuevas tecnologías han puesto, ahora más que nunca, la reputación hotelera en manos de sus clientes. Para un hotel, gestionar su reputación online es controlar su marca, es know how, *es mejorar en posicionamiento y obtener un mayor número de reservas. En un mundo online, cada vez más móvil, trabajar en la reputación 2.0 aporta valor y supone una ventaja clara frente a la competencia.*

Jordi Franquesa
Sales Manager Iberia
TrustYou

TIC

La revolución de las nuevas tecnologías

El sector turístico y más concretamente el sector hotelero se enfrenta a retos muy importantes en los próximos años. Retos que determinarán su capacidad de competir en un entorno global y de hacerlo de forma rentable y sostenible. La tecnología ha jugado en los últimos años, (y lo seguirá haciendo) un papel fundamental en la capacidad del sector para afrontar estos retos con éxito.

Quizás el cambio más importante a tener en cuenta sea que el catalizador de toda esta innovación es el cliente. La tecnología, como decíamos, es una herramienta muy potente para el sector, pero también los clientes la utilizan como nunca antes lo habían hecho. Los clientes son ya completamente "digitales". Usan el móvil como apoyo en sus decisiones de compra, han aumentado drásticamente el consumo de vídeo, comparten, buscan, valoran y se quejan en redes sociales, etc. En Telefónica lo explicamos diciendo que los clientes se han convertido en "usuarios". Los usuarios son diferentes a los clientes. Siguen siendo consumidores, pero son más frugales y selectivos, más desconfiados y por lo tanto menos fieles, y en general más dictadores. Este cambio en el cliente provoca que tengamos que cambiar nuestros modelos de relación con ellos.

Un ejemplo claro es el patrón de compra de los consumidores americanos en la última campaña de Navidad. El 75% de los consumidores, consultó internet antes de realizar sus compras navideñas, de estos el 50% lo hizo también en su móvil estando en el mismo punto de venta, y finalmente, el 25% optó por no realizar la compra en el punto de venta, sino que volvió a casa para hacer la compra online.

Estos nuevos comportamientos han transformado industrias enteras: no hace falta repasar aquí lo que le ha pasado a la industria discográfica o lo que está pasando en el sector editorial o de prensa, y está provocando cambios vertiginosos en el entorno competitivo de otros sectores. Es fascinante ver como empresas que no existían hace cinco años, consiguen cuotas de mercado tremendas en muy poco tiempo. El iPhone tenía un 1% del mercado hace cinco años, y Android no existía. También tenemos algún ejemplo de ello mucha más cerca de nuestro sector… ¿Quién hubiera pensado que una empresa como airbnb.com sería la mayor empresa del sector por número de pernoctaciones, en tan sólo cuatro años de funcionamiento y creciendo a ritmos del 200% anuales?

En este nuevo entorno, ganarán las empresas rápidas, eficientes, que sepan gestionar los nuevos canales de relación como las redes sociales y la movilidad, y que sean excelentes en el uso y explotación de la información que tengan a su alcance.

El sector hotelero dispone de soluciones y servicios que le permitirán hacerlo. Centros de contacto multicanal y con gestión integrada de redes sociales, soluciones de Big Data, para maximizar el uso de la información propia y de terceros, tecnologías para la gestión de contenidos mutiplataforma, desarrollo de canales de vídeo, soluciones innovadoras de WiFi en entornos hoteleros, etc.; que son parte de nuestro *expertise*.

Nuestra relación con el ITH es una oportunidad, no sólo para trabajar juntos en alinear nuestras capacidades y todo lo que podemos ofrecer, con las necesidades del sector; sino también de contar con plataformas de comunicación como Fiturtech para ponerlas en valor. Su labor como catalizador de la innovación y el desarrollo tecnológico del sector hotelero, nos parece crucial tanto para los propios hoteleros, como para proveedores como Telefónica, que apuestan decididamente por la industria.

Pere Ripoll
Business Development Manager
Telefónica

Diferenciación y segmentación para el turismo que viene

Fiturtech 2012 cierra su sexta edición con récord de visitas

Fiturtech 2012, organizado por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Fitur, cerró su sexta edición celebrando un éxito rotundo, que le convierte en el foro de referencia sobre turismo y tecnología. Más de 3.500 expertos y empresarios nacionales e internacionales participaron en la sexta edición, interesados en sacar el mayor provecho de las nuevas tecnologías y tendencias de marketing y gestión para sus negocios turísticos, a través de casos prácticos, benchmarking y análisis del mercado.

Los ponentes coincidieron en resaltar el papel central de las nuevas tecnologías, las redes sociales y la web 2.0 como herramientas de gestión en las empresas turísticas, e insistieron en la necesidad de que las pymes del sector aprovechen su potencial para captar clientes y desintermediar el proceso de venta, y así, lograr mayores beneficios. La innovación, que para todos los asistentes es una necesidad acuciante de la que ningún empresario turístico se puede sustraer, no se limita sólo a la tecnología, sino que también afecta al diseño de productos y servicios, al branding y a la comercialización.

La apertura corrió a cargo del prestigioso consultor y conferenciante internacional, Emilio Duró, quien disertó sobre el importante rol del pensamiento positivo y optimista en la gestión empresarial, especialmente en tiempos de crisis. La conferencia de Duró dio paso a la mesa redonda "Be different en comercialización", en la que participaron Penélope los Arcos, senior account manager de Google España; Juan P. Juliá, presidente de la cadena hotelera Axel Hotels; Pedro Jareño, responsable de Comunicación de MiNube.com; Isabel Llorens, socia fundadora de Rusticae, The Good Life Company y Santiago Franco, socio de Innovación y Nuevas Tecnologías de PwC. En esta mesa las nuevas tecnologías y su potencial comercial fueron el tema central.

Los Arcos dijo que "los smartphones ya no son la eterna promesa, sino una realidad", y vaticinó que, en uno o dos años, se incrementará el tráfico en internet desde estos dispositivos en España. Pedro Jareño recomendó aportar información de valor para los clientes y viajeros a través de estos canales y agregó que las empresas turísticas no sólo venden productos, sino también destinos y experiencias, que deben completarse con información de valor que atraiga y fidelice a los clientes.

Por su parte, Isabel Llorens insistió en que la proliferación de firmas y sitios webs de descuentos y cupones está "destruyendo el posicionamiento de hoteles más pequeños", por lo que una diferenciación de producto clara es la clave para superar este fenómeno. Este posicionamiento inequívoco es parte de la estrategia comercial de la cadena Axel Hotels, que ha intentado adaptarse al público de la cadena, el turista LGTB, que es un *heavy user* de internet y las redes sociales. Finalmente, Santiago Franco, recordó que internet es una oportunidad en la medida en la que "anticipa y prolonga" el contacto con el cliente, permite obtener mayores márgenes y reducir la intermediación.

De izq. a der.: Emilio Duró; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, José G. Díaz-Montañés, presidente de Artiem Fresh People Hotels; y Ramón Estalella, secretario general de ITH.

En la primera sesión de la tarde se organizó un taller de distribución y comercialización, en el que Ana Cortés, directora de la División de Hoteles de MICROS Fidelio, señaló que es necesario automatizar los procesos, simplificar la gestión y consolidar los datos para que se conviertan en información útil para el diseño de la estrategia comercial. Fernando Vives, Corporate Director de Revenue Management de Melia Hotels International, subrayó la importancia de contar con una estrategia integrada de tarifas, que descanse en la figura de Revenue Manager, y que "preserve la integridad de la marca, a través de una política de precios coherente".

Andy Stalman, consultor de marketing turístico de Cato Partners, abrió la segunda jornada de Fiturtech, centrada en la diferenciación de producto. Según Stalman "la proyección de España como marca turística debe alinearse con la visión global de la marca del país, apostando por mensajes vinculados a la cultura, la gastronomía, el deporte, la naturaleza"; sin embargo, "todavía no se han obtenido resultados en esta línea porque las iniciativas que surgen no están coordinadas", lo que deriva en contradicciones en los mensajes.

La fuerza de la marca y la identificación con el producto turístico fue el tema que varias cadenas hoteleras abordaron en la mesa redonda "La Innovación en productos y servicios", en la que participaron Javier Matas, Chief Organization & Technology Officer NH Hotels; Juan P. Juliá, Presidente de Axel Hotels; Abel Matutes Prats, director general de Fiesta Hotel Group; y Lourdes Ripoll, Senior Vicepresident of Strategic Planning de Melia Hotels International. Matas afirmó que "la tecnología tiene un importante papel en la renovación de los hoteles" y, para Abel Matutes en una cadena con productos muy heterogéneos, basar la estrategia comercial en una sola marca es difícil, especialmente para captar nichos de mercado. En este sentido, Lourdes Ripoll señaló que "una estrategia de posicionamiento diferencial por segmentos de mercado garantiza la evolución de cada una de las marcas".

Tras esta mesa redonda, el Instituto de Empresa (IE) presentó proyectos innovadores en turismo, desarrollados por exalumnos de Master en Gestión de Empresas Turísticas de esta prestigiosa escuela de negocios, a un grupo de inversores y business angels, a la caza de nuevos negocios.

Susana Maldonado, responsable de Intelitur en el Consejo Superior de Cámaras, durante su intervención en Fiturtech 2012.

El taller de reputación online, impartido por Mercedes Sánchez, Territory Manager para España y Portugal de TripAdvisor, e Ismael El Qudsi, CEO de Internet Republica, celebrado por la tarde, ofreció información práctica sobre cómo gestionar la reputación online de los hoteles en la web 2.0. El Qudsi afirmó que "no hay mejor forma de tener buena reputación que merecérsela", mientras que Mercedes Sánchez afirmó que "la marca ya no es nuestra, es de todos y está viva", y recordó que "siempre se ha hablado de nosotros, pero ahora el entorno ya no es tan restringido".

La última jornada, titulada "Be different captando a los clientes", comenzó con la presentación del fundador de la cadena RoomMate Hotels, Kike Sarasola, quien explicó que la compañía se ha volcado en "hacer partícipe al cliente" del producto, y en ofrecerle nuevos servicios que les hagan la estancia más agradable. Pero, según afirmó, el secreto del éxito y la clave de la diferenciación de RoomMate Hotels residen en la importancia que dan a su cliente interno.

Susana Maldonado, responsable del Centro de Inteligencia y Conocimiento Turístico Intelitur, presentó las herramientas disponibles en esta plataforma tecnológica, cuya tarea es potenciar la innovación y la transferencia tecnológica en el sector turístico.

Fiturtech2012 concluyó con la mesa redonda "Nuevas vías para llegar a los clientes", en la que intervinieron Pere Ripoll, responsable de Desarrollo de Negocio en Ocio y Turismo de Telefónica España; Margarita Blanco, subdirectora de Prensa y Comunicación Interna de Iberia; Alfonso Giménez, director de Marketing para Europa de Fiesta Hotel Group; César Díez, presidente de MICROS Fidelio; Íñigo Onieva, Senior Vicerpresident de Marketing & Distribution de NH Hotels y Mauricio Adalid, Branding Communications & PR Director de RoomMate Hotels; y que estuvo dedicada a analizar cómo la tecnología influye e influirá en las estrategias de captación y gestión de clientes.

Pere Ripoll, de Telefónica, vaticinó que el próximo *break through* estará protagonizado por la SIM encriptada, que permitirá desde pagos con móvil, decodificar cualquier lector, hasta usar nuestro móvil como llave en un hotel. Mauricio Adalid, de RoomMate Hotels, repasó las estrategias de comunicación que les han proporcionado buenos resultados, como las relaciones con los medios "creando noticias" vinculadas a iniciativas innovadoras de promoción. Por su parte, Margarita Blanco, explicó que, para Iberia, la estrategia 2.0 pasa por "crear un estilo de trato a nuestros clientes, construir reputación y demostrar que una empresa grande puede reaccionar rápidamente".

César Díez, director general en España de MICROS Fidelio, se mostró convencido de la utilidad de las nuevas tecnologías para las pymes y los hoteles independientes que "abren una ventana desintermediada al mercado" lo que facilita la fidelización del cliente. Onieva considera que la tecnología ofrece la oportunidad de "diferenciarse, transformando al cliente en persona". La movilidad y la integración con redes sociales es parte de la estrategia 2.0 del hotel Ushüaia, de Fiesta Hotel Group, que puso en marcha en este hotel de lujo, situado en Ibiza, una experiencia basada en la aplicación Facebook Presence, que supuso el primer paso en la política de redes sociales de la cadena. Esta acción ha tenido una repercusión amplia que "reforzó la imagen de marca del hotel" y se tradujo en ingresos.

Fiturtech 2012 cerró esta edición con el encuentro de la Comunidad Hosteltur, que reunió a más de 100 blogueros interesados en la industria turística, los viajes y las nuevas tendencias del sector.

Más de 3.500 expertos y empresarios nacionales e internacionales participaron en Fiturtech 2012.

Adaptando la oferta turística de la Costa Daurada a las nuevas tecnologías

II Jornadas de Comercialización Online -Costa Daurada

Los destinos turísticos se enfrentan al reto de adaptar su oferta, sus productos y servicios a los nuevos usos sociales de las tecnologías, que suponen nuevas necesidades y nuevos retos para la industria turística y para los viajeros.

Con el objetivo de ayudar a las empresas a moverse en el escenario de las nuevas tecnologías, se celebraron, del 8 al 10 de mayo, en Vila-seca (Tarragona), las "II Jornadas de Comercialización Online - Costa Daurada". El evento contó con el apoyo del PCT (Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio en Vila-seca), de la FEHT (Federación Empresarial Hostelería y Turismo de la provincia de Tarragona) y del ITH (Instituto Tecnológico Hotelero), y fueron patrocinadas por Kayak, uno de los principales metabuscadores online, y la empresa MAKRO.

Las II Jornadas de Comercialización Online - Costa Daurada se diseñaron como un punto de encuentro para empresarios de la zona, destinado a dar a conocer las herramientas y estrategias para mejorar las ventas y la presencia online, y entablar relaciones con partners tecnológicos de primer nivel.

A través de coloquios temáticos, liderados por ponentes de las principales empresas de comercialización y gestión online del sector, y en el que participaron empresarios del sector turístico de la Costa Daurada, se abordaron asuntos de interés para el sector, como la gestión, la reputación, la presencia online, la fidelización de clientes y la difusión online de un establecimiento turístico (hotel, camping, apartamento, restaurantes...), y se ofrecieron claves para adaptarse con éxito a las nuevas necesidades del sector y al nuevo consumidor online.

Además, el programa incluyó, por una parte, Workshops, en los que cada empresa pudo mantener encuentros de networking y explicar sus productos, servicios y herramientas tecnológicas; y un curso de Comercialización y Distribución Online destinado a todos los hoteleros de Costa Daurada, que pudieron conocer técnicas y estrategias para optimizar las ventas online de su alojamiento.

Cinta Massó, directora de Hotelsconsulting; Humbert Torroella, director de Hotelerum; Mireia Pla, delegada comercial de Sulcus; Cristina López, Sales Manager de Reviewpro; Marc Bonavista de SitMobile; Patricia Fernández, Chief Marketing Officer de Zyncro; y Fabián González, del área TICs del Instituto Tecnológico Hotelero; entre otros, compartieron experiencias y conocimientos en el marco de este evento.

La innovación no es sólo para las grandes cadenas hoteleras

#HOTELWARE, la tercera edición de las Jornadas TIC de ITH

22

La tecnología no sólo permite ahorrar costes de distribución y marketing, sino mejorar y ampliar la experiencia del cliente. Esta es la principal conclusión de los expertos que participaron en el ciclo de jornadas TIC 2012 #HOTELWARE, en donde también se evidenció que los hoteles pueden ahorrar hasta 40% de costes operativos usando herramientas tecnológicas avanzadas.

Pero, sobre todo, los profesionales y expertos en turismo insistieron en que la innovación no es sólo para las grandes empresas, sino que es una forma de optimizar la gestión y mejorar la experiencia del cliente, para conseguir fidelizarles y aumentar beneficios. Las Jornadas TIC de ITH pasaron este año por Barcelona, Málaga, Elche, Santander y Madrid, y reunieron a hoteleros, especialistas en gestión, marketing y tecnología, que analizaron las prioridades que se deben afrontar en estas materias, para alcanzar un modelo de hotel de tercera generación, optimizado, sostenible, más eficiente y más conectado, que mejore y amplifique la experiencia del cliente y los resultados de las empresas hoteleras.

#HOTELWARE, Actualizando la Gestión Hotelera, abrió el ciclo 2012 en Barcelona.

Este año, la tercera edición de las Jornadas de Tecnologías para el Turismo de ITH se centraron en la nube como recurso tecnológico para la gestión hotelera y el *mobile commerce*, una nueva forma de comercialización que aprovecha las posibilidades de la web social y los dispositivos móviles para ofrecer productos adaptados a las necesidades concretas de los clientes en un momento, localización y circunstancias determinadas.

#HOTELWARE contó con el apoyo de algunas de las principales empresas de turismo y tecnología, como MICROS Fidelio, Microsoft, Tecnalia, Telefónica, TransHotel y TrustYou, y con la colaboración del Gremi d'Hotels de Barcelona, Visit Elche, AEHCOS, AEHM, Oficina de Turismo Madrid Visitors & Conventions Bureau, y la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria.

SoLoMo y *Cloud*, las claves de 2012

#HOTELWARE, las III Jornadas de Tecnologías aplicadas al Turismo de ITH, fueron una oportunidad para analizar las posibilidades del SoLoMo (Social, Local & Mobile) y del *Cloud*, cuyas ventajas aún no parecen claras para el sector. SoLoMo es un término acuñado por John Doerr (uno de los promotores e inversores en empresas de tecnología e Internet más importantes de EEUU), que hace referencia a la importancia de la dimensión Social, es decir, a la tendencia al alza en el uso de redes sociales, a la necesidad creciente de la actuar a nivel Local, y la importancia que los dispositivos portátiles, o Mobile, tendrán en la comercialización a través de Internet.

Las redes sociales crecen en todos los sentidos: son cada vez más numerosas, más grandes, y más especializadas. La penetración de internet y de dispositivos inteligentes también aumenta en todos los países, por lo que es fácil anticipar que el número de usuarios crecerá exponencialmente a medida que las generaciones futuras vayan sustituyendo a las actuales.

Por otro lado, la evolución de las infraestructuras y la velocidad de las transmisiones de datos han hecho posible que la gestión integral de un hotel se pueda llevar a cabo sin necesidad de disponer de ningún software instalado en las máquinas propias, y disponer así de todas las aplicaciones "en la nube", con las ventajas que ello supone.

Los expertos en HOTELWARE 2012

Para la edición de 2012, las Jornadas TIC de ITH contaron con las aportaciones de expertos de la industria turística como Doménec Biosca, de Educatur; Juan P. Juliá, presidente de Axel Hotels; David Salgado, Product Manager en Microsoft; Javier Matas, Chief Organization & Technology Officer en NH Hotels; Ana Cortés, Directora de la División de Hoteles en MICROS Fidelio; Toni Mascaró, director general en eMascaró; Jordi Franquesa, Sales Manager Iberia de TrustYou; Francesc Pons, director del proyecto eDocAssistant y director financiero de Artiem Fresh People Hotels; y Jesús Herrero, gerente de Mercado Turismo de Tecnalia; Clara Soler, Social Media Strategist de la firma alicantina DinamicSocial, Fernando Muñoz, CEO de SR. Muñoz; Marcos Franco, director de Marketing de Transhotel; Javier San José, fundador y CEO de CantabriaRural.com; quienes repasaron las soluciones disponibles para la gestión hotelera de última generación, analizando ejemplos prácticos y casos de éxito nacionales e internacionales.

#HOTELWARE generó gran expectación en el sector hotelero cántabro.

Además, representantes de las administraciones públicas como Isaac Vidal, director de Visit Elche; o el director de Andalucía Lab, José Luis Córdoba; y autoridades como el viceconsejero de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, Antonio Jesús Roldán; la directora general de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Junta de Andalucía, Manuela García Mañas; Mar de Miguel, directora gerente de la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Conventions Bureau; Antonio Gil, secretario general de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Madrid (AEHM); Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; y Joaquín Castillo, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; el consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, Eduardo Arasti; apoyaron con su presencia y participación la celebración de estas jornadas.

Mar de Miguel, directora gerente de la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Conventions Bureau; y Jesús Gatell, vicepresidente de ITH, durante la apertura de #HOTELWARE en Madrid.

24

Los siete procesos del viaje y los retos del turismo del siglo XXI

Expertos de ITH repasan, en varios eventos, las claves de las TICs en turismo

Durante 2012, ITH ha sido invitado a ofrecer su conocimiento y punto de vista sobre cómo las nuevas tecnologías han modificado y siguen haciéndolo, la industria turística, la relación que las empresas del sector tienen con sus clientes y con la competencia. Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH y Fabián González, del Área TICs de ITH, participaron en diversos eventos en toda España, y aprovecharon la oportunidad para conocer casos de éxito, experiencias y profesionales del sector, explicar cómo los siete procesos del viaje se han adaptado a los usos de internet, y cómo las empresas turísticas pueden aprovechar este fenómeno..

Entre los eventos más relevantes, destacan el "Foro estrategias de negocio inteligentes-Accesibilidad y Turismo", celebrado el 16 de febrero en la sede de Andalucía Lab en Málaga, cuyo objetivo fue proporcionar a los empresarios y profesionales del sector turístico una visión general sobre el turismo accesible, su potencial económico y sus ventajas competitivas.

Conferencias y eventos de perfil más académico también han formado parte de la agenda de ITH. El seminario "El Hotel, Clave del Éxito del Destino Urbano del Siglo XXI", que tuvo lugar en Valencia, el 24 de mayo de 2012, en el marco del Ciclo de Jornadas Profesionales sobre Segmentación de Mercados Turísticos, del Máster en Dirección e Innovación Hotelera - Online (2011-2012), de Florida Universitaria y la Universidad de Valencia; contó con la presencia del vicepresidente de ITH, Jesús Gatell. ITH también participó en el seminario de "TICs en Turismo", del Master Oficial en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Valencia, que formó parte de las actividades de formación de este programa superior, destinado a sus alumnos.

ITH participa habitualmente en otras citas, como el II Congreso Internacional "TIC, Turismo e Innovación: Tecnología y Turismo, hacia un nuevo paradigma", celebrado el 21 y 22 de junio de 2012, en el salón de actos de CajaCanarias - Banca Cívica de Santa Cruz de Tenerife. Este congreso fue convocado por la Organización Mundial del Turismo (OMT); el Gobierno de Canarias; la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales (AMETIC) y la Federación Canaria de Empresarios de Tecnologías de la Información, Innovación y Comunicaciones (Fecatic), y se dedicó a analizar la situación en la que se encuentran dos sectores convergentes, tecnología y turismo.

Finalmente, ITH, como parte de su labor para mejorar la competitividad de las pymes turísticas españolas, asiste a eventos específicamente dirigidos a este sector, como las "II Jornadas Técnicas de Turismo Rural de Aragón en las Cinco Villas 2012", organizadas por la Asociación de Turismo de las Cinco Villas-CIVITUR, el 4 y 5 de julio de 2012, en el Palacio del Niño del Parador de Sos del Rey Católico (Zaragoza); en las que se abordó la comercialización y el marketing de empresas de servicios turísticos para el turismo rural.

González, de ITH, participó en una mesa redonda de este evento, en la que estuvo acompañado por Ricardo Fernández de la Puente; del Gobierno de Canarias; Penélope de los Arcos, de Google Travel; Gracia Peregrín, de la Dirección General de Turismo de la Ciudad de Granada; Luis Aragoneses, de SELTA España; y Fernando Molina, de Master Tour Alliance.

Igualmente, ITH asistió a la segunda edición del "#eHotelExperts", que tuvo lugar el 9 de octubre de 2012 en el Hotel Curious de Barcelona, cita en la que se reunieron a profesionales del sector turístico, la comunicación, el marketing y el ocio para compartir experiencias que pudieran enriquecer a las pymes turísticas. Estrategias de e-marketing y social media, casos de éxito en Social Media Marketing en pymes turístico-hoteleras, y Content Marketing turístico, fueron algunos de los asuntos debatidos, no sólo entre los expertos y asistentes, sino también con los participantes que se manifestaron a través de las redes sociales.

Los siete procesos del viaje: una teoría sobre turismo y tecnología

Internet es hoy por hoy el medio de comunicación, entretenimiento, educación y negocios más importante del mundo gracias a los cerca de dos mil millones de usuarios en todo el mundo que tienen acceso a la red, según *Internet World Stats*. Por esta razón, un buen posicionamiento en internet ya no es una opción, sino una obligación para el sector turístico; y para esto es necesario comprender el comportamiento de los nuevos clientes y cuál es su proceso de compra en internet.

Para poder trazar una estrategia y optimizar la comercialización y distribución de nuestros productos y servicios en internet, conviene tener en cuenta todas y cada una de las fases del viaje y la interacción del cliente en todos los procesos: inspiración, búsqueda, planificación, comparativas, reserva, experiencia y compartir.

Al hablar de inspiración, es necesario definir estrategias para atraer a los clientes a cada destino, en un entorno en el que cada individuo está sometido a una media de 1.500 impactos publicitarios al día, y en el que *storytelling* se afianza como herramienta de comunicación que incrementa la permanencia del mensaje y el vínculo con los clientes. Durante la búsqueda, es importante ser capaz de aparecer en los primeros resultados de los buscadores; por lo que el posicionamiento web se convierte en la clave para para sortear la masificación de mensajes, las actualizaciones de los algoritmos de búsqueda, y el uso en tiempo real de redes sociales y aplicaciones.

En una tercera fase, cuando se planifica el viaje, la clave es trazar un plan de acción que equilibre la presencia en OTAs (agencias de viajes online), comparadores y metabuscadores para estar al alcance de potenciales clientes, al igual que en sitios webs de recomendaciones; porque una vez seleccionado el destino, el viajero emprende una búsqueda exhaustiva para comparar precios y condiciones del producto turístico. En este contexto, es fundamental gestionar la reputación online de la marca y la empresa, para conservar y para atraer clientes.

También es necesario que, en la fase de reserva, los productos y servicios estén en la mayor cantidad posible de canales de distribución, tanto propios como de terceros. La experiencia del cliente, que comparte durante y tras la estancia en el destino, tiene un gran poder de prescripción, por lo que la diferenciación, la calidad y el valor añadido son factores clave para aprovechar el hecho de que internet es la primera fuente en el proceso de decisión de los viajeros.

El vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, participó en la Jornada "El Hotel, Clave del Éxito del Destino Urbano del Siglo XXI", organizada por Florida Universitaria y la Universidad de Valencia en mayo de 2012.

El nuevo turista: ¿cómo llega a la oferta de mi empresa?

Oportunidades en Social Media para el Sector Turístico

En mayo de 2012, Unidad Editorial Conferencias y Formación organizó en Madrid el encuentro "Oportunidades en Social Media para el sector turístico", un foro donde expertos y profesionales, a través de numerosos casos prácticos, debatieron diversos aspectos que influyen y dan forma al nuevo turista y al mercado en el que se desenvuelve. Las estrategias multicanal, las tendencias 2.0, las herramientas de monitorización, las sinergias entre web y móvil, y la geolocalización, son algunas de las posibilidades que la tecnología ofrece al turismo, y que ya son parte de las costumbres habituales de los viajeros.

El turismo es uno de los sectores económicos en los que el público objetivo hace un uso más intensivo de internet; de hecho, según una encuesta de la Asociación Española de Profesionales del Turismo, el 86% de los profesionales del sector tienen una cuenta en alguna red social, pero la inmensa mayoría (el 60%), la tiene sólo a nivel personal, y apenas el 30% a nivel profesional. Lo cierto es que, a pesar de la tendencia por mantener determinados espacios virtuales como privados, los viajeros buscan la transversalidad, y esto supone que el turismo se haya convertido en una de las industrias más sensibles al impacto de las redes sociales.

Con este objetivo, se reunieron expertos y profesionales de primer nivel como Carlos Valle, Social Media Manager de HEYAV y responsable de redes sociales de Fitur; Amuda Goueli, CEO de Destinia; Cristina Mulet, Social Media Strategy & Loyalty Marketing Manager de Melia Hotels International; Pablo Mendoza, Director de Make It Easy Comunicación; Mercedes Sánchez, Territory Manager para España y Portugal de TripAdvisor; Mauricio Adalid, director de Comunicación, Branding y RRPP de RoomMate Hotels; Margarita Blanco; subdirectora de Prensa y Comunicación Interna de Iberia; José Ramón Pardinas; Senior Executive de Tinkle; y Ana Escurín, Social Media Manager de NH Hotels.

ITH participó en una mesa redonda en la que se discutió como las redes sociales y las aplicaciones han revolucionado el turismo, en un escenario en el que los *smartphones* están ya tan extendidos en las sociedades modernas que no pueden dejar de formar parte de cualquier estrategia de Comunicación y de Marketing; más si pensamos en el turismo, industria en la que el cliente se mueve por definición.

Conocer todas las posibilidades y sinergias que los canales móviles y las nuevas redes sociales ofrecen para explorar nuevas vías de comercialización es fundamental para conseguir llegar al cliente potencial, al turista móvil y social. Fabián González, del Área TICs de ITH, formó parte de esta mesa de debate, junto a Raúl Jiménez, director de MiNube y Mila Lavín, directora de APPS Magazine.

La tecnología para la formación de los futuros profesionales del turismo

ITH participa en eventos sectoriales de la Universidad Rey Juan Carlos

Desde 2007, el Instituto Tecnológico Hotelero y la Universidad Rey Juan Carlos han establecido una relación de colaboración común, destinada a intercambiar conocimiento y desarrollar actividades conjuntas de divulgación, relacionadas con asuntos clave en la gestión turística y hotelera, y el impacto de las nuevas tecnologías y nuevas dinámicas sociales en el turismo.

En el marco de esta fluida relación de colaboración, ITH participó en dos eventos, celebrados en la Facultad de Ciencias del Turismo de este centro superior madrileño. De esta forma, el 17 de abril de 2012, tuvieron lugar las "VI Jornadas Universitarias sobre la Aplicación de las Tecnologías en el Sector Hotelero: Nuevos agentes de distribución hotelera ¿oportunidad o amenaza?", en las que se repasaron algunas de las tendencias más actuales del mercado turístico, como las ventas flash, las compras colectivas y las ofertas de último minuto; y la gestión de la reputación online, desde el punto de vista de las estrategias, las herramientas y las recomendaciones de expertos. ITH colaboró activamente en la organización de estas jornadas, en las que participaron empresas como Melia Hotels International, Google, RoomMate Hotels, Living Social, NH Hotels o ReallyLateBooking, entre otras.

ITH también formó parte del "II Workshop sobre turismo y género: tecnología y brecha digital", no sólo como organizador (junto a CEHAT), sino también como parte del programa. En este taller, patrocinado por el Instituto de la Mujer, celebrado el 16 de noviembre de 2012, se identificaron las oportunidades que brinda la tecnología a las profesionales del sector, y los desafíos que plantea el sector turístico a la mujer en el desarrollo de su carrera profesional. Además, se analizaron las tendencias de uso de las nuevas tecnologías en función del género y cómo estos aspectos marcan el futuro desarrollo digital, tanto en el turismo como en otros sectores clave de la economía.

Algunas de las profesionales más destacadas del turismo y la tecnología como Clara Soler, responsable de Social Media de Turisticate; Cristina Arano, ejecutiva de Grandes Cuentas de Agrupalia; y Maite Arcos, directora general de RedTel; junto a las profesoras de la Universidad Rey Juan Carlos, Mónica Segovia y Cristina Figueroa; formaron parte del programa del evento, que incluyó tres mesas redondas. El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz participó en la mesa titulada "Acceso de la mujer a puestos directivos en empresas y departamentos tecnológicos", en compañía de Milagros Sainz Ibáñez, Gender and ICT Research Programme IN3 de la Universidad Oberta de Cataluña; Valle Rodríguez, directora de RRHH para Madrid de Amadeus IT Group; Esther González, directora de Desarrollo de Recursos Humanos de Europcar; y Amalia Fontán, representante del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación.

28

Comunicación y marketing en toda la cadena de valor del turismo

OVB, Foro Nacional de Comunicación Turística, Gran Canaria

Los días 18 y 19 de octubre, se celebró, en la Institución Ferial de Canarias (Infecar) de Gran Canaria, la primera edición de "OVB, Foro Nacional de Comunicación Turística", primer encuentro a nivel nacional de expertos de comunicación y marketing para el sector turístico, organizado por SPEGC (Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria), organismo público dependiente del Cabildo de Gran Canaria.

El objetivo de este primer foro de comunicación turística fue facilitar un punto de encuentro donde debatir las nuevas formas de relación de los diferentes operadores turísticos (marcas de destino, empresas de transporte, alojamientos, agencias de viajes, etc.) con sus clientes o consumidores potenciales, y abordar de forma especial aspectos relativos a las políticas de comunicación de todo el sector turístico, elementos que están viviendo una doble revolución: tecnológica y social.

OVB se dividió en cuatro áreas con formatos distintos: las Keynotes OVB, los Círculos OBV, los Debates OBV y OVB Red Upe Play. Las Keynotes OVB son ponencias que ofrecerán destacados profesionales nacionales e internacionales, entre los que destacan Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR; Alberto Calcerrada, director de Comunicación de trivago España; Andy Stalman, managing director de Cato Partners; Raúl Jiménez, CEO y Fundador de Minube; Leire González, MK Sales Manager de TripAdvisor; Oscar Hormigos, fundador de The App Date; Ricardo Tayar, CEO de iZenius; David Mora, gerente del Área Turismo de Tea-Cegos; Juan M. Revuelta, profesor asociado del IE Business School; y Phil González, responsable de New Media de Canal Cocina; y Rafael Martínez, fundador de Imagen Social; entre otros.

Los Círculos OVB se organizaron en mesas temáticas sobre tendencias de actualidad, casos de éxito, etc., de toda la cadena de valor del sector turístico. En esta sección, Fabián González, responsable del Área TICs de ITH, ofreció un taller titulado "La influencia del Social Media en los siete procesos del viaje", en el que analizó la influencia que internet y las redes sociales tienen en todas y cada una de las etapas de un viaje, y mostró casos de éxito y ejemplos prácticos para mejorar la venta directa por el canal propio. Por su parte, los Debates OVB se articularon como puntos de encuentro y talleres donde empresas pioneras exponen sus mejores prácticas y casos de éxito.

Finalmente, la sección OVB Red Upe Play, organizada por el Instituto Tecnológico de Canarias en colaboración con Las Iniciativas, se repasaron las oportunidades de negocio para empresas de base tecnológica, comunicación y marketing, dentro del sector turístico, desde el punto de vista de la microsegmentación y la especialización empresaria; el marketing experiencial; las apps como herramientas de marketing turístico; y los sistemas de fidelización, personalización de la comunicación y CRM.

ITH ofreció en OBV un taller, titulado "La influencia del Social Media en los 7 procesos del viaje", en el que se explicó cómo influye internet y las redes sociales en todo los procesos del viaje.

Compartiendo conocimiento en nuevos mercados

Seminario de Reputación Online en Bogotá

Colombia es uno de los mercados turísticos más interesantes en América Latina. No sólo está entre los diez países con mayor número de turistas según la OMT, sino que es, además, uno de los países con mejores perspectivas desde el punto de vista de la inversión y el desarrollo de actividades vinculadas a la industria turística, según un reciente estudio de la firma JonesLang LaSalle, que lo sitúa como el tercer mercado turístico, tras Brasil y México.

Para aprovechar este escenario favorable y ayudar a las empresas colombianas y extranjeras interesadas en desarrollar actividades en este país, Proexport Colombia organizó, en julio de 2012, unas jornadas de formación dirigidas a representantes de entidades privadas y profesionales del turismo locales, destinadas a poner al día al sector en materia de marketing, distribución, tecnología y gestión de la reputación online.

Proexport Colombia, entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia, desarrolla su actividad a través de una red nacional e internacional de oficinas, que ofrece apoyo y asesoría integral mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, con el objetivo de generar, desarrollar y llevar a cabo negocios en Colombia.

El Instituto Tecnológico Hotelero fue invitado a organizar un seminario, dirigido a profesionales de la industria turística colombiana, sobre "Gestión de la Reputación Online", impartido por Fabián González, responsable de Proyectos del Área TICs de ITH que abordó las claves de las nuevas formas de comercialización a través de la web social y las redes sociales.

El potencial comercial y de marketing de las redes sociales es inmenso, y permite llegar a nichos de mercado impensables hace algunos años pero, tal y como apuntó González, es fundamental tener presente que la experiencia del cliente determinará en gran medida la opinión que de los productos y servicios turísticos tendrán los futuros usuarios. La experiencia del cliente es el punto de partida, porque si no se ofrece un producto y servicio de calidad, no sólo se pierde a un cliente, sino que con él se irán muchos potenciales huéspedes, ahuyentados por los comentarios y críticas que un cliente insatisfecho hará en las redes sociales. Por eso, ofrecer una experiencia positiva, cumplir la promesa de la marca y las expectativas del cliente, y ser exigentes con los niveles de calidad de los alojamientos y los servicios asociados puede marcar la diferencia.

María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport Colombia.

La reputación online de los hoteles, a examen

TrustYou, especialistas reputación online hotelera, nuevo socio de ITH

TrustYou, especialistas en gestión de reputación online y medios sociales para la industria hotelera, se asociaron, en mayo de 2012, al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), en el marco de su Asamblea Anual.

Con su incorporación a ITH, TrustYou se planteó el objetivo de desarrollar un proyecto piloto que permitiría a los hoteleros asociados a CEHAT y a ITH, acceder a una herramienta de gestión de la reputación en medios sociales, portales especializados y otras webs, diseñada específicamente para el sector hotelero. La experiencia que permitirá recopilar información relevante sobre la reputación online hotelera y su impacto en el sector en España.

Rafael Hoteles y Paradores, participan en el proyecto piloto de reputación online lanzado por ITH y TrustYou.

En ocasión de la firma del convenio, el director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz, señaló que "la incorporación de Trust You a ITH es una muestra de la apuesta decidida del sector por aprovechar las nuevas tecnologías como un aliado para la hotelería española, y ofrece una excelente oportunidad a los hoteleros para comprender cómo la reputación de sus establecimientos en internet puede influir positivamente en su negocio".

"Estamos encantados de haber sido elegidos por ITH, como socios exclusivos en la gestión de las redes sociales en España", manifestó Benjamin Jost, CEO y co-fundador de TrustYou. "Este acuerdo consolida nuestro compromiso de proveer a los hoteleros con los conocimientos que necesitan para hacer crecer sus negocios mediante el análisis de los comentarios de los clientes para entender los puntos fuertes de su hotel, mejorar los puntos débiles y fomentar la confianza entre los hoteles y sus huéspedes".

TrustYou ha desarrollado una herramienta multidisciplinar, capaz de estudiar diversos factores que afectan a la reputación hotelera en las redes sociales, webs y portales especializados y otras plataformas online, y que responde a las particularidades y prioridades industria del alojamiento. La tecnología TrustYou facilita el seguimiento de los comentarios, opiniones y críticas que los usuarios y clientes dejan a diario en más de cien portales de revisión y agencias de viajes online en todo el mundo, y permite a los hoteles gestionar activamente su reputación online como parte de su estrategia de ventas, aprovechando la inteligencia del consumidor.

La solución que propone TrustYou combina encuestas de satisfacción online personalizadas, cuyos datos se pueden cruzar y compartir con las opiniones en redes sociales; y sistemas de análisis semántico para monitorizar, en tiempo real, los millones de opiniones y comentarios. De esta forma, los hoteles pueden recoger y clasificar la información que circula por la red sobre sus alojamientos, y construir un retrato preciso de su reputación; y además, pueden contar con el respaldo del sello de calidad "TrustYou Score", y que acredita la buena reputación de los establecimientos medidos con la herramienta de esta compañía alemana.

La compañía, fundada en 2008, cuenta con clientes como Marriott Hotels & Resorts, Starwood Hotels & Resorts; Mövenpick; Rydges of Australia; Accor Hotels; FRHI; Worldhotels; Solare Hotels & Resorts; Best Westerns Germany; y entidades sectoriales como HotelStars Union y las asociaciones hoteleras de Suiza y Alemania.

ITH lanzó el piloto en el segundo semestre de 2012; y está previsto que los resultados del proyecto piloto, en el que participaron Rafael Hoteles y Paradores, estén disponibles a finales del primer semestre de 2013.

Benjamin Jost, CEO y co-fundador de TrustYou (en el centro), y Jordi Franquesa, Sales Manager Iberia de Trust You (a la derecha), firmaron el acuerdo con el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz.

32

El *mystery guest* que mide la calidad y satisfacción

Mystery Guest, *e-tool* de ITH y trivago

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), y trivago, comparador de precios online, desarrollaron, durante el año 2012, el proyecto piloto que permitió probar la innovadora herramienta, "Mystery Guest", basada en una plataforma tecnológica destinada a conocer el grado de satisfacción de los clientes en base a las expectativas previas a su visita al hotel y al valor real percibido por éstos tras disfrutar de la estancia.

Esta *e-tool*, desarrollada por ITH y trivago, recibe su nombre de la idea de convertir a los usuarios de los hoteles evaluados en "clientes misteriosos". Los huéspedes que participaron en la iniciativa recibieron un pequeño incentivo en su estancia a la hora de reservar a través de la web de trivago, como contraprestación al tiempo y esfuerzo dedicados a completar los cuestionarios de evaluación.

Un total de 250 hoteles en toda Europa (96 de ellos en España) se han sumaron a este proyecto piloto, que analizó a través de un exhaustivo cuestionario de más de 200 preguntas, todos los aspectos relacionados con la experiencia, uso y disfrute del alojamiento, los servicios recibidos, las instalaciones, el proceso de reserva, check-in y check-out, entre otros. En el marco de este estudio se realizaron más 5.400 evaluaciones en Europa, y sólo en España se completaron más de 1.500.

Este proyecto piloto, que se llevó a cabo en un lapso de ocho meses, ofrecía varias ventajas para los hoteles participantes, porque gracias a la plataforma podían disponer de valiosa información sobre sus clientes, a un coste mucho menor en comparación con las auditorías especializadas basadas en el modelo Mystery Guest; de hecho, con la misma inversión que supone obtener un informe de este tipo, se pueden elaborar hasta 50 informes diferentes, que proporcionarán la percepción real del cliente para poder adaptar la oferta de productos y servicios a las necesidades reales de éstos.

Además, los hoteles participantes gozaron de ventajas por tomar parte en el estudio: por ejemplo, aparecían en primer lugar en los resultados de búsquedas por destino en trivago, lo que incrementó su visibilidad en este comparador y las probabilidades de consolidar una reserva a través de este medio. Los datos recogidos durante el proyecto piloto son confidenciales, lo que implica que los cuestionarios completados por los clientes no sólo no se hicieron públicos, sino que además, no influyeron en el posicionamiento de los resultados en la plataforma.

La ejecución del estudio y la gestión de los resultados de este proyecto piloto son más simples y ofrecen más posibilidades de segmentación que las auditorías tradicionales, porque cada hotel puede acceder, a través de la plataforma web en la que se basa el proyecto, a cada uno de los informes online en tiempo real, puede comparar los resultados obtenidos en su hotel con la media agregada del resto de hoteles participantes, y puede evaluar el posicionamiento del hotel frente a la media del sector.

#Hotelfacts o cómo dar valor añadido a la estancia en un hotel

Los clientes usan Twitter para explicar cómo mejorar los hoteles

Wifi en los hoteles, más enchufes y tecnología a disposición del cliente, desayunos de calidad, flexibilidad de horarios de check-in y check-out, y un trato más amable, cercano y respetuoso son las principales peticiones de los usuarios de Twitter, clientes de hoteles españoles, que participaron en **#hotelfacts.**

Como parte de su labor de divulgación sobre el efecto positivo de las nuevas tecnologías y la innovación en la gestión hotelera, el **Instituto Tecnológico Hotelero puso en marcha, por segundo año consecutivo, aprovechando las vacaciones de Semana Santa de 2012** (primera semana de abril), la iniciativa #hotelfacts. ITH lanzó esta experiencia online en Twitter, en la que se invita a los usuarios y clientes de hoteles a comentar, sin mencionar directamente al establecimiento o la marca en cuestión, **cuáles eran las situaciones que no aportan valor a la experiencia, y a hacer sugerencias que hagan más positiva la estancia en el hotel,** tanto por trabajo como por ocio, a través de críticas constructivas compartidas en Twitter usando el *hashtag* #hotelfacts

Los resultados se dividen en cinco grandes áreas: tecnología, equipamiento e instalaciones, procesos internos asociados al uso de las instalaciones, F&B (alimentos y bebidas) y experiencia del cliente. Las observaciones y comentarios de los usuarios han incidido en varios aspectos concretos, algunos con mayor frecuencia que otros. Se han clasificado estos aspectos, en función de la frecuencia de repetición, asignándoles una puntuación del 1 al 5 (1 equivale a la menor frecuencia, 5 a la frecuencia máxima).

Este año, además, **se contó con la valiosa colaboración de Pirendo, empresa líder española dedicada a la inteligencia y analítica en *social media*,** que se encargó de hacer un estudio cuantitativo de la iniciativa #hotelfacts, y **que ITH complementó con el análisis cualitativo, cuyo diseño corrió a cargo de la firma española Díptere.** Todo este trabajo se resume en una serie de recomendaciones que cualquier hotel puede aplicar para mejorar aspectos relacionados directamente con la experiencia del cliente, y que se pone a disposición de todos los profesionales del sector hotelero, con el objetivo de incrementar la competitividad del sector.

Recomendaciones #hotelfacts

[1] Escucha a tu cliente: los clientes de los hoteles usan Twitter para expresar sus opiniones y para explicar su experiencia, y es una vía más personal y directa que el cuestionario de atención al cliente

[2] Social Media, una oportunidad para segmentar: sirven para conocer al cliente de cerca y obtener información relevante que puede marcar la diferencia, porque ayuda a personalizar su experiencia, a adaptarla a sus gustos y necesidades, gracias a la información que éstos revelan en sus redes personales

[3] Una autopista hacia tus ofertas, productos y servicios: compartir información relevante y de interés, y comunicarse con los clientes a través de Twitter es una forma de atraerles a nuestra web, donde podremos ofrecer, de forma directa, productos y servicios adaptados a sus intereses y necesidades

[4] Una ventana hacia el mercado: Twitter, como otros medios sociales, permiten obtener información localizada, construir relaciones con la comunidad de clientes y comunicarse de forma instantánea; es una forma barata y sencilla de estudiar el mercado

[5] El cliente se fija en los pequeños detalles: los clientes son sensibles a los pequeños detalles, y son críticos con los ahorros de costes que afectan a la calidad

[6] La tecnología es un servicio básico en la experiencia del cliente: los usuarios de los hoteles esperan contar con medios rápidos y gratuitos para usar sus dispositivos móviles y mantenerse siempre conectados; facilitárselos es el primer paso para tener buenos comentarios y críticas en las redes

[7] La amabilidad no entiende de tecnología: el trato personal y la atención al cliente eficaz y amable sigue siendo clave, tanto en el trato directo como a través de los medios sociales

"La energía es un factor fundamental para abordar los desafíos más importantes del siglo XXI, como el cambio climático o el desarrollo económico y social. La tecnología ya está aquí y todos podemos jugar un papel fundamental para beneficiarnos de la reducción de energía, disminuir las emisiones de CO2 y minimizar los costes, así que cumplamos con el desafío de la energía ahora."

David McLean
Commercial Buildings Director, Western Europe
Bombas Grundfos

iTH

Hotelería responsable, retos y oportunidades de un modelo de gestión

Las acciones, que son posiblemente las más difundidas hoy en día dentro del sector hotelero, son todas aquellas que pretenden disminuir los consumos energéticos; especialmente los que provienen de combustibles fósiles derivados del petróleo, y paliar el efecto que la combustión de estos tiene por emisión de CO2. Las que reducen el consumo de agua y medidas encaminadas a un diseño más eficiente bioclimáticamente de los edificios, y medidas dirigidas al uso de materiales reciclados (desde carpintería, el uso de papel reciclado, clasificación de las basuras, etc). Pero el turismo responsable tiene en cuenta los otros entornos; cultural, social y la satisfacción de los clientes.

La sensibilidad con la cultura se puede manifestar desde una clara apuesta por la gastronomía local, hasta una inversión en actividades culturales que pretendan poner en relevancia a artistas o manifestaciones culturales de la zona geográfica donde se encuentra el hotel.

El entorno social, como otro de los pilares del turismo responsable supone una implicación del hotel dentro de la vida local y de su economía, las mejoras del ambiente laboral, la contratación de empleados locales…

En relación a la satisfacción de los clientes, pilar clave de la viabilidad y sostenibilidad del establecimiento hotelero, siempre ha sido un objetivo del gestor hotelero mejorar los servicios y la calidad del alojamiento.

La hotelería responsable se plantea cuatro retos fundamentales. Para empezar, ¿es realmente valorado este esfuerzo por los clientes? No todos los clientes valoran la apuesta de un establecimiento por el turismo responsable de igual forma lo que es una clara tendencia es que a igualdad o similitud de precios sí que están dispuestos a inclinarse en su elección hacia un hotel que apuesta por estos valores en lugar de uno que no apueste por ellos.

También es necesario plantearse, ¿es viable económicamente en los tiempos que corren? Obviamente, empezar de cero hoy en día a apostar por el turismo responsable supone un auténtico reto. Pero también habría que considerar que quedarse en una hotelería no responsable supondría un grave riesgo de supervivencia al convertirse el hotel en un *commodity*, es decir, en un producto cuyo único elemento diferencial es el precio.

Superados los primeros desafíos, ¿cómo podemos medir el resultado de nuestras acciones relacionadas con el turismo responsable? Lo que no se puede medir no se puede gestionar. Para la reducción del consumo de recursos y la satisfacción de clientes hay herramientas los otros aspectos son más difíciles de medir. Una plataforma promovida por la empresa que represento "responsiblehotels.com" persigue esto; valorar esos otros aspectos diferenciales del universo responsable a las que los sistemas online de comentarios de clientes no llegan.

Y entonces, ¿cuáles son los clientes potenciales? Los clientes potenciales son aquellos que son más sensibles, con mayor nivel cultural y económico.

En definitiva, la hotelería responsable es un modelo de gestión de presente y futuro que está orientada a un cliente más rentable y basada en elementos diferenciales, sobre todo aquellos que tienen que ver con valores culturales locales. El gran reto sin dudas es comunicarlo de una forma atractiva que atraiga a los clientes que demandan estos hoteles.

José Luque García
Consejero Delegado
Fuerte Hoteles

FiturGreen se consolida como principal foro de sostenibilidad y turismo

FiturGreen 2012 acoge a cerca de 500 participantes españoles y extranjeros

La tercera edición de FiturGreen, organizada por primera vez por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Fitur, superó en un 30% los asistentes del 2011, consolidando así su posición como principal foro de debate sobre los retos y las posibilidades de la industria turística en materia de sostenibilidad.

FiturGreen 2012 se afianza, con cerca de 500 participantes en su tercera edición, como la cita anual clave para la innovación verde, la sostenibilidad y la eficiencia energética de la industria turística. El foro cosechó un éxito rotundo y ha sido punto de encuentro para empresas turísticas y especialistas tecnológicos y energéticos, quienes analizaron el alcance de la sostenibilidad y eficiencia energética como factores decisivos no sólo en la cuenta de resultados de las compañías, sino también en la construcción de la marca y la reputación corporativa de las empresas turísticas.

FiturGreen 2012 dio la oportunidad a firmas tecnológicas y proveedores de instalaciones y servicios energéticos de establecer contactos y sinergias con las empresas turísticas, para incorporar, desarrollar y poner en marcha iniciativas de gestión sostenible y eficiencia energética de última generación, y preparar, de esta forma, a la industria hotelera española para la evolución hacia el turismo sostenible.

La gestión eficiente de la energía y la optimización de costes, la sostenibilidad como factor de construcción de marca y como argumento central de estrategias innovadoras de comercialización, son algunos de los temas que se abordaron durante las dos jornadas de FiturGreen. Los expertos y empresarios que participaron en las conferencias y debates coincidieron en el impacto positivo que las nuevas tecnologías y sistemas de eficiencia energética tienen sobre los beneficios y los ahorros de costes en los hoteles, y en considerar como una inversión rentable la renovación de instalaciones y procesos destinados a optimizar los recursos energéticos y a reducir el impacto medioambiental de la actividad hotelera. Además, apuntaron que el gran reto de los hoteles sostenibles es hacerlos más visibles para la demanda, explicando no sólo los factores que los convierten en "alojamientos verdes", sino también aclarando que la sostenibilidad no implica el encarecimiento de las tarifas; lo que supondrá acceder a un perfil de cliente preocupado por el impacto de sus actividades de ocio en el entorno.

Tecnologías y sistemas eficientes son expuestos en el stand de FiturGreen 2012.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH en un momento de la inauguración de FiturGreen 2012.

El ahorro energético en hoteles: una realidad tangible y medible

La primera jornada, comenzó con la intervención de Pablo Gosálvez, responsable de Programas de Energías Renovables del Instituto para la Diversificación y el Ahorro de Energía (IDAE), quien explicó las diferentes líneas de financiación para implantar energías renovables que ofrece esta entidad pública dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y ahondó en las características y ventajas de los diversos tipos de contratos de servicios energéticos. Posteriormente, las empresas de servicios energéticos presentaron al sector las diversas oportunidades de financiación disponibles en el mercado para mejorar y actualizar sus instalaciones energéticas y para integrar soluciones orientadas a conseguir una gestión más eficiente de los recursos, ahorrando costes.

En la mesa redonda "Cómo se beneficia tu hotel", Rosa María Sánchez, de jefa de Proyectos de Grandes Cuentas de Soluciones Integrales de Eficiencia Energética, de Gas Natural Fenosa; Ferrán González, director nacional de Ventas de Robert Bosch España; Manuel Jesús Díez, director técnico de Electrotecnia y Tecnología de los Edificios de TÜV Rheinland; Pedro García Carro, Facility & Property Management Corporate Director de Neinver Asset Management; Juan María Sánchez, director comercial de Rebi Recursos de la Biomasa; y Marcos Tejerina, responsable corporativo del Área de Mantenimiento de Melia Hotels International; insistieron en la necesidad de llevar a cabo auditorías iniciales, para ver el funcionamiento de las instalaciones energéticas a cargas parciales y, así, poder saber su comportamiento en escenarios reales de uso; y recordaron que para evaluar los resultados, es preciso respetar los márgenes de tiempo y de uso efectivo, porque las mediciones ofrece datos de consumo, pero el control y la eficiencia del consumo es más compleja.

Las experiencias exitosas en materia de eficiencia energética de varios hoteles españoles, como Fuerte Hoteles y Hotel La Mola & Conference Center, protagonizaron la última sesión del día, y demostraron que es posible equilibrar costes y beneficios, si se parte de una planificación exhaustiva de las innovaciones tecnológicas que se introducen en los hoteles, y si se hace un seguimiento exhaustivo de los resultados.

Hoteles "sostenibles": de la eficiencia energética a la estrategia de marca

La gestión eficiente del consumo energético requiere no sólo las instalaciones más avanzadas, sino también las herramientas de medición más precisas, que permitan a los hoteles y alojamientos hacer autodiagnósticos certeros que faciliten la gestión energética y desarrollar planes de actuación que mejoren los resultados en los consumos de energía. Lograr altos niveles de eficiencia no sólo repercute en los balances de los hoteles, sino también en la construcción de la reputación y en el posicionamiento de su marca comercial.

Dos tecnologías de gestión integral del consumo energético se presentaron en FiturGreen: la Hotel Energy Solutions (HES), de la OMT, y la herramienta de eficiencia energética de Intelitur, plataforma de innovación turística impulsada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

Finalmente, FiturGreen 2012 cerró su tercera edición con la concurrida mesa redonda "¿Cómo vender mi hotel sostenible?", en la que Javier Ortiz, Managing Director de Responsible Hotels; Arantxa García, Head of Sustainable Development, A&D Sector de TUI Medio Ambiente; Luis Ortega Cobo, director Corporativo de Medio Ambiente e Ingeniería de NH Hoteles; Pablo Lorenzo, director de Inversiones y Tecnología de Lopesan Hoteles; José Luque, director general de Fuerte Hoteles; y Fernando Urías, director de comunicación de Reputation Institute España y Latinoamérica, reflexionaron sobre el papel de la sostenibilidad y la gestión "verde" en la comercialización hotelera.

Las cadenas hoteleras que participaron en esta mesa de debate reconocieron que comenzaron a moverse en dirección a la sostenibilidad como estrategia de gestión y como argumento de marketing por la demanda del cliente; sin perder de vista el precio. Los hoteles coincidieron en que es importante diferenciar lo que el cliente paga con lo que estaría dispuesto a pagar por alojarse en un establecimiento que se rige por estos criterios, pero insistieron en que no son ni deben ser más caros porque hacer recaer en los clientes las inversiones en mejoras sobre las instalaciones y procesos que repercuten en el impacto medioambiental del hotel produciría un efecto negativo, porque a la larga el mercado reclamará la gestión sostenible como práctica obligatoria.

En materia de sostenibilidad, la comunicación adecuada con el cliente y la coherencia son clave. Diferenciar sostenibilidad, RSC y reputación corporativa es el primer paso para definir estrategias exitosas, orientadas a explicar exhaustivamente a clientes, proveedores y competencia las mejores prácticas y los resultados positivos. La sostenibilidad va implícita en el mensaje de la compañía, pero lo acaba difuminando en todo lo que hace, incluso en las relaciones con el equipo; por eso, la participación activa del equipo de trabajo es clave para el éxito de una estrategia de posicionamiento sostenible de los hoteles, por lo que alinear la comunicación interna y externa es un objetivo que no deben perder de vista.

La tercera edición de FiturGreen superó en un 30% la afluencia de la edición anterior.

Las opciones para la eficiencia energética hotelera, a debate

Grupo Cesine organiza INMOHOTEL 2012

"La eficiencia energética no supone sólo mejorar y reducir costes de explotación hotel; implica también incorporar la sostenibilidad como valor empresarial y posicionar la marca hotelera en torno a ella, para así, captar clientes que, sin renunciar a precios competitivos, aprecian la apuesta con la eficiencia y el respeto al medio ambiente". Con esta afirmación, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general, Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) abrió uno de los debates más interesantes y concurridos de INMOHOTEL 2012 - VIII Encuentro sectorial sobre mercado hotelero turístico y vacacional, evento que organiza el Grupo Cesine, celebrado en marzo de 2012.

Empresas de Servicios Energéticos, Facility Management, redes eléctricas inteligentes, optimización de procesos o políticas medioambientales son algunas de las soluciones de eficiencia energética analizadas durante INMOHOTEL 2012.

La edición de 2012 se centró en analizar tres factores de gran relevancia para el sector hotelero, que marcarán las tendencias de los próximos ejercicios: la eficiencia energética y la sostenibilidad, las operaciones y las inversiones hoteleras, y el marketing hotelero en la web social. El Instituto Tecnológico Hotelero participó en esta jornada, en la que su director general, Álvaro Carrillo de Albornoz, moderó una mesa redonda, dedicada a repasar las opciones más interesantes y los casos de éxito en la gestión energética.

Luis Ortega, director corporativo de Ingeniería y Medio Ambiente de NH Hoteles; Miguel Barroso, director de Marketing de Empresa de Endesa Energía; Carlos Sáez, Responsable del Departamento de Gestión Energética de Grupo Euroconsult; Jesús Felipe Gallego, presidente de la Agencia Internacional para el Desarrollo Turístico (ASHES-AIDETUR); y Pedro García Carro, director de *Facility Management* de Neinver, hicieron hincapié en la importancia de abordar programas de acción concretos para reducir los consumos energéticos, especialmente en instalaciones antiguas, en las que los márgenes de mejora son muy amplios, y la inversión incial es mínima o nula.

En este mismo evento, el vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, recibió el premio INMOHOTEL 2012 entregado por Cesine Formación y Jornadas, en reconocimiento a su dilatada trayectoria en el sector hotelero. Gatell, que también es presidente de honor de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), subrayó que "España es líder mundial en turismo residencial y su industria hotelera debe ponerse a la altura de este potencial competitivo" invirtiendo en nuevas tecnologías para reforzar su propia imagen de marca.

El vicepresidente de ITH, Jesús Gatell (centro), recibió el premio INMOHOTEL 2012, en reconocimiento a su exitosa trayectoria en el sector hotelero. En la foto le acompañan Ramón Estalella, secretario general de CEHAT y de ITH (izq.), y José María Álvarez, presidente de Grupo Cesine (der.).

Empresas de Servicios Energéticos y hoteles: la ecuación de la eficiencia

IV Jornadas de Eficiencia Energética y Sostenibilidad para el Sector Hotelero de ITH

Las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs) ofrecen al sector hotelero contratos cada vez más adaptados a las necesidades del sector, con condiciones más flexibles, asociados a niveles de ahorro, con el objetivo de conseguir mayores niveles de eficiencia energética. Esta es la principal conclusión de los expertos que participaron en las IV Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero, organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), patrocinadas por Gas Natural Fenosa, y copatrocinadas por Bosch-Buderus, TÜV Rheinland y Schneider Electric; y que este año se centraron en climatización, ACS, servicios energéticos y certificación.

El cuarto ciclo de las Jornadas de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de ITH abrieron su ciclo en Gerona, y pasaron por Sevilla, Santiago de Compostela, Tenerife, y por Valencia, donde formaron parte del programa de actividades del Congreso de Empresarios Hoteleros 2012 de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Las ESEs, eficiencia a coste cero

La hotelería española ve en la sostenibilidad y la eficiencia energética un aliado en la gestión, una forma de reducir costes, y un argumento comercial y de marketing. Aunque las ventajas de ser un hotel eficiente son evidentes, muchos empresarios encuentran obstáculos para hacer estos cambios profundos que derivarán en más ahorro energético, y muchas de estas barreras están relacionadas con la relación coste-beneficio: ¿cuánto cuesta ser más eficiente?

La respuesta es cero euros. No se trata de una exageración ni de una afirmación con letra pequeña: gracias a las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs), cuyo modelo de negocio consiste en asumir el riesgo de las inversiones que recuperará gracias al ahorro energético conseguido en el establecimiento, se puede ser eficiente sin invertir ni un solo euro. Las Empresas de Servicios Energéticos, punto central del debate en la IV Jornadas de Eficiencia Energética y Sostenibilidad para el Sector Hotelero de ITH, ofrecieron una serie de fórmulas que permiten a los hoteles conseguir niveles de ahorro energético sin hacer desembolso alguno.

Una de las principales conclusiones de este ciclo es que, con la evolución de los contratos ESE, se han adaptado al sector hotelero y sus necesidades, son flexibles en duración, en función de los ahorros y de los niveles de eficiencia que quiera conseguir cada establecimiento. El modelo ESE es una respuesta a la necesidad de buscar la mejor tecnología para conseguir eficiencia, garantizando su rendimiento, y la principal ventaja de estos contratos para la hotelería es que se focalizan en instalaciones de equipos de grandes prestaciones para producir energía con el menor coste posible, y esto bueno para todo el mercado y para toda la cadena de valor de la industria turística.

En la foto (de izq. a der.) Coralía Pino López, responsable de Proyectos Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH; Ferrán González, director Nacional de Ventas de Buderus; Eduardo Fernández Sacristán, responsable de Mantenimiento Zona Sur de NH Hoteles; David Alaminos, jefe de Proyectos Grandes Cuentas, Soluciones Integrales de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa; Gonzalo de Castro Albero, subdirector general de TÜV Rheinland; y Óscar Martínez Patón, director de Grandes Cuentas de Banca Mare Nostrum.

En Valencia las jornadas fueron inauguradas por (de izq. a der.) ***Efrén Conde, de Gas Natural Fenosa; Rafael Ripoll Navarro, secretario Autonómico de Turismo, Cultura y Deporte de la Conselleria de Turisme, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana; Luis Miguel Martí, presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia; y Juan Molas, presidente del ITH y CEHAT.***

Precisamente, para vender sostenibilidad, es necesario contar con avales reconocidos, como son las certificaciones energéticas. Por otro lado, para tomar decisiones de inversión, los sistemas de monitorización y las auditorías energéticas son herramientas clave, destinadas a medir, monitorizar y conocer las condiciones actuales de las instalaciones y equipos, y que permitirán tomar medidas concretas que aumenten la eficiencia, que sumen al personal y a los clientes en el ahorro energético, y que estimulen el benchmarking *in- house* o en el sector hotelero.

Ponentes como Coralía Pino López, responsable de Proyectos Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH; Efrén Conde, jefe de Proyectos Grandes Cuentas, Soluciones Integrales de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa; Ferrán González, director Nacional de Ventas de Buderus; Gonzalo de Castro Albero, subdirector general de TÜV Rheinland; Alessandro Ferrari, director general de Aquasonic; Salvador Rey, gestor de Grandes Cuentas del Segmento Hoteles y Hospitales de Schneider Electric; Óscar Martínez Patón, director de Banca de Empresas de BMN; Pablo Villamediana Pérez, director del Hotel Regente-Med Playa de Benidorm; Bárbara Hallé, directora del Hotel Sant Roc de Calella de Palafrugell; Eduardo Fernández Sacristán, responsable de Mantenimiento Zona Sur NH Hoteles; Julio Castro, director del Parador del Hostal dos Reis Católicos; Manuel Rodríguez, responsable de Mantenimiento Zona Canarias Meliá Hotels International; y Antonio Martín, técnico de Mantenimiento Zona Canarias & Cabo Verde de Iberostar Hotels & Resorts, mostraron las opciones tecnológicas y equipamientos disponibles para aumentar los niveles de eficiencia energética y hacer más sostenibles los establecimientos hoteleros españoles; y analizaron las vías de financiación alternativas, como las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs).

El apoyo de las autoridades y asociaciones locales fue decisivo para el éxito de este ciclo de jornadas. En Gerona, ITH contó con la presencia de Josep Sallent, responsable del Servicio de Empresa del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalitat de Catalunya en Gerona; Ramón Ramos, director del Patronato de Turismo de Costa Brava de Gerona; Antonio Escudero i Martínez, presidente de la Federació d'Hostaleria de les Comarques de Girona; y Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero y de CEHAT. En Sevilla, Granada Santos García, delegada territorial de Fomento, Vivienda, Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía; y Manuel Otero Alvarado, presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, inauguraron las jornadas; que en Santiago de Compostela contaron con la participación del alcalde de Santiago de Compostela, Ángel Currás; Reyes Leis, concejala de Turismo del Ayuntamiento de Santiago de Compostela; y los presidentes de Hospedaje, José Manuel Otero, y de Restauración, Jesús Sordo, de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Santiago de Compostela y Comarca.

Francisca Luengo Orol, viceconsejera de Industria y Energía, y Ricardo Fernández de la Puente, viceconsejero de Turismo, del Gobierno de Canarias; en compañía de Jorge Alexis Marichal González, presidente de Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL), abrieron las jornadas en Tenerife; mientras que en Valencia, Rafael Ripoll Navarro, secretario Autonómico de Turismo, Cultura y Deporte de la Conselleria de Turisme, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana; y Luis Miguel Martí, presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia, asistieron a la sesión inaugural del evento.

Iniciativas sostenibles multisectoriales, en la feria de la Industria Eléctrica y Electrónica

MATELEC, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica

ITH organizó, en el marco de MATELEC, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica, el "I Foro ITH de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en Hoteles", que incluye actividades de divulgación orientadas al sector hotelero, a través de conferencias y del estudio de casos de éxito. MATELEC, organizado por IFEMA y que tuvo lugar del 23 al 26 de octubre de 2012 en la Feria de Madrid, dedicó la Semana de la Eficiencia Energética a estudiar casos y herramientas que diversos sectores están aplicando para conseguir ahorrar energía, y reservó una parte de su programa a poner el foco en los avances que está haciendo la industria hotelera en esta materia.

Programa Hotel Sostenible, casos de éxito, y visita a hoteles eficientes

El programa del "I Foro ITH de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en Hoteles" incluía seminarios y actividades de divulgación. De esta forma, el día 24 de octubre, se celebró la *Ruta de los Hoteles Eficientes*, en el que profesionales, prensa y otros hoteleros conocieron buenas prácticas de establecimientos hoteleros de Madrid que han incorporado medidas de ahorro y eficiencia energética destacables.

Además, los días 23 y 24 de octubre, dentro del programa del Foro SEE4, ITH organizó dos seminarios especializados. El día 23 se dedicó a repasar las herramientas de monitorización inteligente del edificio, de la mano de Grupo Euroconsult y Schneider Electric; y la jornada del 24 de octubre, incluida en las actividades del Foro SEE4, analizó las soluciones de eficiencia energética para iluminación de hoteles, a través de dos casos prácticos de éxito en iluminación interior, desarrollado en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH, en colaboración con Light&Energy.

El Programa Hotel Sostenible, que ITH ha puesto en marcha en el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, pretende integrar una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, pueden conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. Este proyecto integral implica desarrollar proyectos piloto en varias áreas complementarias, y su correcta difusión en el sector hotelero y turístico, vital para comprender no sólo el alcance material, sino también su valor como argumento comercial, factor de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos.

En esta mesa redonda, moderada por Coralía Pino, de ITH (izq.), intervinieron (de izq. a der.) Carlos Sáez, de Grupo Euroconsult; Francisco José Castro Sánchez, de Hotusa; Esther Bombeli, del Hotel de las Letras; Salvador Rey, de Schneider Electric; y Pedro García Carro, de Neinver Asset Management.

Precisamente, gracias a los datos recopilados en el transcurso de la ejecución de estos proyectos, ITH publicó, en julio de 2012, el Decálogo del Hotel Sostenible, una hoja de ruta, en diez pasos, que sugiere a los hoteleros acciones para conseguir mayores niveles de eficiencia energética y sostenibilidad, en base a tres criterios fundamentales: el volumen de inversión y el retorno o plazos de amortización; el nivel de intervención que cada solución exige para su implantación, y el tipo de energía que requiere cada medida.

(De izq. a der): Ignacio Fernández, consejero delegado de la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Convention Bureau; María Jesús Zorita, subdirectora general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Carlos Díaz, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); Mar de Miguel, directora Patronato de Turismo de Madrid; el secretario general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Antonio Gil; y Coralía Pino, jefa de Proyectos del Área de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de ITH; guiaron a profesionales y prensa en la Ruta de Hoteles Eficientes de MATELEC.

Una ruta por los hoteles sostenibles de Madrid

La sostenibilidad y la eficiencia energética es una realidad tangible para muchos hoteles, que han encontrado estrategias, herramientas y equipos que les permiten ahorrar energía, ser más sostenibles, y conseguir un mayor equilibrio con el entorno. En el marco de la Semana de Eficiencia Energética de MATELEC 2012, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) invitó a los participantes de la feria a conocer cinco casos de éxito de eficiencia energética y sostenibilidad en el sector hotelero, en la *Ruta de Hoteles Eficientes*, en compañía de Ignacio Fernández, consejero delegado de la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Convention Bureau; María Jesús Zorita, subdirectora general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Carlos Díaz, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); Mar de Miguel, directora del Patronato de Turismo de Madrid; el secretario general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Antonio Gil; y Coralía Pino, jefa de Proyectos del Área de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de ITH.

La *Ruta de los Hoteles Eficientes*, permitió a los participantes conocer establecimientos de Madrid seleccionados por sus mejores prácticas, y que han incorporado medidas de ahorro y eficiencia energética destacables, como sistemas de control y monitorización inteligente (Hotel de Las Letras), políticas medioambientales avaladas por la certificación 50.001 (Hotel NH Eurobuilding), medidas pioneras en la instalación de paneles solares (Hotel Husa Princesa), iluminación exterior eficiente y control y gestión de consumos (Hotel Me Madrid), y jardines verticales eficientes (Hotel Mercure Santo Domingo).

Un grupo de trabajo multidisciplinar para analizar el mercado de eficiencia energética hotelera en España

Plataforma Tecnológica Española de Eficiencia Energética (PTE-EE)

En septiembre de 2012, el Instituto Tecnológico Hotelero se incorporó al grupo de trabajo de la Plataforma Tecnológica Española de Eficiencia Energética (PTE-EE), dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad e impulsada por PwC, que reúne a los agentes relevantes del sector para promover el desarrollo de la eficiencia a nivel nacional, y está formado por entidades públicas y privadas que persiguen un consumo más inteligente y sostenible mediante el apoyo a la investigación y desarrollo tanto tecnológico como de bienes y de servicios.

La PTE-EE inició, a finales de 2012, los trabajos para poner en marcha una iniciativa para desarrollar la eficiencia energética en el sector hotelero, con el objetivo de la elaborar un documento de análisis sobre la eficiencia energética en esta industria, acotando el mercado en este sector; definiendo conjuntamente con los agentes relevantes una propuesta modular; y divulgando una hoja de ruta para facilitar la ejecución de proyectos en el sector, especialmente en las pymes.

Para PwC, el alcance de este estudio multidisciplinar está orientado a llevar a cabo un análisis del mercado potencial de eficiencia energética en el sector hotelero, en el que se estime el impacto socioeconómico de la eficiencia energética en el sector hotelero en términos de PIB y empleo, y que ofrezca una propuesta de valor alineada y que permita la autoevaluación de las soluciones, en base a reuniones y sesiones de trabajo con los principales agentes de la eficiencia energética en el sector hotelero (agentes del sector, ESEs, entidades financieras, *partners* tecnológicos, administración, etc.). Este trabajo derivaría en la elaboración de un informe donde se recojan las principales conclusiones, la definición de acciones concretas para facilitar la ejecución de proyectos, y el diseño de una herramienta de cálculo de ahorro.

ITH ha formado parte del grupo de entidades que, como NH Hotels, AC Hotels by Marriot, Melia Hotels International, Gas Natural Fenosa, Iberdrola, Endesa, Dalkia, Schneider Electric, Philips, Carrier, Siemens, Banco Santander y Banco Sabadell, han participado en el proceso de cuantificación y evaluación del mercado de la eficiencia energética en el sector hotelero español, colaboración que se escenificó en la primera reunión, celebrada en septiembre de 2012, en la que la PTE-EE presentó la iniciativa y se puso en común los objetivos con el resto de actores y empresas.

Un debate virtual por la eficiencia energética hotelera

Encuentro Virtual en la Comunidad Twenergy

En abril de 2012, el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, fue invitado a participar en un Encuentro Twenergy, un foro virtual en el que expertos, usuarios y profesionales de la eficiencia energética intercambian preguntas, dudas y opiniones sobre los avances en materia de eficiencia energética en todas las actividades económicas relevantes de la economía española.

Twenergy es una iniciativa de la empresa española Endesa, a favor de la eficiencia energética y la sostenibilidad. Se trata de una comunidad virtual creada para fomentar el consumo responsable de la energía, resaltar la importancia de la eficiencia energética y ofrecer soluciones para consumir energía de manera inteligente. Como parte de su actividad de divulgación, organiza una serie de actividades a través de su plataforma, entre las que destacan los Encuentros Twenergy con expertos en sostenibilidad y eficiencia energética en diversos sectores de la economía.

Dado que el sector hotelero y turístico es fundamental en la economía española, Twenergy quiso analizar, en compañía de Carrillo de Albornoz, y los internautas, usuarios de la comunidad, y participantes en este encuentro, los factores que se deben tener presentes para conseguir mayores niveles de sostenibilidad y eficiencia energética en esta actividad.

El director general de ITH subrayó que lo primero "es concienciar al hotelero de las oportunidades de ahorro que existen en sus establecimientos, porque con la crisis económica, la innovación no es una opción, supone nuevas oportunidades de negocio y de ahorro". Igualmente, hizo hincapié en el papel de los clientes, que "son parte fundamental de la política de ahorro energético en un hotel". En su opinión, "los huéspedes tienen que ser conscientes de que el lujo no significa derroche y que se pueden aplicar medidas de ahorro energético sin disminuir el confort".

Álvaro Carrillo de Albornoz recalca que, aunque "queda un gran camino por recorrer en materia medioambiental", hay tecnologías que están extendidas en la hotelería, como "todas aquellas relacionadas con la iluminación (como por ejemplo, el Hotel Gran Meliá Fénix, donde se celebró este encuentro, que ha cambiado todas sus bombillas por LEDs más eficientes), climatización (renovables, calderas eficientes, etc.) y las que afectan al ahorro de agua (reutilización, aguas pluviales, etc.)".

Según cálculos de ITH, que citó su director general "si la red hotelera española ahorrase un 10% de la energía consumida, el total equivaldría a cerca de 600GWh al año; que es, aproximadamente, el consumo anual de una ciudad de cien mil de habitantes, como Ourense o Jaén".

Hoteles eficientes desde el exterior

ITH y Baumit ponen en marcha un proyecto piloto de aislamiento térmico en fachadas

El Instituto Tecnológico Hotelero y Baumit firmaron, en el marco de Fitur 2012, un acuerdo de colaboración en virtud del cual ambas entidades facilitarán a las empresas hoteleras el acceso a tecnologías de última generación en sistemas de aislamiento térmico, a través del proyecto piloto "Ahorro energético en hoteles mediante la instalación de SATE en fachadas".

Este proyecto, que se lanzó en abril de 2012 y que actualmente está en fase de ejecución, tiene como objetivo abordar una de las áreas clave que afecta a la eficiencia energética de un edificio, la envolvente, que tiene una importancia determinante en el cómputo final del consumo energético, pero que no suele estar entre las prioridades en los planes de eficiencia energética de un hotel. Este piloto es complementario a otro proyecto del Programa Hotel Sostenible de ITH, en este caso, desarrollado con Guardian Glass, para la mejora de la eficiencia energética y el rendimiento acústico de la envolvente de hoteles y alojamientos turísticos, mediante la implantación de las mejores tecnologías de acristalamiento inteligente; que también está en fase de estudio.

La envolvente de un edificio funciona como la piel humana, aislando el edificio de su entorno y equilibrando las condiciones internas y externas, a través de esta superficie construida, visible desde el exterior del edificio, formada por la fachada, las cubiertas, las protecciones solares y las puertas, ventanas y marcos. Un diseño adecuado de la fachada es clave para conseguir que la demanda energética de calefacción y aire acondicionado de un determinado edificio sea lo más reducida posible, manteniendo condiciones de temperatura y aislamiento acústico confortables en el interior de las instalaciones.

baumit.com

El director de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz; y Fernando Arrabé, director general de Baumit; formalizaron la incorporación de Baumit durante Fitur 2012.

Baumit, líder europeo en instalación de sistemas de optimización de envolventes térmicas, participa como socio tecnológico en este proyecto piloto, destinado a reducir la demanda energética en la climatización de hoteles mediante la instalación de innovadores Sistemas de Aislamiento Térmico Exterior (SATE), un sistema recubrimiento exterior que consta de diferentes capas, compuestas por aislamientos de diversa naturaleza, que trabajan de forma integrada una vez concluida la instalación, que se adaptará a las características de cada edificio.

Los avances tecnológicos y los nuevos materiales disponibles, como los sistemas SATE, ofrecen una oportunidad irrepetible para mejorar edificios con envolventes muy antiguas y poco eficientes, que producen grandes pérdidas de energía térmica a través de sus superficies exteriores; y esto supone que, por sus propias condiciones, el parque hotelero español podría beneficiarse de márgenes de ahorro muy amplios optimizando la "piel" exterior del edificio.

Nuevos socios, nuevas tecnologías eficientes

Panasonic se asocia a ITH

En mayo de 2012, ITH incorporó como socio tecnológico a Panasonic, Sistemas de Calefacción y Climatización, con el objetivo de participar en un piloto de eficiencia energética, diseñado para ayudar a diversos hoteles españoles a implantar sistemas de generación de energía alternativos basados en bombas de calor con motor accionado a gas propano y cogeneración de ACS.

Panasonic se sumaría al proyecto piloto "Eficiencia energética para el sector Hotelero: Diversificación Energética y Sostenibilidad", que desarrollan conjuntamente ITH y Repsol, destinado a estudiar el comportamiento de bombas de calor de máxima eficiencia, que se utilizan, esencialmente, en la climatización de hoteles. Se trata de proyecto a gran escala, cuyo objetivo es facilitar a los hoteles el acceso a soluciones energéticas eficientes en refrigeración, calefacción y agua caliente sanitaria que disminuyan la dependencia eléctrica, mediante tecnologías sostenibles de generación distribuida a gas propano.

Panasonic, asume el papel de firma proveedora de bombas de calor con motor accionado a gas propano, capaces de generar energía para la climatización y ACS de manera más eficiente. Estos equipos podrían proporcionar un ahorro medio del 20% respecto a otros sistemas tradicionales como la bomba de calor eléctrica, ya que son capaces de recuperar el calor residual del motor, lo que se traduce en un elevado ahorro de energía y una importante reducción de las emisiones de CO_2.

Este piloto forma parte del Programa Hotel Sostenible de ITH, un plan de acción que pretende mostrar cómo diversas tecnologías y sistemas innovadores, como las bombas de calor que fabrica Panasonic, derivan en una gestión más eficiente de la energía, en ahorros considerables y en un mejor servicio, que redunda en mayores beneficios para los hoteles.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; y Máximo Alejandre, Country Manager de Panasonic Sistemas de Calefacción y Climatización, en un momento de la firma del convenio.

Una tecnología capaz de reducir a la mitad la factura de combustible de un hotel

Proyecto Piloto de Microcogeneración de Altare Energía

En junio de 2012, Altare Energía se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero, con la firma de un convenio de colaboración que contempla participar en un proyecto piloto, cuyo principal objetivo es ayudar a los hoteles participantes a reducir su consumo energético a través de sistemas de microcogeneración, capaces de reducir a la mitad la factura de combustible de un hotel.

La microcogeneración es un sistema de producción de calor y electricidad de alta eficiencia a pequeña escala, que recupera el calor residual, asociado a un proceso de generación de electricidad, para producir energía térmica útil. Para el sector hotelero, implantar esta tecnología podría suponer cubrir de un 30% a un 60% de la demanda térmica de un hotel con calor prácticamente gratuito, y producir energía eléctrica que se puede dedicar al autoconsumo, reduciendo así la factura energética del hotel y, por tanto, mejorando la cuenta de resultados del establecimiento.

Altare Energía, firma española dedicada a la distribución e instalación de equipos de cogeneración, tiene una amplia experiencia en este tipo de instalaciones para el sector terciario como hospitales, hoteles y oficinas, aportándoles rendimientos competitivos y prestaciones energéticamente atractivas frente a sistemas convencionales.

Esta compañía participa en un proyecto piloto "Diversificación energética con propano: Microcogeneración y/o climatización con bomba de calor", que coordinan ITH y Repsol, y que está destinado a mejorar los sistemas de climatización a gas propano, usando bombas de calor, o equipos de microcogeneración, que provee Altare.

Según los estudios realizados por Altare Energía, existe una amplia gama de hoteles que podrían beneficiarse de la eficiencia energética que proporcionan los equipos de microcogeneración. Si, por ejemplo, un hotel consume más de 25.000 euros anuales en electricidad, con un gasto anual superior a 30.000 euros de gas natural (60.000 euros en gasóleo o propano), la microcogeneración podría llegar a suponer un ahorro de 20.000 euros anuales, a partir del momento en que las instalaciones y equipos comiencen a funcionar. En una instalación con gas natural, supone una reducción del gasto energético superior al 30%. En el contexto actual, los precios de suministro eléctrico tienen, y tendrán en el futuro, tendencia a la alza. La adopción de un sistema de cogeneración también dota el establecimiento de una cierta independencia frente a las subidas de electricidad y permite mayor estabilidad en los gastos energéticos del hotel.

Pero la microcogeneración no supone sólo recortar los gastos en suministros energéticos; implica apostar por un modelo energético más sostenible. La reducción del consumo energético se traduce en un ahorro directo de energía primaria, y este en una reducción de emisiones de gases contaminantes (CO_2): de hecho, instalar un equipo de cogeneración puede suponer una reducción del 50% de las emisiones de CO_2 del hotel. A parte de los evidentes beneficios medioambientales, el establecimiento fortalece su imagen añadiéndole un carácter de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental.

50

La plataforma de eficiencia energética más importante de la industria turística española

Sistema de control y benchmarking sostenible Intelitur

El 2012 ha sido el año de la consolidación del desarrollo tecnológico de la Plataforma Intelitur, una iniciativa a gran escala impulsada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, que forma parte del Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística español.

Desde 2011, el Instituto Tecnológico Hotelero dedica parte importante de los recursos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética a la definición, diseño e implementación de un modelo de eficiencia energética que responda a las necesidades y particularidades de las instalaciones turísticas españolas.

En el marco de la Plataforma Intelitur, que cuenta con la financiación de fondos FEDER y de la Secretaría de Estado de Turismo; participan múltiples actores que representan a diversas áreas de conocimiento, que están aportando su experiencia para crear una plataforma multidisciplinar que ayude a las empresas de la industria turística a aumentar su competitividad. La labor de ITH, en el área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, se centra en el desarrollo de un complejo modelo de eficiencia y sostenibilidad, pensado para la industria turística. En 2012, los miembros del equipo de desarrollo tecnológico han concluido la fase de ejecución del proyecto, han incorporado actualizaciones y nuevos módulos, que suman no sólo las aportaciones de las empresas que participan en el proyecto, sino que también atienden a los requerimientos de un sector en constante evolución.

La eficiencia energética y la sostenibilidad no son sólo la respuesta a un contexto económico en el que es necesario reducir costes en materia de energía y agua, son además, una filosofía de gestión que permite a la industria turística posicionarse en un mercado que exige opciones turísticas y de ocio respetuosas con el medio ambiente y con los recursos comunes. En este sentido, el Programa Intelitur en Eficiencia Energética tiene como objetivo poner a disposición de todas las empresas del sector turístico, una serie de herramientas, conocimientos y capacidades técnicas en eficiencia energética, acompañadas de un sistema de apoyo tutorizado, que les ofrecerá todos los recursos necesarios para aumentar sus niveles de sostenibilidad, para tomar decisiones de negocio que incidan en la eficiencia energética, y que, en resumen, mejoren su competitividad y rentabilidad.

Uno de los elementos diferenciales que ofrece la Plataforma Intelitur en materia de eficiencia energética y sostenibilidad es la herramienta virtual de autodiagnóstico, que permite a los usuarios realizar una evaluación de su hotel, comparar los consumos de energía con los de un establecimiento similar o con un modelo de consumos optimizados, y a partir de estos criterios, recibir recomendaciones específicas sobre cómo pueden mejorar sus resultados. De esta forma, cada hotel puede gestionar, de forma directa y ordenada, sus consumos energéticos y de agua, conocer el potencial de mejora de sus instalaciones, y disponer de diferentes acciones y alternativas prácticas, con alcance, plazos e inversión necesaria para conseguir los ahorros deseados.

Intelitur

Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística

ITH ha asumido un papel clave en la puesta en marcha del Programa de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de Intelitur, tanto en el área tecnológica como en la gestión del canal. A través de Intelitur, ITH ofrecerá apoyo continuado a cada empresa participante, asesorará y formará a sus equipos de gestión y hará un seguimiento a la implantación de cada iniciativa de eficiencia energética. El canal de sostenibilidad de Intelitur dispone de una web oficial, que incluye información relevante para el sector sobre eficiencia energética y las mejores prácticas a nivel mundial, y un sistema de atención telefónica y a través de foros especializados, en la que técnicos y expertos atenderán dudas y consultas de los usuarios.

Una de las ventajas y fortalezas de la Plataforma de Eficiencia Energética Intelitur es el respaldo de sus socios comerciales, firmas tecnológicas de primera línea, como Repsol, Gas Natural – Fenosa, Bosch-Buderus, Grupo CIAT, Dyrecto Consultores, Schneider Electric y TÜV Rheinland, que no sólo ponen a disposición de los empresarios turísticos sus soluciones técnicas y equipos, sino que además garantizan, con su experiencia y conocimiento, la fiabilidad y la utilidad de esta herramienta.

Presentando Intelitur en el mundo

Durante 2012, ITH participó en dos eventos, uno en la ciudad de Granada y el otro en Lima (Perú), dedicados a explorar los avances en materia de eficiencia energética y sostenibilidad en turismo, en los que se presentó el Programa Intelitur en Eficiencia Energética y la herramienta de autodiagnóstico de la plataforma.

En septiembre de 2012, especialistas de diferentes instituciones públicas y privadas participaron en la jornada "Turismo y sostenibilidad energética: propulsores del desarrollo sostenible", organizada por la OMT y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) del Gobierno de Perú, en el marco del Día Mundial del Turismo. Manuel Clar Massanet, jefe de proyectos en el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH, explicó la utilidad de la herramienta Intelitur y sus ventajas para la industria hotelera, como parte del programa en el que entidades públicas y privadas locales y extranjeras, repasaron los avances que han conseguido en el diseño de programas y aplicaciones que facilitan el seguimiento y la ejecución de planes de eficiencia energética y sostenibilidad en turismo.

La Cámara de Comercio de Granada acogió, en marzo de 2012, el Foro de Turismo Intelitur, organizado por cabo por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, en colaboración con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y la Secretaría General de Turismo. Durante este evento, las empresas granadinas y andaluzas pudieron conocer la Plataforma Intelitur, sus canales y sus aplicaciones, incluida la herramienta de eficiencia energética y autodiagnóstico, de la mano de Manuel Clar Massanet, del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH.

Agua y energía, en la balanza de la eficiencia en hoteles

Grundfos introduce su tecnología en bombas de circulación a los hoteles

La firma danesa de fabricación de bombas de circulación Grundfos se incorporó al Instituto Tecnológico Hotelero como nuevo socio tecnológico, en septiembre de 2012, con el objetivo de realizar un proyecto piloto que permitirá a los hoteles participantes instalar bombas de circulación de alta eficiencia.

El piloto que están llevando a cabo ITH y Grundfos, titulado "Optimización del Rendimiento y Ahorro Energético en Sistemas de Bombeo para Hoteles", se puso en marcha en el último trimestre de 2012, y dará la oportunidad a los hoteles participantes de probar los equipos de Grundfos, que varios establecimientos internacionales ya han incorporado en sus instalaciones, con resultados muy positivos: el Hotel Radisson Blu (Lisboa) el Hotel Crowne Plaza (Copenhague) han conseguido ahorros en el consumo eléctrico de sus equipos superiores al 80%.

Grundfos llegó a España en 1982, y en la actualidad cuenta con más de 80 empleados repartidos en la sede central de Algete (Madrid) y en las delegaciones en Barcelona y Bilbao; y una facturación anual de más de 40 millones de euros. Grundfos es el mayor fabricante del mundo de bombas de circulación, cubre aproximadamente el 50 por ciento del mercado mundial y produce cada año 16 millones de bombas de circulación para calefacción y aire acondicionado, bombas centrífugas para la industria, abastecimiento de agua, aguas residuales y dosificación.

Con este piloto, los hoteles pueden incidir de manera directa en el consumo eléctrico de sus equipos, reduciendo drásticamente el consumo y aumentando sus niveles de eficiencia energética. En un hotel se pueden encontrar numerosos y muy diversos sistemas de bombeo, desde equipos de circulación para el sistema de climatización, hasta equipos de presión, pasando por bombas de dosificación, que pueden suponer hasta un 70% del consumo eléctrico total de un hotel. Además, si se tiene en cuenta que el mayor coste en el ciclo de vida de un sistema de bombeo es el consumo eléctrico, muy por encima de su coste y sus gastos de mantenimiento, es recomendable apostar por equipos más eficientes.

Gracias a este proyecto que ponen en marcha ITH y Grundfos, los hoteles participantes podrán incorporar tecnología de vanguardia de la línea MAGNA en sus establecimientos, que cumple los requerimientos técnicos de la nueva directiva comunitaria a este respecto. La línea MAGNA ha conseguido coeficientes de eficiencia energética superiores a los exigidos para el año 2015, e incluso a los que se prevén para el año 2017. Los equipos que se están probando con este piloto, actualmente en fase de ejecución, no sólo consiguen reducir el consumo energético, e incrementar los ahorros en sus costes fijos, sino que, además, ayudará a reducir las emisiones de CO_2 y, por tanto, a minimizar la huella de carbono.

(De izq. a der.): Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; y por parte de Grundfos España, José Ramón Vilana, director general, y Philippe Rosi, director de Marketing.

Planes de gestión energética para los hoteles andaluces

El Instituto Andaluz de Tecnología e ITH ponen en marcha un proyecto pionero

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el Instituto Andaluz de Tecnología (IAT) han puesto en marcha un plan destinado a promover la implantación de planes de gestión energética en hoteles andaluces, que les permitirá optimizar la gestión de la eficiencia energética y reducir los costes en esta materia, a partir del análisis, evaluación y realización de planes de mejora tecnológica en materia de consumo de energía.

El Instituto Andaluz de Tecnología, que se incorporó a ITH como socio tecnológico en noviembre de 2012, es un centro tecnológico de ingeniería y gestión del conocimiento, que nace por iniciativa de los Colegios y Asociaciones de Ingenieros Industriales de Andalucía, y cuyo cometido es acompañar a las empresas e instituciones en la mejora de sus resultados de forma sostenible, aportándoles valor mediante soluciones innovadoras.

Con más de 20 años de trayectoria, el IAT genera sus propias herramientas y soluciones tecnológicas, a partir de proyectos de I+D y de servicios intensivos en conocimiento (SIC). IAT se ha convertido en un referente en la I+D y la gestión del conocimiento en Andalucía, gracias a su papel integrador entre empresas, profesionales, universidades, administraciones públicas y personalidades relevantes del mundo científico y tecnológico. Desarrolla proyectos de I+D y de transferencia de conocimientos en varias áreas, como Sistemas Avanzados de Gestión; Desarrollo Regional y Sistemas Regionales de Innovación; Innovación y Creatividad; Gestión del Conocimiento; Desarrollo de Personas; Energía; Medio Ambiente; Mejora de Procesos; Mejora de Productos; Diseño Industrial; Logística y Gestión de la Cadena de Suministro; y Metrología.

El proyecto "MeeHot-Mejora de la Eficiencia Energética en Instalaciones Hoteleras", que IAT e ITH están llevando a cabo, ofrece al sector hotelero andaluz la oportunidad de obtener asesoramiento en el diseño de estrategias de optimización de la gestión de la energía, lo que supone analizar, evaluar e implantar planes que mejoren, desde el punto de vista de la tecnología, la eficiencia energética de los hoteles andaluces.

El proyecto MeeHot es una iniciativa financiada por el programa Innoempresa de la Dirección General de Pymes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y por la Agencia de la Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA).

MeeHot, que se pone en marcha a principios de 2013, se desarrollará en varias fases, que incluye un análisis de la demanda de energía del hotel, realizando un modelado de la edificación. Posteriormente, se examinarán los consumos realizados en diversas zonas del edificio, identificando los aspectos a mejorar en los se puede conseguir un resultado óptimo, a través de la mejora de sus recursos, desde una doble óptica, la reducción de la demanda y la mejora del rendimiento de sus sistemas. Además, se monitorizan varias áreas con el objeto de conocer al detalle los consumos reales y poder actuar al momento. Por último, se entregará a los hoteles estudiados un informe que definirá los puntos débiles sobre los cuales habría que actuar, y las posibles medidas que pueden aplicar en función de una evaluación económica y ambiental específica, que permita tomar decisiones operativas.

Asimismo, se ofrecerá formación a los participantes sobre cómo sacar provecho de los medidores y de las herramientas de monitorización de consumos, para que puedan continuar con las mejoras.

Energía solar a través de un modelo ESE

Prosolia se suma a ITH y al piloto de Bosch-Buderus

Prosolia, firma responsable del proyecto para la reducción del consumo de gasoil del Hotel Meliá Benidorm, se incorporó, en mayo de 2012, al Instituto Tecnológico Hotelero. Esta empresa valenciana especializada en la implantación y distribución de soluciones basadas en energías renovables, formará parte, gracias a este convenio, de un proyecto piloto destinado a mejorar la eficacia de los sistemas de calefacción y producción de agua caliente sanitaria, mediante la instalación de captadores solares, que ITH y Bosch-Buderus han puesto en marcha

El objetivo del piloto, "Evaluación y renovación de sistemas de calefacción y producción de agua caliente sanitaria en hoteles y climatización de piscinas", es evaluar y renovar los sistemas de calefacción y producción de agua caliente sanitaria en hoteles, en el que Prosolia facilitará la implantación de sus paneles solares térmicos, a través de un modelo de Empresa de Servicios Energéticos (ESE).

Prosolia es especialista en intervenciones energéticas en la industria hotelera, y ha llevado a cabo proyectos de eficiencia energética en alojamientos españoles, a través del programa Solcasa para la financiación de instalaciones solares térmicas en edificios a empresas habilitadas, que forma parte del Plan de Energías Renovables en España del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE). Las experiencias de Prosolia en hoteles españoles les han permitido constatar los ahorros que ofrecen estas soluciones energéticas; de esta forma, la firma valenciana ha sido la encargada de poner en marcha el proyecto destinado a reducir el consumo de combustibles en el Hotel Meliá Benidorm, que logró recortar el consumo de gasoil de este establecimiento en un 60%.

Gracias al proyecto piloto que el Instituto Tecnológico Hotelero esta desarrollando con Prosolia y Bosch-Buderus, los hoteles participantes podrán instalar un completo sistema de calefacción y producción de ACS con una inversión mínima, ya que Prosolia, en calidad de Empresa de Servicios Energéticos del proyecto asumirá la gestión energética de edificios e instalaciones, y el riesgo técnico y económico de la instalación, dado que el pago de los servicios prestados se hará gracias al ahorro generado por los nuevos equipos.

La reducción de gastos por ahorro energético junto a un mayor compromiso con el desarrollo sostenible se traducirá, no solo en una mayor competitividad en precios, también en una mejora de la imagen empresarial de los hoteles que usen sistemas más eficientes y fuentes de energía renovables, lo que redundará en un incremento de ventas y beneficios para los hoteles que acometan planes eficaces de ahorro y eficiencia energética.

Prosolia Energía llevó a cabo un proyecto de eficiencia energética en el Hotel Meliá Bernidorm

Tecnología VRF para la climatización eficiente de hoteles

Toshiba HVAC, nuevo socio de ITH

Toshiba, firma japonesa líder en innovación tecnológica en electrónica, energía, electromedicina, iluminación, reprografía, y aire acondicionado, se asoció al Instituto Tecnológico Hotelero en septiembre de 2012, para poner en marcha un proyecto piloto de climatización a través de Toshiba HVAC, que permite a los hoteles participantes acceder a un sistema de acondicionamiento integral inteligente, basado en la tecnología de Caudal Variable de Refrigerante VRF (Variable Refrigerant Flow).

El VRF es una tecnología de climatización integral que aporta simultáneamente calefacción y aire acondicionado. Se trata de un sistema de acondicionamiento inteligente de aire para múltiples usuarios individuales o colectivos, formado por una unidad condensadora exterior con compresores que ajustan la capacidad y el consumo de refrigeración y calefacción y el volumen de refrigerante en función de la demanda instantánea de cada zona climatizada. Son sistemas flexibles, eficientes, fiables, de fácil instalación, requieren un mantenimiento mínimo, son silenciosos, su uso es sencillo y son respetuosos al medio ambiente.

En la década de los 50, Toshiba fabricó las primeras unidades de aire acondicionado, que progresivamente y como parte de su política de innovación, clave en su historia, mejoró con desarrollos como el primer sistema portátil, el primer control electrónico, la primera aplicación de la tecnología inverter a la climatización y el compresor Twin Rotary, entre otros muchos más avances.

Con su incorporación a ITH y la puesta en marcha de este piloto, Toshiba se une al Programa Hotel Eficiente de ITH, que pretende integrar una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, pueden conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. Este proyecto integral implica desarrollar proyectos piloto en varias áreas complementarias, y difundir los hallazgos y resultados en el sector hotelero y turístico, que permitirán comprender no sólo el alcance material, sino también su valor como argumento comercial, factor de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos.

Para Toshiba, el sector hotelero puede aprovechar las ventajas de la tecnología VRF, porque se adapta al grado de ocupación y a la diversidad de uso horario de cada habitación. Es un sistema completo, integral, que agrupa producción frigorífica, unidades terminales diversas y sistemas de control individuales y de grupo que pueden conectarse al sistema de control general del edificio; además, genera ahorros energéticos relevantes y costes de mantenimiento reducidos frente a otros sistemas VRF y sistemas de agua.

(De izq. a der.): Carlos Gómez, director general de Toshiba HVAC; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Carlos Romero, de Toshiba HVAC; Coralía Pino, del área de Sostenibilidad y Eficiencia energética de ITH; y Javier Basterrechea, director de Desarrollo de Negocio de Toshiba HVAC.

"Las nuevas tecnologías han reducido el engaño al cliente y han hecho que los hoteleros cuidemos más el producto y que además nos enfoquemos a la diferenciación experiencial. Antes de llegar, el cliente ya sabe lo que se va a encontrar por experiencias de otros clientes y nos esforzamos para que éstas sean inolvidables".

Abel Matutes Prats
Vicepresidente ejecutivo de Grupo Empresas Matutes y director general de Palladium Hotel Group

iTH

Operaciones

La tecnología volcada en el huésped

En los últimos años estamos viviendo una autentica revolución tecnológica en el sector hotelero, que se debe, principalmente, a la necesidad de que la industria del alojamiento se adapte a la nueva era digital; y esto, no acaba más que empezar.

Así, vocablos como CRM, e-commerce, OTA, Channel Management, *cloud computing* o tecnología en la nube, movilidad, yield, reputación social, integración, paridad tarifaria... ya forman parte habitual de nuestro vocabulario, y vendrán más y más complejos si cabe, y allí estará la tecnología soportando y mejorando cuantas necesidades plantee el sector.

Hoy en día, estamos volcados en el cliente, en conocerle totalmente, desde su captación y durante su estancia y con posterioridad interactuando plenamente con él. Pero también dedicamos ingentes recursos a hacer una buena gestión de los canales de venta, optimizándolos al máximo, controlando y reduciendo costes, dos premisas ineludibles en nuestro mercado actual.

Nuestros clientes cambian y con ellos sus hábitos. Los jóvenes, tecnológicamente a la vanguardia, son la demanda del futuro cercano: cualquier compañía que quiera continuar deberá adaptarse a los nuevos clientes y los tiempos que corren.

Para MICROS Fidelio, ir un paso por delante es la clave: por eso, creemos en la necesidad de trabajar por detectar necesidades futuras, bien sea analizando tendencias, bien sea comprendiendo qué demandan las empresas y los turistas, para desarrollar así soluciones tecnológicas que permitan adaptarse y responder con las mejores garantías a los desafíos del mercado. Y este proceso no tiene fin: es constante y hay que estar dispuesto a asumirlo.

Por eso, es vital contar con motores que impulsen la innovación. En este sentido, la labor de ITH como asesor, educador e innovador es absolutamente fundamental para el hotelero, no sólo porque aporta valor al negocio, sino porque sirve de guía para navegar en un entorno tan dinámico y cambiante como son las nuevas tecnologías, cada vez más complejo. Contar con un referente que investigue, estudie, y proponga mejoras para la gestión de un negocio hotelero tiene un valor inmenso para los profesionales del sector, más aún cuando la innovación se perfila como la necesidad de adaptarse a un medio cambiante, pero yendo siempre un poco más allá.

Anticiparse requiere buenos aliados, y para MICROS Fidelio, gran parte de este trabajo es posible gracias a la constante comunicación con los principales actores, que no son otros que los hoteleros, grandes y pequeños, y el trabajo que desarrollamos con organizaciones como ITH.

Colaborar con ITH, a través de proyectos comunes y actividades conjuntas, es un requisito ineludible para estar al tanto de los cambios, mejoras y avances en el sector, de las preocupaciones de los hoteleros, de las tendencias del turismo. Y no perder nunca el entusiasmo por innovar, evolucionar y cambiar para mejor, que debe imperar en la principal industria española.

Agradecemos a ITH la oportunidad de formar parte de esta comunidad de la innovación turística, y le felicitamos por el compromiso y trabajo bien hecho. Y animamos al sector hotelero a seguir apostando por la innovación, no sólo de forma puntual, sino como una filosofía de gestión integral.

César Díez Rivera
Director General de MICROS Fidelio

La nube para el sector turístico, una oportunidad para ahorrar y ser más rentable

Turismo en Destino La Nube, de Microsoft Ibérica e ITH

El 60% de los turistas que viajaron a España en 2011, reservaron su viaje vía web, y el 46% pagaron online; el negocio turístico está en la nube, y es fundamental que las empresas aprovechen este modelo estratégico de gestión, clave en el futuro del sector hotelero y turístico en España, que permiten ahorrar costes y escalar las herramientas tecnológicas en función de las necesidades estacionales de cada hotel.

Los turistas buscan información, reservan, compran y comparten su experiencia de viaje a través de múltiples servicios, canales y tecnologías disponibles en Internet; y este hecho, junto con el ahorro de costes en herramientas tecnológicas y la flexibilidad de las herramientas, son las principales razones por las que las empresas turísticas y hoteleras pueden aprovechar el *cloud computing* como nuevo modelo de gestión de negocio. Esta es la principal conclusión que expertos y hoteleros plantearon en la sección dedicada al sector turístico de "Destino La Nube", evento organizado por Microsoft Ibérica y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), y que se centró en analizar el potencial de la nube para la hotelería y el turismo.

María Garaña, presidenta de Microsoft Ibérica, durante su presentación en el evento.

Durante la sesión inaugural, la presidenta de Microsoft España, María Garaña, destacó el "gran potencial" que el *cloud computing* tiene para el turismo y las pymes, en un país en el que hay "más de tres millones de autónomos, pequeñas y medianas empresas", que representan casi el 90% del tejido empresarial español y cerca del 70% del sector turístico de nuestro país. Garaña explicó que apostar por la nube supone ganar en "agilidad, simplicidad y costes", ventajas muy significativas si se tiene en cuenta que el 66% de los recursos que se dedican a las TIC son para mantener los equipos ya existentes, y sólo el 14% se destinan a la innovación.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) resaltó el papel de la innovación en el sector turístico y subrayó que "el *cloud computing* es una oportunidad para el sector turístico", porque se trata de un sistema que permite, "ahorrar mucho dinero de forma rápida e inteligente, al coste real de un café por usuario", y afirmó que si la banca ha volcado sus operaciones en la nube "hay pocas excusas para no lo haga el sector turístico".

Si el cliente está en la nube, tu negocio debe estar en la nube

El usuario conectado permanentemente y su influencia en la gestión de las empresas turísticas y hoteleras ha sido un fenómeno que han mencionado todos los ponentes. Sonia Marzo, responsable de los Centros de Innovación de Microsoft, recordó que "el 60% de los turistas que viajaron a España en 2011, reservaron su viaje vía web, y 46% pagaron online", en cambio "la rentabilidad de la industria turística no ha estado alineada con su crecimiento y, en este sentido, la tecnología en la nube es una oportunidad".

Los profundos cambios en la gestión empresarial y en el sector turístico, producto de la acelerada evolución de la TIC, han dado lugar a un nuevo perfil de cliente, siempre conectado, que cumple con todas las fases del viaje a través de aplicaciones (redes sociales) y canales (webs especializadas) disponibles en la red; y todos esos servicios ya están en la nube.

Juantxo Llantada, consultor de Marketing Turístico, afirmó en su presentación que la ubicuidad que aporta el *cloud computing* "favorece la productividad de los negocios y equipos", y permite "hacer experimentos gratuitos" para probar la fiabilidad y utilidad de cada herramienta; no obstante, cuando se necesita fiabilidad y seguridad, es fundamental contratar herramientas y plataformas de pago".

La sesión de Turismo de "Destino La Nube" se cerró con una mesa redonda, en la que expertos y representantes de empresas hoteleras analizaron los retos de futuro en materia de innovación y tecnología para el sector turístico, en la que participaron Pedro Armas, director general de Rusticae; Tomeu Benassar, CEO de Logitravel; César Díez, director general de MICROS Fidelio España; Joantxo Llantada, especialista en Marketing Cloud; Javier Matas Chief Organization and Tecnology Officer de NH Hotels; y Gonzalo Die, Director de Desarrollo y Plataformas de Microsoft Ibérica.

La segunda edición de Destino La Nube, celebrada los días 6 y 7 de marzo de 2012 en la Feria de Madrid, contó con más de 4.000 asistentes (en torno a 3.200 presenciales y más de 1.000 vía *streaming*) que participaron en las sesiones plenarias y sectoriales, dedicadas a pymes, grandes organizaciones, educación, infraestructura, *business intelligence* y *big data*, desarrolladores y turismo.

Pedro Armas, director general de Rusticae; Tomeu Benassar, CEO de Logitravel; Javier Matas, Chief Organization and Tecnology Officer de NH Hotels; Gonzalo Die, Director de Desarrollo y Plataformas de Microsoft Ibérica; César Díez, director general de MICROS Fidelio España; y Joantxo Llantada, especialista en Marketing Cloud, intervinieron en la mesa de debate sobre turismo de Destino La Nube.

Una estrategia común para la industria turística

III Cumbre de Turismo de la CEOE

La **III Cumbre del Turismo de CEOE, celebrada en abril de 2012,** fue una oportunidad para que las organizaciones y entidades vinculadas a la industria turística se unieran para buscar una **estrategia común para enfrentar los nuevos escenarios que influyen en el sector, y para reclamar a las diferentes administraciones públicas, comunidades autónomas y municipios turísticos, que el turismo sea considerado como "sector estratégico".**

Con el lema "Liderando el futuro", la III Cumbre del Turismo del Consejo de Turismo de CEOE reunió a representantes de las organizaciones empresariales del sector y a los principales responsables de los grandes grupos turísticos españoles para analizar la situación del **turismo en España, una industria que representa cerca del 11% del PIB nacional y un 20% de manera indirecta, magnitudes que le convierten en el principal sector económico y factor clave del crecimiento del país.**

El evento, que fue **inaugurado por S.M. Doña Sofía de Borbón y Grecia, Reina de España; y el presidente de CEOE, Juan Rosell; fue clausurada por el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria.** Uno de los principales llamamientos del sector a la administración pública fue el expresado el presidente del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Joan Gaspart, que insistió en la **necesidad de que Turespaña, las entidades públicas y las autoridades promuevan el turismo nacional, considerando los efectos adversos que la crisis económica está teniendo en el sector.**

El encuentro sirvió, además, para elaborar una hoja de ruta que incluye conclusiones basadas en identificar los principales problemas del sector a medio y corto plazo, y hacer propuestas para afrontarlos. De esta forma, **los organizadores presentaron al ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, un documento con una veintena de propuestas** para su evaluación, y **que abordan temas clave para el turismo español**, como la reducción del IVA, el incremento de las tasas aeroportuarias, la reforma de la Ley de Costas, la homogeneización de la normativa turística, la simplificación de visados, la calidad de la oferta, el intrusismo o la formación.

La Cumbre contó, además, con la participación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Federación Española de Hostelería (FEHR), la Confederación Española de Agencia de Viajes (CEAV), Exceltur, la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA), la Federación Nacional de Empresas de Alquiler de Vehículos (FENEVAL). Igualmente, la Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM), la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), el Instituto para la Calidad Turística (ICTE), la Asociación Española de parques de atracciones y temáticos (AEPA), la Federación de Salas de Fiesta, Baile y Discotecas de España (FASYDE), y la Federación Española de Asociaciones de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC), formaron parte del programa de contenidos de este encuentro.

La Cumbre, protagonista en la Comisión de Turismo de Madrid

El Instituto Tecnológico Hotelero, en su calidad de miembro asistió a la reunión de la Comisión de Turismo, Ferias y Congresos, donde se trataron diversos temas como la presentación del Plan Estratégico de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, y se analizaron las conclusiones de la III Cumbre del Turismo de la CEOE. El encuentro, convocado por el presidente de la Comisión y vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, incluyó una visita guiada por la Terminal T4 del Aeropuerto de Madrid-Barajas.

Entre los asistentes destacan Jesús Gatell, presidente de la Comisión y vicepresidente de ITH; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Joaquín Castillo, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Miguel Ángel Oreaga, director del Aeropuerto de Barajas; Ana Larrañaga, directora de Fitur, y Juan Luis Burgué, gerente de la Asociación de Líneas Aéreas, entre otros.

Entre los asistentes a la Comisión de Turismo de Madrid destacan Jesús Gatell, presidente de la Comisión y vicepresidente de ITH; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Joaquín Castillo, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Miguel Ángel Oreaga, director del Aeropuerto de Barajas; Ana Larrañaga, directora de Fitur, y Juan Luis Burgué, gerente de la Asociación de Líneas Aéreas, entre otros.

Los hoteleros españoles consolidan su cita anual

Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles de CEHAT

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, organizado por CEHAT, UHPV y HOSBEC, y celebrado del 21 al 23 de noviembre en Valencia, se consolidó en su edición de 2012 como una de las citas ineludibles para los empresarios del sector. En el encuentro los empresarios del sector hotelero y turístico pudieron escuchar, debatir y poner en común los retos y las líneas estratégicas que desarrollarán de manera conjunta.

Los participantes y ponentes del Congreso coincidieron en señalar que el turismo es un motor económico que multiplica la productividad de otros sectores y debe seguir manteniéndose líder en España.

Al encuentro asistieron cerca de 400 empresarios del sector turístico y hotelero para estudiar las tendencias, los desafíos, los cambios y las líneas estratégicas que se deben adoptar en toda la industria para afrontar los nuevos escenarios de demanda y oferta turística, a través de mesas redondas y ponencias protagonizadas por algunos de los máximos referentes de cada especialidad.

Juan Molas, presidente de CEHAT, fue el anfitrión de los hoteleros españoles durante el congreso.

La sesión de apertura corrió a cargo de Alberto Fabra, presidente de la Generalitat Valenciana; Rita Barberá, alcaldesa de la ciudad de Valencia; Isabel Borrego, secretaria de Estado de Turismo; Juan Molas, presidente de CEHAT; y Luis Martí, presidente de la Unión Hotelera de Valencia. El presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, señaló en su intervención que "el sector turístico sigue siendo un motor económico fundamental para España y la Comunitat Valenciana". Por ello, considera que se debe continuar apostando por el turismo y aunar esfuerzos entre las administraciones públicas y el sector privado para atraer cada año a miles de turistas

En su discurso, Juan Molas subrayó las grandes preocupaciones del sector. El presidente de los empresarios hoteleros alertó que el 2012 no sería para todos "un buen año turístico" a pesar de que "en algunas administraciones se ha extendido la creencia de que el turismo puede soportarlo todo, incluidas las subidas de impuestos, los recortes indiscriminados y la ausencia de inversión". Ante las autoridades presentes, Molas apuntó que una lectura triunfalista de la temporada resultaría engañosa e induciría al error de pensar que el sector no necesita mejorar constantemente su competitividad.

(De izq. a der.) Juan Molas, presidente de CEHAT; Rita Barberá, alcaldesa de la ciudad de Valencia; el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra; Isabel Borrego, secretaria de Estado de Turismo; y Luis Martí, presidente de la Unión Hotelera de Valencia, inauguraron el evento.

El dilema de la distribución e intermediación online y tradicional

Posteriormente, se celebró una de las mesas de debate más concurridas y que generó más expectación, moderada por Carlos Díaz, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, y cuyo tema principal fueron las relaciones financieras entre los hoteles y las agencias de viajes y turoperadores y en la que se cuestionó si las comisiones que cobran las OTAs son abusivas y excesivas para los hoteleros. En esta mesa redonda participó también el presidente de UNAV, José Luis Prieto quien señaló que es necesaria una reconversión profunda de las agencias de viajes, y consideró un peligro caer en una gran dependencia de portales como Booking o Expedia.

En su intervención, Johan Tyren, de Barceló Hoteles & Resorts, recordó la importancia de que estas agencias sepan ofrecer una propuesta de valor, una oferta complementaria y destacó que los diferentes jugadores deben caminar juntos para sobrevivir ante el entorno actual. Manuel López, consejero delegado del Grupo Intermundial apuntó que hace unos años hubo quien dijo "el poder lo tiene el cliente" y ante esto hubo quien pensó: "maldito cliente", pensando en de qué manera se podría desintermediar. A su juicio, "el hotelero lo que hace es adaptarse porque lo quiere es llenar sus camas y llegará a acuerdos con quien pueda traerle clientes de manera ortodoxa", ha explicado.

Ahondando en los retos de la distribución, la mesa redonda "España, Modelo Europeo en Distribución Turística", moderada por el presidente de la Unión Hotelera de Valencia, Luis Martí, se dedicó a analizar el entorno multicanal, en el que intervienen diversos actores y múltiples estrategias, y cómo se pueden configurar herramientas que faciliten la distribución a los hoteleros, como el proyecto pionero nacido en la Comunidad Valenciana, Travel Open Apps, origen del estándar europeo TOURISMlink. En esta mesa participación de Javier García Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts; Tomeu Bennasar, director general de Logitravel; Meritxell Clemente, Head of Hotel Business Development WEMEA de Amadeus IT Group; Javier Delgado, Travel Industry Head de Google; Tomeu Bennasar, director Corporativo IT del Grupo Iberostar; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.

(De izq. a der) Johan Tyren, de Barceló Hoteles & Resorts; Manuel López, consejero delegado del Grupo Intermundial; Carlos Díaz, presidente de la AEHM; Miguel Ángel Fernández Torán, presidente del Grupo Balnearios de Montaña; y el presidente de UNAV, José Luis Prieto; al concluir su mesa redonda.

La jornada continuó con una sesión especial, protagonizada por Manuel Pimentel, exministro de Trabajo; y el periodista Javier Capitán, quienes dedicaron su intervención a la Gestión del Talento, una de las habilidades estratégicas que toda empresa debe desarrollar para garantizar contar con el mejor equipo posible y la capacidad de innovar, elementos que también mencionaron el catedrático de economía, Carlos Rodríguez Braun, el periodista José María Calleja, y Álvaro Klecker, socio responsable de Turismo de PwC; quienes se centraron en analizar la coyuntura política, social y económica en la que debe desarrollar la industria turística española sus actividades.

El turismo, un activo para la Marca España

Durante su ponencia, Carlos Espinosa de los Monteros, alto comisionado de la marca España, insistió en la indudable importancia de la imagen de España en el exterior para la economía y para el turismo, y subrayó la necesidad de "hacer de España un país fiable en el que se puedan hacer negocios", a pesar de las dificultades económicas actuales.

"La imagen sirve para aumentar las exportaciones de los productos, para atraer inversiones, se traduce en un incremento medido en términos de bienestar", recordó Espinosa de los Monteros, quien insistió en que, para crear una marca España potente en el exterior es fundamental la colaboración público-privada, en un proyecto de Estado que supere a partidos y gobiernos, y que se convierta en un compromiso común.

El objetivo es que la reputación de España sea más uniforme, es decir, que siga siendo positiva en cuanto a atractivos culturales, turísticos y calidad de vida, pero que mejore en materia de economía, gestión política, transparencia y corrupción.

El célebre conferenciante Emilio Duró, cerró el programa con una ponencia en la que insistió en la importancia de la felicidad, no sólo en la vida personal, sino también para garantizar la viabilidad de las empresas y la gestión de los recursos humanos. Finalmente, la consellera de Turismo, Cultura y Deporte de la Comunidad Valenciana, Lola Johnson, clausuró el congreso, señalando que "jornadas como estas son el lugar para encontrar fórmulas que hagan que el turismo siga creciendo".

Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT, y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, siguieron atentamente las conferencias.

Revenue Management: profesionales para los nuevos retos de la hotelería

Clausura del IV Curso Universitario "Experto en Revenue Management"

El Revenue Management es una disciplina de gestión cuyo fin es maximizar los beneficios de un hotel ofreciendo la habitación correcta al cliente correcto, en el momento adecuado a un precio correcto para la fecha precisa. En un mercado cambiante, en el que las tecnologías, lo usos y las costumbres de los clientes, y las herramientas de gestión están en constante evolución, es fundamental comprender el alcance y la utilidad del Revenue Management, lo que puede marcar la diferencia en beneficios y en ingresos hoteleros.

Con el objetivo de formar a profesionales en esta disciplina, la Universidad Rey Juan Carlos organizó el IV Curso Universitario "Experto en Revenue Management", destinado a capacitar expertos que se convertirán en piezas clave del negocio hotelero en la actualidad, y cuyo buen hacer influye no sólo en la política de precios y en el posicionamiento del hotel, sino también en la comercialización, los ingresos y la planificación del negocio hotelero.

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz fue invitado, por la Universidad Rey Juan Carlos, al acto de clausura de este curso, celebrado en septiembre de 2012. El evento, presidido por Pilar Talón Ballesteros, vicedecana de Extensión Universitaria, Prácticas Externas y Política Social de la Facultad de Ciencias del Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos; Fernando Vives, Corporate Director de Revenue Management de Melia Hotels International; y el director general de ITH, fue una oportunidad para compartir inquietudes en materia de gestión, tecnología, innovación y comercialización, y plantearse los cambios que esperan al sector en estas áreas.

Durante su intervención, Álvaro Carrillo de Albornoz, subrayó la importancia de que las empresas turísticas españolas cuenten con profesionales con sólida formación, y que ésta es una ventaja en un mercado laboral en constante evolución, que además debe absorber la crisis económica global. El director general de ITH recordó que las empresas deben abrazar la innovación como parte de su filosofía de gestión, haciendo cambios que aporten valor al cliente y a la empresa, con el objetivo de crecer, mejorar la rentabilidad, adaptar la oferta a las necesidades del cliente, y sobre todo, de diferenciarse para ser más competitivos.

Carrillo de Albornoz hizo hincapié en que innovar requiere un cambio profundo en la cultura empresarial, que implica asumir los riesgos y el fracaso como parte de un proceso progresivo que requiere tiempo para madurar; e indicó que la formación de profesionales especializados es parte fundamental de esta evolución.

Turismo en Baleares: Rentabilidad, competencia y estacionalidad

Jornada "Perspectivas Temporada 2012 y Reinvención de destinos en Baleares" de IE Business School en Palma de Mallorca

La reducción de la rentabilidad, la estacionalidad, y la dura competencia de los destinos mediterráneos son los tres factores que determinaron el comportamiento del turismo en Baleares en 2012, cuyas previsiones y perspectivas se analizaron en la jornada "Perspectivas Temporada 2012 y Reinvención de destinos en Baleares" de IE Business School, que tuvo lugar a finales de mayo de 2012 en Palma de Mallorca.

En una primera mesa redonda, Julio López Astor, subdirector General de Planificación y de Coordinación de las Oficinas Españolas de Turismo de Turespaña, desgranó las perspectivas de la temporada 2012 en Baleares; que posteriormente fueron analizadas por Inmaculada Benito, gerente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca; Álvaro Carrillo, director general del Instituto Tecnológico Hotelero; Raúl González, CEO EMEA de Grupo Barceló; José Guillermo Díaz Montañéz, CEO de Artiem Fresh People Hotels; Antonio González, presidente de la Asociación Mallorquina de Atracciones Turísticas; Eduardo Zamorano, director general de Smilo; y Pablo Caspers, vicepresidente de airberlin para España y Portugal.

Con los datos sobre la mesa, los ponentes concluyeron que el sector turístico balear se enfrenta a un grave problema de reducción de sus márgenes de rentabilidad; y con la recuperación de los países árabes tras sus conflictos sociales y el impacto de las ventas de último minuto, los precios acaban siendo presionados a la baja.

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz cuestionó el modelo de competencia basado en costes y precios, porque, en su opinión, "hay que cambiar la propuesta de valor; necesitamos estrategias tendentes a la calidad, ya que la guerra de precios llevará al sector al desastre; no debemos dejar que el sector se autoregule". Pablo Caspers, vicepresidente de airberlin para España y Portugal, hizo hincapié en que "si no tenemos nada que ofrecer decide el precio, por lo que es fundamental cambiar de estrategia". La clave, para los expertos de esta mesa, es apostar por la diferenciación y no insistir en una política de precios bajos, sino de calidad de la oferta.

Los expertos que participaron en Jornada "Perspectivas Temporada 2012 y Reinvención de destinos en Baleares" de IE Business School Palma de Mallorca explicaron los elementos que influyen en el turismo balear.

La estacionalidad es otro elemento que el turismo balear debe considerar, un "cáncer" según el presidente de la Asociación Mallorquina de Atracciones Turísticas (AMAT) y director de Palma Aquarium, Antonio González, quien abogó por un esfuerzo conjunto por alargar la temporada; aspecto clave para el CEO del Grupo Barceló, Raúl González, quien reconocía que, "en la última década el margen de rentabilidad bruto de los hoteles se ha reducido a la mitad".

Para José Guillermo Díaz Montañés, CEO de la cadena hotelera menorquina Artiem Fresh People Hotels, la clave para avanzar es cambiar de mentalidad y reinventar la industria con enfoque a las personas fundamentalmente; o como apuntó Eduardo Zamorano, director de Smilo, "es necesario un cambio de modelo de negocio en el destino". En este sentido, la gerente de la Federación Hotelera, Inmaculada Benito, recordó que para mejorar la competitividad del sector, es necesario trabajar en tres líneas fundamentales: cooperación público-privada, eliminación de cargas administrativas y agilización de trámites.

Finalmente, se dedicó un coloquio a analizar las claves de la reconversión de un destino, fijándose en ejemplos de las Islas Baleares, cuyos casos se explicaron y debatieron en profundidad.

Expansión, inversión, tecnología e innovación: el futuro de la hotelería

Gran Debate Hotelero 2012 de Grupo Vía

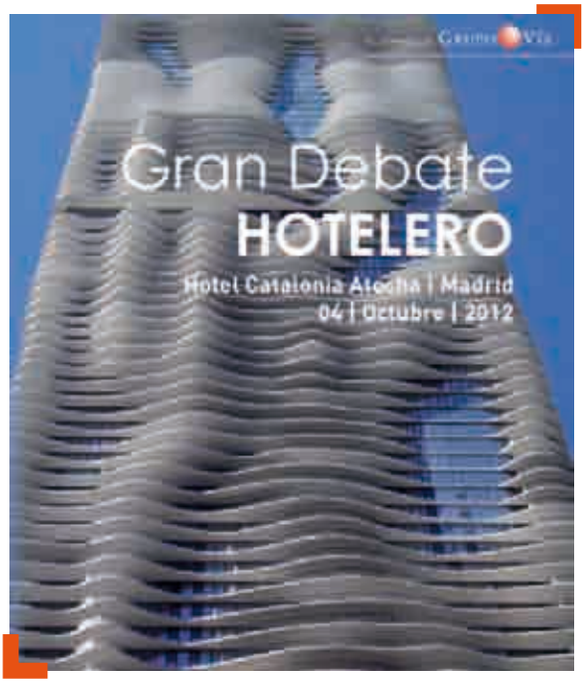
Casos de éxito en expansión hotelera, las tendencias en cuanto a los nuevos destinos para hoteles españoles, nuevos modelos de negocio, tipos de contrato, inversiones hoteleras de propietarios y *family offices*, sistemas de gestión de rentabilidad a largo plazo, cómo potenciar la industria hotelera, cuáles son las mejores prácticas para el mantenimiento del hotel y cómo permanecer en el tiempo estando bien posicionado, fueron algunos de los principales temas tratados en el "Gran Debate Hotelero", cita anual en la que profesionales y expertos del sector hotelero, celebrado en Madrid en octubre 2012, y organizado por Gupo Vía.

Jesús Gatell, vicepresidente de ITH, intervino al inicio del evento, para recordar a los asistentes por qué es fundamental discutir los desafíos del sector, y por qué conocer las historias de éxito de otras empresas estimula la creatividad y la innovación en la industria hotelera. Para Gatell, a pesar de las dificultades asociadas al tiempo en que vivimos, las empresas deben adaptarse a un entorno "lleno de amenazas y oportunidades". Según Gatell, se insistía en la máxima de que "el pez grande se come al pequeño", y esta afirmación ya no es tan cierta, porque la clave está en anticiparse al mercado: "hoy debemos asegurar que el pez rápido se adelanta al pez lento", y es que "no se trata de tamaños, se trata de agilidad, rapidez, innovación y diferenciación".

Igualmente resaltó el papel de las nuevas tecnologías en la creación de la reputación de la marca, y en ese sentido, es necesario "aplicarse en las TICs, gestionando adecuadamente las redes sociales y todo cuanto nos ofrece Internet". Gatell invitó a los hoteleros a "desechar los *kleenex*, dejar de llorar y empezar a trabajar, no hablar mal de la competencia, no creer que la culpa la tienen siempre los demás", y recordó que es más constructivo "saber imitar sólo lo bueno, liderando el cambio permanente, la I+D y la innovación".

Además de Jesús Gatell, ponentes como Domenec Biosca, presidente de Educatur; Jaume Armengol, general manager de Margarita Bonita; Javier Arzac, responsable de la División de Hoteles para España y Portugal de Bang & Olufsen; Javier Guardiola, director de negocio Techlam-LEVANTINA; Juan José Calvo, director comercial corporativo de Fiesta Hotel Group; José Maria Carbo, Chief Contracting & Product Officer de Transhotel; Amador Vallmayor Carrasco, director general el Grupo VICHY Catalán; Juan José Zaballa Gómez, director general de Paradores; Carlos del Pozo, director del departamento de Desarollo de Negocio de COPERAMA; analizaron la actualidad turística y hotelera y la situaron en la perspectiva de los desafíos de la industria en España.

Destacaron las presentaciones de Jaime López–Chicheri, experto en *Revenue Management* & e-commece Hotelero, quien explicó las tendencias de futuro del marketing y las redes sociales en el turismo; y las intervenciones de Julio Touza, Arquitecto en Touza Arquitectos y de Diego Serrano, co-fundador de SerranoBrothers, que abordaron el papel de la arquitectura y el diseño en la fidelización y la experiencia del cliente hotelero.



Los hoteleros se suman a la innovación y a la tecnología

ITH incorpora nuevos socios hoteleros

El año 2012 ha sido clave para el Instituto Tecnológico Hotelero, porque ha supuesto **un salto cualitativo en la incorporación de nuevos socios hoteleros.** Por una parte, **asociaciones hoteleras locales y extranjeras se han convertido en nuevos miembros,** y este interés ha llamado la atención de otras entidades, que **han buscado en el ITH a un socio estratégico en materia de innovación y tecnología**. Además, varios hoteles, de diversas tipologías y dimensiones han apostado por ITH, en su afán por avanzar en sus políticas de gestión medioambiental, la implantación de nuevas herramientas de comercialización y marketing, y de nuevos sistemas de gestión hotelera avanzada.

Tras la celebración de Fiturtech 2012, y en el marco de Fitur, varios hoteles se asociaron a ITH. De esta forma, la **Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) se convirtió, en febrero de 2012, en miembro de ITH,** para fortalecer su Departamento de I+D, para desarrollar iniciativas tecnológicas, investigación aplicada y de difusión y formación dirigida a los empresarios hoteleros argentinos. Para el Instituto Tecnológico Hotelero este acuerdo forma parte de su estrategia de expansión internacional, cuyo objetivo es establecer fórmulas de colaboración con asociaciones sectoriales en otros países, especialmente en aquellos en los que el sector hotelero español tiene un papel clave, para poner en marcha proyectos de I+D+i y de divulgación, en la línea de entidades similares que compartan la labor de ITH en España.

(De izq. a der.) Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Nestor Minervini, tesorero de AHT; Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT; Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT; Pablo Goldszier, presidente de AHT; y Carlos Montaldo, vicepresidente segundo de AHT, durante la firma del convenio en el marco de Fiturtech 2012.

También **RoomMate Hotels, presidida por el carismático Kike Sarasola, firmó su incorporación a ITH en febrero de 2012,** para realizar proyectos conjuntos de divulgación en materia de innovación en gestión y comercialización hotelera. La cadena se caracteriza por su concepto innovador en comercialización y fidelización, por hacer partícipe al cliente del producto y en ofrecerle nuevos servicios que les hagan la estancia más agradable y que les aporte valor frente a otros alojamientos de la competencia. En este mes, **Axel Hotels, primera cadena de hoteles del mundo dirigida al colectivo gay, fundada en el año 2003 por Juan P. Juliá, se sumó a lista de socios de ITH,** en su apuesta por la diferenciación, que se refleja en el concepto de hotel *heterofriendly*, pensado para el cliente LGBT (Lesbianas, Gay, Bisexuales y Transexuales), e inspirado en espacios de diseño, cosmopolitas y tolerantes, y que puede disfrutar cualquier perfil de público.

Kike Sarasola (izq.), presidente de RoomMate Hotels, sumó a su cadena a ITH en febrero de 2012.

Posteriormente, en marzo de 2013, Nie Prape Hoteles, compañía hotelera canaria que forma parte de un grupo de empresas familiares con más de 25 años de historia, se une a ITH, para incorporar el uso de nuevas tecnologías y sistemas de gestión y acceder, en condiciones preferentes, a herramientas innovadoras a través de las actividades de difusión, formación y proyectos piloto que desarrolla ITH, orientadas a mejorar la rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de sus actividades de negocio. Nie Prape Hoteles tiene su sede central en Canarias y actualmente gestionan la explotación del complejo Playa del Sol, situado en la Playa del Inglés, en la costa este de la isla de Gran Canaria; y el complejo Surfing Colors, en Corralejo, en la isla de Fuerteventura.

En abril de 2012, Hoteles Elba formaliza su incorporación como socio hotelero a ITH, que apoya a la cadena en diversas iniciativas vinculadas a la eficiencia energética, la sostenibilidad, la diferenciación de productos y servicios, y la innovación. Esta cadena hotelera, con más de 15 años en el mercado turístico español, dispone de 12 hoteles en las costas españolas de Almería, Estepona, Fuerteventura, Gran Canaria, Motril y Cádiz, que se han consolidado en diferentes segmentos de mercado: turismo de playa, golf y wellness y centros thalasso spa, alojamientos orientados al descanso o a vacaciones familiares, y hoteles de ciudad orientados a profesionales o clientes de negocios.

Finalmente, en septiembre de 2012, la cadena andorrana de hoteles Roc Blanc Hotels se asocia al Instituto Tecnológico Hotelero, para de aprovechar el conocimiento y la experiencia de ITH en su objetivo de ampliar sus políticas de innovación, especialmente en las áreas de eficiencia energética y sostenibilidad, y comercialización a través de nuevos canales. Roc Blanc Hotels es un referente en hotelería familiar independiente que, tras 45 años de actividad, cuenta con dos hoteles (Hotel Roc Blanc en Andorra y Hotel Termes Montbrió en Tarragona), dos centros termales, un centro termo-lúdico, y 380 habitaciones, de las que disfrutan más de 200.000 clientes anuales.

Precisamente en el Hotel Termes Montbrió, Roc Blanc ha incorporado medidas de gestión energética eficiente innovadoras; de hecho, parte del complejo se abastece con energía solar y su sistema de gestión prioriza la reducción del consumo energético y el aprovechamiento de aguas para el riego. Además, han instalado equipos de cogeneración de medio megavatio de potencia, que no sólo ha supuesto una considerable reducción de los consumos energéticos, sino que además reduce el impacto medioambiental del hotel y sus instalaciones, un aspecto muy relevante en establecimientos en los que las necesidades de energía y agua son tan significativas.

Avanzando en la clasificación hotelera europea

HotelStars Union en España

HotelStars Union es una iniciativa de la patronal hotelera HOTREC (European Trade Association of Hotels, Restaurants and Coffees), cuyo principal objetivo es desarrollar una clasificación hotelera europea; y que, en España, se está desarrollando de la mano de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) a través del Instituto Tecnológico Hotelero. En 2012, ITH y CEHAT han ampliado sus esfuerzos para llevar HotelStars Union a todas las Comunidades Autónomas españolas.

Los criterios de HotelStars Union son adaptables a la legislación de cada comunidad autónoma, y supone, por parte de ITH y CEHAT, asumir el liderazgo de un proyecto europeo a gran escala, de crucial importancia para la industria hotelera española, que tiene una inequívoca relevancia en toda Europa. El objetivo de esta iniciativa es identificar los criterios que, para cada Comunidad Autónoma, deben conformar una clasificación hotelera armonizada a nivel nacional y europeo; normativa que posteriormente, formará parte de la Ley de Turismo de cada Comunidad Autónoma; y que ofrece múltiples ventajas para el sector hotelero ya que las modificaciones implican el contar con un grupo de criterios totalmente adaptados a la realidad actual del sector y afectan a los ámbitos de innovación, equipamiento, operaciones, eficiencia energética y nuevas tecnologías.

HotelStars Union flexibiliza la adaptación a los nuevos segmentos de mercados; porque posiciona con más fuerza los establecimientos europeos frente a los competidores no europeos; da mayor transparencia e información al consumidor final; da mayor reconocimiento de calidad y de categorías en los mercados emisores; uniformiza los criterios constructivos; facilita el desarrollo y crecimiento de los grupos hoteleros dentro y fuera de las fronteras españolas ; y aumenta la competitividad del sector y de las comunidades autónomas, a nivel nacional e internacional potenciando la excelencia de las instalaciones y servicios de la planta hotelera española frente a otros competidores europeos

Su origen se remonta al seminario de HOTREC sobre clasificación hotelera, celebrado en 2004, en Bergen, que avanzó con la aprobación de los "21 principios HOTREC", hoja de ruta en la que se recogen los hitos que permitirán poner en marcha un sistema de clasificación hotelera dinámico, unificado en toda Europa.

Tras los trabajos exitosos llevados a cabo por ITH, en colaboración con Magma Turismo, en 2011 con la Comunidad de Madrid y la comunidad autónoma de La Rioja, en 2012 se iniciaron los trabajos con las administraciones autonómicas de Galicia, Comunidad Valenciana y Extremadura, a través de *focus group*, en los que participan hoteleros de todas las categorías y tipologías de cada uno de estos destinos, que se centran en unificar los criterios sobre la base de la legislación europea HotelStars Union. Además, y en el marco de la reunión del grupo de trabajo del Instituto de Calidad Turística, celebrada en Sevilla en diciembre de 2012, en la que se consensuó la Norma UNE 182001 de Hoteles y Apartamentos Turísticos, ITH y CEHAT explicaron el alcance de HotelStars Union, y sus beneficios para el sector hotelero.

(De izq. A der.) Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; Víctor del Moral, consejero de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Turismo del Gobierno de Extremadura; y José Luís Ascarza Sánchez, presidente de CETEX, durante la reunión con el equipo de trabajo de HSU en Extremadura.

Facility Managment Hotelero en España

Proyecto Piloto con Neinver

El Instituto Tecnológico Hotelero y Neinver pusieron en marcha, en febrero de 2012, un proyecto piloto pionero en España, tras firmar un acuerdo de colaboración, y que contempla que varios hoteles y alojamientos prueben un modelo específico, adaptado al sector hotelero, de este sistema de gestión integral de activos inmobiliarios de probada eficacia en otros edificios corporativos y grandes superficies, y que ya son habituales en el sector hotelero en otros países y destinos.

Con este piloto, Neinver, una de las principales compañías inmobiliarias internacionales dedicada al desarrollo, gestión de activos y fondos, e ITH, tienen como objetivo introducir en España el *Facility Management* como un modelo avanzado de gestión inmobiliaria de activos hoteleros, extendido en otros mercados hoteleros maduros como Estados Unidos y Gran Bretaña.

Facility Management es un modelo multidisciplinar de gestión de activos inmobiliarios, que tiene como principal cometido administrar y asegurar el mejor funcionamiento de los inmuebles y sus servicios asociados, mediante la integración de personas, espacios, procesos y las tecnologías propias de los inmuebles. Esta disciplina nació en EEUU y llegó a Europa a través de Inglaterra, y está muy extendida en países del norte de Europa, especialmente Noruega, y en algunos mercados de Asia y África. Por sus propios principios, el *Facility Management* es un modelo de gestión eficaz en edificios de grandes dimensiones, cuyos usos y propósitos son muy variados y complejos, porque simplifica y optimiza la gestión de los activos inmobiliarios a partir de un sistema de indicadores que varían en función de cada inmueble.

El proyecto "Haz que tu edificio sea más rentable: Mejora de resultados del negocio hotelero a través de la optimización en la gestión de activos", que ITH y Neinver están desarrollando no sólo ofrecerá nuevas soluciones que ayuden a mejorar la gestión y competitividad de los hoteles que participen en este piloto, sino que, además, aportará información precisa sobre las áreas y departamentos de gestión clave para mejorar la competitividad y maximizar los beneficios de los hoteles, y permitirá diseñar un modelo de *Facility Management* Hotelero adaptado a las particularidades del mercado turístico español.

Los hoteles que participan en este proyecto podrán optimizar la gestión de sus inmuebles a partir de un modelo basado en una avanzada matriz de indicadores específicos de rendimiento, que se adaptarán a las circunstancias concretas de cada hotel (localización, dimensiones, tipo de instalaciones, volumen de usuarios, consumos energéticos, etc.), y que se realizará a través de una innovadora herramienta de control a medida, diseñada exclusivamente para este proyecto por Neinver, que adapta los criterios de gestión en función de cada establecimiento, e incluye los objetivos de operaciones definidos por el gestor del negocio y la evaluación y contextualización de los resultados.

NEINVER

287 millones anuales de ahorro en consumos energéticos gracias a la monitorización avanzada

Proyecto Piloto iGreen con Grupo Euroconsult

El **control del gasto energético es clave para aumentar la competitividad del sector hotelero,** que tiene entre sus máximas prioridades la contención de gastos y el aumento de beneficios, para competir en mejores condiciones con la oferta de otros destinos. **La actividad hotelera es intensiva en el uso de energía,** por lo que conseguir controlar estos gastos permitirá aumentar los márgenes de beneficio sin afectar ni a la calidad del servicio ni al precio final al cliente.

Con el objetivo de conocer el impacto que los sistemas de control de la demanda energética en tiempo real tienen en diversas tipologías de hoteles españoles, el **Instituto Tecnológico Hotelero y Grupo Euroconsult pusieron en marcha un proyecto piloto destinado a probar la eficacia de iGreen, una herramienta de monitorización y seguimiento del consumo energético en inmuebles** destinados a la hotelería en varias localidades españolas, tras firmar un convenio en marzo de 2012.

Con este proyecto, los hoteleros podrán **obtener información relevante sobre el comportamiento y el rendimiento de las instalaciones y operaciones de los alojamientos**, e implantar sistemas automáticos que reajusten el funcionamiento de los equipos e instalaciones del hotel, para hacerlas más eficientes, lo que redundará no sólo en una reducción de costes, sino que reduce el impacto medioambiental de la actividad hotelera.

Un euro diario de ahorro por habitación vendida

A propósito del lanzamiento del piloto, en mayo de 2012, **ITH y Grupo Euroconsult hicieron una estimación de los ahorros que obtendrían los hoteles españoles si contasen con herramientas como las que se probarían en este piloto.** De esta forma, se llegó a la conclusión de que **los hoteles españoles podrían ahorrar unos 287 millones de euros al año gracias a herramientas de seguimiento y control del consumo energético** en el interior de los edificios, lo que supondría una rebaja en la factura de al menos el 25% de los costes energéticos anuales de los hoteles, que alcanzan 1.146,4 millones de euros cada año.

En un hotel tipo de cuatro estrellas, el total de los costes por habitación y día -incluyendo el personal, ronda los 14 euros, de los que cuatro corresponden al coste medio de los consumos medios por habitación; por año, el coste total de habitación por día es de 5.110 euros. De esta forma, en un hotel tipo de 250 habitaciones, con una ocupación del 55%, el coste total de habitación por día alcanzan los 702.625 euros por año, mientras que su coste energético equivale a 200.750 euros.

Dado que, con un sistema de control inteligente del consumo energético se puede ahorrar el 25% del total de los costes energéticos, **un hotel tipo como el estudiado podría ahorrar en su consumo energético global un euro al día por habitación vendida,** lo que supone optimizar las instalaciones del hotel, reduciendo costes y aumentando el margen de beneficio.

El presidente del Grupo Euroconsult, Leonardo Benatov; y Ramón Estalella, de ITH y CEHAT, durante la firma del convenio.

Gestión en la nube, la nueva frontera tecnológica para las empresas hoteleras

Microsoft, nuevo socio tecnológico de ITH

Microsoft, líder mundial de software para informática personal y de empresa, se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero como parte de su estrategia para ampliar su presencia en el sector turístico a nivel mundial, para lo que, junto a ITH, **llevarán a cabo un proyecto piloto que acerque el *cloud computing* al sector hotelero.**

La multinacional de origen estadounidense, líder mundial de software para informática personal y de empresas e ITH han firmado un **acuerdo en julio de 2012** con el objetivo de realizar un proyecto piloto que acerque el *cloud computing* al sector hotelero. La asociación a ITH se articula a través de Microsoft Ibérica, subsidiaria española de Microsoft Corporation, multinacional fundada en 1975 y referente a nivel mundial en I+D y desarrollo e implantación de tecnologías de la información.

La tecnología en la nube o *cloud computing* representa un cambio tecnológico fundamental, ya que muchas de las necesidades en tecnología de la información que pueda tener una compañía u organización (incluyendo los servidores y el almacenamiento), pueden ser ofrecidas como un servicio, de la misma forma que una empresa de servicio público proporciona electricidad. **Una forma de hosting de aplicaciones, servidores, servicios y datos ilimitado, autoservicio, flexible, y cuya principal ventaja es el pago por uso, lo que democratiza el acceso al software, y que podría suponer ahorros de un 30 a un 50% en los costes de gestión de tecnologías de la información.** La nube supone ganar en agilidad, simplicidad y reducir costes, ventajas muy significativas si se tiene en cuenta que el 66% de los recursos que se dedican a las TIC son para mantener los equipos ya existentes, y sólo el 14% se destinan a la innovación.

Para los hoteles, la nube es una aliada, porque les ofrece un catálogo de servicios estandarizados basados en la red, capaces de responder a las necesidades del sector, **gracias a su escalabilidad y adaptabilidad, y a que permite reaccionar ante demandas no previstas o "picos" estacionales,** ajustando las funcionalidades de cada herramienta y su coste al consumo efectuado.

El gasto necesario para crear infraestructuras informáticas sofisticadas ha sido prohibitivo, y sólo las grandes empresas tenían acceso a ellas; sin embargo, **la nube permite a todas las personas contar con una infraestructura tecnológica accesible y de primera clase,** gracias a la puesta en marcha de servicios alojados en la nube. Los proveedores de tecnología como Microsoft, han construido grandes centros de datos por todo el mundo para suministrar y gestionar estos servicios en la nube a empresas, gobiernos y particulares, siguiendo un modelo de pago por uso.

ITH y Microsoft, conscientes del gran potencial de la nube para el turismo y las pymes, están trabajando en el diseño de un proyecto piloto que acerque soluciones *cloud* para la gestión hotelera, que está **previsto que se lance en 2013.**

Project Management, para controlar costes y garantizar resultados

Convenio de colaboración con la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos (AEDIP)

ITH y la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos firman un acuerdo de colaboración en verano de 2012, para **la transferencia de conocimiento, que supondrá poner a disposición del sector hotelero modelos de gestión** de proyectos inmobiliarios cuyo principal objetivo es **controlar costes y garantizar los resultados, dos factores clave para la inversión y la rehabilitación de establecimientos hoteleros.**

La **Asociación Española de Dirección Integrada de Proyectos (AEDIP) es una entidad que agrupa a las principales empresas de consultoría del sector de la construcción que confían en la Dirección Integrada de Proyecto (*Project Management*)**, con el objetivo de estudiar áreas comunes que permitan al sector hotelero obtener una mayor rentabilidad en los proyectos de promoción y rehabilitación hotelera, desde su concepción hasta su entrega definitiva.

El ***Project Management*** es un modelo de éxito de dirección mediante la **gestión de procesos de todos los recursos que consume el ciclo de vida del proyecto;** y que en las inversiones inmobiliarias tiene su reto principal en la funcionalidad, el coste, el plazo y la calidad, procurando que los mejores resultados sean a satisfacción de los promotores y demás partes interesadas. El *Project Management* **es norma ISO desde septiembre de 2012, tras 50 años de implantación en más de 170 países y casi un millón de profesionales y directivos en todo el mundo.**

El **convenio marco, firmado por el presidente de ITH, Juan Molas; y el presidente de AEDIP, Jordi Seguró,** contempla acciones de intercambio de conocimientos y proyectos comunes que pongan a disposición del sector hotelero información cualificada sobre el *Project Management* como modelo de gestión de proyectos inmobiliarios, sus ventajas desde el punto de vista de costes y de garantías de resultados, además de su capacidad para conseguir estándares constructivos estrictos independientemente de las condiciones del entorno en el que se desarrolla el proyecto, lo que facilita la planificación en la expansión hotelera, especialmente a destinos internacionales.

El ***Project Management*** **es una práctica de gran interés para el sector hotelero, porque permite a los hoteles crecer, siguiendo un control exhaustivo de plazos y costes,** dos factores de capital importancia para la expansión en destinos nacionales e internacionales, especialmente para un sector, como el hotelero, que constituye uno de los motores principales de la economía española.

El convenio marco entre ambas entidades fue firmado por el presidente de ITH y CEHAT, Juan Molas; y el presidente de AEDIP, Jordi Seguró.

La calidad de los hoteles españoles pasa su "*stress test*" en las temporadas altas

ITH y QUERYTEK presentan HOTELS Quality Index 2011

El estudio HOTELS Quality Index 2011, publicado en julio de 2012, es el resultado de la aplicación práctica de HOTELS Quality de QUERYTEK, una herramienta que evalúa la satisfacción del cliente hotelero, permite obtener información de los indicadores de calidad a los hoteles y comparar sus resultados. HOTELS Quality se puso en marcha hace dos años, gracias al apoyo del Instituto Tecnológico Hotelero, que colaboró con el desarrollo del proyecto, financiado por el Patronato de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.

HOTELS Quality Index 2011, es un análisis histórico sobre una base de más de 150 hoteles, y con 80.000 respuestas de clientes de hotel, recopiladas en los años 2010 y 2011. El índice se calcula trimestralmente con cerca de 10 mil encuestas recibidas, incluyendo un análisis cualitativo de aspectos relacionados con la gestión hotelera que pueden influir en los índices de calidad.

El informe, elaborado por QUERYTEK en colaboración con ITH y con el Centro de Investigación de Desarrollo e Innovación Turística (CIDET) de la Universidad de Nebrija, concluía que las temporadas altas son el "*stress test*" de los hoteles españoles, el momento en el que están obligados a invertir más recursos económicos y humanos para conseguir altos niveles de calidad y de satisfacción de cliente, que cifra en 7,4 puntos sobre 10. Además, el estudio muestra una tendencia al alza en la calidad hotelera española.

HOTELS Quality Index 2011 evalúa cinco factores, claves para elaborar el índice de calidad, cuatro de experiencia percibida (Atención, Instalaciones, Limpieza, Relación Calidad-Precio), que responden a las dimensiones de la calidad universalmente aceptados; y un factor de reputación (Recomendación del Hotel). Todos estos criterios se miden a través de indicadores calculados a partir de la evaluación de los clientes en las encuestas.

Según los datos obtenidos en este informe, los hoteles españoles han mejorado una media de medio punto su índice de calidad en los últimos dos años; de hecho, el valor medio-alto para el 2011 es de 7,4, lo que sitúa a la hotelería española en un nivel medio de competitividad. Si los datos se desagregan por trimestres, se evidencia un ligero descenso en los índices de calidad en la segunda mitad del año, coincidiendo con la temporada alta de verano, que se convierte así en una auténtica prueba de resistencia (*stress test*) para la industria hotelera en su periodo de máxima producción, y que exige más recursos humanos y económicos, con el objetivo de mantener los niveles de satisfacción, sin sacrificar la calidad en fases con altos niveles de ocupación.

Software as a Service y la nube, apuestas para el sector hotelero

Altia se suma al Instituto Tecnológico Hotelero

En octubre de 2012, Altia, empresa independiente especializada en consultoría informática y servicios TIC, se incorpora al Instituto Tecnológico Hotelero para poner en marcha proyectos de innovación tecnológica para hoteles y cadenas hoteleras, que mejoren su presencia online, sus sistemas de información y sus procesos de trabajo; y que consoliden un enfoque de producto para el sector hotelero que aportar soluciones innovadoras que se traduzcan en una mejora de la productividad y la rentabilidad.

Desde su fundación, en 1994, Altia se dedica fundamentalmente a la prestación de servicios avanzados de consultoría tecnológica, al desarrollo y mantenimiento de sistemas informáticos a medida y a la externalización de servicios tecnológicos avanzados en varios sectores; y ofrece productos propios y soluciones de terceros mediante alianzas con las principales multinacionales del sector de las Tecnologías de la Información. En la actualidad, Altia, que en 2011 facturó más de 20 millones de euros, cuenta con más de 450 profesionales en plantilla y posee oficinas en A Coruña, Santiago, Vigo, Madrid, Valladolid y Vitoria; y desde el 1 de diciembre de 2010 sus acciones cotizan en el MAB en el segmento de Empresas en Expansión.

El Instituto Tecnológico Hotelero y Altia comparten su visión sobre el papel de la innovación y la tecnología en el desarrollo de la industria turística. De hecho, Altia es un *partner* estratégico para ITH, dada su dilatada experiencia en el sector turístico; de esta forma, colabora con la cadena hotelera Artiem Fresh People en la comercialización de eDocAssitant, solución diseñada para optimizar la gestión de sus procesos y evolucionar a un modelo de oficina sin papeles, disponible desde enero de 2013, bajo la modalidad de SaaS (*software as a service*) desde el Data Center de Altia.

Para agencias de viajes online, Altia ha desarrollado portales para la gestión de reservas en agencias mayoristas, módulos asociados al ERP para gestión comercial y contable, y aplicaciones para la gestión de bonos y viajes de empresa además del alojamiento de todos sus sistemas en su Data Center; y además, han puesto en marcha plataformas de difusión de contenidos en las webs de varias empresas públicas de promoción turística españolas.

Altia apuesta por desarrollar, de la mano del ITH, los servicios en la nube, que son especialmente atractivos para el sector hotelero, porque supone reducir la inversión gracias al pago por uso.

altia
La Buena Compañía

El Hotel sin papeles: software "*made in Spain*"

Proyecto eDocAssistant de ITH, Altia y Artiem Fresh People Hotels

Las empresas y organismos públicos tiene cada vez más necesidad de reducir las actividades que no generan valor; y entre ellas, destacan los costes administrativos asociados a la reproducción de datos a partir de documentos en papel. El entorno económico actual se traduce en una mayor presión sobre los costes por lo que muchas organizaciones son ahora mucho más sensibles a la necesidad de eliminar todo lo que sea superfluo y que no añada valor; y las empresas de software son conscientes que las soluciones que aportan una notable mejora en la gestión, que a su vez permiten reducir notablemente los costes de gestión y evitan los errores humanos, pueden y deben tener un hueco creciente en el mercado.

En la industria hotelera, especialmente para las pymes, la profusión de papel puede ralentizar, dificultar y restar agilidad a un negocio en constante cambio y evolución, que exige respuestas rápidas y capacidad para conocer a fondo el funcionamiento de departamentos complejos, interconectados y dinámicos.

Con el objetivo de superar la gestión en papel, ITH, Altia y la cadena hotelera Artiem Fresh People pusieron en marcha el proyecto eDocAssitant, en el marco del programa de Agrupaciones Empresariales Innovadoras 2011 (AEIs 2011), con el apoyo y financiación (a través de una subvención) del Instituto de Turismo de España (Turespaña), para realizar proyectos específicos a través de consorcios empresariales innovadores del sector turístico. Estas ayudas son concedidas por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y gestionadas por SEGITTUR.

En 2012, ITH, Altia y Artiem Fresh People han presentado la herramienta en varios foros clave del sector turístico; además, han trabajado en el desarrollo tecnológico del sistema y, en paralelo, han estudiado los modelos de negocio para su explotación y comercialización, que se prevé esté en marcha en el segundo semestre 2013.

Artiem Fresh People ha incorporado eDocAssistant a su gestión diaria, consiguiendo ahorrar tiempo y costes para la gestión.

En la foto, el Hotel Audax, de la cadena Artiem.

eDocAssistant, que defiende la filosofía del Hotel sin Papeles, tiene como objetivo mecanizar la información generada por otros sistemas vinculados a las operaciones del hotel (reservas, *booking position*, *roominglists*, facturas, albaranes, cartas de pago, movimientos bancarios, etc.), para eliminar tareas mecánicas y destinar los recursos liberados gracias a la reducción del tiempo dedicado a los procesos de introducción de datos, a otras actividades que generen mayor valor añadido. Supone, por lo tanto, un cambio de mentalidad en el establecimiento que, además de la mejora en optimización de procesos, conserva un espíritu claro de asignar tareas de valor no mecánicas a los recursos humanos, mejorando el nivel de satisfacción y sentimiento de valor del trabajo de cada empleado.

La herramienta afecta a cuatro departamentos clave para la gestión hotelera (Reservas, Recepción, Administración y Compras), y sus principales ventajas son la maximización de la producción y optimización de procesos, el ahorro de costes, especialmente en material de oficina y fungible (tinta impresora, papel, etc.); y la reducción del impacto medioambiental.

Artiem Fesh People Hotels ha incorporado eDocAssistant a la gestión de la cadena, lo que les ha supuesto un ahorro medio del 29,5% del tiempo de la jornada diaria del personal de los departamentos antes mencionados; de hecho, el tiempo que el personal invierte en realizar tareas que puede asumir la herramienta eDocAssistant equivalen al 16,73% del total de costes en recursos humanos que la empresa dedica a estos cuatro departamentos.

Tecnología de gestión para pymes hoteleras

El mejor software de gestión hotelera, de la mano de MICROS Fidelio

Álvaro Carrillo de Albornoz, de ITH, y César Díez, director general de MICROS Fidelio España, tras la firma de la incorporación de la empresa en ITH.

La clave para la gestión hotelera está en **disponer de sistemas y aplicaciones capaces de afrontar los principales retos del actual mercado hotelero,** especialmente en lo relacionado con los **múltiples canales de intermediación y la distribución online, la movilidad y las reservas a través de dispositivos como los teléfonos inteligentes y las tabletas,** y la necesidad de integrar la gestión de todos los departamentos del hotel, para optimizar costes y aumentar los beneficios. Y todo esto debe hacerse en un contexto de crisis económica, en el que cada euro cuenta; y **en un mercado en constante evolución, que exige flexibilidad y actualizaciones contantes en materia de software.**

Con el objetivo de facilitar el acceso a herramientas de gestión hotelera 100% integradas y adecuadas a las necesidades y dimensiones la industria hotelera española, el **Instituto Tecnológico Hotelero y MICROS Fidelio,** líder mundial en desarrollo de software para la gestión hotelera, **lanzaron, en octubre de 2012, un piloto para incorporar programas de gestión desarrollados por MICROS Fidelio, especialmente pensados para adaptarse a pequeños y medianos hoteles y establecimientos independientes,** cuyas utilidades permiten reducir los costes derivados de la no intermediación y el mantenimiento manual de OTAs, flexibilizar los precios medios de reserva gracias al control sobre la venta directa y posicionamiento; optimizar los recursos dedicados a la gestión de reservas; integrar CRMs y canales de comercialización, para sacar mayor partido a las estrategias de marketing; y reducir los costes asociados a la explotación de los sistemas y a su mantenimiento.

Este piloto, que se pone en marcha en el marco de un convenio firmado por ITH y MICROS Fidelio en enero de 2012, **tiene como objetivo hacer un seguimiento del funcionamiento y rendimiento de este PMS avanzado en tres tipologías de alojamientos:** un hotel independiente vacacional, otro de segmento urbano, y una pequeña compañía de tres a diez hoteles.

Se pretende que las pymes hoteleras y establecimientos independientes implementen un PMS personalizable, dimensionado en función de sus necesidades reales, capaz de combinar módulos intuitivos como CRMs, gestión venta y catering, control de materiales, reservas en línea, entre otros, en una única solución sencilla y eficaz. De esta forma, **el hotel tendrá un mayor control sobre su inventario que le permitirá gestionar de forma más eficiente los acuerdos adquiridos con los diferentes canales de distribución** y así poder competir de forma más ágil y en posición más ventajosa.

Sostenibilidad, diseño e innovación para los espacios de baño en hoteles

Roca, nuevo socio de ITH

El espacio de baño en los hoteles ha evolucionado de un uso limitado a la higiene hacia un espacio de confort y bienestar personal, y esto exige que los diseñadores de estas áreas, que están en contacto directo e íntimo con el cliente, tengan por delante el desafío de convertirlos en parte de la experiencia hotelera. En este sentido, diseño y funcionalidad, I+D e innovación, y sostenibilidad son las claves que deben plantearse los hoteles para cumplir con las exigencias del cliente, equilibrando, estética, uso y gestión en los espacios de baño.

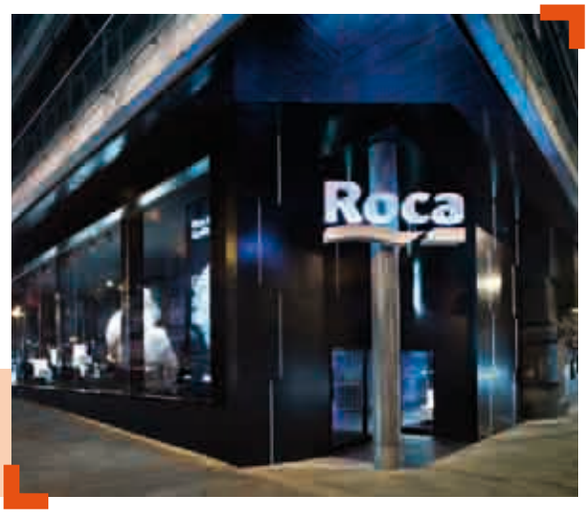
Precisamente, con el objetivo de comprender las necesidades de los hoteles y sus huéspedes, y desarrollar productos que respondan a las nuevas tendencias de diseño de espacios, Roca se sumó, como socio tecnológico, al Instituto Tecnológico Hotelero en diciembre de 2012.

El Grupo Roca, conjunto de empresas dedicadas al diseño, la producción y la comercialización de productos para el espacio de baño destinados a la arquitectura, la construcción y el interiorismo, es una de las principales multinacionales del sector, cuenta con centros de producción en cinco continentes y emplea directamente a unas 21.100 personas en los más de 135 mercados en los que opera. Los equipamientos de la firma no sólo están en muchos espacios domésticos y de uso público, sino que, además, se han incorporado en hoteles tan emblemáticos como el Hotel Villa Padierna (Málaga), el Hotel W Barcelona o el Hotel Palace (Madrid), entre otros.

Roca, líder mundial en el negocio del espacio de baño, defiende que el baño debe estar en consonancia con la personalidad del hotel, muy próxima a la de sus clientes; y en este sentido es la experiencia, no sólo la funcionalidad, la que define este espacio. Roca trabaja en accesorios funcionales y sorprendentes, que cumplen con las distintas necesidades del huésped más exigente; incorporando las últimas innovaciones tecnológicas para contribuir al ahorro de agua y energía, sin por ello renunciar al diseño.

Uno de los aspectos en los que más ha trabajado Roca en los últimos años es en replantear el baño como un espacio integrado en la experiencia. A través del trabajo del Roca Design Center y del Innovation Lab, Roca analiza las necesidades, los gustos, el estilo de vida y las tendencias socioculturales que se manifiestan en la sociedad y, adecúan sus productos y servicios a las nuevas expectativas que tienden a aflorar en el sector hotelero. De hecho, la firma catalana ha desarrollado el concepto clave de la experiencia (*wellness*), que entiende que el espacio de baño ha evolucionado de un uso limitado inicialmente a la higiene hacia un espacio de confort y bienestar personal.

La asociación de Roca a ITH supondrá colaborar en proyectos comunes, destinados a estudiar los espacios de baño en el entorno de un hotel, a explorar las innovaciones que se pueden introducir para mejorar la experiencia del cliente, ganar en comodidad y reducir el impacto medioambiental.



El Roca Gallery en Madrid es un espacio para descubrir cómo los baños han evolucionado hacia la experiencia.

"Las innovaciones tecnológicas constituyen un elemento esencial para lograr el desarrollo progresivo y la mejora permanente en cualquier actividad. Creemos en la innovación como actitud ante los retos que afrontamos día a día, pero también como inspiración para aportar nuevos valores en cada una de las etapas creativas de la cadena de valor: desde la concepción inicial de un producto a su diseño, producción y distribución. Solo la constante innovación nos permite cumplir con el que debe ser nuestro máximo objetivo: la satisfacción de nuestros clientes."

Carlos Velázquez
Corporate Marketing Director
Roca

Innovación

Las alas de la tecnología

Pequeños cambios generan grandes resultados. Que se lo digan a la mariposa del proverbio chino, esa que con un simple aleteo es capaz de generar un tsunami o una tormenta en el extremo opuesto del mundo. O, mejor, no se vayan tan lejos. Echen mano del *smartphone* que, casi con toda seguridad, llevan en el bolsillo y pregúntense cómo han cambiado sus hábitos, sus relaciones, su consumo, sus viajes (su vida) desde que cuentan con ese pequeño dispositivo.

En materia tecnológica, casi todo es cuestión de progreso, y quienes trabajamos en este sector, como nos ocurre en Amadeus, estamos obligados a contribuir de manera continua a este progreso. Nos adentramos en lo más profundo de la industria del viaje, su infraestructura tecnológica para, desde la raíz, anticiparnos y atender a las necesidades y demandas de cuantos componen la cadena de la distribución turística.

El del viaje es uno de los sectores más robustos y más integradores en nuestras sociedades y culturas. Es también uno de los más permeables y adaptables a los cambios y tendencias. De ahí el papel fundamental que juega la tecnología en esta industria.

En Amadeus nos vemos, en cierta medida, como el sistema nervioso del turismo, la red por la que circula la información y el centro neurálgico en el que se ordena y se comparte gran parte de los impulsos que hacen posible el movimiento en nuestra industria. En nuestra mano está que, tanto proveedores como intermediarios turísticos proporcionen al usuario final una experiencia de viaje fluida y satisfactoria de principio a fin, desde que se busca el mejor destino por fecha, destino o precio, hasta que la aerolínea controla el embarque con nuestra tecnología o el viajero cambia las fechas de su alojamiento ya en destino y desde el móvil…

Nada de esto sería posible si los diferentes actores de la industria del viaje no contasen con tecnología de primer nivel, innovadora y escalable. La inversión en investigación y desarrollo es uno de los pilares de Amadeus. La empresa destina el 12% de sus ingresos a I+D+i, 414 millones de euros en 2012, un 20% más que en el año anterior. Fundamentalmente, este esfuerzo inversor lo destinamos al desarrollo de soluciones punteras de comercio electrónico, servicios complementarios, predicción de demanda y a la migración de nuestros sistemas a arquitecturas abiertas, capaces de acoger la nueva generación de aplicaciones que harán evolucionar el sector al ritmo de sus necesidades.

Nos enfocamos, en resumen, hacia la excelencia de nuestros dos negocios principales: la distribución de servicios turísticos y la provisión de tecnología que permita a las empresas del sector del viaje gestionar, optimizar y automatizar la mayor parte de sus operaciones y procesos. El objetivo último es lograr un enfoque colaborativo en el progreso tecnológico, que ayude a proveedores y distribuidores a establecer relaciones a largo plazo, de mayor valor y más rentables con los viajeros.

Después de todo, la innovación continuará siendo, más aún si cabe, nuestro motor de crecimiento. Grandes cambios generan grandes resultados; así que imaginen la revolución en la experiencia del viaje que podremos conseguir cambiando juntos.

Paul De Villiers,
Director General de Amadeus España

Innovación y tecnología contra la crisis económica

IV Talleres de Sensibilización y Transformación: "La innovación, clave para el turismo del Siglo XXI"

Durante los meses de abril, mayo y junio de 2012, el Instituto de Turismo de España (Turespaña) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), celebraron en Santander, Granada y La Rioja los IV Talleres de Sensibilización y Transformación "La innovación, clave para el turismo del Siglo XXI", que contaron con la participación de más de 200 hoteleros y profesionales, y el apoyo de las autoridades y representantes institucionales de estas tres capitales españolas.

Sostenibilidad y Eficiencia Energética, Gestión Hotelera y Reputación Online y Gestión de Marca, la plataforma de innovación turística Thinktur, y el papel de la innovación como motor del cambio en la cultura empresarial fueron los principales asuntos que se abordaron durante los talleres. Estas jornadas estaban dirigidas a empresarios y directivos del sector hotelero, que pudieron acercarse, desde un punto de vista práctico, la cultura de la innovación y la tecnología como factor transformador y de crecimiento para la industria turística española.

Santander se "pone al día" para afrontar la crisis

La directora del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Cristina Recoder; el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz; el director general de Turismo de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, Francisco Agudo; y el presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria, Emérito Astuy, fueron los encargados de inaugurar la sesión en Santander, que tuvo lugar en abril, en el Hotel Santos Santemar.

(De izq. a der.) El presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria, Emérito Astuy; el director general de Turismo de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, Francisco Agudo; la directora del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Cristina Recoder; y el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz; inauguraron el primer taller en Santander.

Durante su intervención, Emérito Astuy, presidente de la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria explicó que, aunque el sector turístico local se está viendo afectado por la crisis económica, hay que "aprovechar el descenso de actividad para ponernos al día en las nuevas tecnologías", especialmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas, que son mayoría en la comunidad autónoma; y apuntó además que "invertir ahora en medioambiente será nuestra riqueza futura". Por su parte, el director general de Turismo del gobierno cántabro, Francisco Agudo, afirmó que "la apuesta por nuevas tecnologías y la innovación es fundamental para salir de la crisis", por lo que es importante "adaptar estrategias, herramientas y objetivos a una nueva cultura turística".

En este sentido, y con el objetivo de "potenciar y profundizar en herramientas de conocimiento que nos permitan tomar las decisiones más adecuadas, y que transformen, de manera efectiva la industria turística española", se celebran estos talleres, según explicó la directora del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Cristina Recoder. Además, repasó los resultados del estudio "*La Empresa Turística Familiar en España: Importancia, Perfil y Competitividad*", que concluye que "casi el 80% de las empresas turísticas españolas son familiares"; y éstas no han manejado eficazmente la gestión y dotación de sus activos intangibles, porque desconocen cómo implementar instrumentos adecuados para la profesionalización de las relaciones familiares en el seno de la empresa, aspectos de suma importancia para la competitividad de este tipo de compañías.

Finalmente, el director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Álvaro Carrillo de Albornoz, analizó cómo la innovación ha sido el gran motor del progreso en la industria hotelera, y animó a los hoteleros cántabros a "no ser impermeables a los cambios", porque, "si se adoptan antes que los competidores, cuentan con ventaja; pero si se hacen tarde, se convierten en una obligación" para no quedarse rezagado en el mercado.

Granada se vuelca con la innovación y la tecnología

En Granada, los IV Talleres de Sensibilización y Transformación tuvieron lugar en mayo, en el Hotel Sercotel Carmen, y contaron con una amplia representación institucional, encabezada por la subdirectora general adjunta del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Patricia Fernández-Mazarambroz; el alcalde de Granada, José Torres Hurtado; la concejala de Turismo de la Alcaldía de Granada, Rocío Díaz Jiménez; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero; Carlos Navarro, presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada; Gerardo Arenas, presidente de la Asociación Provincial de Hospedaje de Granada.

Carlos Navarro, presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, señaló que, según datos de la entidad que preside, las actividades turísticas "generan el 16% del PIB y más del 15% del empleo directo" de la provincia, por lo que "el turismo es para Granada lo que el petróleo para los países del Golfo Pérsico". Navarro hizo hincapié en la necesidad de apoyar a las pymes hoteleras de Granada con iniciativas como estos talleres, porque "si en España, el 70% de las empresas son pymes, en Granada alcanzan prácticamente el 100%" del total.

(De izq. a der.) La subdirectora general adjunta del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Patricia Fernández-Mazarambroz; Carlos Navarro, presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada; el alcalde de Granada, José Torres Hurtado; Gerardo Arenas, presidente de la Asociación Provincial de Hospedaje de Granada; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH; abrieron la jornada en Granada.

Por su parte, la subdirectora general adjunta del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Patricia Fernández-Mazarambroz, explicó que, para las empresas hoteleras, especialmente para las pymes, "diferenciarse del resto, invertir en activos intangibles, promocionar la marca, y promover uso nuevas tecnologías es fundamental para ser más competitivos". En este sentido, Gerardo Arenas, presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, recordó que la innovación y la tecnología son la clave para "hacer más competitivas a las empresas turísticas en un momento de dificultad", especialmente en Granada, "una ciudad de hoteles familiares".

Por su parte, el alcalde de Granada, José Torres Hurtado, señaló que "el sector turístico local lo ha hecho muy bien, ya que ha sabido adaptarse a las circunstancias y hacer atractiva la oferta turística", razón por la que Granada es, actualmente "la segunda ciudad española con más número de turistas de fin de semana, tras Barcelona", e insistió en que es necesario avanzar e innovar "compartiendo experiencias que nos ayuden a mejorar la oferta turística y su calidad".

La Rioja, la marca del amor

"La Rioja es una marca del amor, inspira experiencias y valores positivos; y esta diferencia es la que hace de éste un destino especial". El vicepresidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Jesús Gatell, dijo estas palabras durante la inauguración de los talleres de Logroño (La Rioja), en el que se abordó el poder transformador de la innovación, la diferenciación y la tecnología para el sector hotelero español, que para Gatell implica que el empresario hotelero actual no sólo "debe arriesgar su dinero, además, debe ser innovador", y construir el futuro de la industria del alojamiento desde hoy, sin aplazar los cambios que les hagan más competitivos y eficientes.

En esta línea se manifestaron la subdirectora general adjunta del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Patricia Fernández-Mazarambroz; Mónica Figuerola, directora General de Turismo del Gobierno de La Rioja; y Jaime García-Calzada, presidente de la Asociación Riojana de Hoteles; que acompañaron al vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, en la inauguración de estos talleres, organizados por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el Instituto de Turismo de España (Turespaña).

Mónica Figuerola, directora General de Turismo del Gobierno de La Rioja, señaló durante su discurso que, para la industria turística española y riojana "debería ser parte de la normalidad integrar conceptos como la innovación, la competitividad y la diferenciación, para ser más productivos, rentables y eficientes"; especialmente si se tiene en consideración que, como explicó Jaime García-Calzada, presidente de la Asociación Riojana de Hoteles, "el 100% de las empresas son pymes, muchas veces familiares", que dudan de si, por su tamaño, tendrán las mismas facilidades y posibilidades que las grandes firmas. "Sufrimos el complejo de que la innovación no es para nosotros, de que debemos preocuparnos por el día a día, y esto es una grave equivocación –apunta García-Calzada, porque es una cuestión de rapidez y de agilidad".

Nuevas herramientas para nuevos retos

Los IV Talleres de Sensibilización y Transformación "La innovación, clave para el turismo del Siglo XXI", se organizaron en dos partes, una sesión plenaria y tres talleres prácticos, impartidos por expertos. En la sesión plenaria, el director general de ITH dio a conocer una de las principales iniciativas de la industria hotelera en materia de innovación, la plataforma Thinktur, una red de más de 800 organizaciones, empresas y entidades públicas, que tienen como objetivo impulsar la I+D+i e incorporar la innovación como parte de la cultura empresarial del sector turístico, fomentar la formación y capacitación, el *networking* y la puesta en marcha de proyectos a nivel nacional, europeo y latinoamericano que mejoren la competitividad de la primera industria española.

Los talleres se celebraron de manera simultánea y alterna, y abordaron tres áreas clave para la gestión hotelera: Sostenibilidad y Eficiencia Energética, Gestión Hotelera y Reputación Online y Gestión de Marca. En la sesión sobre Sostenibilidad y Eficiencia Energética, impartida por Eduardo Olano, director, y Rodrigo Morell, presidente, de la firma Balantia, empresa socia de ITH, se presentaron casos de éxito y diferentes tecnologías existentes capaces de reducir el consumo energético, mejorar el rendimiento, disminuir las emisiones y reducir de la huella de carbono, lo que supone no sólo optimizar la gestión energética y ahorrar costes, sino construir una imagen de marca fuerte.

En el segmento dedicado a la Gestión Hotelera, a cargo de los socios de ITH, Patricia Diana Jens, consultora de *revenue management* y *e-commerce*; y Fabricio Titiro, Opera Product Manager de MICROS Fidelio, se analizaron las principales herramientas y soluciones disponibles para facilitar la gestión hotelera, como el *revenue & yield management*, CRMs, *channel manager*, entre otras; y la necesidad de que todas estén integradas en un único sistema (*Property Management System o PMS*), que recopile y contextualice la información clave para la toma de decisiones de la dirección del hotel, mejorando la productividad y facilitando la labor de gestión.

Finalmente, Fabián González, del área TICs del Instituto Tecnológico Hotelero, explicó, en el taller de Reputación Online y Gestión de Marca el potencial que la web 2.0, Internet y las redes sociales ofrecen para la gestión de la marca corporativa y personal, la comercialización y la distribución hotelera, y cómo gestionar las críticas, la imagen corporativa y la atención al cliente a través de las plataformas sociales.

(De izq. a der.) Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; la subdirectora general adjunta del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, Patricia Fernández-Mazarambroz; Mónica Figuerola, directora general de Turismo del Gobierno de La Rioja; Jaime García-Calzada, presidente de la Asociación Riojana de Hoteles; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH; tras la celebración de la última jornada, en La Rioja.

Tecnología y sostenibilidad, los grandes retos del turismo español

Foro Transfiere, I Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Patricia Miralles, jefa de Proyectos del Área de Innovación de ITH, asistieron al **Foro Transfiere, primer Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación, celebrado en febrero de 2012 en Málaga**, y en el que se concluyó que la innovación y la incorporación de nuevas tecnologías son claves para el crecimiento de la industria hotelera española.

ITH tuvo una destacada participación en este evento, en el que lideró las sesiones de trabajo de la sección Turismo y Servicios del I Foro Transfiere, sección dedicada a debatir el papel de la innovación tecnológica y de la gestión sostenible en el turismo español. **Álvaro Carrillo de Albornoz y Patricia Miralles, intervinieron en una de las mesas B2B, con el objetivo de, por una parte, explicar cómo emplear e integrar la tecnología más avanzada en la gestión hotelera** y cuál es su impacto real en la cuenta de resultados de los hoteles; **y por otro lado, presentar las últimas novedades tecnológicas desarrolladas por las Universidades, Centros Tecnológicos y empresas que, posteriormente, darán a conocer al empresariado hotelero y los profesionales del sector** para, de este modo, contribuir a la transferencia de tecnología que permita mejorar la competitividad y productividad del sector turístico.

Vista general de la feria Transfiere 2012.

Transfiere 2012 contó con 1.200 participantes que celebraron 2.500 encuentros de trabajo.

Gracias a un convenio firmado con Foro Transfiere, varias empresas colaboradoras de ITH asistieron a las sesiones de trabajo de la sección Turismo y Servicios de este evento multisectorial de I+D+i, en donde presentaron sus herramientas de gestión, equipamientos innovadores y sistemas integrados de comercialización. Esta sección, que contó con la participación de más de 120 personas, estaba dividida en dos formatos; las Mesas B2B, o rondas de reuniones de trabajo, en las que empresarios turísticos, tecnológicos y centros de investigación establecieron sinergias y pusieron en común las oportunidades de negocio que pueden desarrollar en el sector hotelero y turístico; y los *Speaker Corners*, en los que, a través de un talleres prácticos, se presentaron más de 100 proyectos sectoriales a expertos y empresas interesados en adquirir o adaptar estas herramientas a sus negocios.

Transfiere 2012, que contó con 1.200 participantes que celebraron 2.500 encuentros de trabajo, es un **punto de encuentro en el que empresas líderes de varios sectores económicos españoles pusieron en común los proyectos tecnológicos más avanzados en siete sectores económicos clave** para la economía española (Agroalimentario, Energías, Salud, Telecomunicaciones, Medio Ambiente, Infraestructura y Transporte, Turismo y Servicios), con el objetivo de promover el networking, propiciar nuevas oportunidades de negocio, captar talento y proporcionar a las empresas las herramientas precisas para mejorar su competitividad.

Nuevos mercados a través de plataformas online

II Feria Anual de Turismo Virtual en Norteamérica "Conexión Spain Virtual"

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) participó, por segundo año consecutivo, en la II Feria Anual de Turismo Virtual en Norteamérica "Conexión Spain Virtual", punto de encuentro online entre profesionales del turismo de EEUU y Canadá y los principales agentes del mercado español (agencias de turismo, cadenas hoteleras, agencias de viaje, etc.).

ITH estuvo presente en este evento virtual con un stand propio, como parte de su labor de difusión y concienciación sobre la importancia de la innovación tecnológica y la sostenibilidad en la gestión hotelera. A través de su perfil de expositor, ITH intercambió información de interés para los visitantes de esta feria virtual, interesados en buscar estrategias y herramientas innovadoras para mejorar la gestión turística y hotelera de sus negocios.

En 2012, como novedad, la feria contó con una nueva plataforma, lo que supuso una mejora visual, que mejoró la experiencia general de los participantes. Además, Conexión Spain Virtual se organizó en diferentes áreas y secciones especiales, destinadas a dar al apoyo y visibilidad a los destinos y productos turísticos españoles en los mercados anglosajones. Así, durante la semana *Networking Week*, del 12 al 16 de marzo de 2012, los visitantes interactuaron con los expositores en tiempo real, resolviendo dudas y generando infinitas posibilidades de negocio.

La feria permaneció abierta al público durante todo el año hasta el 31 de diciembre de 2012, período durante el cual los visitantes recopilaron toda la información necesaria de los stands y depositaron sus tarjetas de visitas y contacto. De forma paralela, se realizaron varios talleres temáticos a lo largo del año, de dos días de duración, en los que se habilitó una zona de exposición independiente de la feria, que incluía salas de networking, webminars temáticos, y zonas de reuniones *one-to-one*, entre otros.

Un total de 48 entidades expusieron en la feria virtual este año, tanto líneas aéreas, servicios turísticos, agencias de turismo institucionales, *convention bureaus*, como hoteles, turoperadores, agencias de viaje y espacios de exposición. Más de 9.500 usuarios visitaron este evento, un 11% más que la edición de 2011, y se produjeron más de mil contactos de profesionales del sector.

El futuro de la eficiencia energética hotelera en España y en el mundo.

Hospitality Industry World Congress (HIWC) en Hostelco 2012

El Instituto Tecnológico Hotelero participó en el programa profesional del Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hotelería y Colectividades (Hostelco 2012), que tuvo lugar en octubre de 2012, en el recinto ferial de Gran Vía de la Fira de Barcelona. En el marco del Hospitality Industry World Congress (HIWC), Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, explicó el trabajo que el Instituto Tecnológico Hotelero está desarrollando en materia de eficiencia energética hotelera, y abordó las claves y los retos que las empresas hoteleras deben plantearse en materia de eficiencia energética y sostenibilidad.

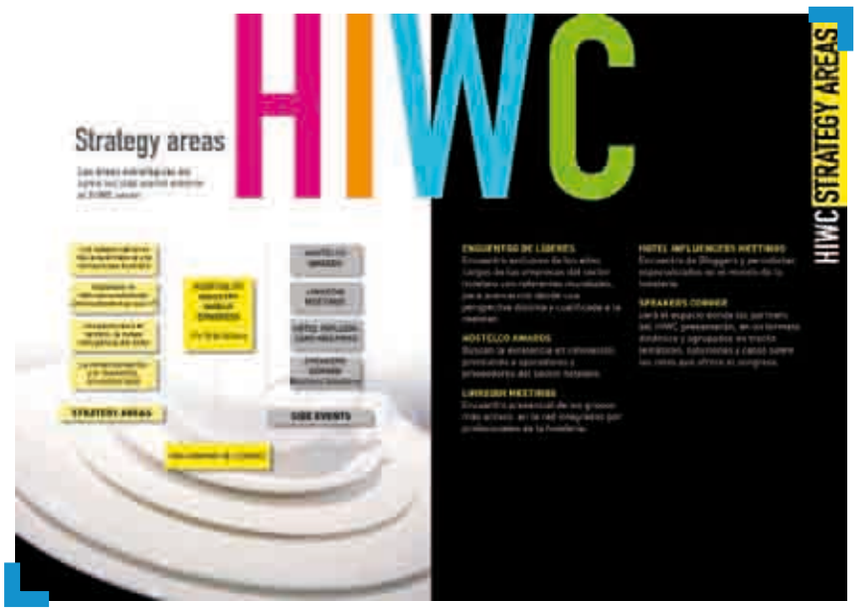
Hostelco contó con la participación de más de 700 empresas nacionales e internacionales proveedoras de equipos y maquinaria para la hostelería; menaje y servicio de mesa; gestión, control, informática y seguridad; textiles y uniformes; mobiliario y decoración; alimentación y bebidas para la hostelería y colectividades; y otras áreas de interés como limpieza y lavandería, distribución automática de alimentos, *wellness* y otras empresas de servicios. El evento incluyó, además, un completo programa profesional, con actividades de diversa índole, como las Jornadas sobre Mercados Exteriores o el Encuentro Europa-Brasil.

Eficiencia energética: asunto central en el HIWC

ITH participó en el Hospitality Industry World Congress (HIWC), que tenía como objetivo facilitar el avance estratégico del sector, reuniendo a los más destacados profesionales nacionales e internacionales. Al HIWC asistieron ponentes de gran prestigio de escuelas de negocios, compañías hoteleras y representantes de otros sectores, procedentes de países como EEUU, China, Singapur, EAU, Francia, UK, Alemania, Brasil, Argentina, México, Caribe, entre otros, que aportaron grandes ideas innovadoras para el turismo.

El Hospitality Industry World Congres se centró en cinco bloques temáticos: eficiencia y rentabilidad; expansión hotelera; gestión del cambio y las personas; comercialización y marketing; y el SPA como línea de negocio hotelera. ITH estuvo incluido en la sección dedicada a analizar los nuevos caminos hacia la eficiencia y la rentabilidad hotelera.

(De izq. a der.) Patricia Griffen, presidenta y fundadora de Green Hotels Association; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; y Eduardo Olano, director general en Balantia, participaron en la mesa de debate sobre eficiencia energética en la hotelería.



El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, formó parte de una mesa redonda, moderada por Michael Nowlis, Executive Programme Director de la London Business School, en la que, en compañía de Philippe Bijaoui, vicepresidente de Business Development de Rezidor Hotel Group; Matthew Davies, partner en Advance DQ; y Didier Boidin, vicepresidente de Operaciones para Europa Occidental de IHG InterContinental Hotels Group, en la que se repasaron las claves de la eficiencia energética desde el punto de vista de las obras, el contract y las instalaciones; de las compras; de la sostenibilidad y de los servicios.

Posteriormente, Carrillo de Albornoz se incorporó a una sesión paralela, junto a Patricia Griffen, presidenta y fundadora de Green Hotels Association, centrada en la financiación de la sostenibilidad y de las medidas de eficiencia energética con el ahorro.

ITH, presente con un stand en Hostelco

Gracias un acuerdo de colaboración suscrito por el Instituto Tecnológico Hotelero, los socios de ITH tuvieron acceso preferente al Hospitality Industry World Congress; y además, pudieron aprovechar el stand institucional de ITH en Hostelco para exponer los productos y servicios vinculados a los proyectos piloto que actualmente están en fase de ejecución.

Innovar en turismo accesible: nuevas estrategias

Foro Andalucía Lab - Estrategias de Negocio Inteligentes: Accesibilidad y Turismo

En febrero de 2012, el Instituto Tecnológico Hotelero fue invitado a participar en el "Foro Estrategias de Negocio Inteligentes: Accesibilidad y Turismo", organizado por Andalucía Lab, en el que expertos en tecnología, accesibilidad, turismo e innovación analizaron, desde diversos enfoques, el fenómeno de la movilidad reducida y las discapacidades sensoriales y orgánicas en el turismo.

El colectivo de personas con algún tipo de discapacidad son un gran nicho de demanda: un 40% de los españoles pueden requerir, en un momento dado, servicios turísticos accesibles, cifras que se multiplican cuando tomamos como referencia a Europa. Por otra parte, el turismo accesible rompe la estacionalidad, porque no está sometido a los calendarios turísticos habituales, y porque su número de pernoctaciones suele ser superior a la media. Se trata de atender las necesidades de un mercado competitivo, en crecimiento y con un perfil muy concreto, en el que el precio, la oferta complementaria y los servicios adaptados tienen un papel protagonista. Por otra parte, la accesibilidad de un destino depende de los múltiples eslabones que participan en la experiencia del visitante, factores que deben controlarse y armonizarse desde el momento en que la persona decide viajar, hasta que vuelve a casa y cuenta su experiencia.

Los expertos y ponentes que participaron en las mesas redondas de este foro se dedicaron a definir la accesibilidad, los requerimientos de este tipo de turista y los productos y servicios que mejor se adaptan a este colectivo; presentar casos de éxito en turismo accesible, tanto en alojamiento, intermediación y destinos turísticos, como en transporte, turismo activo, cultural y de negocios.

Además, Fabián González, responsable del área TIC de ITH, explicó, junto a otros expertos, la accesibilidad desde el punto de vista del turista del siglo XXI. En su presentación, González recalcó el potencial de negocio del turismo accesible, considerando que en todo el mundo hay más de 500 millones de personas con discapacidad física, intelectual y sensorial, 50 millones en Europa y otros 50 millones en EEUU, once millones en Canadá y cinco millones de personas en Japón, a estas cifras hay que sumar la población de tercera edad que, según la ONU, en el año 2050 supondrá el 21% de la población mundial, y de éstos, un 35% presentan alguna discapacidad o limitación asociada, tal y como afirma la OMS.

En un mercado tan heterogéneo y complejo, los turistas, y más lo que tiene algún tipo de discapacidad, demandan productos y servicios adaptados a sus necesidades, que sean fáciles de encontrar, y que no supongan sobreprecios, lo que exige creatividad y un profundo conocimiento del cliente. González citó el caso de éxito de la cadena hotelera Confortel, que además de contar con hoteles adaptados y accesibles, ha formado a sus equipos para atender a sus clientes, lo que les ha permitido conseguir, en 2012, el Certificado Global de Accesibilidad Universal (AENOR norma UNE 170001-2).

Campus de la Universidad Jaume I en Castellón, donde tuvo lugar el evento

Nuevas tendencias y tecnologías en la comercialización de productos turísticos

XV Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa

La Universitat Jaume I y la Fundación Universitat Jaume I-Empresa organizaron, en mayo de 2012 en Castellón, el "XV Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa", un evento en el que expertos de diversas áreas de negocio del turismo explicaron cuáles son las nuevas tendencias y tecnologías en la comercialización de productos turísticos.

El Instituto Tecnológico Hotelero fue invitado a participar en este congreso, que contó con la participación de profesionales de primer nivel, como Felipe Formariz, subdirector general de Promoción y Comercialización Exterior de Turismo de Turespaña, quien repasó las claves del cambio de ciclo en el turismo; o Carlos García director de Marketing de Logitravel; Daniel Crestelo, director de Marketing y Conversión de Muchoviaje.com, y Henk van der Velde, Market Manager, Valencia & Costa Azahar, Alicante & Costa Blanca de Expedia, que explicaron los elementos que contribuyen al diseño de una buena estrategia de comercialización turística.

UNIVERSITAT JAUME·I

La gestión de la reputación online en el sector fue abordada por Mercedes Sánchez, Territory Manager, Spain & Portugal en TripAdvisor; Mauricio Adalid, Branding, Communication & PR Director de RoomMate Hotels; Sandra Gutiérrez de Terán, directora de Desarrollo de Negocio de Paradores; y Eduardo Gómez de la Mata, Managing Director de Minube; mientras que el papel de las Plataformas Tecnológicas en la innovación turística fue abordado por Carmen Sahuquillo, jefa del Área de Promoción y Comunicación Turística de la Agencia Valenciana de Turismo; Jose Manuel López, director del Proyecto "Tourist Periscope. Intelligence Tourist Open Data"; Asier Domaica, Travel Account Manager de Google; Manuel José Sos Gallén, director gerente de Pipeline Software; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.

Durante su presentación, Carrillo de Albornoz expuso que todo cambio se basa en conocimiento que genera valor, y recordó que innovar es un proceso gradual, de ensayo y error, que requiere tiempo y recursos. El director de ITH subrayó que en España hay 440.000 empresas, 14.000 hoteles, dos millones de plazas hoteleras, 260.000 mesas de restauración, dos millones de trabajadores, el 70% concentrado en las pymes, por lo que las sinergias a través de asociaciones son una necesidad. Este es precisamente el germen de la plataforma Thinktur, auspiciada por AMETIC, y que considera que innovar es rentabilizar el conocimiento, de modo tangible, tecnológico y progresivo. Thinktur, dirigida por ITH, ha desarrollado más de 80 proyectos propios entre 2007 y 2012, ha generado más de 80 millones de euros de negocio y cerca de un millar de puestos de trabajo.

Formación de alto nivel para profesionales del turismo

ITH colabora con IE Business School

El Instituto Tecnológico Hotelero ha establecido una estrecha relación con uno de los centros de formación de alto nivel más importantes, no sólo en España, sino también a nivel internacional: IE Business School. Esta comunidad de negocios de carácter privado, independiente y plural, fue fundada en 1973 por un grupo de profesionales y académicos de reconocido prestigio, muchos de los cuales componen hoy su Consejo Rector. La labor de IE Business School se centra en la formación empresarial, jurídica y fiscal de los cuadros directivos de la comunidad empresarial, el fomento de riqueza colectiva a través de un apoyo constante a la creación de nuevas empresas y la actuación como foro de opinión de nuevas tendencias y acontecimientos dentro del mundo de los negocios.

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz es profesor de la cátedra de Estrategia en esta prestigiosa institución, que además ha incluido en su oferta de Executive Education el Programa Superior de Dirección de Empresas Turísticas (PSDET), un programa *blended* (presencial y online), del que Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH es director académico.

Ambas entidades desarrollaron actividades académicas conjuntas o en colaboración durante 2012, como el discurso que el director general de ITH pronunció en la ceremonia de clausura y entrega de títulos de los programas de Master del IE Business School, en marzo de 2012. Durante su intervención, Carrillo de Albornoz insistió en que la formación es clave en momentos de crisis, porque ofrece la posibilidad de obtener las herramientas para aprovechar las oportunidades que surgen en los momentos más difíciles de la economía.

En el marco de las colaboraciones académicas, el director general de ITH ofreció, en febrero de 2012, una Master Class para el Programa Superior de Dirección de Empresas Turísticas, en la que repasó la historia y las cifras de la industria turística española, y las oportunidades que las empresas del sector tienen para innovar, en un entorno altamente competitivo y que cambia constantemente.

Su presentación ahondó en las particularidades de la industria turística española, muy extensa (formada por 440.000 empresas; 18.000 establecimientos hoteleros; 1.7 millones de plazas hoteleras; 260.000 de restauración; 9.000 empresas de intermediación; 2.1 millones de trabajadores); con empresas de reducidas dimensiones (96% empresas turísticas españolas son pymes, 73% familiares, y el 90% no tiene asalariados o son microempresas); y con una estructura de propiedad muy fragmentada (2% pertenece a una empresa multinacional, 75% de las empresas turísticas no familiares son independientes, y 40% de los establecimientos hoteleros no pertenecen a ninguna cadena hotelera).

Álvaro Carrillo de Albornoz puso en contexto estos datos con las tendencias del consumidor y sus implicaciones para los destinos, que en general, suponen preparar escenarios complicados con recursos limitados, especialmente para las pymes. Los consumidores cambian de hábitos, reducen sus vacaciones, viajan con mayor frecuencia y por motivaciones más complejas; además, les preocupa que el turismo tenga en cuenta criterios de desarrollo sostenible y que sea respetuoso con el entorno. A eso, se suma el papel de internet como canal de información y comercialización turística, rol cada vez más decisivo: de hecho, se espera que en los próximos cuatro o cinco años, el 50% de los productos turísticos se vendan a través de la red. Por otra parte, la irrupción del transporte aéreo y productos y servicios turísticos de bajo coste, el turismo residencial, y la competencia global en destinos y empresas, son también factores que las empresas turísticas deben tener presentes al diseñar sus planes de negocio.

Las dinámicas del entorno han cambiado los modelos de propiedad hotelera, que han pasado de la propiedad y el alquiler, al *management* y a la franquicia. El director de ITH invitó a los profesionales a innovar, a diferenciarse de la competencia, mejorando los productos o servicios disponibles en el mercado, o creando otros nuevos. Aseguró que sólo las empresas capaces de ofrecer un valor añadido en su oferta, orientada a segmentos bien definidos y con atributos diferenciales respecto a la competencia, lograrán aumentar su rentabilidad.

El estándar europeo suma socios estratégicos en Europa

TOURISMlink, el estándar europeo de distribución online turística B2B

Bélgica (Bruselas), Portugal (Aveiro), Italia (Milán), Francia (Niza) y Valencia (España) han sido algunas de las capitales europeas en las que TOURIMSlink se ha dado a conocer entre los principales actores del sector turístico, interesados en comprender el alcance, las ventajas y los beneficios que traerá la adopción del estándar europeo en sistemas de distribución online turística B2B, desarrollado por un consorcio europeo liderado por la propia industria.

ITH, que lidera el área tecnológica de TOURISMlink, forma parte de un equipo internacional integrado por la Universitá Comerciale Luigi Bocconi (Milán, Italia); la Asociación Europea de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC); y el grupo de comunicación belga ZN; que a finales de 2011, ganó el concurso para desarrollar el estándar europeo en sistemas de distribución turística B2B durante el periodo 2012-2014, denominado oficialmente TOURISMlink, que tiene como objetivo aunar las diversas tecnologías con las que operan los sistemas de distribución existentes, que suponen una importante inversión en tiempo y tecnología para cualquier empresa turística, especialmente para las pymes.

ITH cuenta, además, con el apoyo de la Agencia Valenciana de Turisme y Dome Consulting, y de los centros tecnológicos españoles Tecnalia y CICtourGUNE (miembros de Thinktur, Plataforma Tecnológica Española del Turismo), para desarrollar los aspectos técnicos y definir el modelo de gestión más viable para que TOURISMlink se convierta en una herramienta estándar a nivel europeo. Este proyecto tiene su origen en Travel Open Apps, una tecnología impulsada por la Agencia Valenciana del Turisme y el Instituto Tecnológico Hotelero hace tres años, que permite a empresas turísticas y a destinos de la Comunidad Valenciana diseñar de forma independiente o conjunta productos y servicios específicos, comercializarlos y distribuirlos a través de canales propios o de turoperadores, directamente al cliente final.

El año 2012 ha marcado cuatro hitos fundamentales, el lanzamiento oficial del proyecto, el estudio del mercado turístico europeo, la elección de los destinos para los proyectos piloto, en donde la plataforma será puesta a prueba en escenarios reales de oferta y demanda turística, y la incorporación de Amadeus IT como socio tecnológico del proyecto.

En el mercado europeo, las pymes mandan

En la primera mitad de 2012, la Universitá Comerciale Luigi Bocconi (Milán, Italia), con el apoyo de la Asociación Europea de Agencias de Viajes (ECTAA), la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC), e ITH, llevaron a cabo la investigación de mercado que evalúa el funcionamiento de la plataforma; y que mostró que las pymes turísticas dominan el mercado de la oferta en Europa, pero aún no han sabido sacar partido a las tecnologías para competir en mejores condiciones en un mercado cada vez más complejo y exigente.

Según este estudio, el turismo es una industria clave en la economía europea, que representa más del 5% de su PIB, y está formada por 1,8 millones de empresas, de diverso tamaño y que involucran a grupos de interés muy diverso, tanto públicos como privados, que emplean a un total del 5,2% de la mano de obra de la Unión Europea.

El turismo es una actividad económica que depende fuertemente de la tecnología, de hecho, el mercado turístico online, en constante crecimiento, representa en Europa un 36% del total de las ventas de este sector. Las tecnologías representan, en cualquier caso, retos claros para las empresas turísticas, como la falta de estándares técnicos y los costes de implementación, particularmente significativos para las pymes, que representan cerca del 80% del total de las empresas turísticas en el continente.

A pesar de la fuerte competencia que las pymes turísticas europeas experimentan entre ellas, concentrarse en nichos de mercado y crear una oferta de valor específica para el turista puede marcar la diferencia, y en este contexto, las tecnologías de la información y la comunicación son cruciales para lograr este objetivo.

En cualquier caso, a pesar de la relevancia de las nuevas tecnologías para el turismo, el nivel de adopción es aún bajo, especialmente entre las pymes. En este sentido, la interoperabilidad aportaría mayores niveles de colaboración entre los actores del sector, mayores oportunidades de negocio y nuevos mercados, especialmente si se tiene en cuenta que los turistas demandan cada vez información más rápida, más precisa y más inmediata, independientemente del tamaño de la empresa, y en este sentido, la tecnología puede ayudar a las pymes a competir con empresas de mayores dimensiones.

Hacia la integración de un mercado turístico muy heterogéneo

España es el cuarto país del mundo que recibe más turistas al año y el segundo europeo, por detrás de Francia. Una particularidad del mercado turístico español es que cerca del 70% de las empresas hoteleras españolas son pymes, que necesitan acceder a los canales de distribución más adecuados, con el objetivo de crecer y mantener su actividad productiva. Como concluyó el análisis de mercado llevado a cabo en el marco del proyecto TOURISMlink, en la industria turística europea, las pymes superan en número a las grandes corporaciones, y este es un fenómeno que se repite a nivel europeo, imprimiendo heterogeneidad y dificultades para la comercialización.

TURISME GENERALITAT VALENCIANA CONSELLERIA DE TURISME

Acceder a las grandes redes de distribución turística tiene costes altos: para una pyme hotelera, es difícil competir con grandes grupos o consorcios turísticos muy consolidados, que disponen de más recursos humanos y materiales para dar el salto hacia la tecnología. Pero las cadenas hoteleras se enfrentan a otros retos, especialmente la conquista de nuevos mercados, lo que exige flexibilidad para reaccionar a los cambios en la demanda y en la competencia, y para poder aprovecharlos como parte de una estrategia global que maximice los resultados y, en este sentido, la tecnología puede ser el catalizador definitivo.

Para contribuir a que el sector comprenda la utilidad de un estándar tecnológico de distribución, y presentar TOURISMlink a la industria turística, los representantes del proyecto han visitado varios destinos clave a nivel europeo durante 2012. Así, en febrero de 2012, Michael de Blust, secretario general de la Asociación Europea de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA); Anna Torres, secretaria general de la Asociación Europea de Hoteles y Restaurantes (HOTREC) y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) viajaron a Valencia para probar, en compañía de la Consellera de Turismo, Cultura y Deporte de la Comunitat Valenciana, Lola Johnson, el funcionamiento y las posibilidades de TOURISMlink y Travel Open Apps.

En junio de 2012, los miembros del consorcio se reunieron en Milán para debatir los resultados del análisis de mercado llevado a cabo en la primera mitad del año, y preparar el lanzamiento de la Comunidad Online de TOURISMlink, que comenzó a funcionar en junio de 2012, y en la que expertos y profesionales del turismo pueden poner en común sus intereses, objetivos e inquietudes respecto al desarrollo de este estándar. El Análisis de Mercado de TOURISMlink fue oficialmente presentado en julio de este año en Bruselas.

TOURISMlink

iTH · Università Commerciale Luigi Bocconi · Hotrec Hospitality Europe · 50 ECTAA · ZN

Representantes de HOTREC, ECTAA, e ITH viajaron a Valencia para reunirse con la Consellera de Turismo, Cultura y Deporte de la Comunitat Valenciana, Lola Johnson, y trabajar en el proyecto TOURISMlink y Travel Open Apps.

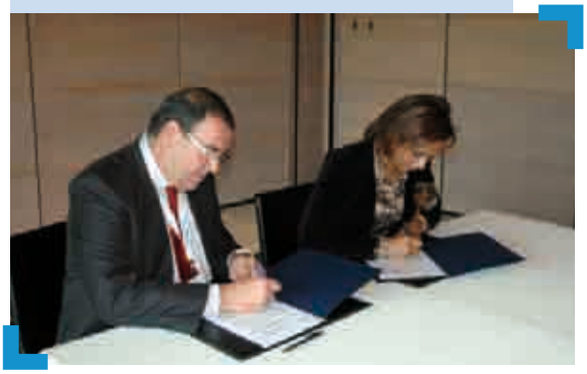
Posteriormente, en julio de 2012, Patricia Miralles, jefa de Proyectos del Área de Innovación de ITH, viajó a Aveiro (Portugal), para presentar TOURISMlink en el "Workshop sobre standards de Interoperabilidade dos sistemas turísticos na Web", organizado por Turismo de Portugal IP, explicando los desafíos para el desarrollo de redes de negocio y para la integración de servicios turísticos en Europa, y la necesidad de generar protocolos estandarizados que faciliten la distribución a las empresas turísticas.

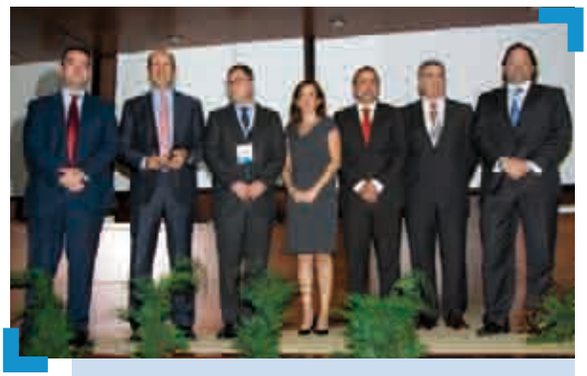
En septiembre de 2012, los miembros del consorcio que está desarrollando TOURISMlink se reunieron en Bruselas nuevamente para decidir los destinos de los proyectos pilotos, en los que se pondría en marcha una experiencia real de mercado usando la tecnología Travel Open Apps. En este encuentro se tomó la decisión de realizar los pilotos en Valencia (España), Croacia (República Checa) y Rimini (Italia), integrándolos con varios países demandantes en toda Europa.

En octubre de 2012, Xema Carbo, Project Manager de Dome Consulting, se desplazó a Niza (Francia), para participar en "mTourismDay, Open Data, ICT and Tourism in the Mediterranean Area", un foro dedicado a compartir experiencias, presentar proyectos y analizar casos de éxito vinculados al uso de la tecnología y el open data en el turismo; en el que Carbo explicó las claves de TOURISMlink desde el punto de vista de la interoperabilidad, la integración del sector, y el buen uso de la tecnología para aumentar la competitividad.

En noviembre de 2012, y en el marco de la celebración del Congreso de Empresarios Hoteleros de CEHAT en Valencia, la consellera de Turismo, Cultura y Deportes de la Comunidad Valenciana, Lola Johnson, firmó un convenio de colaboración con el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, para la comercialización, difusión y desarrollo estratégica de la tecnología Travel Open Apps, germen de TOURISMlink, que hacia finales de 2012, contaba ya con más de 22.000 reservas, casi 600 empresas dadas de alta y con un volumen de negocio cercano a los 10 millones de euros.

La consellera de Turismo, Cultura y Deportes, Lola Johnson, firmaron un convenio de colaboración con el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, para la comercialización, difusión y desarrollo estratégica de Travel Open Apps.





(De izq. a der.), Alvaro Carrillo de Albornoz, ITH; Javier García Cuenca, Magic Costa Blanca Hotels & Resorts; Luis Martí, Unión Hotelera de Valencia (UPHV); Meritxell Clemente, de Amadeus IT Group; Tomeu Bennasar, Logitravel; Tomeu Bennasar, Grupo Iberostar; y Javier Delgado, Google, tras su intervención en la mesa de debate.

García Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts y vicepresidente de HOSBEC defendió la necesidad de contar con un estándar de distribución turística

TOURISMlink, protagonista en el Congreso de Empresarios Hoteleros

TOURISMlink también fue el tema central de la mesa redonda "España, modelo europeo en distribución turística", incluida en el programa del congreso de CEHAT, y en la que participaron Javier García Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts y vicepresidente de HOSBEC; Tomeu Bennasar, director general de Logitravel; Meritxell Clemente, Head of Hotel Business Development WEMEA de Amadeus IT Group; Tomeu Bennasar, director corporativo IT de Grupo Iberostar; Javier Delgado Muerza, Travel Industry Head en Google; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), y Luis Martí, presidente de la Unión Hotelera de Valencia (UPHV); que plantearon algunos de los principales retos de la distribución turística para el sector hotelero, en un escenario con canales múltiples, que suponen grandes desafíos para la empresas turísticas españolas.

"Nuestro sector necesita imperiosamente un estándar que dé sentido a la distribución", afirmó con rotundidad García Cuenca, usando plataformas como Travel Apen Apps-TOURISMlink, "que permiten pasar de picar datos a hacer minería de datos", es decir, tener la capacidad de detectar patrones de conducta en los clientes y diseñar estrategias de marketing y comercialización.

En este sentido, Tomeu Bennasar, de Grupo Iberostar, señaló que, en el mercado turístico actual es fundamental contar con "soluciones que faciliten convergencia de productos, de precios, de redes sociales" y de todos los elementos vinculados a la oferta turística, premisa que, según Bennasar, cumple el proyecto Travel Open Apps. "El sector debe posicionarse en plataformas únicas de distribución y simplificar un entorno enormemente complejo, que ahora es ineficiente", lo que pasa por "definir estándares, por aunar voluntades y disponer de un modelo que opere correctamente estas soluciones", añadió.

Álvaro Carrillo de Albornoz, de ITH, ahondó en las posibilidades que ofrece la tecnología para la distribución turística en un contexto multicanal, que puede convertirse en un obstáculo cuando "las tecnologías no se hablan entre ellas", esto es, cuando no son compatibles. Travel Open Apps y TOURISMlink, sistemas "integrales, abiertos e interoperables", pretenden crear un estándar "que se hable con todos los sistemas que actualmente se usan en el sector", lo que se traducirá en ahorro de costes para toda la industria.

Javier Delgado, de Google; mencionó la tecnología móvil como parte de la ecuación de la distribución turística, que exige a las empresas "innovación constante". Según Delgado, el mercado de móviles ha crecido de forma "exponencial", y señaló que España es el país con mejor y mayor parque móvil en Europa, por delante de Gran Bretaña, lo que constituye no sólo "una oportunidad latente", sino que es el preámbulo para incorporar otras tecnologías, como las televisiones inteligentes. Para el responsable para la industria turística de Google, el hotelero "debe valerse de todos los canales disponibles para sacar el mayor rendimiento de su inventario y su producto", y el móvil es un factor clave "porque acompaña al usuario en todos los procesos del viaje".

El papel de la intermediación, especialmente de los canales online, fue uno de los asuntos más debatidos durante esta mesa redonda. Para Meritxell Clemente, de Amadeus IT Group, "la distribución hotelera va a seguir intermediada, porque muchos más jugadores entrarán en escena". Para Clemente, "es el cliente el que manda, el que elige el canal", y las empresas tecnológicas deben "crear plataformas avanzadas que conecten al cliente y a la oferta", razón por la que Amadeus IT se ha involucrado en TOURISMlink. En este orden de ideas, Tomeu Bennasar, director general de Logitravel; pidió no echar la "culpa" a la distribución o la intermediación, porque es más relevante saber "qué le gusta al cliente y por qué funcionan determinadas plataformas, para aprender de ellas". Delgado, de Google, hizo hincapié en que el éxito de las OTAs es que "han sabido entender la migración del cliente antes que los demás, y que hicieron una apuesta valiente por la tecnología".

Amadeus se asocia a TOURISMlink

En noviembre de 2012 Amadeus, proveedor tecnológico de referencia para el sector mundial del viaje, firmó un memorándum de entendimiento (MoU, por sus siglas en inglés) en virtud del cual colabora en TOURISMlink. Amadeus actuará como asesor en aspectos de negocio y tecnología que sean relevantes para el proyecto y ofrecerá recomendaciones relacionadas con las cuestiones comerciales y de desarrollos tecnológicos necesarios en las distintas fases del proyecto.

Javier Delgado Muerza, Travel Industry Head en Google, durante su participación en el Congreso

Este acuerdo es parte fundamental de una política de integración de los principales actores tecnológicos de la industria turística para convertir TOURISMlink en un estándar de facto, que responda a las necesidades de todas las empresas involucradas en la cadena de valor del sector. ITH, y los demás miembros del consorcio, trabajan en esta línea, para lograr que otras grandes firmas internacionales sumen sus conocimientos y experiencia al proyecto.

En ocasión de este acuerdo, François-Xavier Peêrs, Project Manager de TOURISMlink, señaló que el consorcio está "muy entusiasmado por la colaboración de Amadeus IT en el proyecto TOURISMlink, porque esta iniciativa requerirá un conocimiento exhaustivo de las verdaderas cuestiones empresariales y tecnológicas a las que se enfrentan actualmente los proveedores turísticos y agentes de viajes europeos a la hora de distribuir y comercializar sus productos. Amadeus aporta sus sólidas credenciales para evaluar y abordar apropiadamente estas cuestiones".

Por su parte, Juan-Jesús García, Senior Advisor de Industry Affairs en Amadeus explicó que su firma aporta al proyecto "dos tipos de activos sólidos para facilitar la realización de este proyecto: nuestra experiencia y conocimientos en la investigación y el desarrollo de tecnología innovadora para las empresas del sector en todo el mundo (la inversión en I+D de Amadeus IT desde 2004 asciende a más de 2.000 millones de euros); y nuestras excelentes relaciones con un amplio grupo de empresas del sector, forjadas gracias a nuestra amplia presencia local en todos los mercados de la UE".

Tecnología e innovación para hacer más competitivo el turismo español

Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur

La Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur continuó en 2012 su labor como foro de conocimiento e información para el sector, ejecutando las tareas estratégicas que, desde su fundación, en 2006, lleva a cabo: el desarrollo de la agenda estratégica 2011-2012 (en colaboración con CICTourGUNE); la puesta en marcha de proyectos estratégicos (basados en la agenda estratégica); y la asamblea general, en la que se presentan los resultados de los proyectos realizados y se marca las prioridades para el año siguiente. Estas tres acciones generales, de gran relevancia para el sector, se suman a la labor de investigación que lleva a cabo la plataforma.

Thinktur es la red de empresas turísticas y tecnológicas, y agentes de la innovación turística, que dirige el Instituto Tecnológico Hotelero y gestionan conjuntamente la Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales (AMETIC), el Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia y la Sociedad Estatal de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR). Su cometido es promover la I+D+i y el uso de tecnologías en el sector turístico, se incluye y está financiada por el Programa INNFLUYE de Plataformas Tecnológicas del Plan Nacional de I+D+i, gestionado por la Subdirección General de Colaboración Público-Privada del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO).

En 2012, y con el objetivo de convertir la agenda estratégica en un documento a largo plazo, que dé una perspectiva más amplia en el tiempo a los miembros de la plataforma y que sirva de hoja de ruta de la innovación en turismo, se aumenta el protagonismo de la Agenda Estratégica de I+D+i, dándole una nueva estructura de tres niveles: el documento central de referencia, los documentos de los grupos de trabajo y los *position papers*, o valoraciones de expertos sobre servicios y aplicaciones turísticas, o sobre tecnologías que permitan desarrollar dichos servicios.

También en 2012, se amplió la estructura de Thinktur, al incorporar dos grupos transversales: Internacionalización y Sostenibilidad (económica, social, cultural), apostando así, en primer lugar, por ayudar a las empresas miembros de la plataforma a exportar su conocimiento, I+D+i, productos innovadores; y en segundo término, por la sostenibilidad de la industria turística, desde el punto de vista del crecimiento del negocio. Estas nuevas áreas se suman a los cinco grupos transversales temáticos (TIC's, Accesibilidad, Eficiencia energética y medio ambiente, Arquitectura, diseño y construcción); y a los seis grupos sectoriales que representan a los diferentes subsectores implicados directamente en la actividad turística (Destinos y Recursos Turísticos, Distribución y Agencias de Viajes, Transporte, Hoteles y alojamientos, Restauración y Actividades turísticas).

María del Carmen Vicente, de la subdirección general de Colaboración Público-Privada del Ministerio de Economía y Competitividad; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director de la Plataforma Thinktur y director general del Instituto Tecnológico Hotelero, durante la inauguración de la Asamblea Anual.

En 2012, Thinktur ha crecido. La Plataforma ha pasado de 406 organizaciones miembros en diciembre del 2008 a 941 en el mismo mes del 2012. Del total de miembros de la Plataforma Thinktur, el 60% son empresas, los centros de conocimiento o I+D+i representan el 14%, las federaciones y asociaciones el 19%, el 6% administraciones públicas y el 1% agrupaciones empresariales innovadoras (AEI). De las 941 entidades miembros de Thinktur, los sectores de actividad mayoritarios son el de hoteles y alojamientos (26%), el de las TIC's (21%), y el de Empresas de consultoría (17%).

Finalmente, durante el año 2012, Thinktur fue el protagonista de presentaciones en diversos eventos sectoriales sobre turismo, innovación y tecnología, incluyendo la Asamblea Anual de Thinktur, que tuvo lugar en Madrid en diciembre de 2012.

Asamblea Thinktur: un viaje a la innovación

La colaboración entre las empresas turísticas y las tecnológicas es clave para aportar valor al cliente y ofrecerle experiencias innovadoras y de valor añadido. Esta fue la principal conclusión de la Jornada "Un viaje hacia la innovación" celebrada en el marco de la Asamblea Anual de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur, en diciembre de 2012, en el Hotel NH Eurobuilding de Madrid, y que contó con la presencia de más de 120 miembros, que analizaron las tecnologías más vanguardistas y sus aplicaciones en el turismo, desde la perspectiva de la imaginación, como motor de la innovación, el progreso y la generación de nuevos proyectos.

María del Carmen Vicente, de la subdirección general de Colaboración Público-Privada del Ministerio de Economía y Competitividad; y Álvaro Carrillo de Albornoz, director de la Plataforma Thinktur y director general del Instituto Tecnológico Hotelero, fueron los encargados de abrir la jornada. El director de la Plataforma Thinktur recordó que, desde la creación de la plataforma, "las condiciones, desde el punto de vista de la tecnología han cambiado poco, pero el turista sí cambia constantemente", y en este contexto, el reto es "innovar, y que hay que hacerlo rápido", para lo que recomendó a los empresarios del sector y a los tecnólogos comprender por qué cambia el cliente, y seguirle en ese cambio para "empezar a competir de manera distintas y vender experiencias".

Más de 120 miembros de Thinktur se congregaron en la Asamblea Anual de Madrid, para analizar las tecnologías más vanguardistas y sus aplicaciones en el turismo.

Por su parte, María del Carmen Vicente expresó su "satisfacción" por participar en la asamblea de la Plataforma Thinktur como referente sectorial del turismo, y señaló que para las administraciones públicas es prioritario "promover la creación de conocimiento, hacerla rentable, y estimular la participación del capital privado" en este proceso; objetivos fundamentales del plan "Estrategia Estatal de Ciencia e Innovación".

Carlos Romero, miembro de la Secretaría Técnica de la Plataforma y director de I+D+i de SEGITTUR, fue el encargado de hacer el balance de las acciones y proyectos realizados por la Plataforma Thinktur en 2012. Subrayó que es importante saber qué proyectos funcionan, cuáles y por qué, "para reformularlos, replantearlos y aprender", y recordó que los hoteles son "un hub de conocimiento, en el que interactúan muchas empresas innovadoras y de tecnología", razón por la que su presencia en la plataforma es "tan importante", y pidió a todos los actores de Thinktur hacer un esfuerzo por "involucrar más empresas de otros sectores minoritarios", como restauración, agencias de viajes o firmas relacionadas con el desarrollo sostenible.

Durante la Asamblea, los asistentes pudieron conocer, en la zona de exposición, prototipos y productos innovadores adaptados a las necesidades reales del mercado turístico, presentados en las convocatorias públicas y apoyados por la Plataforma Thinktur, con aplicaciones en la comercialización y distribución de la oferta turística, la gestión operativa, la promoción y gestión del destino, la planificación de la ruta del turista, entre otros. Además, se estudiaron los casos de varios proyectos desarrollados en 2012, gracias al fomento de sinergias y al impulso sectorial de Thinktur, entre los que destacan Fu-turismo, plataforma modular en la nube, de servicios y productos, para la gestión de un destino turístico inteligente; ToT, el piloto Smart City en Playa de Palma de inteligencia aplicada a turismo de ciudad: y L'AQUA, proyecto de divulgación destinado a convertir en un activo el patrimonio del imaginario cultural y material en torno al agua.

Posteriormente, Emilio Iglesias, del departamento de Mercados Innovadores Globales del CDTI, describió las principales líneas de financiación para el desarrollo de proyectos de I+D+I tanto a nivel nacional como internacional. Por otra parte, Angélica Martín y Alicia Colomer, de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), mostraron las diferentes posibilidades que existen para registrar las innovaciones (desde la patente al diseño industrial, pasando por las marcas). Finalmente, la jornada concluyó con una mesa redonda, moderada por la investigadora del Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia, Mireia Ferri, en la que se repasó cómo las ideas encuentran el camino hasta su puesta en marcha, y cómo se pueden poner en valor para conseguir el retorno de la inversión.

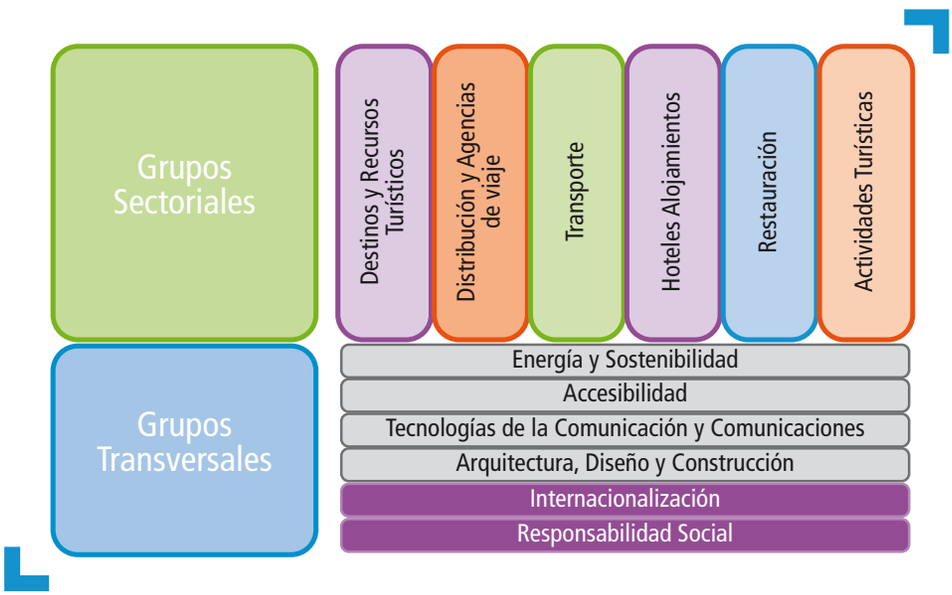
José Tomás Romero, responsable de I+D+i de AMETIC, y Carlos Romero, director de I+D+i de SEGITTUR, durante su intervención en la Asamblea Thinktur, celebrada en diciembre de 2012.

Construyendo Thinktur

La Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur celebra varias reuniones y eventos de seguimiento a lo largo del año. En 2012, tuvieron lugar dos encuentros del Comité Gestor en Madrid, una en el marco de Fitur (enero de 2012), y la segunda en octubre de 2012, destinadas a analizar las actividades de Thinktur y las iniciativas de los Grupos de Trabajo, desarrollar la agenda estratégica y definir los siguientes pasos.

Igualmente, se llevaron a cabo dos reuniones entre las Plataformas Tecnológicas de diversos sectores e industrias clave relacionadas con el turismo (vino, internet, agua, salud, nuevas tecnologías, construcción, eficiencia energética, deporte, marítima, del juguete, etc.), potenciando las relaciones y sinergias comunes. Entre ellas, destacan el Encuentro Plataformas Tecnológicas MINECO, en marzo de 2012; el grupo de trabajo de las Plataformas Tecnológicas Españolas, que tuvo lugar en noviembre de 2012; y el encuentro Plataformas Tecnológicas- Grupo de Trabajo Smart Cities, en diciembre de 2012.

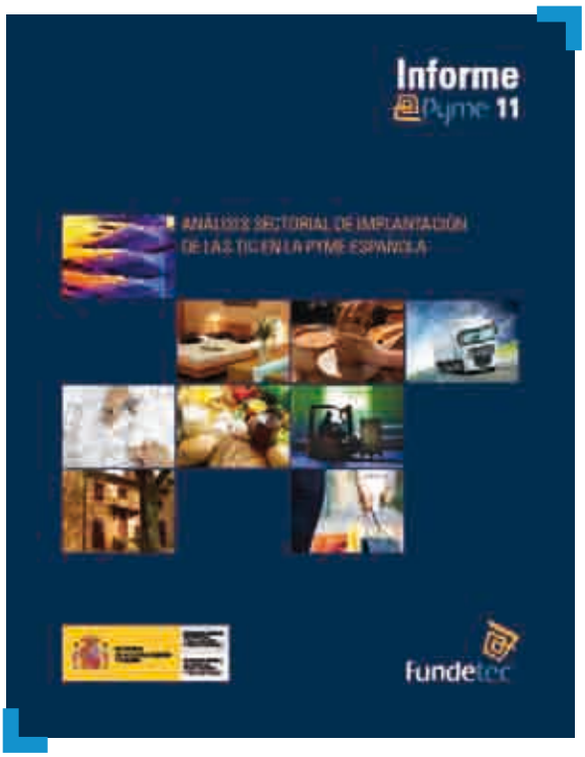
Thinktur se sirvió, además, de varios eventos públicos, para explicar su labor y sus objetivos. Por ejemplo, el departamento de I+D+i de AMETIC organizó, en colaboración con Thinktur y otras plataformas tecnológicas, las jornadas "Fiscalidad I+D+i: Deducciones fiscales como mecanismo de fomento de la actividad empresarial en I+D+i", a la que asistieron más 100 expertos y profesionales, y en las que se debatieron los diferentes mecanismos de fomento a proyectos innovadores, los incentivos fiscales a la investigación, desarrollo e innovación tecnológica. También, Thinktur estuvo presente en otros eventos como Transfiere 2012 (Málaga), Jornada Estrategia Española H2020 (Madrid), el XV Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa: "Las nuevas tendencias y tecnologías en la Comercialización de productos turísticos" (Castellón), el II Congreso Internacional TIC, Turismo e Innovación (Santa Cruz de Tenerife), entre otros.



Las pymes hoteleras son las empresas españolas más activas en redes sociales

IV Informe ePYME - FUNDETEC

Las pequeñas y medianas empresas hoteleras españolas son las más activas en redes sociales y las que han alcanzado una fase de implementación del comercio electrónico más avanzada, lo que sitúa a las pymes hoteleras a la vanguardia en la integración de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en sus actividades de negocio, según recoge el cuarto "Informe ePyme-Análisis de Implantación de las TIC en la PYME Española", presentado en febrero de 2012.



El Informe ePYME, elaborado por la Fundación FUNDETEC y la Dirección General de Industria y de la PYME (DGPYME) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, es un estudio en profundidad que examina la evolución de la implantación y el uso de las TIC en nueve sectores clave de la economía española, que juntos aportan el 40,1% del PIB español, y en las que las pymes juegan un rol clave: Logística, Transporte, Hotelero, Turismo Rural, Comercio Minorista, Artesanía, Ingeniería y Consultoría, e Infraestructuras de Telecomunicación y Agroalimentario.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), se encargó de la sección del informe dedicada este sector, en el que se hizo evidente la alta penetración de las TIC en las pymes hoteleras. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, que participó en el acto de presentación del estudio, afirmó que "los resultados de este estudio demuestran que las pymes hoteleras están adoptando herramientas tecnológicas que les permiten competir en un entorno más global y complejo, lo que convierte a este sector en líder en marketing 2.0; aunque todavía hay mucho por hacer en otros ámbitos como la gestión operativa o de cliente; el apoyo institucional a las pymes es fundamental para acelerar este proceso".

Las pymes hoteleras conquistan las redes sociales

La hotelería es, junto con el turismo rural, los sectores económicos (de los nueve estudiados) más activos en las redes sociales y, además, son los que han conseguido más avances en el uso de internet como canal de marketing y comercialización. El 60,6% de las empresas hoteleras tiene una presencia activa en las redes sociales, lo que supone un incremento de un 3,6% respecto al 2010, y el 95% de los hoteleros considera que su presencia en las redes sociales aporta valor añadido a su negocio. Las pymes hoteleras españolas son las que han alcanzado un mayor nivel de implantación del comercio electrónico. De esta forma, el 92% de las empresas han incorporado el e-commerce como canal de comercialización habitual, un 4,1% más que en 2010, principalmente porque estos canales de comercialización permiten responder rápidamente a la demanda, ajustando la oferta a sus necesidades puntuales y específicas, en el corto plazo.

Para los hoteles, la página web se ha convertido en uno de los principales canales de marketing y comercialización de los servicios ofrecidos a los clientes; por eso, el 96,1% de los hoteles cuenta con página web corporativa dedicada a desarrollar estrategias de marketing y comercialización. En este sentido, el director general de ITH, afrimó que "las web corporativas ofrecen una valiosa oportunidad de desintermediar en el proceso de comercialización; conseguir que las páginas web se conviertan en verdaderas plataformas comerciales, más potentes y con mayor capacidad para generar beneficios directos a los empresarios del sector, es el siguiente paso".

Conexión inalámbrica WiFi: el valor añadido de la conectividad

Las tecnologías asociadas a dispositivos móviles (*smartphones* y tabletas) han despertado el interés del sector hotelero como herramientas de comercialización, marketing o branding, como sistema integrador de la gestión hotelera y de los equipos de trabajo, o como canal de atención al cliente, áreas en las que las tecnologías móviles tienen todavía un potencial de desarrollo muy amplio para el sector hotelero.

Según el Informe ePYME, los hoteles están dispuestos a implementar nuevas tecnologías que mejoren no sólo su gestión sino también la experiencia del cliente. El 92% de las empresas tiene pensado implementar soluciones de conectividad inalámbrica vía WiFi en el corto plazo; mientras que el 75% espera incorporar más dispositivos móviles avanzados (75%), uso de la firma digital (65%) o de facturas electrónicas (64%), y publicidad interactiva (64%).

Finalmente, el estudio sugiere algunas medidas que pueden facilitar el acceso y la incorporación de las nuevas tecnologías en la industria hotelera, como adaptar las tecnologías a las necesidades del sector; hacerlas abiertas e interoperables; probar su funcionamiento y utilidades a través de proyectos piloto; informar acerca del potencial y los aspectos clave de los servicios en *cloud* y las Services as a Services (SaaS) para las pymes; y contar con más ayudas específicas para la innovación dirigidas específicamente al sector turístico (que representa el 10% del PIB español), para facilitar la adquisición de equipamiento tecnológico y la capacitación profesional.

Alfonso Arbaiza, director general FUNDETEC, durante la presentación del Informe ePYME 2011. Al fondo, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.

ITH desarrolla nuevas herramientas para la gestión hotelera y turística con el apoyo de la administración pública

Proyectos del programa Agrupaciones Empresariales Innovadoras 2011

En marzo de 2012, el Instituto Tecnológico Hotelero concluyó la fase de ejecución de tres proyectos desarrollados en el marco de Agrupaciones Empresariales Innovadoras 2011 (AEIs 2011), financiados a través de un programa de la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME) del Ministerio de Economía y Competitividad, gestionado por SEGITTUR, y destinados a realizar proyectos innovadores a través de consorcios empresariales entre AEIs turísticas y otros sectores.

Gracias a este programa, ITH desarrolló tres nuevas herramientas para el sector hotelero y turístico, destinadas a definir las prioridades estratégicas de la industria turística, y optimizar la gestión, los productos y los servicios hoteleros: la Agenda Estratégica Anual de I+D+i de la Plataforma Tecnológica de Turismo Thinktur; el sistema de gestión documental sin papeles para el área operativa de los hoteles, eDocAssistant; y la herramienta Mystery Guest 2.0, que permite contrastar el grado de satisfacción de los clientes respecto a sus expectativas previas.

El diseño de la Agenda Estratégica Anual de I+D+i de la Plataforma Tecnológica de Turismo Thinktur, es el primer proyecto, que ha identificado y definido las prioridades de investigación en el sector turístico, en relación a la incorporación de la tecnología y la innovación, a partir de las necesidades de los principales agentes de la industria para, así, poner en marcha iniciativas que mejoren la competitividad, el empleo y el crecimiento del sector. La Plataforma Tecnológica del Turismo-Thinktur es una iniciativa de ITH, Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales (AMETIC), el Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia y la Sociedad Estatal de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), financiado por el programa INNFLUYE de la Secretaria de Estado de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad (antes denominado Ministerio de Ciencia e Innovación).

El segundo proyecto de ITH, eDocAssistant, tiene como objetivo automatizar la información generada por otros sistemas vinculados a las operaciones del hotel, para eliminar tareas mecánicas y destinar los recursos liberados, gracias a la reducción del tiempo dedicado a los procesos de introducción de datos, a otras actividades que generen mayor valor añadido. La herramienta, desarrollada con la cadena hotelera ArtiemFreshPeople, afecta a departamentos clave para la gestión hotelera, y sus principales ventajas son la maximización de la producción y optimización de procesos, la disminución de errores operativos, el ahorro de costes, especialmente en material de oficina y fungible (tinta impresora, papel, etc.), una mayor satisfacción del cliente y la reducción del impacto medioambiental.

Finalmente, el tercer proyecto, llevado a cabo con el comparador de precios online, trivago, ofrece a los hoteles la oportunidad de probar una innovadora herramienta, bautizada como Mystery Guest 2.0, basada en una plataforma tecnológica que permite conocer el grado de satisfacción de los clientes en base a las expectativas previas a su visita al hotel y al valor real percibido por éstos tras disfrutar de la experiencia, para adaptar la oferta de productos y servicios a la demanda real de los clientes.

Patricia Miralles, de ITH (en el centro), en compañía de las representantes de varias AEIs españolas; (de izq. a der.) Verónica Nolte, de AEI Comunidad Valenciana; Patricia Zapardiel, de SEGITTUR; Isabel Briones, del Clúster de Turismo de Madrid; Leticia Insúa, de SEGITTUR; Celia Romero, de AEI MTA Connect; y Marta Santamaría, de SEGITTUR.

Esta *e-tool*, que recibe su nombre de la idea de convertir a los usuarios de los hoteles evaluados en "cliente misterioso", contrasta la calidad percibida por los clientes a través de auditorías internas realizadas los propios clientes finales. En el proyecto participaron 250 hoteles (96 españoles) y 5.474 evaluadores (1.544 españoles).

Este programa, coordinado por SEGITTUR, eligió trece proyectos (coordinados por 12 AEIs turísticas) de un total de 38 propuestas en diversas áreas, desde la gestión de las pymes turísticas hasta el análisis de la competencia; proyectos relacionados con la sostenibilidad y el medioambiente, así como otros dirigidos a toda la cadena de valor del sector, incluyendo alojamientos y restauración.

Networking para la innovación

Las Agrupaciones Empresariales Innovadoras Turísticas (AEIs) celebran varias actividades de networking durante el año, con el objetivo de debatir las prioridades de estas entidades y analizar los proyectos innovadores que cada una de ellas lleva a cabo en sus respectivos sectores; así como buscar posibles alianzas e intercambiar buenas prácticas.

De esta forma, Patricia Miralles, jefa de proyectos del Área de innovación de ITH asistió a las dos jornadas oficiales de AEIs de 2012. En marzo se celebró la primera, que tuvo lugar en Madrid, y en la que se presentaron 16 proyectos vinculados al turismo, la sostenibilidad y la gestión de negocios de AEIs de toda España, entre los que destacaron los trabajos de ITH (la Agenda Estratégica Anual de I+D+i de la plataforma Tecnológica de Turismo Thinktur, eDocAssistant, y Mystery Guest 2.0) y el estándar europeo de distribución B2B turística online TOURISMlink.

Posteriormente, en octubre de 2012, ITH asistió al encuentro nacional de AEIs, en Granada, organizado por SEGITTUR, y las AEIs ITUR Granada y TURISTEC, que abordó la profesionalización de la gestión de AEIs turísticas, a través del estudio de casos de éxito, sistemas de gestión y planificación de proyectos, estrategias para dimensionar estas entidades y para diseñar sus planes de rentabilidad.

De Travel Open Apps a TOURISMlink: tecnología con firma española

Dome Consulting & Solution se asocia a ITH

Dome Consulting & Solution formalizó su asociación al Instituto Tecnológico Hotelero en julio de 2012, tras una fructífera trayectoria de colaboración mutua, que comenzó en 2009, con el desarrollo, junto a la Agencia Valenciana del Turisme, de Travel Open Apps, una tecnología que permite a empresas turísticas y a destinos diseñar, de forma independiente o conjunta, productos y servicios específicos, comercializarlos y distribuirlos a través de canales propios o de turoperadores, directamente al cliente final.

Travel Open Apps es el punto de partida de un ambicioso proyecto europeo, TOURISMlink, que tiene como objetivo crear un estándar europeo de distribución que impulse la interoperabilidad y la interconexión entre la oferta y la demanda turística europea; lo que no sólo aumentará la visibilidad y la planificación estratégica de las pequeñas y medianas empresas turísticas en todo el continente, sino que también ampliará la capacidad de los grandes operadores.

Históricamente, uno de los problemas más evidentes era la poca uniformidad entre los protocolos de los distintos prestatarios de servicios turísticos, que provocaba un problema de integración o comprensión entre los sistemas: era una cuestión de tiempos y coste, más que técnico. El desarrollo de Travel Open Apps y TOURISMlink constituye una posibilidad de crear un protocolo estándar, que supondrá un avance significativo en la integración y facilidad de comunicación entre todos los actores de la industria, ampliará la capacidad de venta y la presencia en el mercado para el negocio.

Dome Consulting & Solution, responsable del complejo desarrollo informático de Travel Open Apps y TOURISMlink, está especializada en el diseño de aplicaciones para la multidistribución de servicios, y orientada a la integración entre los distintos prestadores de servicios, canales de distribución y los entornos online o webs, a las que acceden los clientes o receptores de los servicios.

Esta compañía mallorquina trabaja para algunos de los principales actores del sector, turoperadores y agencias de viaje online y convencionales, cadenas y pymes hoteleras. Precisamente, su experiencia en el sector turístico les ha demostrado que las empresas turísticas, y especialmente el sector hotelero, están obligadas a incorporar la tecnología en la gestión de sus empresas, y que deben sacar el mayor provecho posible a estas herramientas para no perder competitividad y poder de venta.

Para Dome Consulting & Solution, toda la cadena de valor de la industria turística, y más específicamente los hoteles, deben abrazar las nuevas tecnologías, integrarlas en su gestión, más aun teniendo en cuenta que en la actualidad, quitando la contratación convencional con turoperadores nacionales e internacionales, la distribución se genera a través de internet o de medios tecnológicos, motivo por el que su preocupación debe centrarse en que su oferta se encuentre bien posicionada y actualizada en estos canales. Los hoteleros deben dedicar recursos y planificar la implantación de sistemas que les permitan estar a la vanguardia de la comercialización hotelera y no quedarse fuera de mercado, por no estar en el sitio y en el momento adecuado, cuando el cliente lo demande.

La OMT premia a dos socios de ITH con su máxima distinción

Premio Ulises 2012 a la AHT y a IBV

Los Premios Ulises, de la Organización Mundial del Turismo (OMT), reconocen cada año, desde 2003, las iniciativas y los proyectos emprendidos por instituciones públicas, empresas turísticas y organizaciones sin ánimo de lucro que hayan realizado una aportación importante al progreso del turismo a través de la innovación, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio.

En 2012, dos proyectos de socios de ITH fueron reconocidos por el jurado de estos galardones: TurAcces/IBV, desarrollado por IBV, y el Programa de Ecoetiquetado de Hotelería Sustentable, promovido por la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT).

El Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) recibió el premio a la Innovación en Investigación y Tecnología por TurAcces/IBV, herramienta capaz de realizar un autodiagnóstico de la accesibilidad de hoteles, campings, casas rurales y restaurantes, con el objetivo de conocer si las instalaciones turísticas están adaptadas a los cerca de 50 millones de personas con alguna discapacidad permanente que viven en la Unión Europea, y a los 3,5 millones de personas que residen en España, (aproximadamente el 9% de la población), a los que habría que añadir las que presentan algún problema transitorio de movilidad o comunicación a lo largo de su vida.

TurAcces/IBV analiza la accesibilidad en las diferentes zonas del establecimiento y genera un informe de recomendaciones de mejora, considerando el marco legal y la normativa aplicable.

La aplicación TurAcces/IBV ha contado, además, con el apoyo de la Conselleria de Turisme de la Generalitat Valenciana, de la Unión Europea a través de los Fondos FEDER, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y de la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid. TurAcces/IBV es el resultado de una investigación de varios años en la que han colaborado, además de ITH, la Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm y la Costa Blanca (HOSBEC); la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (FEHV); la Federación de Campings de la Comunidad Valenciana; Turistrat, Turismo rural de Castellón; la Asociación de Alojamientos Rurales de la Montaña de Alicante; y la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (PREDIF).

Instantánea del premio recibido por el Instituto de Biomecánica de Valencia.

Portada Manual AHT Hoteleria Sustentable, reconocido por la OMT en 2012.

Un programa para impulsar hoteles sostenibles en Argentina

El Programa de Ecoetiquetado de Hotelería Sustentable desarrollado y liderado por la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT), fue galardonado con el segundo lugar a la Excelencia e Innovación en Turismo en la categoría Innovación en Organizaciones No Gubernamentales de estos premios.

La iniciativa tiene su origen en el Programa Hoteles más Verdes de la AHT, pensado como una campaña de sensibilización y autoevaluación para los hoteles asociados; y en el lanzamiento del Manual de Buenas Prácticas (Claves para una Gestión Eco Responsable y Eco Eficiente), que complementaba la iniciativa; que posteriormente se amplió a la comunidad a través del "Concurso Nacional: Buscando al Mejor Proyecto de Hotelería Sustentable en la República Argentina: Hoteles más Verdes", dirigido a reconocer y premiar los mejores proyectos de innovación aplicada para la integración de los principios de sostenibilidad en la cadena de valor de la hotelería del país.

La AHT, que se sumó al Instituto Tecnológico Hotelero en 2012, impulsa, como parte de su misión, la adopción de políticas de sostenibilidad en el sector hotelero argentino, y promueve diversas acciones orientadas al cuidado y respeto por la conservación del medio ambiente, entre las que destaca el Programa de Hotelería Sustentable.

Construyendo la Norma Europea sobre la Gestión de la I+D+i

Comité Técnico TC389 CEN-CENELEC

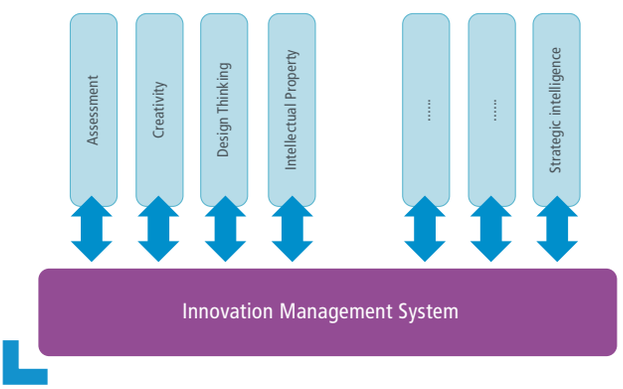
Desde 2009, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero, forma parte, en calidad de experto en innovación, del Comité Técnico TC389 del CEN-CENELEC, por invitación de AENOR. Este equipo se dedica, desde 2006, a definir la norma o serie de normas europeas sobre la gestión de la I+D, lo que supondrá crear un modelo europeo de gestión de la innovación que mejore la competitividad de las empresas, independientemente de su dimensión y tipología. Se trata de aportar valor y certidumbre en torno a la gestión de la innovación, y transformarla en una oportunidad.

AENOR, líder en España en certificación de sistemas de gestión, productos y servicios, es la entidad responsable del desarrollo y difusión de las normas UNE (normas tecnológicas creadas por los Comités Técnicos de Normalización). AENOR forma parte del Comité Europeo de Normalización (CEN), una organización no lucrativa privada cuya misión es fomentar la economía europea en el negocio global, el bienestar de ciudadanos europeos y el medio ambiente, proporcionando una infraestructura eficiente a las partes interesadas para el desarrollo, el mantenimiento y la distribución de sistemas estándares coherentes y de especificaciones.

El Comité Técnico (TC, sus siglas en inglés) es un órgano de toma de decisiones, que tiene un mandato específico y programa de trabajo, establecido por el Consejo Técnico del Sistema CEN; y que debe trabajar y preparar una serie de prestaciones para el CEN, conocidas como entregables, integradas un plan de trabajo previamente consensuado. El TC 389 está formado por seis grupos de trabajo, cuyos coordinadores y delegados provienen de Portugal, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Bélgica, Luxemburgo, Rumanía, Malta, Dinamarca, España, Noruega y Suecia, entre otros:

- CEN/TC 389/WG 1 *Collaboration and Creativity Management*
- CEN/TC 389/WG 2 *Innovation Management System*
- CEN/TC 389/WG 3 *Innovation Assessment Tools*
- CEN/TC 389/WG 4 *Innovation Thinking*
- CEN/TC 389/WG 5 *Intellectual Property Management*
- CEN/TC 389/WG 6 *Strategic Intelligence Management*

Propuesta para la estructura de la familia de documentos del TC389



El Comité Técnico 389 cuenta con una destacada representación española: Juan Manuel González, subdirector general del Instituto Andaluz de Tecnología, (IAT), es el presidente; Fernando Utrilla, técnico de la División de Normalización de AENOR, es el secretario; y Carrillo de Albornoz coordina el Grupo de Trabajo 2 (WG2), Sistema de Gestión de la Innovación, cuya principal tarea es diseñar un modelo integral para gestión de la innovación en las empresas. El director general de ITH es, además, el único representante del sector turístico europeo en este comité técnico.

Durante 2011 se desarrollaron varias actividades que concluyeron con la presentación, por parte del Grupo de Trabajo 2, de la primera propuesta para esta norma, en septiembre de 2011 en Lisboa. Este documento se hizo llegar, posteriormente, a los países que forman parte del Comité Técnico; y durante el mes de diciembre de 2011, se añadieron comentarios y mejoras, que se remitieron al secretariado en enero de 2012, para ser analizados en el plenario celebrado en marzo de 2012 en Copenhague (Dinamarca).

Tras la reunión en la capital danesa, el Grupo de Trabajo 2 se encarga de incluir las modificaciones aprobadas de forma que, antes de verano de 2012, el Comité Técnico pudiera presentar un documento preliminar integrado. Esta tarea se llevó a cabo en Madrid, en una reunión celebrada a finales de junio de 2012, en la que se aprobó el borrador definitivo para la norma TC Technical Specification – Innovation Management System. Entre septiembre y octubre de 2012, el documento se sometió a las traducciones, revisiones pertinentes por parte de la Comisión Europea, y se envió para su votación y evaluación. La aprobación final está prevista para inicios de 2013.

Instantánea de la reunión celebrada en marzo de 2012, en Copenhague (Dinamarca).

Transferencia de tecnología y conocimiento multisectorial

ITH firma convenios marco con ITG, IAT y AEEN

Como parte de su labor de divulgación del conocimiento para ayudar a las empresas turísticas españolas a mejorar su competitividad a través de la innovación, el Instituto Tecnológico Hotelero ha cerrado varios convenios marco en 2012, con instituciones cuya labor en la promoción del conocimiento puede ser empleada como modelo para desarrollar iniciativas en el sector hotelero.

ITH suscribió acuerdos destinados a cooperar con otras instituciones en programas de formación, proyectos conjuntos, y otras actividades de interés. De esta forma, en mayo de 2012, Juan Campolier, presidente de la Asociación Española de Estaciones Náuticas (AEEN), y Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, firmaron un acuerdo marco de colaboración para aunar esfuerzos en actividades de soporte científico y tecnológico de interés común, teniendo en cuenta que AEEN y el turismo náutico son un referente para la industria, debido a la cantidad de kilómetros de costa que España ofrece.

Estaciones Náuticas - Best Nautical Destinations in Spain acoge a 23 destinos españoles con una larga tradición en el turismo náutico y actividades para disfrutar del mar y del tiempo libre. Se trata de una entidad especializada y líder en el sector náutico, que cuenta con el apoyo público de Turespaña, siete comunidades autónomas y la Ciudad Autónoma de Ceuta, además de 62 ayuntamientos. Estaciones Náuticas, como agente de dinamización turística, comprende más de 1.700 empresas y alrededor de 4.500 productos relacionados con el turismo náutico.

Juan Campolier, presidente de la Asociación Española de Estaciones Náuticas, y Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, durante la firma del acuerdo de ambas entidades.

Posteriormente, y con el objetivo de difundir y adaptar para el sector hotelero el método de evaluación y certificación de la sostenibilidad de edificación BREEAM® (Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology), ITH firmó, en junio de 2012, un convenio con el Instituto Tecnológico de Galicia, centro tecnológico estatal privado coruñés, que gestiona en España la certificación. En septiembre de 2012, la Universidad Rey Juan Carlos suscribió un convenio con ITH, centrado en proyectos conjuntos de formación; y en noviembre de 2012, ITH y la Agencia Valenciana de Turisme formalizaron un acuerdo de colaboración científica y tecnológica, destinado a impulsar la comercialización de Travel Open Apps en toda España.

En los últimos diez años, internet ha revolucionado el turismo y la hospitalidad. Lejos de haber llegado a una madurez tecnológica, los cambios fundamentales entre oferta y demanda, producto de esta profunda transformación, seguirán influyendo positivamente en el sector. Estamos ante la segunda revolución, que promete ser de mayor calado: el móvil cambiará los formatos y los usos de la web, y todos los que trabajamos en esta industria debemos ser capaces de sacarles el mayor partido

Javier Delgado Muerza
Head of Travel
Google Spain

iTH

¡Atrévete!

Desde aquellos tiempos en los que con la tripa pegada a la alfombra jugaba sobre un tablero lleno de calles y casitas de plástico hasta el día en que mi padre, después de haber sido muy escéptico, me dijo absolutamente convencido: "Kike, tú dedícate a hoteles", hubo -y sigue habiendo- disciplina, trabajo duro, miedo (mucho miedo a veces), pero sobre todo, toneladas de pasión. Y solo a partir de la pasión, podemos elaborar una estrategia…

Cuando se piensa en el concepto empresario, lo que viene a la mayoría de las mentes es más bien un cliché, una etiqueta, un estereotipo. Lo que es seguro es que pocos asociarían el término empresario a la inspiración o a la creatividad, al menos no de forma automática. Yo tengo muy claro que ser empresario es una actitud, un carácter.

Ni siquiera es imprescindible tener un negocio; hay brillantes "empresarios" trabajando por cuenta ajena, emprendedores intuitivos cuya empresa son ellos mismos, que afrontan su carreras, sus vocaciones, de manera imaginativa, que disfrutan de tomar la iniciativa, de asumir riesgos, de enfrentar retos. Tengo la inmensa suerte de contar con gente así en mi equipo y no solo en puestos directivos. Yo los considero empresarios, porque son los más valiosos, los que tienen ideas y las persiguen, los que buscan la excelencia en su ámbito de acción. De hecho, y sé que va a sonar muy raro, tal y como yo lo veo, en esta calidad de energía hay mucho de energía artística: creatividad, paciencia, búsqueda de la excelencia, persistencia.

Estas cualidades son muy útiles en un mundo en profunda y constante transformación que, debido sobre todo a los progresos de la tecnología, han cambiado la sociedad en general y el trabajo en particular. Se ha pasado de un relativo "orden" a un "caos", y en ese caos es el espíritu innovador y arriesgado el que sobrevive y el que impulsa hacia la recuperación general. La incertidumbre abona el terreno para los dinámicos, para los que tienen iniciativa y rehúyen observar la situación desde una perspectiva de "mirada corta".

Dicho todo esto, si he de elegir una condición *sine qua non* para ser emprendedor, diría sin género de dudas, aunque sorprenda, que es la capacidad que tiene el ser humano de levantarse después de fracasar. Porque no hay, no puede haber, un solo empresario que no haya fracasado alguna vez. Y créeme, es mejor hacerlo al principio. Si del primer fracaso no te repones, si el primer intento fallido te quita las ganas, entonces es que no eres empresario; eres alguien que probó suerte en los negocios.

Por eso me ha ayudado tanto el haber sido deportista profesional, ese bagaje ha sido determinante en mi carrera empresarial. La disciplina, los objetivos concretos, el competir no solo con los demás, sino, sobre todo, contigo mismo, definen mi manera de funcionar. Saber ganar y saber perder. Como cuento en mi libro "Más Ideas y Menos Másteres", he estado a punto de tirar la toalla y sin embargo siempre he convertido la dificultad en reto. Creo sinceramente que ahí tenéis uno de los sagrados mandamientos del emprendedor.

Corren tiempos complicados, todos lo sabemos. Pero si realmente tu actitud es la del emprendedor, entonces eres de los que se autoinmunizan contra la frustración, de los que miran alrededor y se empapan de todo, de los que crean su propia realidad. El punto de partida es tu intuición, tu apuesta: ve a por ella y guíate del sentido común. No va a ser fácil, tienes que tener clara tu meta e ir venciendo dificultades, hay factores objetivos obvios, que resolver, y la coyuntura actual solo es apta para valientes, pero como dice un proverbio árabe que me soplaron hace poco: "Es mejor encender una luz que maldecir la oscuridad".

Kike Sarasola
Presidente y fundador
RoomMate Hotels

ITH en los medios

Más de 1.200 impactos en los medios de comunicación españoles

TECNOLOGÍA
Integración
FiturGreen se convirtió, en su tercera edición, en un gran foro de debate de esta temática
Se impone el turismo sostenible
La tercera edición de FiturGreen, organizada por primera vez por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Fitur, ha dado la oportunidad a firmas tecnológicas y proveedores de instalaciones y servicios energéticos de establecer contactos y sinergias con las empresas turísticas, para mostrarle a la industria hotelera española la evolución y el camino hacia el turismo sostenible.

Enfoque
Eficiencia a coste cero
Por Coralia Pino
Responsable de proyectos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero

Reportajes y menciones en cabeceras como Expansión, Cinco Días, El País y TVE

Un paseo por el Madrid más inteligente

Las cadenas incorporan la ecología en la oferta hotelera
Davos compensará las 12.000 toneladas de CO2 de la cumbre

Utilitzant la xarxa per pescar turisme
Operadors xinesos de visita a la Costa Brava

CincoDías
Cómo exprimir los ladrillos de cada hotel para ganarles dinero
ITH y Neinver llevan la gestión de activos inmobiliarios al turismo

Caléndula refuerza su actividad para ser referente nacional en innovación

Presencia constante en la prensa especializada como Hosteltur, Nexotur, Preferente y Tecnohotel, entre otros

hosteltur

Fibertech 2012: la diferenciación, el gran objetivo en turismo

hosteltur

El ITH mostrará las posibilidades del cloud computing y de los dispositivos táctiles para hoteles

hosteltur

LA RAZÓN

PAGOS MENSUALES O ANUALES

El sector hotelero genera 30.000 empleos y el 16% del PIB provincial

Una investigación pionera sobre los ríos se queda sin financiación

Amadeus apoyará a Expedia en su denuncia presentada contra Google

TurEspaña e ITH organizan jornadas sobre la innovación y la sostenibilidad

INMOHOTEL 2012

Jesús Gatell

Premio 'Inmohotel 2012'

De izquierda a derecha: Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, entregando el premio Inmohotel 2012 al presidente de honor de la AEHM, Jesús Gatell, en presencia de José María Álvarez, presidente de Cesine y editor de Metros².

Jesús Gatell, presidente de honor de la **Asociación Empresarial Hotelera de Madrid** (**AEHM**), recibió el premio *'Inmohotel 2012'* entregado por **Cesine Formación y Jornadas** en reconocimiento a su dilatada trayectoria en el sector hotelero. **Gatell** se congratuló en su intervención por el crecimiento "*extraordinario*" del número de turistas que visitan Madrid (10,4 millones de visitantes en 2011, la mitad de ellos extranjeros) y de la fortaleza que el negocio turístico sigue demostrando a nivel nacional. El premiado señaló que "*España es líder mundial en turismo residencial y su industria hotelera debe ponerse a la altura de este potencial competitivo*" invirtiendo en nuevas tecnologías para reforzar su propia imagen de marca. En este sentido, el veterano dirigente lamentó que "*el Gobierno no reconozca aún el potencial tecnológico de nuestras empresas*" y elogió al turismo como un "*sector transversal*" que beneficia a todas las áreas de actividad económica "*y demuestra como ningún otro una intensa empatía hacia el mercado*". Presidente de la **AEHM** entre 1997 y 2011, **Gatell** ha sido también presidente de la **Comisión de Turismo** de la **Cámara de Comercio e Industria de Madrid**, consejero de Turismo de la **Comunidad de Madrid**, vicepresidente del **Instituto Tecnológico Hotelero** (**ITH**), miembro de la Junta Directiva de la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos** (**CEHAT**) y director general de los hoteles *Husa Princesa* y *Husa Moncloa* de Madrid entre 1991 y 2010, además de coordinador del *Master en Dirección Hotelera* de la **UPM** y autor de diversos libros sobre marketing hotelero y dirección de hoteles.

De izquierda a derecha: Álvaro Carrillo, director general del Instituto Técnico Hotelero (ITH) y moderador de la primera mesa de debate. Marc Molas, socio de Planet H & R y moderador de la segunda ronda de ponentes. Kike Sarasola, presidente de Room Mate, Luis Perea, director del NH Parque Avenidas y detalle del numeroso público asistente a la jornada.

32 ABRIL.12 METROS²

REPORTAJE

Hoteles Sostenibles:

Ecología, buena imagen... y rentabilidad

120

Participación de los miembros del equipo de ITH en más de 300 reportajes, artículos y especiales en la prensa especializada y sectorial

Software de gestión: el corazón de los hoteles

#Hotelfacts, cuando la voz de los clientes es el mejor valor añadido

Las empresas apuestan por la innovación como palanca para salir de la crisis

SEGMENTOS | TECNOLOGÍA

Internet de las cosas: el Hotel de Tercera Generación

Cómo la tecnología amplifica y personaliza la experiencia hotelera

PC actual

Actualidad / Noticias 14-02-2012

Un tercio de las pymes españolas no está en Internet

Sumario

Conclusiones y recomendaciones

El precio medio de los hoteles españoles fue de 83 euros en 2011, un 1% menos que en 2010

Who is who

Junta Directiva ITH

(De izq. a der.) Álvaro Carrillo de Albornoz; Jesús Gatell, Ramón Estalella y Juan Molas, miembros de la Junta Directiva de ITH, en Fitur 2013.

Juan Molas

Presidente

En la actualidad, es el Presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Además, es presidente de la Fundación CEHAT desde su creación en 2009; socio y consejero de diferentes establecimientos hoteleros; y vocal de la Junta Directiva de CEOE. Con anterioridad fue presidente de la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas y presidente de la Confederación Empresarial de Hostelería y Restauración de Cataluña.

Jesús Gatell

Vicepresidente

Fue, entre 1997 y 2011, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), entidad de la que ahora es presidente de honor. Gatell, que recibió la Medalla de Plata al Mérito Turístico en 1990 y la Medalla de Oro en 2010, es presidente de las Comisiones de Turismo, Ferias y Reuniones de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid CEIM-CEOE.

Es vicepresidente del Convention Bureau del Ayuntamiento de Madrid; miembro del Comité Ejecutivo y Junta Directiva de CEHAT; miembro de la Junta Directiva de CEIM-CEOE; y miembro del Consejo de Turismo de la CEOE. Es coordinador del Área de Turismo de Ciudad de la Comisión de Turismo del Consejo Superior de Cámaras de España, coordinador y profesor del Master en Gestión y Dirección Hotelera del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Politécnica de Madrid, miembro de la Comisión Asesora Empresarial de Turismo de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid, y destacado conferenciante sobre temas de interés para la industria turística.

Ramón Estalella

Secretario General

Secretario General de CEHAT y del ITH y Consejero del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Ramón Estalella es Licenciado en Derecho por la Universidad San Pablo CEU. Es Diplomado en Asesoría Fiscal y ha realizado un Executive MBA en el Instituto de Empresa Su trayectoria profesional está ligada al mundo del turismo desde los años 80, cuando creó diversas sociedades de viajes de aventuras y gestión medioambiental en espacios naturales. En 1994 se traslada a Tenerife para ser Adjunto al Presidente de Firestone España. Permanece en este cargo hasta 1997, cuando se convierte en Gerente de ASHOTEL. En 2001, se convierte en secretario general de Zontur, cargo en el que permanece hasta 2003. En ese año nace la CEHAT, de la que Estalella es actualmente secretario general. Ramón Estalella es Consejero del ICTE y profesor en diversas escuelas de negocios.

Álvaro Carrillo de Álbornoz

Director General

Ingeniero Aeronáutico de formación y Executive MBA por el Instituto de Empresa. Comenzó su carrera profesional en 1997 en el mundo de la consultoría aeronáutica, y aporta una visión global hacia la innovación y la tecnología tras ocho años en ENDESA en las direcciones de I+D+i y de Estrategia corporativa. Desde el año 2008 dirige el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) como referente de la mejora de la competitividad del sector hotelero mediante la Innovación y la Tecnología. Compagina esta labor con la de director de la Plataforma Tecnológica del Turismo; Thinktur y como profesor asociado al área de estrategia del Instituto de Empresa. Así mismo, colabora como experto con la Comisión Europea en la definición de un estándar europeo de sistema de gestión de I+D+i en el CEN / TC 389. Es vocal del Consejo de Turismo y de I+D+i de CEOE y de la Comisión conjunta de Turismo de Cámara de Comercio de Madrid – CEIM.

Valentín Ugalde

Tesorero

Gerente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y Secretario General de la Asociación de Cadenas Hoteleras Española.

Domènec Biosca

Vocal

Coordinador General de la Confederación Empresarial de Hostelería de Cataluña, Presidente de la Asociación Catalana de Periodistas y Escritores de Turismo, Presidente Fundador de Consulting Asesoramiento y Servicios S.L., Presidente Fundador de Educadores y Asesores Turísticos S.L. (EDUCATUR), Presidente Fundador de la Asociación de Directivos de Empresas Turísticas (ADETUR) y Presidente Fundador de la Asociación de Expertos en Empresas Turísticas.

Javier García Cuenca

Vocal

Vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts, vicepresidente de Hosbec (Asociación Hotelera de la Costa Blanca), y vicepresidente de CEHAT.

José Guillermo Díaz Montañés

Vocal

Presidente de la cadena hotelera menorquina Artiem Fresh People Hotels. Díaz Montañés ha sido, además, presidente de ITH y de CEHAT.

José Luque García

Vocal

Socio- Director del Grupo Fuerte Hoteles, cadena hotelera premiada en varias ocasiones como Empresa Sostenible. Anteriormente, ha sido Director del Hotel El Fuerte, situado en Marbella.

Carmelo Hernández

Vocal

Profesional con 35 años de experiencia en el sector turístico, con especialización en Mercados Turísticos, Transporte Aéreo y Hoteles. Amplia experiencia en el mundo asociativo, habiendo presidido AMAVE. En la actualidad es Socio de Andersen Partner.

Fernando Panizo

Vocal

Ha sido Director General de Operaciones Internacionales de Telefónica España, Subsecretario de Industria y Energía, Secretario General de Turismo y Presidente de la Oficina de Patentes y Marcas de España.

Pedro Matutes

Vocal

Director General del Grupo Sirenis y ha sido Presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera. Además es presidente de la Plataforma Tecnológica del Turismo, Thinktur.

Martí Sabriá

Vocal

Gerente de la Asociación Hotelera Costa Brava Centre Societat Cooperativa. Es director de la cadena de hoteles independientes Costa Brava Verd Hotels y miembro de la Comisión Turística del Consell Comarcal del Baix Empordá. Además, es experto en gestión y dirección de establecimientos hoteleros.

Aurelio Vázquez

Vocal

Presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), y director general para España y Mediterráneo del Grupo Iberostar. Fue director de operaciones de Riu Hoteles desde 1986 hasta 1995. Asimismo, ocupó el cargo de presidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras de Baleares de 2007 al 2010 y es vicepresidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras de España desde el 2009 y miembro de la Junta Directiva de Exceltur; y de diversas Agrupaciones Hoteleras de Baleares y fuera de las islas.

Miguel Ángel Torán

Vocal

Es Licenciado en Medicina por la Universitat de València. Es Presidente del Grupo Balnearios de Montaña, formado por los balnearios de Cofrentes y Chulilla en Valencia, Montanejos y Benassal en Castellón, y Baños de Montemayor en Cáceres. Es Vicepresidente 1º de la Asociación Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV). Es Delegado Territorial de la provincia de Valencia de la Federación de Golf de la Comunidad Valenciana. Anteriormente fue Presidente de la Federación Hotelera de la Comunidad Valenciana. Además es Vocal de la Junta Directiva del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Vocal de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Balnearios. En el año 2012 se le concedió por parte del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Medalla al Mérito Turístico en Sostenibilidad y Calidad.

NUESTROS SOCIOS

- Red Turística Menorquina, S.A. (Artiem Fresh People Hotels)
- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)
- Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas (ACHE)
- Unión Hotelera de Asturias
- Corporación Hispano Hotelera, S.A.
- Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
- Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL)
- Gremi d'Hotels de Barcelona
- Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME)
- Vacances Menorca, S.L.
- Torrejón Industrial Hostelero, S.A.
- Les Roches Marbella - Escuela Superior de Alta Gestión de Hotel, S.A.
- Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM)
- Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia
- Compañía Inmobiliaria y de Inversiones Zaragoza Urbana, S.A. (Palafox Hoteles)
- Hotel Mirador La Franca (Arcea Hoteles, S.L.)
- Hoviarca, S.A. (Hotel Carmen)
- Celuisma, S.A.
- Hotel El Magistral
- Hotel Puerta de Toledo; S.A.
- Can Gasparó, S.L.
- Illa Plana Real Estate, S.L. (Suite Hotel S´Argamassa Palace)
- Balneario de Archena, S.A.
- Balneario de Cofrentes
- Hoteles El Privilegio de Tena (Privilegios Gestión, S.L.)
- Emturaxa, S.L. (Hotel La Viñuela)
- Asociación de Empresas Hoteleras de Guipúzcoa (ASPAGI)
- Hispano Alemana de Management Hotelero, S.A. (Grupo Iberostar)
- Hoteles Bellavista, S.A.
- Unión Hotelera de la Provincia de Valencia
- Sirenis Service, S.L. (Hoteles Sirenis)
- Vera Galdeano, S.L. (Hotel El Convento)
- Hotel Wellington, S.L.
- Federación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF)
- Hamilton Hoteles, S.L. (Casa Romana Hotel Boutique)
- Fiesta Hotels & Resorts, S.L.
- Becquer Sociedad Anónima Hotelera (Hotel Bécquer)
- Hotel Inglaterra, S.A.
- Sol Meliá, S.A.
- Paradores de Turismo de España, S.A.
- Regia Urbanitas, S.L. (Hotel Palacio Marqués de Caro)
- Alliance AZ Hoteles and Resorts, S.L.
- Can Pastilla, S.A. - Amic Hoteles (Hotel Colón)
- Industrial Hotelera del Mediterráneo, S.L. (Grupo Magic Costa Blanca)
- Querytek Technologies, S.L.
- Access Turismo, S.L.
- Buderus - Robert Bosch España, S.A.
- Innova Netgrup, S.L.
- Etxizarretinez Hostelería, S.L. (Hotel La Cepada)
- S21 Conocimiento y Productividad, S.L. (Canal Empresarial)
- Asociación Empresarial Hotelera de la Costa del Sol (AEHCOS)
- Rafael Hoteles, S.A.U.

- Hoteles R-H - Resthotel, S.L.
- El Hidalgo Hotels, S.L.
- Scheider Electric España, S.A.
- Hotel Balneario El Raposo, S.L.
- Repsol Butano, S.A.
- Compañía Industrial de Aplicaciones Térmicas, S.A. - Grupo CIAT, S.A.
- Environ Iberia, S.L.
- Gas Natural Servicios, SDG, S.A.
- HOSBEC - Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm y de la Costa Blanca
- TÜV Rheinland Ibérica Inspection, Certification & Testing, S.A. (Triict, S.A.)
- Manuel Clar Massanet
- DYRECTO Consultores - DYRECTO, Estrategia de Inversión, S.L.
- Velentis Technologies, S.L.
- Aula Ingeniería, S.L.
- N2s-New Broadband Network Solution
- Guardian Glass España, S.L.
- Actividades El Paseo, S.L. (Apartamentos El Paseo)
- Aquasonic, S.L.
- Light & Energy
- Rebi, S.L. - Recursos de La Biomasa
- Neinver Assets Management España, S.L.
- Fundación General de la Universidad de Alcalá
- Toshiba
- Andres Gamallo Borrego
- Micros Fidelio España, S.L.
- Euroconsult, S.A.
- RoomMate Hotels, S.L.
- Baumit, S.L.
- Magma Consultores - Magma Tri
- Nieprape Hoteles, S.L. (Playa Del Sol)
- Patricia Diana - Jens
- Axel Hotels - Axel Corporation Grupo Hotelero, S.L.
- Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina
- Balantia Consultores, S.L.
- Hoteles Elba, S.L.
- Prosolia Siglo XXI
- Panasonic España, Sucursal de Panasonic Marketing Europe Gmbh
- Bombas Grundfos España, S.A.
- Federación Empresarial de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT)
- Banco Mare Nostrum, S.A.
- Juan Ignacio Jiménez-Velasco
- Altare Energía, S.A.
- IBV - Instituto de Biomecánica de Valencia
- Trust You Review Analist, Gmbh
- Fira Internacional de Barcelona
- Dome Consulting & Solutions, S.L.
- Hotetec Accomodation, S.L.
- BSM Consulting S.L.
- Hotel Termes Montbrió
- Microsoft Iberica, S.A.
- Parides Hoteles, S.L. (Hotel Curious)
- HBD Consulting, S.L.
- Altia Consultores, S.A.

El equipo ITH

Álvaro Carrillo de Albornoz,
Director General

Rodrigo Martinez,
Operaciones Hoteleras y Comercial

Óscar Alonso,
Sostenibilidad y Eficiencia Energética

Ana María Márquez,
Comunicación y Marketing

Coralía Pino,
Sostenibilidad y Eficiencia Energética

Patricia Miralles,
Innovación

José Carlos Fabra,
Administración y Finanzas

Fabián González,
Tecnologías TICs

iTH instituto tecnológico hotelero

Orense, 32. 28020 Madrid T +34 902 110 784 · F +34 91 770 19 82 info@ithotelero.com

Soluciones Sencillas
a Cuestiones Importantes

ASOCIADO A iTH INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

PRODUCTO ACREDITADO POR EL INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO · iTH

www.ithotelero.com