



REVISTA DE PRENSA

14/02/2019

Índice

ITH consigue un 9% de reducción del coste del gas natural @ PROVEEDORESHOSTELTUR.COM - 31/10/2018	12
El ITH consigue una reducción del 9% en gas natural para hoteles @ Nexotur.com - 31/10/2018	13
EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 30/10/2018	14
Más de 200 hoteles se beneficiarán de una rebaja del 9% en el precio del gas @ INFOHORECA.COM - 30/10/2018	15
El ITH consigue una rebaja del 9% en los precios del gas natural @ REVISTAHOSTELERIA.COM - 30/10/2018	16
El instituto tecnológico hotelero consigue una reducción del 9% en los precios del gas natural @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 30/10/2018	17
El Instituto Tecnológico Hotelero consigue una reducción del 9% en los precios del gas natural @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 30/10/2018	18
Nace la ITH Innovation Summit Nexotur - 29/10/2018	19
EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 30/10/2018	20
El auge de la turismofobia preocupa al sector Diari de Tarragona Economía y Negocios - 28/10/2018	21
Juan Molas inaugura el Congreso de Turismo La Provincia Diario de las Palmas - 30/10/2018	22
EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 30/10/2018	23
Nace la ITH Innovation Summit @ Nexotur.com - 30/10/2018	24
Nace la ITH Innovation Summit @ Nexotur.com - 30/10/2018	25
Juan Molas inaugura el Congreso de Turismo @ LA PROVINCIA - 30/10/2018	26
Juan Molas inaugura el 3º Congreso de Turismo 4.0 Canarias 7 - 30/10/2018	27
Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje @ SEGITTUR.ES - 30/10/2018	28
EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles @ HOSTELTUR - 29/10/2018	29
El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0	30

@ ABC - 29/10/2018	
El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 @ ABC - 29/10/2018	31
Juan Molas inaugura el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 @ Canarias Actual - 29/10/2018	32
El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 @ FINANZAS.COM - 29/10/2018	33
Juan Molas, presidente de la CEHAT, inaugurará el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 @ NOTICIAS CANARIAS - 29/10/2018	34
Juan Molas, presidente de la CEHAT, inaugurará el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 @ BLOGGER - 29/10/2018	35
El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 29/10/2018	36
AYER El ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ Nexotur.com - 26/10/2018	37
Ramón Estalella es reelegido miembro ejecutivo de Hotrec @ NOTICIASLOGISTICAYTRANSPORTE.COM - 26/10/2018	38
Premio a la innovación @ Nexotur.com - 26/10/2018	39
Hoteles, apertura de par en par a la ventana digital Bar Business España - 01/10/2018	40
ITH Innovation Summit Notebook: Los datos claves en la venta directa @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 25/10/2018	45
Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) @ Nexotur.com - 25/10/2018	46
Hosbec se expande y reúne a una treintena de hosteleros de Castellón La Razón Valencia y Murcia - 25/10/2018	47
El ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ Nexotur.com - 25/10/2018	48
El próximo día 24 de enero, el Instituto Tecnológico Hotelero entregará, en el marco de la Feria Internacional del Turismo (FITUR), los ITH Smart Destinations Awards. @ SMARTTRAVEL.NEWS - 25/10/2018	49
TURISMO El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ ELBLOGOFEROZ.COM - 25/10/2018	50
ITH Innovation Summit Notebook @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 24/10/2018	51
Hosbec incorpora a los hoteles de Castellón a su organización @ ALICANTEPRESS.COM - 24/10/2018	52
El ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ EUROPA PRESS - 24/10/2018	53

Hosbec aprueba la creación de la marca HosbecCastellón para permitir la incorporación de establecimientos hoteleros de esa provincia.Hosbec aprueba la creación de la marca HosbecCastellón para permitir la incorporación de establecimientos hoteleros de esa @ VALENCIANOTICIAS.COM - 24/10/2018	54
Hosbec completa en Castellón su expansión autonómica para defender al sector @ FINANZAS.COM - 24/10/2018	55
La integración de Altur Castellón supone la consolidación autonómica de Hosbec @ ECONOMIA3.COM - 24/10/2018	56
El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards @ REVISTAGRANHOTEL.COM - 24/10/2018	57
Dos hoteleros de la Isla, ponentes en un congreso de Colombia Menorca - 24/10/2018	58
Hoteles y 'big data': la alianza para dar alas al negocio @ TUR43.ES - 23/10/2018	59
Oliver y Molas firman el convenio para el desarrollo del Modelo ITH de Sostembilidad Nexotur - 22/10/2018	60
La AMT reafirma sus objetivos para el año 2019 @ Nexotur.com - 23/10/2018	61
Descubre los hoteles inteligentes Actualizado 08/10/2018 @ CARIBBEANNEWSDIGITAL.COM - 22/10/2018	62
Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH ha sido reelegido miembro de la ejecutiva de HOTREC @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 22/10/2018	63
OMT y Mesa del Turismo trabajarán para un mayor reconocimiento del turismo @ EXPRESO.INFO - 20/10/2018	64
Los Municipios de Sol y Playa no cejan en el reconocimiento de su estatus @ LA PROVINCIA - 19/10/2018	65
EISI SOFT presenta el caso de éxito de Meliá en el ITH Innovation Summit @ HOSTELTUR.COM - 19/10/2018	66
La analítica prescriptiva, siguiente paso en revenue management @ HOSTELTUR.LAT - 19/10/2018	67
La alianza de municipios de 'sol y playa' ratifica sus objetivos para 2019 @ EUROPA PRESS - 19/10/2018	68
La Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa reafirma sus objetivos para 2019 @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 19/10/2018	69
La alianza de municipios turísticos de sol y playa reafirma sus objetivos para 2019 @ REVISTAGRANHOTEL.COM - 19/10/2018	70
Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 19/10/2018	71
Ramón Estalella, reelegido miembro de la ejecutiva de Hotrec @ AGENTTRAVEL.ES - 19/10/2018	72

OneseQ destaca en ITH Innovation Summit @ Nexotur.com - 19/10/2018	73
Ramón Estalella, reelegido para la ejecutiva de Hotrec @ Nexotur.com - 19/10/2018	74
Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 19/10/2018	75
19.10.2018 00:13 @ HOSTELTUR.COM - 18/10/2018	76
Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería @ HOSTELTUR.COM - 18/10/2018	77
Colomer apuesta por 'convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente' @ elperiodic.com - 18/10/2018	78
Colomer quiere 'convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente' @ LACRONICAVIRTUAL.COM - 18/10/2018	79
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH.... @ INVEQUA.COM - 18/10/2018	80
Colomer apuesta por "convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente" @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 18/10/2018	81
Estalella, reelegido como miembro de la ejecutiva de la patronal hotelera @ EUROPA PRESS - 18/10/2018	82
El viceconsejero de turismo y deportes de la junta de andalucía, dio comienzo a las ith hotel energy meetings en sevilla @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 18/10/2018	83
Colomer apuesta por "convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente" @ VIUVALENCIA.COM - 18/10/2018	84
Open Innovation para impulsar la competitividad Tecnohotel - 01/10/2018	85
La ventana de tu hotel al mundo y a la venta directa Tecnohotel - 01/10/2018	87
¿Podemos aspirar a turistas de mayor gasto? 18 octubre, 2018 Ramón Estalella, secretario general de CEHAT @ TECNOHOTELNEWS.COM - 18/10/2018	94
Motores y diseño web: La ventana de tu hotel al mundo y a la venta directa @ TECNOHOTELNEWS.COM - 18/10/2018	95
El ITH se reúne con el Ministro de Turismo de la Nación de la República Argentina CEHAT - 01/10/2018	96
Se abre el plazo para la inscripción de compra agregada de gas natural CEHAT - 01/10/2018	97
El Instituto Tecnológico Hotelero recibe el premio turístico Ciudad de Benidorm CEHAT - 01/10/2018	98

Nace el ITH Innovation Summit CEHAT - 01/10/2018	99
La secretaria de Estado de Turismo firmará el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad CEHAT - 01/10/2018	100
EFICIENCIA Y RECURSOS SOSTENIBLES Equipamiento Hostelero (EH) - 01/10/2018	102
Los chatbots transformarán el sector turístico Agenttravel - 01/10/2018	109
Mañana arranca el XIX Foro Internacional de Turismo, que en su primera jornada abordará la gestión del 'smart data' @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 18/10/2018	110
Digitalización y turismo: planificación y comodidad a golpe de clic @ RETINA.ELPAIS.COM - 17/10/2018	111
Hoteles, apertura de par en par a la ventana digital @ BARBUSINESS.ES - 17/10/2018	112
17 Octubre, 2018 @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 17/10/2018	113
La inteligencia artificial y "smart data" centran el XIX Foro Internacional de Turismo @ ALICANTENEWS.ES - 17/10/2018	114
En ciberseguridad la concienciación y formación del personal son claves @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 17/10/2018	115
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero @ WIKIPEC.COM - 17/10/2018	116
Nuevo número de TecnoHotel: El marketing hotelero, a debate @ TECNOHOTELNEWS.COM - 17/10/2018	117
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero @ ECONOMIADEHOY.ES - 17/10/2018	118
Diego Ramos inaugurará las ITH Hotel Energy Meetings en Sevilla @ Nexotur.com - 17/10/2018	119
En ciberseguridad la concienciación y formación del personal son claves @ HOSTELTUR.COM - 16/10/2018	120
La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad @ CRUCERISTAS Y CRUCEROS - 16/10/2018	121
La inteligencia artificial y "smart data" centran el XIX Foro Internacional de Turismo @ UNIVERSITY OF ALICANTE - 16/10/2018	122
Oneseq presente como proveedor de ciberseguridad en ITH Innovation Summit @ HOSTELTUR.COM - 16/10/2018	123
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero	124

@ PRSYNC.ES - 16/10/2018	
OneseQ presente como proveedor de ciberseguridad en ITH Innovation Summit @ NOTAES.NET - 16/10/2018	125
La Organización Mundial del Turismo destaca la labor de renovación en Ibiza Periódico de Ibiza y Formentera Última Hora - 16/10/2018	126
En Madrid la OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad @ NOTICIAS CANARIAS - 15/10/2018	127
La OMT y la Mesa del Turismo colaboran por un mayor reconocimiento del turismo @ ELEMPRESARIO.COM - 15/10/2018	128
Diego Ramos, consejero de Turismo y deportes de la Junta de Andalucía, inaugurará las ITH Hotel Energy Meetings en Sevilla @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 15/10/2018	129
La Mesa del Turismo quiere que los españoles pongan en valor el turismo @ TUR43.ES - 15/10/2018	130
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero @ ELCANDELEROTECNOLOGICO.COM - 15/10/2018	131
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero @ VALENCIABUSINESS.ES - 15/10/2018	132
La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad @ NOUDIARI.ES - 15/10/2018	133
OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero @ BARCELONABUSINESS.ES - 15/10/2018	134
La Organización Mundial del Turismo destaca la labor de renovación realizada en Ibiza @ PERIODICODEIBIZA.ES - 15/10/2018	135
La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad @ ELCONFIDENCIAL.COM - 15/10/2018	136
La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad @ FINANZAS.COM - 15/10/2018	137
La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad @ INVERTIA - 15/10/2018	138
Economía/Turismo.- La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo @ BOLSAMANIA - 15/10/2018	139
La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad @ ELECONOMISTA.ES - 15/10/2018	140
La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo	141

@ SIGLO XXI - 15/10/2018

Hispanotas – Periódico de publicación de Notas de prensa desde 2007 @ HISPANOTAS.COM - 15/10/2018	142
La OMT y la Mesa del Turismo abogan por un mayor reconocimiento social del turismo @ EUROPA PRESS - 15/10/2018	143
La omt y la mesa del turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo @ ELECONOMISTA.ES - 15/10/2018	144
Firma del convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística @ EFIKOSNEWS.COM - 15/10/2018	145
Nuevo empujón al Modelo ITH de Sostenibilidad @ PREFIERES.ES - 14/10/2018	146
Orgullosos de ser hoteleros @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 14/10/2018	147
Orgullosos de ser hoteleros @ HOSTELTUR.COM - 13/10/2018	148
Isabel Oliver inaugura el ITH Innovation Summit @ Nexotur.com - 12/10/2018	149
Alianza por la sostenibilidad del turismo El Economista - 12/10/2018	150
VINCCIHOTELESAPP Comunicaciones Hoy - 01/09/2018	151
La secretaria de Estado de Turismo y el presidente de ITH firman el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad @ REVISTAHOSTELERIA.COM - 11/10/2018	152
La reinención digital se impone en el sector turístico @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 11/10/2018	153
Instituto Tecnológico Hotelero @ Nexotur.com - 11/10/2018	154
Schneider Electric colabora en el nuevo ciclo de Jornadas del ITH sobre gestión energética y sostenibilidad en establecimientos turísticos @ SMART-LIGHTING.ES - 11/10/2018	155
Oliver y Molas firman el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad @ Nexotur.com - 11/10/2018	156
La reinención digital se impone en el sector turístico @ HOSTELTUR.COM - 10/10/2018	157
El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 10/10/2018	158
Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 10/10/2018	159
La ITH extiende su solución de eficiencia energética a los balnearios	160

@ TUR43.ES - 10/10/2018	
Schneider Electric colabora en las ITH Hotel Energy Meetings en establecimientos turísticos @ VOLTIMUM.ES - 10/10/2018	161
La secretaria de Estado de Turismo firma el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad en ITH Innovation Summit @ REVISTAGRANHOTEL.COM - 10/10/2018	162
Economía/Turismo.- Oliver y los hoteleros firman el convenio para el modelo ITH de Sostenibilidad @ BOLSAMANIA - 10/10/2018	163
Oliver y los hoteleros firman el convenio para el modelo ITH de Sostenibilidad @ EUROPA PRESS - 10/10/2018	164
Los asistentes virtuales y 'chatbots' mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje Nexotur - 08/10/2018	165
CONTINENTE Y AL CONTENIDO HOTELERO Hosteltur Proveedores - 01/10/2018	166
ENGIE IMPULSA LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL SECTOR HOTELERO Hosteltur Proveedores - 01/10/2018	170
REFORMAS HOTELERAS EN PLENO AUJE EN ESPAÑA Hosteltur Proveedores - 01/10/2018	171
La oportunidad de la rehabilitación hotelera Hosteltur Proveedores - 01/10/2018	178
Reformas hoteleras Hosteltur Proveedores - 01/10/2018	180
Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 10/10/2018	181
El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 10/10/2018	182
Big data, la nueva fuente energética de la que se nutren los hoteles @ TECNOHOTELNEWS.COM - 10/10/2018	183
Las 4 etapas en el desarrollo del Revenue Management hotelero @ SMARTTRAVEL.NEWS - 10/10/2018	184
El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 10/10/2018	185
La gestión del Big Data, protagonista en el ITH Innovation Summit @ SMARTTRAVEL.NEWS - 10/10/2018	186
Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 10/10/2018	187
Isabel Oliver inaugura el ITH Innovation Summit @ Nexotur.com - 12/10/2018	188
Durante la primera edición del Innovation Summit del Instituto Tecnológico Hotelero, que se celebra esta semana, la directora de Ventas para IDeaS Revenue Solutions,	189

@ SMARTTRAVEL.NEWS - 10/10/2018	
Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo @ HOSTELTUR.COM - 09/10/2018	190
Isabel Oliver: "El sector debe adaptarse a las demandas del viajero" @ TECNOHOTELNEWS.COM - 09/10/2018	191
Isabel Durán: "El sector debe adaptarse a las demandas del viajero" @ TECNOHOTELNEWS.COM - 09/10/2018	192
Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, inaugura el ITH Innovation Summit @ REVISTAGOLFCOSTABLANCA.COM - 09/10/2018	193
Sevilla acogerá la próxima jornada de ITH Hotel Energy Meetings para el sector hotelero @ CASADOMO.COM - 09/10/2018	194
Descubre los hoteles inteligentes @ CARIBBEANNEWSDIGITAL.COM - 08/10/2018	195
claves que determinan las reservas directas en los establecimientos hotelero @ FERIA DE MADRID - 08/10/2018	196
Cierra en Valencia el ciclo de jornadas ITH de seguridad digital en hoteles @ Nexotur.com - 08/10/2018	197
Big Data y Bussiness Intelligence en The Hotel Data Game organizado por ITH @ BIGDATAMAGAZINE.ES - 07/10/2018	198
ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 06/10/2018	199
ITH cierra en Valencia sus jornadas de seguridad digital en hoteles @ SMARTTRAVEL.NEWS - 05/10/2018	200
Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo @ ECONOMIADEHOY.ES - 05/10/2018	201
El tratamiento de los datos, en el centro del debate hotelero @ TECNOHOTELNEWS.COM - 05/10/2018	202
Valencia ha sido testigo de la clausura del Ciclo de Jornadas de Seguridad Digital en Hoteles, organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). @ SMARTTRAVEL.NEWS - 05/10/2018	203
ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 05/10/2018	204
ITH culmina en Benidorm su ciclo de jornadas "The Hotel Data Game" @ SMARTTRAVEL.NEWS - 05/10/2018	205
ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 05/10/2018	206
Ha finalizado en Benidorm el Ciclo de Jornadas The Hotel Data Game, organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). @ SMARTTRAVEL.NEWS - 05/10/2018	207
Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del Sector	208

@ Nexotur.com - 05/10/2018	
Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo @ ELMUNDOFINANCIERO.COM - 04/10/2018	209
Suspense online en seguridad del destino Información - 04/10/2018	210
Suspense online en seguridad del destino @ DIARIO INFORMACIÓN - 04/10/2018	211
Inteligencia de datos y casos de éxito en "the hotel data game" organizado por ITH @ HOSTELTUR.COM - 04/10/2018	212
Los hoteleros se forman en Big Data para aumentar su rentabilidad @ DIARIO INFORMACIÓN - 03/10/2018	213
Los hoteleros se forman en Big Data para aumentar su rentabilidad @ DIARIO INFORMACIÓN - 03/10/2018	214
Conocer al enemigo: cuál es el perfil del ciberdelincuente profesional @ HOSTELTUR.COM - 02/10/2018	215
ITH Insight: La estrategia de marketing empieza con el storytelling @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 02/10/2018	216
ITH y Handy se unen por la experiencia del cliente Nexotur - 01/10/2018	217
El Grupo NEXO reconoce a Manuel Butler, Ramón Estalella, CWT España y AEVEA Conexo - 01/10/2018	218
Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo @ REVISTAGRANHOTEL.COM - 02/10/2018	219
Cierra en Valencia el ciclo de jornadas ITH de seguridad digital en hoteles @ Nexotur.com - 02/10/2018	220
Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje @ ECOMMERCE-NEWS.ES - 01/10/2018	221
Valencia acogerá este miércoles 3 de octubre la última jornada del segundo ciclo sobre Seguridad Digital en Hoteles, organizado por el Instituto Tecnológico Hotelero, contando con el apoyo de la Generalitat Valenciana e Invattur. @ SMARTTRAVEL.NEWS - 01/10/2018	222
Innovación: en qué están trabajando las empresas turísticas y cómo lo hacen @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 01/10/2018	223
El ITH recibe el premio turístico Ciudad de Benidorm @ Nexotur.com - 01/10/2018	224



ITH consigue un 9% de reducción del coste del gas natural



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El ITH consigue una reducción del 9% en gas natural para hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Más de 200 hoteles se beneficiarán de una rebaja del 9% en el precio del gas



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El ITH consigue una rebaja del 9% en los precios del gas natural



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El instituto tecnológico hotelero consigue una reducción del 9% en los precios del gas natural



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



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



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



► 29 Octubre, 2018

Nace la ITH Innovation Summit

UN NUEVO HITO DE LA HOTELERÍA. La creación de la cumbre de innovación hotelera es un excelente ejemplo de actividad asociativa, que ha merecido la opinión editorial del "Periódico CEHAT", de la Confederación Española de Hoteles. Por su interés, reproducimos íntegra y textualmente el editorial:

"CEHAT da un paso más en su decidida apuesta por la innovación. La ITH Innovation Summit, primera edición de la cumbre de innovación hotelera organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), presentó el 9 y 10 de octubre en el NH Eurobuilding las últimas novedades en materia de innovación, sostenibilidad y nuevas tecnologías en la Hotelería".

"La ITH Innovation Summit es la respuesta de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) a la creciente necesidad de los hoteleros españoles —en especial de la hotelería independiente—, por acceder de manera rápida y amigable, al conocimiento de las tendencias y tecnologías que los gestores hoteleros necesitan incorporar a sus establecimientos para ganar en eficiencia, rentabilidad y, por tanto, para hacer más competitivo el tejido empresarial hotelero español".

"El evento consta de cuatro foros de capital importancia para nuestro Sector, denominados The Data Game, Cybersecurity, Smart Control y Asset Management. Con el Banco Sabadell como *global sponsor* y casi una treintena de empresas colaboradoras, ITH Innovation Summit reúne un plantel de ponentes y panelistas verdaderamente excepcional. En una cumbre que, además de facilitar la trans-

ferencia de conocimiento entre hoteleros y proveedores, tuvo un enfoque eminentemente práctico. Una buena prueba de ello es la zona expositiva destinada a Show Room y talleres que ofrece el espacio InnovationTalks".

"En el marco de esta cumbre del ITH, que inauguró la secretaria de Estado de Turismo, Bel Oliver y el presidente de CEHAT Juan Molas, se presentó al Sector Hotelero el convenio que pone en marcha la tercera fase del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística y la Plataforma tecnológica iSaveHotel. Las novedades más relevantes son el módulo para Bañeros, que se suma a los módulos para Hoteles y Campings ya desarrollados; un nuevo módulo de Energía, que permite comparar los precios tanto de la

electricidad como del gas natural; o el desarrollo del módulo de Compras, con la incorporación de calderas o bombas; además de ampliar el módulo de Accesibilidad o poner en marcha una auditoría en varios establecimientos piloto, para validar la eficacia del modelo".

"Un evento sectorial único y una herramienta dinámica —rápida y eficaz—, que la Confederación Hotelera CEHAT, a través del ITH y con apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, pone a disposición de la Hotelería en España. Especialmente de los hoteles independientes, que tienen en el ITH el departamento colectivo de I+D+i que las pymes necesitan para reforzar la competitividad y mejorar su eficiencia". En suma, un ejemplo de los frutos que brinda el Asociacionismo empresarial.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La ITH Innovation Summit es un evento sectorial único y una herramienta práctica y eficaz, que dota a las pymes hoteleras de un departamento colectivo de I+D+i sectorial



EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



► 28 Octubre, 2018

El catedrático Josep F. Valls explicó los resultados del estudio que ha dirigido sobre las preocupaciones del sector. FOTO: ALFREDO GONZÁLEZ



Turismo Encuentro

El auge de la turismofobia preocupa al sector

Salou acoge una jornada organizada por ESADE y CaixaBank en la que se tratan los grandes retos de futuro que afrontan los establecimientos turísticos

CRISTINA SIERRA
 SALOU

«**T**emor, aversión o rechazo social que sienten los ciudadanos locales de un destino hacia los turistas debido por lo general a la mala planificación de políticas turísticas, cuya explotación provoca la destrucción del tejido social y tiende a un decrecimiento de la calidad de vida local». Así definen los expertos la turismofobia, una tendencia que cada vez está ganando más adeptos y se ha convertido en un quebradero de cabeza para el sector turístico. Precisamente este término centró buena parte de la jornada que organizaron ESADE y CaixaBank Hotels & Tourism en Salou, este pasado lunes en la Escuela de Música.

El encargado de poner sobre la mesa la turismofobia fue Josep F. Valls, catedrático y profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE, que explicó los detalles más destacados del estudio que ha dirigido y que lleva como nombre 'Principales

preocupaciones del sector turístico catalán, análisis y propuestas'.

El especialista apuntó que más de un 65% de las empresas turísticas catalanas considera que su negocio es más rentable que hace cinco años y que un 68,5% cree que seguirá creciendo a cinco años vista. El catedrático destacó el «buen momento» por el que pasa el sector, aunque alertó que hay cuatro grandes aspectos que inquietan a los empresarios: la turismofobia, la imagen turística, la rentabilidad de los negocios y la implementación de nuevas tecnologías.

Sobre la turismofobia, Valls aseguró que la mitad de las empresas encuestadas creen que es «una amenaza real en Catalunya» y explicó el caso de SETnet (red de Ciudades del Sur de Europa frente a la Turistización), una entidad que aglutina varias ciudades que están en contra de la masificación turística.

En esta organización, que se presentó en abril de este año en Barcelona, están presentes asociaciones y colectivos de Girona, Barcelona, Camp de Tarragona,



El nacimiento de la SETnet

Catorce ciudades europeas se han unido en esta asociación para movilizarse contra los procesos de turistización que están sufriendo en la actualidad.

Donostia, Madrid, Málaga, Sevilla, València, Pamplona, Palma, Canarias, Lisboa, Venecia y Malta, que se han movilizado ante los procesos de turistización que están sufriendo. «Hay una preocupación a nivel internacional por las cargas inadecuadas, hay un exceso de gente en las ciudades», alertó el conferenciante.

Sobre la imagen turística, Valls apuntó que es sustancial que un empresario conozca realmente qué imagen emite a sus consumidores. «A menudo mezclamos la imagen percibida de los clientes, la real, de la deseada», afirmó. Por ello, remarcó que en la destinación debe construirse un relato mediante factores históricos y culturales para crear su marca y definir sus objetivos.

Otro aspecto vital es la rentabilidad del negocio, que depende de la satisfacción del consumidor, los servicios y unos costes remunerados «adecuadamente» si se quiere ofrecer una oferta de calidad. Por último, el catedrático instó a la importancia de tener una «comunicación permanente» con el cliente a través de las nue-

vas tecnologías, un requisito fundamental para el futuro del negocio.

Asimismo el estudio señala que los factores que pueden afectar negativamente a la imagen turística de los municipios son la inestabilidad política actual, los altos precios y la masificación turística.

Los retos de las empresas

En la jornada también se habló sobre las perspectivas de la economía española y del sector turístico, a cargo de Anna Campos, economista de CaixaBank Research, y sobre los cambios a los que se enfrentan las empresas. En este coloquio estuvieron presentes Salvador Anton, Catedrático de la Facultad de Turismo y Geografía de la Universitat Rovira i Virgili; Martí Sabrià, Director General del Grup Costa Brava Centre, y Alvaro Carrillo, Director del Instituto Tecnológico Hotelero CEHAT.

En esta parte volvió a salir el tema de la turismofobia. «Nos tendríamos que echar parte de la culpa, no se recuerda de dónde venimos. Turistas somos todos. Quien se queja que tiene mucho turismo se le debe recordar que es gente que viaja. Curiosamente en la lista de la SETnet aparecen los sitios donde se vive mejor y hay cierto rechazo al turismo. Hace falta tolerancia», manifestó Sabrià.

Por su parte Anton reflexionó

Los expertos dicen que el sector debe cambiar para adaptarse a las necesidades del cliente

sobre el crecimiento que ha experimentado en los últimos años el sector y que ahora requiere un cambio. «El aumento de turistas ha sido continuo. Si no pasa nada diferente, la demanda seguirá creciendo de manera significativa y esto es un reto. ¿El crecimiento de la demanda nos planteará tener más turistas o solo los turistas que queremos?», preguntó el ponente, que añadió que para hacer turismo se deben tener en cuenta tres aspectos fundamentales: digital, disruptivo y distintivo.

En esta línea, Carrillo afirmó que los empresarios deben tener «claro» su modelo de negocio y qué quieren ofrecer al cliente, una apuesta que pasa por la colaboración político-privada para que sea un éxito.

Otro aspecto vital es la calidad del servicio, que debe mejorarse según las nuevas tendencias y la digitalización. «Tenemos claro que todo cambia. Cada vez viajará más gente. Necesitamos estar permanentemente en alerta y por ello se debe apostar por la formación, la cultura... Ahora el mundo entero es una destinación turística y es más complejo porque hasta ahora todo ha sido sol y playa y la gente quiere más», dijo Sabrià.

**PUERTO DEL ROSARIO****Juan Molas inaugura el Congreso de Turismo**

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, será el encargado de inaugurar el congreso Fuerteventura Turismo 4.0 que se celebrará los días 15 y 16 de noviembre en el Palacio de Congresos de la isla. Participarán una veintena de ponentes. **LP/DLP**



EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Nace la ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Nace la ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Juan Molas inaugura el Congreso de Turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Juan Molas inaugura el 3º Congreso de Turismo 4.0

El foro internacional de tecnología y turismo es el 15 y 16 de noviembre

CANARIAS7 / PUERTO DEL ROSARIO

■ El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, será el encargado de inaugurar el congreso Fuerteventura Turismo 4.0 que se celebrará los días 15 y 16 de noviembre en el Palacio de Formación y Congresos de la isla.

En la conferencia inaugural, Molas profundizará en la necesidad de impulsar la investigación y el desarrollo como elementos clave y animará a promover la innovación como filosofía de gestión a la vez que apostar decididamente por las nuevas tecnologías para ganar en competitividad dentro y fuera de nuestras fronteras. La ponencia del presidente de CEHAT es una de las más esperadas por el sector hotelero y empresarial de la isla, que quiere conocer su intervención para conocer su reflexión acerca de los retos a los que se enfrenta el turismo en estos momentos de cambios.

Juan Molas es también vocal de la Junta Directiva de la CEOE, vicepresidente del Clúster Español de Turismo de Salud: SPAINCARES, miembro del Consejo Asesor de Turespaña y vicepresidente de la Mesa del Turismo. Cabe señalar que en el año 2000 recibió la Medalla de Turismo de Cataluña y en 2011 la Medalla al Mérito Turístico del Gobierno de España.

La consejera insular de Nuevas Tecnologías del Cabildo, Ylenia Alonso, destacó la importancia de poder contar con Juan Molas como ponente inaugural. A su juicio, «su experiencia y su punto de vista servirán al sector turístico, sobre el que recae la principal industria de la isla, para conocer las líneas a seguir para continuar posicionándonos como un destino competitivo».



Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



EISI HOTEL analiza la digitalización de procesos normativos en los hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Juan Molas inaugura el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El presidente de CEHAT inaugura el Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Juan Molas, presidente de la CEHAT, inaugurará el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



URL:
PAÍS: España
TARIFA: -
AUTOR: Sebastian Martin

UUM: -
TVD: -
TMV: -



► 29 Octubre, 2018

[Pulse aquí para acceder a la versión online](#)

Juan Molas, presidente de la CEHAT, inaugurará el III Congreso Fuerteventura Turismo 4.0



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



AYER EI ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Ramón Estalella es reelegido miembro ejecutivo de Hotrec



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Premio a la innovación



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Hoteles, apertura de par en par a la ventana digital

Los responsables de las cadenas hoteleras en España han colocado la implementación de las nuevas tecnologías como un objetivo imprescindible no sólo en la gestión del negocio sino también en la mejora de la atención al cliente

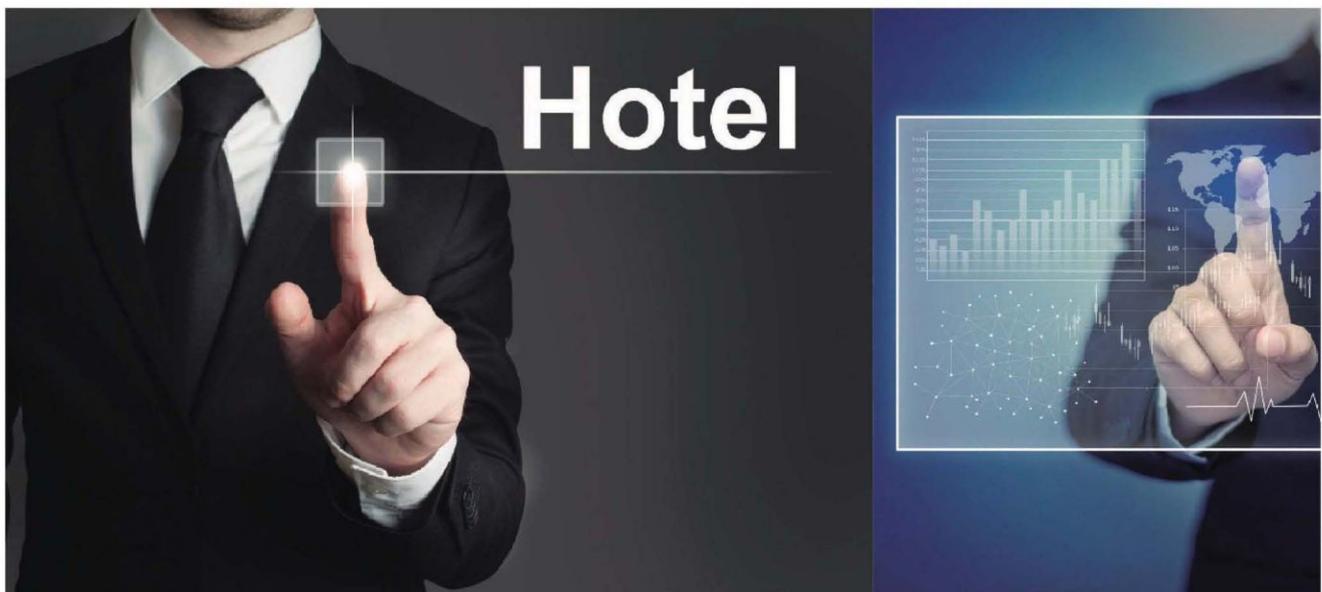
Internet, las 'tablets', la domótica, el tratamiento de los proveedores, las reservas... en general la digitalización de los sistemas de gestión y de atención al cliente no podían permanecer al margen de un sector puntero en España como es el turismo y concretamente en la dirección de los hoteles.

Las empresas hoteleras han visto cómo estos nuevos procesos digitales les han permitido optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia del cliente y crear servicios de valor añadido conectando a todos los actores de la cadena de valor y favoreciendo la generación de una experiencia completa, según explican desde el **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**.

Sin embargo, en general, los hoteles tienen aún un camino bastante largo por recorrer en este aspecto. Un estudio realizado por el propio instituto concluyó que el sector tiene un amplio margen de recorrido en la digitalización y que hay una brecha importante entre las grandes cadenas, que cuentan con una implementación mayor, y las pymes en cuanto al uso de las nuevas tecnologías.

Por eso, los responsables de ITH han marcado tres deberes concretos para el sector de la hostelería que deberían ir consiguiéndose lo antes posible para no perder el tren: "Tenemos que concienciar sobre la tecnología como oportunidad de negocio, potenciar la financiación para incorporar los nuevos avances con personal cualificado e integrar soluciones y formar en esos nuevos sistemas al personal", explican en su informe. El ITH advierte de que los hosteleros se juegan parte de su desarrollo futuro en la implantación de estos procesos de digitalización por lo que recomienda a las asociaciones empresariales que actúen como "palancas" para impulsar, al menos, fórmulas de financiación para la digitalización, la formación de los profesionales y la adecuación de los procesos a las demandas reales de los establecimientos.

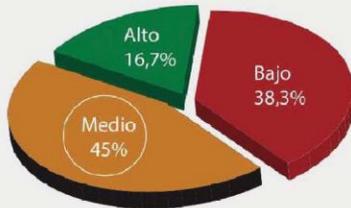
El salto a las nuevas tecnologías es diferente según el tipo de digitalización de la que se habla. En una encuesta realizada por la **Federación Española de Hostelería (FEHR)**, se vio que el 81,3% de los restaurantes y hoteles españoles está presente en las redes sociales, y un 75,6% tiene su propia página web





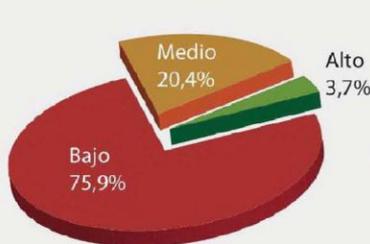
1 Octubre, 2018

PRODUCTOS / SERVICIOS
PERSONALIZACIÓN
DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

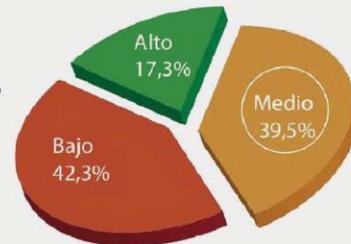


Fuente: ITH

PROCESOS
USO DE HABILITADORES DIGITALES



AUTOMATIZACIÓN (realidad virtual y aumentada, sensores, impresión en 3D, robótica...)



APLICACIONES (plataformas, movilidad, fidelización, rrss, apps, móviles)

con contenido y posibilidad de reservas 'on line'.

Los empresarios de la hostelería están viendo ya no como una ventaja sino casi como una obligación mejorar e incrementar su posicionamiento en las redes sociales para poder llenar sus reservas, sobre todo después del evidente cambio en los hábitos del consumidor y el acelerado aumento del uso de las nuevas tecnologías, según aclara esta encuesta. Es muy habitual, como explica la Federación Española en este estudio, que los clientes lleguen al hotel a través de los dispositivos móviles y se dejen recomendar, llevar o aconsejar por las redes sociales, por lo que los responsables de estos establecimientos, como cualquier otra empresa de servicios, tienen que

salir a buscar clientes precisamente al mundo digital.

“Así se observa en el sondeo, según el cual, analizando por subsectores, prácticamente la totalidad de las empresas de alojamiento tiene página web (98%), mientras que los restaurantes son más activos en las redes sociales, un 83,9% de los encuestados así lo manifiesta. Por su parte, los restaurantes que afirman tener página web son un 65,6%, y, sin embargo, es un 75,5% de los hoteles los que utilizan las redes sociales”, aclaran. Los directorios, buscadores de hoteles y agrupadores de viajes es otra de las ventanas digitales a las que se tienen que abrir todos los establecimientos pero que está costando que llegue en algunas zonas:

“Un 23,4% de los negocios hosteleros aparece en un directorio 'online', que por subsectores, supone un 31,6% en alojamiento y un 19,3% en restauración. Además, un 3,8% manifiesta que utiliza otros sistemas como empresas de venta 'on line', mayoristas, 'newsletters' o publicidad en otras webs”, añade el informe.

Pero el ITH señala que no sólo se trata de ampliar el número de clientes. Según sus recomendaciones, la aplicación de las nuevas tecnologías tiene que mejorar la gestión de los recursos de cada uno de los establecimientos.

Por eso, en su informe citan algunos de los aspectos que pueden elevar su rendimiento sólo con tener un proceso de digitalización adecuado: “ Los sistemas de gestión deben estar conectados y la





1 Octubre, 2018



© wavebreak3-AdobeStock
Foto cedida por la FEHR



© dima_sidelnikov-AdobeStock
Foto cedida por la FEHR

distribución, integrada y digital. Además se puede dar una respuesta más rápida con productos y servicios inteligentes y personalizados y, sobre todo, hay que poner el foco en la relación y gestión con el cliente".

Según los datos de la Federación Española de Hostelería, las herramientas digitales ya están ayudando a agilizar la actividad en los negocios y, en concreto, el 83,5% de los empresarios encuestados asegura que cuenta ya con un Terminal de Punto de Venta (TPV) para los cobros, aunque este porcentaje es mayor entre los restauradores (85%) que entre los hoteleros (78,6%).

"Sin embargo, todavía hay empresarios que, por desconocimiento o por desconfianza, no disponen de ninguna herramienta digital. Un 13,9% de los encuestados se manifiesta en este sentido, donde un 16,3% corresponde a negocios de alojamiento y un 12,4% a la restauración", aseguran desde la Federación Española de Hostelería.

En lo que sí están en condiciones más avanzadas los establecimientos hoteleros que los restaurantes es en la aplicación de los sistemas digitales de gestión para planificar y organizar todo su negocio. De hecho, el 64,3% de los encuestados que regenta un hotel u hostel reconoce que dispone de algunos de estos sistemas en su empresa, más de 30 puntos por encima de los propietarios de los restaurantes que están aplicando estas nuevas técnicas.

Y lo mismo ocurre con la gestión de las reservas o con las herramientas de mejora de la reputación 'on line' de estas compañías para dar visibilidad y conocer las opiniones y valoraciones de sus clientes.

Según los datos de la Federación, "cerca de un 39% cuenta con algún sistema de gestión de reservas y, en el caso de

los hoteles, Booking, Expedia y Hotel 3, aparecen como los más utilizados".

Otra ventana en la que la digitalización ha ayudado a estos negocios es en la gestión del almacenaje y en la compra de suministros que cada vez se realiza más a través de Internet. La FEHR asegura que ya el 55,4% de los encuestados realiza las compras 'on line' de forma ocasional, es decir, menos de una vez al mes, siendo en el caso de los hoteleros casi siete puntos más los que apuestan por este método que los restauradores.

La **Organización Mundial de Turismo**, en uno de sus informes sobre la situación de los hoteles de montaña, insiste en que la "digitalización y la globalización han creado un turista con hábitos y expectativas muy diferentes al visitante tradicional, lo que exige que la oferta se adapte a un cambio de expectativas por parte de la demanda".

Por eso, recomienda a los hoteles "seguir mejorando aspectos de la oferta, teniendo en mente que la calidad de la experiencia del visitante debe ser el eje central de esta evolución".

LA PROPUESTA TECNOLÓGICA DE ALGUNAS CADENAS HOTELERAS

NH HOTEL GROUP

La propuesta tecnológica de la cadena **NH Hotel Group** se ha englobado en lo que llaman '**High Tech Made Easy**', una fórmula con la que se busca tanto mejorar la relación con los clientes como con los proveedores para el desarrollo de eventos y la búsqueda del mayor retorno posible hacia el negocio.

Uno de los proyectos innovadores que ya están en marcha en la cadena son las '**Mood Rooms**', que se han desarrollado en colaboración con **Philips Lighting**. Se trata de un concepto pionero en el sector que, gracias a la tecnología '**Dynalight**', hace posible que el cliente pueda modular la iluminación y el sonido de su cuarto, creando el ambiente perfecto para cada ocasión.

El sistema se activa a través de la pregunta "What are you in the Mood for?" y, según la respuesta, las 'Mood Rooms' pueden convertirse en el espa-



Foto cedida por NH Hotel Group



1 Octubre, 2018



Foto cedida por NH Hotel Group

cio perfecto para descansar, trabajar, hacer ejercicio, meditación e incluso prepararse para salir, ofreciendo siempre las condiciones idóneas para cada ocasión.

Este sistema de personalización del espacio a través de la luz se encuentra incluso en la ducha.

La cadena asegura que se trata de una forma de "entender" cómo se sienten los clientes y de adaptarse a sus necesidades e incluso sentimientos.

Si esa es una de las aplicaciones de las nuevas tecnologías en la relación con el cliente, NH Hotel Group ha creado un sistema de **tecnología holográfica en 3D** para abrir una nueva vía de negocio en la organización de 'meetings' y eventos.

Esta nueva implementación abre un abanico de posibilidades únicas que nacen de este tipo de tecnología para crear múltiples localizaciones, alejadas entre sí, pero que confluyen en la sala en tiempo real. Con esta fórmula se puede contar con una puesta en escena revolucionaria, muy valorada sobre todo a la hora de realizar reuniones de trabajo donde los empleados están en distintos puntos del mundo o eventos de alto nivel.

Este sistema está disponible no sólo en el **NH Collection Eurobuilding** sino también en establecimientos de otros países lo que permite su aplicación incluso en citas internacionales, como ya ocurrió con la primera rueda de prensa holográfica de la industria

del cine, celebrada precisamente en el Eurobuilding de Madrid, y que contó con la presencia holográfica de **Hugh Jackman** y **Neil Blomkamp**, quienes en ese momento se encontraban en Berlín.

En este tipo de eventos, NH Hotel Group no sólo ofrece la tecnología sino que da al cliente un servicio integral que facilita tanto el diseño del evento como el desarrollo y la producción.

Pero la cadena guarda todavía una sorpresa tecnológica más. Ha apostado por la creación de espacios únicos en los que aplicar las nuevas tecnologías, como es la **bóveda Led de 300 metros cuadrados** en el **NH Collection Eurobuilding** de Madrid, la más grande de Europa instalada en un hotel y la segunda a nivel mundial, o la **pantalla LED Video Wall** instalada en el **NH Collection Gran Hotel Calderón** de Barcelona, otro de los lugares ideales para acoger eventos.

BARCELÓ

El **grupo Barceló** ha hecho una apuesta clara por la digitalización de los procesos de actuación en sus hoteles tanto en la gestión como en la relación con el cliente.

En estos momentos, sus principales programas están dirigidos a dos canales, con distintos niveles de penetración, pero enfocados sobre todo a

mejorar la estancia del cliente y a facilitarla.

Una de las principales novedades es **'My Barcelo App'** que está presente en 75 hoteles de los 244 que tiene la compañía (casi todos están ubicados en Europa y en la Cuenca Mediterránea, pero también está en los complejos **Barceló Bávaro Grand Resort** y **Barceló Maya Grand Resort**; **Barceló Guatemala City**, **Barceló San Salvador** y **Barceló San José**).

Su uso está centrado en interactuar durante la estancia del cliente aunque en un futuro se espera que pueda utilizarse también para abrir el horizonte temporal y gestionar algún aspecto a distancia o antes de llegar al hotel, según explica la cadena.

Esta aplicación funciona tanto con la descarga directa por parte del cliente como en el uso en el **Progressive Web App**, donde está el mismo contenido y las mismas funciones pero en formato sin descarga.

Además en uno de sus establecimientos principales, el hotel **Occidental Jandía Playa**, se ha puesto en marcha un programa piloto, el **'Chatbot'**, que permite responder de manera automática y sin intervención humana a las consultas de los clientes en modo de diálogo.

Esta nueva opción abierta en el establecimiento es una aplicación para mejorar la relación con los clientes utili-



Foto cedida por Barceló

**1 Octubre, 2018**

zando técnicas de inteligencia artificial. El grupo Barceló ha llevado también el **'WhatsApp'** a la gestión de algunos hoteles, actualmente de forma puntual, para permitir una mejora en la comunicación con los clientes cuando están alojados en ese establecimiento. Viendo los buenos resultados, la cadena está trabajando y consultando a los distintos hoteles para que la implantación de este sistema de comunicación llegue a las 244 direcciones de las que se compone la compañía.

VINCCI HOTELES

La cadena es consciente de que el cliente llega ya a uno de sus hoteles con mucha información sobre el hotel, por lo que hay que facilitarle, sobre todo, los planes que tiene en mente. Lo primero en lo que la cadena ha querido invertir es en una estrategia a medio plazo centrada en la tecnología mobile. Los últimos indicadores apuntan a que el 52% de los clientes hacen sus reservas desde un 'smartphone', el 10% usa una 'tablet', el 12% usa un 'smart' TV y un 3% compra vía 'wearable technology'. Por este motivo, **Vincci** instaló una nueva web 'responsive', que se puede manejar perfectamente en los distintos formatos y que combina contenidos inspiracionales y funcionalidad. Según datos de la cadena, el porcentaje actual de reservas directas a través de



la web supone el 18% del total, incrementándose en un 21% en el último año y con unas previsiones que siguen al alza.

Otra de las ventanas que la cadena ha abierto a la digitalización es la creación de una aplicación móvil que permitiera realizar multitud de gestiones a través del móvil o la 'tablet'.

La 'app' dispone de un módulo especial para el sector MICE, que se ofrece a los organizadores de eventos en la cadena y que supone la creación de

un espacio virtual para cada evento en el que se recoge toda la información sobre el mismo.

Pero los responsables de la compañía saben que las herramientas digitales no pueden estar presentes sólo en la relación con el cliente y, como recomienda la FEHR, tienen una implementación muy alta en las técnicas de gestión interna como el uso de herramientas 'cloud' que conecta sus más de 40 establecimientos repartidos por toda España, Portugal y Túnez.

Este sistema facilita la relación a nivel de procedimientos de gestión comercial mientras la cadena desarrolla un modelo que combinan soluciones de **CRM** en la nube, herramientas de 'Big Data' y analíticas de datos con el fin de optimizar todos los procesos de venta.

Su objetivo con esta fuerte implementación digital es conseguir la máxima eficacia y eficiencia en los procesos de venta pero también implantar los sistemas más innovadores de integraciones 'online' y sistemas de distribución digital que agilice su relación con proveedores y clientes.

Y aunque no es una novedad, porque vienen realizando desde hace años, una de las ventanas más implementadas en la era digital es la estrategia de redes sociales y reputación 'on line' que es uno de los factores clave del plan estratégico de Vincci Hoteles. ●

Lola Campoamor





ITH Innovation Summit Notebook: Los datos claves en la venta directa



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Hosbec se expande y reúne a una treintena de hosteleros de Castellón

T. F. - Castellón

La organización empresarial Hosbec ha creado la marca «HosbecCastellón» para reunir a una treintena de establecimientos hosteleros de esta provincia integrados en Altur Castellón y defender sus intereses, como hace ya en las de Alicante y Valencia.

Según fuentes de Hosbec, tras unos meses de contactos y conversaciones, esta asociación ha acordado con los representantes de las principales empresas hoteleras de la provincia de Castellón un área común de trabajo como fórmula para la defensa y representación de sus intereses y necesidades.

El proceso de integración se ha iniciado con este acuerdo tomado esta semana y se culminará en unas semanas después de realizar el alta efectiva de los establecimientos hoteleros que han mostrado su interés en formar parte de HosbecCastellón, aproximadamente unos 30.

Entre los objetivos que «HosbecCastellón» se marca a corto plazo se encuentra la formalización de su presencia activa en todos aquellos órganos e instituciones de la provincia de Castellón, así como participar como parte fundamental de Hosbec en las estructuras autonómicas y nacionales.

Entre ellas, citan a la patronal autonómica CEV, el Consejo Valenciano de Turismo, la Confederación Española de Hoteles, Instituto Tecnológico Hotelero e Invattur.



El ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El próximo día 24 de enero, el Instituto Tecnológico Hotelero entregará, en el marco de la Feria Internacional del Turismo (FITUR), los ITH Smart Destinations Awards.



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



TURISMO | El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



ITH Innovation Summit Notebook



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Hosbec incorpora a los hoteles de Castellón a su organización



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El ITH convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Hosbec aprueba la creación de la marca HosbecCastellón para permitir la incorporación de establecimientos hoteleros de esa provincia. Hosbec aprueba la creación de la marca HosbecCastellón para permitir la incorporación de establecimientos hoteleros d



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Hosbec completa en Castellón su expansión autonómica para defender al sector



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La integración de Altur Castellón supone la consolidación autonómica de Hosbec



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El Instituto Tecnológico Hotelero convoca la II edición de los ITH Smart Destinations Awards



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Dos hoteleros de la Isla, ponentes en un congreso de Colombia

Redacción

Victor Mayans, director de estrategia comercial y marketing de Artiem, y Jimmy Pons, de Blue Bay Hotels, han participado como ponentes en el Congreso Nacional de Hotelería de Colombia, celebrado la semana pasada en Pereira. Fueron dos de los profesionales invitados para mostrar a los más quinientos inscritos las tendencias en el sector.

Mayans cerró el evento el viernes por la tarde hablando de

Customer Experience en el sector y haciendo un recorrido de dónde venimos y hacia dónde vamos en lo que entusiasmar al cliente se refiere. Marketing emocional, relacional y experiencia fueron los pilares de una conferencia de casi dos horas inspiradora y llena de ejemplos, dada su experiencia como director de hotel, que no dejó impasible a nadie y generó un gran impacto a los asistentes.

Por su parte, Jimmy Pons había abierto el congreso y levantó a la audiencia con una conferen-



Victor Mayans durante su intervención el congreso colombiano.

cia enfocada en su especialidad, la innovación en el sector. Desde su perfil de investigador y visionario, que ya empezó hace años de forma autónoma y luego a través del Instituto Tecnológico Ho-

telero desarrollando acciones pioneras y disruptivas en el sector, dejó atónita a la audiencia al plantear lo que nos viene en términos de tecnología y gestión del cambio en el sector hotelero. La

► SELECCIÓN

Los menorquines fueron elegidos entre hoteleros nacionales con más capacidad de inspiración

intervención, densa en ejemplos, encandiló a los profesionales colombianos.

Los dos profesionales menorquines estuvieron acompañados de ponentes de altura como Juan Carlos Cubeiro, de Man Power Group, muy conocido por su conocimiento en *coaching* y talento, quien explicó cómo gestionar el talento para afrontar los retos del futuro en la hotelería.

El evento fue clausurado por el ministro colombiano José Manuel Restrepo, quien destacó las posibilidades abiertas en este campo en su país tras dejar atrás los años oscuros de la guerrilla.



Hoteles y 'big data': la alianza para dar alas al negocio



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



▶ 22 Octubre, 2018

Oliver y Molas firman el convenio para el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad

Los alojamientos dispondrán de un servicio de asesoría técnica gratuita y podrán observar la incorporación de los nuevos módulos

En el marco del ITH Innovation Summit, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, y el presidente del Instituto Tecnológico Hotele-

ro (ITH), Juan Molas, han firmado el convenio correspondiente a la tercera fase del proyecto que contempla el desarrollo del modelo ITH de

Sostenibilidad Turística y la plataforma tecnológica iSave Hotel, que supone un reconocimiento a la labor que lleva a cabo ITH.

Se extiende el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad y de la plataforma tecnológica iSave Hotel, tras la firma de un convenio entre la Secretaría de Estado de Turismo e ITH. Éste corresponde a la tercera fase del proyecto y supone un reconocimiento a la labor que lleva a cabo ITH como entidad comprometida con el desarrollo competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera y turística de nuestro país.

Las actualizaciones en esta tercera fase del proyecto del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística implican la actualización de la herramienta iSaveHotel, donde se desarrollará un módulo específico para balnearios que se unirá a las dos tipologías ya existentes, hoteles y campings. Igualmente,



Isabel Oliver y Juan Molas

se incluirá un módulo de energía donde se pueden ofrecer precios eléctricos y de gas natural para poder comparar con otros del mercado, así como la integración de un módulo de compras que permitirá dinamizar el Sector en productos tales como calderas, bombas, etcétera.

También contendrá una serie de ratios e indicadores que pueden aportar información relevante ya que en este caso la comparación entre establecimientos es importante. Se ampliará el módulo de accesibilidad desarrollado en la segunda fase, incluyendo servicios y nuevas tecnologías disponibles y mayor concreción con las soluciones propuestas. Adicionalmente, se llevará a cabo una selección de al menos cuatro establecimientos para realizar auditorías energéticas para comprobar la eficacia del modelo y un informe de caracterización de hoteles segmentándolos para agrupar perfiles similares y poder realizar comparaciones y recoger información sobre la situación actual.

Los alojamientos turísticos interesados en conocer el estado de sostenibilidad y eficiencia energética de sus instalaciones pueden acceder a la web de iSave Hotel, donde además dispondrán de un servicio de asesoría técnica gratuita y podrán observar la incorporación de los nuevos módulos.

Tras la inauguración y la firma del convenio en el Foro 'The Data Game' se ha tratado el uso de la inteligencia de los datos en los diferentes ámbitos del negocio. Además, el Foro 'Smart Control' ha hablado sobre la transformación digital y en el Foro 'Asset Management' se ha puesto en común la innovación en la gestión de activos inmobiliarios, nuevas fórmulas de financiación, nuevas tendencias en la inversión y en los modelos de negocio.

Innovation Summit

El acuerdo se ha firmado tras la inauguración de la primera edición del ITH Innovation Summit, en el Hotel NH Collection Madrid Eurobuilding. Durante su inauguración, la secretaria de Estado de Turismo ha apuntado que "esta cita es muy importante para

dar a conocer las novedades y los retos a los que se enfrenta el sector hotelero". "Desde la Secretaría de Estado de Turismo, se está impulsando el uso de las nuevas tecnologías, pero sin las personas la evolución de las tecnologías no tiene sentido", concluye. Por su parte, Molas ha subrayado "su agradecimiento por el apoyo que la secretaria de Estado de Turismo viene ofreciendo al Instituto Tecnológico Hotelero".

Tras la inauguración y la firma del convenio en el Foro 'The Data Game' se ha tratado el uso de la inteligencia de los datos en los diferentes ámbitos del negocio. Además, el Foro 'Smart Control' ha hablado sobre la transformación digital y en el Foro 'Asset Management' se ha puesto en común la innovación en la gestión de activos inmobiliarios, nuevas fórmulas de financiación, nuevas tendencias en la inversión y en los modelos de negocio.



La AMT reafirma sus objetivos para el año 2019



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Descubre los hoteles inteligentes Actualizado 08/10/2018



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH ha sido reelegido miembro de la ejecutiva de HOTREC



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OMT y Mesa del Turismo trabajarán para un mayor reconocimiento del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los Municipios de Sol y Playa no cejan en el reconocimiento de su estatus



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



EISI SOFT presenta el caso de éxito de Meliá en el ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La analítica prescriptiva, siguiente paso en revenue management



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



La alianza de municipios de 'sol y playa' ratifica sus objetivos para 2019



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa reafirma sus objetivos para 2019



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La alianza de municipios turísticos de sol y playa reafirma sus objetivos para 2019



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Ramón Estalella, reelegido miembro de la ejecutiva de Hotrec



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ destaca en ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Ramón Estalella, reelegido para la ejecutiva de Hotrec



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



19.10.2018 | 00:13



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Estalella, reelegido para la Ejecutiva de la patronal europea de hostelería



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Colomer apuesta por 'convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente'



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Colomer quiere 'convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente'



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH....



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Colomer apuesta por “convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente”



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Estalella, reelegido como miembro de la ejecutiva de la patronal hotelera



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El viceconsejero de turismo y deportes de la junta de andalucía, dio comienzo a las ith hotel energy meetings en sevilla



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Colomer apuesta por "convertir la Comunitat Valenciana en un territorio turístico inteligente"



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



TH Equipamiento

INNOVACIÓN

Open Innovation para impulsar la competitividad



Jimmy Pons, innovation maker de BlueBay Hotels

En 2016, la cadena BlueBay Hotels apostó por Jimmy Pons para dirigir todos sus proyectos relacionados con la innovación. Pons venía de trabajar en este ámbito en instituciones como el ITH o el ICTE y en empresas como Rumbo y S'Algar Hotels.

www.bluebayresorts.com

Si queremos estar preparados para este mundo cambiante, deberemos tener un plan de innovación. Las empresas no podemos hacerlo solas, por lo que deberemos aprender a colaborar y participar en proyectos que nos ayuden a conseguir los objetivos marcados.

DESDE mediados de los años noventa hasta principios del siglo XXI, las frases de moda eran: «Hay que apostar por la calidad, queremos un turismo de calidad». Hoy, rebasada ya la primera década de este siglo que acaba de empezar, la frase que más utilizamos cuando hablamos de sector turístico y su futuro es la de «hay que apostar por la innovación», «necesitamos un sector que innove y sepa adaptarse a este mundo en constante cambio que nos ha tocado vivir». Quizás, ese será el gran reto de los próximos 25 años: aprender a vivir y gestionar las empresas en la incertidumbre.

Está meridianamente claro que la innovación, entendida como algo que trasciende más allá de la transformación digital y aspectos puramente tecnológicos, es una herramienta que nos ayudará a ir adaptándonos constantemente a esta R-evolución del turismo. En BlueBay Hotels llevamos desde 2016 desarrollando una hoja de ruta a la que hemos denominado InnoBBacción para adaptar la cultura de la compañía poco a poco, sin prisas, pero sin pausas a una nueva manera de gestionar, que nos mantenga al día de dichos cambios. No es fácil abrazar el cambio, especialmente cuando hemos tenido años de records de ocupación y beneficios. Pero hoy ninguna empresa puede afirmar con total seguridad cuál será su situación el próximo año. En BlueBay Hotels hemos creado un hotel laboratorio vivo en Gran Canaria, en el cual llevamos a cabo proyectos de innovación que son testeados y que nos ayudan a desarrollar una innoBBacción práctica y realista. En este la-

boratorio el 80% son proyectos de innovación operacional cosas que ya deberíamos tener como empresa desde hace tiempo (web en condiciones, pasar del Excel al cuadro de mandos, etc.) y el otro 20% de innovación disruptiva (termómetro de las emociones, centro de conocimiento para fomentar la innovación, habitaciones sensoriales, innovación en los espacios, etc.) que nos ayuda a ir por delante investigando aspectos que hoy son solo una tendencia.

PLAN DE INNOVACIÓN

Si queremos estar preparados para este mundo cambiante, deberemos tener un plan de innovación. Las empresas no podemos hacerlo solas, por lo que deberemos aprender a colaborar y participar en proyectos de "Open Innovation" que nos ayuden a conseguir los objetivos marcados. Pero, ¿cómo se hace esto?

Lo primero es encontrar algunos compañeros en este apasionante viaje de la inno-



► 1 Octubre, 2018

vacación. En nuestro Living Lab Hotel de Gran Canaria colaboran otras cadenas hoteleras como HD Hotels, Dunas Hotels, Grupo Satocan, Cordial Hoteles y, cómo no, empresas relacionadas con el sector turístico y hotelero como Feeltourist, Zennio, Uponor, etc. Con todos ellos llevamos a cabo proyectos de innovación.

El primero que hemos puesto en marcha recientemente es el de la digitalización de la información que las cadenas hoteleras ofrecemos a nuestros clientes. En este proyecto colaboran: HD Hotels, Dunas Hotels, BlueBay Hotels y ya estamos viendo qué tipo de datos podemos compartir desde esta filosofía de proyecto de innovación abierta. En una primera fase del proyecto se digitaliza el contenido informativo en papel que hoy se ofrece a los clientes sobre el hotel, y se muestra en unos tótems digitales (pantallas táctiles) donde el cliente navega y accede a la información.

DIGITAL Y PERSONALIZADO

Esta transformación digital del contenido ayuda a la reducción del uso del papel para folletos informativos, añadiendo el componente de sostenibilidad y respeto al medio ambiente que cada vez más deberemos tener en cuenta las empresas. Esto evita tener que imprimir nuevos papeles cuando hay algún cambio importante en la información ofrecida. La digitalización de la información se adapta a un cliente, cada vez más acostumbrado a tener información en canales digitales, con multitud de formatos y especialmente con imágenes y vídeos sugerentes que son más agradables al ojo y cerebro humano, estamos viviendo en el mundo de la internet visual.



PopTika/Shutterstock

En una segunda fase y basándonos en tecnologías avanzadas de sensores cognitivos, el proyecto se centrará en personalizar la información al cliente en tiempo real cuando esté frente al tótem. Los sensores emocionales o cognitivos nos permiten identificar muchos aspectos antes impensables. Estos sensores, aunque hoy tecnológicamente todavía son básicos, nos permiten conocer en tiempo real el género, si es una familia, pareja, edad aproximada del cliente, así como las emociones que siente cuando está buscando información.

Y siempre respetando su privacidad (el sensor no sabe quién es la persona, solo lo identifica con un código). Si además lo conectamos a nuestro PMS, al tiempo atmosférico que va a hacer en los próximos días, a la agenda del destino o a las actividades y excursiones que ofrece el hotel, podemos fácilmente aumentar la personalización de la información que le ofrecemos en tiempo real, por lo que no solo mejoramos ese servicio, sino que podemos aumentar las ventas a través del crossselling y upselling de manera automatizada y en tiempo real.

Este proyecto no quiere evitar que el cliente contacte con la recepción si lo necesita, sino que sea un canal más de información que sustituya al de papel de toda la vida y así mejorar la experiencia

de cliente en cuanto a la información que recibe durante su estancia. A medida que los Millennials vayan haciéndose mayores, más importante serán este tipo de contenidos digitales.

MULTICANALIDAD

La tercera y última fase persigue mejorar la comunicación y el marketing interno para hacer que el equipo humano tenga toda la información que atañe a su trabajo y así facilitar la consecución de los objetivos involucrándolos desde el primer momento. Al ser todo a través de contenido digital, y en tiempo real, está previsto trabajar la multicanalidad. Todo este contenido informativo estará en los tótems, en la TV y en una web App. Está claro que todo lo que se puede digitalizar se digitalizará, no hay otra opción.

Que tres cadenas y una empresa tecnológica colaboren estrechamente en un mismo proyecto y en un hotel laboratorio, ya es innovador de por sí, pero lo es más cuando están dispuestos a compartir sus experiencias y necesidades, así como algunos de los datos que esta transformación digital nos ofrece. La carrera de la innovación está en su tímido comienzo, y solo las empresas que sepan colaborar y trabajar en conjunto, tendrán más fácil la adaptación al futuro que viene. ■

DISEÑO WEB Y MOTORES DE RESERVA

La ventana de tu hotel al mundo y a la venta directa



El marketing hotelero engloba una serie de aspectos que los hoteles ya no pueden obviar. Aunque todavía haya zonas ligadas a la turoperación, cada vez son más los viajeros que organizan sus vacaciones y escapadas por su cuenta. Por eso, estar bien posicionado, tener una web atractiva y un motor de reservas óptimo se presumen como condiciones 'sine qua non' para impulsar las reservas directas. En este Desayuno organizado por TecnoHotel, varios expertos analizaron los puntos básicos de toda esta estrategia.

David Val Palao

CONTENIDOS actualizados, datos de contacto en la página de inicio o información acerca de los recursos turísticos de la zona son algunas de las claves del diseño web de la página del hotel que se deberán tener en cuenta para optimizar la tasa de conversión y aumentar el número de reservas directas.

Es el primer desayuno de TecnoHotel que dedicamos al marketing, al diseño web y a los motores de reserva que debe acoger nuestra web. No cabe duda de que son muchos los factores que influyen en nuestra venta directa. Pero hay uno vital: si tenemos una web lenta, mal diseñada y poco funcional, los huéspedes no reservarán ahí por mucho que

consigamos hacerles llegar a nuestro sitio.

Para poder profundizar en todos estos temas, reunimos en la Sala Bangkok del hotel Hilton Madrid Airport a los siguientes expertos: Raúl Blanco, director de Operaciones de Neobookings; Iñigo Arruti, General Manager de Hilton Madrid; Yeyo Ballesteros, director de Comunicación de Room Mate Hotels; Fernando Soto, director comercial de openROOM; Carlos Domínguez, responsable de Nuevas tecnologías y Operaciones Hoteleras en el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); David Madrigal, COO y Revenue Director de Paraty Tech, y Jaime Chicheri, creador del ecosistema RevenueManagementworld.com. La moderación corrió a cargo de



► 1 Octubre, 2018



YEYO BALLESTEROS (ROOM MATE HOTELS)

« Si el cliente llega a tu web y se encuentra el mejor precio garantizado, más un plus como el wifi gratis, será más fácil fidelizarlo.»

Nacho Rojas, director del área de Hostelería & Hotel de Peldaño.

La web importa a los hoteleros. Pero quizá no tanto como debería, aunque sí es cierto que más que hace unos años. «La mentalidad ha cambiado bastante», reconoce Raúl Blanco de Neobookings, que fue el encargado de romper el hielo. «Ahora ha llegado una nueva generación a dirigir los hoteles. Los hijos de quienes impulsaron el sector han tomado el mando y están haciendo productos más competitivos», añade. Sin embargo, aunque ese conocimiento haya aumentado, todavía queda mucho por hacer. Y son estas empresas, las que ofrecen soluciones de marketing hotelero y motor de reservas, las que más conocen lo complejo del día a día. «Hay que ir muy poco a poco. Vendemos servicios integrales, desde el SEO hasta la conversión, pero damos con muchos clientes que aseguran que ya saben hacerlo», explica David Madrigal, de Paraty Tech. A día de hoy, aseguran los ponentes, todavía se encuentran webs sin motor de reservas, mal diseñadas o incluso con tecnología Flash, que si bien tuvo su esplendor hace años, ya está bastante obsoleta.

«Aun así, estos clientes suelen ser después los más exigentes. Por ejemplo, aseguran saber de SEO, pero después no entienden por qué no salen arriba en una búsqueda de hoteles en Madrid», bromea Madrigal.

TOCA EVANGELIZAR

Fernando Soto, de openROOM, incidió en que todo esto se ve especialmente en las zonas clásicas de vacaciones. «Si el producto está en manos de turoperadores, creen que no necesitan una buena web. Se conforman con estar, pero ni siquiera tienen motor de reservas». De todas formas, aunque han de seguir 'evangelizando', reconocen el cambio. «Cada vez tienen más claro la necesidad de impulsar la venta directa para alcanzar un mix más higiénico de distribución, algo que va a incidir después en su rentabilidad», explica.

Recogiendo esta última idea, Carlos Domínguez, de ITH, hizo hincapié en la diferencia de unos hoteles y otros. «Existen hoteles pequeños que van muy por delante y otros vacacionales que van muy por detrás. Hasta no hace mucho solo se fijaban en los colores de la web o en los

campos del motor de reservas. Ahora, se fijan en qué rentabilidad obtienen con el canal directo e incluso utilizan herramientas de predicción para afinar más con los precios».

El porqué de este problema lo puso sobre la mesa Yeyo Ballesteros, de Room Mate Hotels: «Para cualquier hotelero, la web es su bebé. Pero el verdadero problema es que nadie va a reconocer que su bebé es feo». Cree que los hoteleros han de quitarse esa «vergüenza» y tomar más distancia respecto a su sitio web. «Es muy importante ver qué dicen de nuestra web en las redes sociales, y tomar decisiones a partir de ahí», añade. Y reconoce que la web de Room Mate Hotels puede cambiar «cuatro o cinco veces en una semana. Estamos permanentemente en beta».

Por su parte, Iñigo Arruti, de Hilton, cree que todo ha evolucionado muy rápido. «Hace unos años, lo importante era tener una web. Eso ya no sirve. Ahora hay que llegar al usuario final, por eso además de una buena web hace falta un motor de reservas potente, que el usuario pueda hacer una reserva, pero también generar una experiencia». Porque el objeti-

Los invitados

- **Yeyo Ballesteros**, Head of Communications en Room Mate Hotels.
- **Raúl Blanco**, director de Operaciones de Neobookings.
- **Fernando Soto**, Director Comercial de openROOM.
- **Iñigo Arruti**, General Manager de Hilton Madrid.
- **Jaime Chicheri**, creador de RevenueManagementworld.com.
- **Carlos Domínguez**, responsable de Nuevas Tecnologías en el ITH.
- **David Madrigal**, COO y Revenue Director de Paraty Tech.

Para ver el vídeo del evento:





CARLOS DOMÍNGUEZ (ITH)

« El cliente ha de estar seguro de realizar pagos por nuestro motor de reservas, por eso, ha de ser transparente y generar confianza.»



vo pasa por generar fidelidad a través de esas páginas web. «En las grandes cadenas, la ventaja es que tenemos departamentos especializados que trabajan con esto. Por eso, creo que el futuro de los hoteles pequeños pasa por estar dentro de una cadena o en una franquicia para poder posicionarse, aprovechar todos los canales de distribución y sus motores de reservas y diversificar así su venta directa», vaticina Arruti.

Pero antes de dar ese paso, Fernando Soto cree que hay que convencer a los hoteleros de las ventajas de tener un mix sano de distribución. «Cuando entiendan que la venta directa es importante empezarán a dedicar esfuerzos a todo esto». Asimismo, reiteró que los hoteles independientes no tienen la capacidad económica para acceder a la tecnología de último nivel que sí tienen las cadenas. «De ahí la proliferación de em-

presas que externalizamos ese servicio, pues el hotel no puede asumir esa capacidad de inversión», matiza.

Jaime Chicheri le dio en parte la razón. «Los proveedores habéis entendido, por fin, que los hoteles no pueden invertir muchos miles de euros en una página web y ya estáis empezando a funcionar en base a comisiones». Sin embargo, les dio un primer aviso: «Habláis de evangelización, pero no es-

Motores de reservas, ¿qué no puede faltar?

El motor de reserva de una página web es el programa necesario para confirmar las reservas recibidas por Internet. Con el aumento de las reservas online, los motores de reserva se han vuelto una necesidad que ni el más pequeño de los hoteles puede ya ignorar.

Para Jaime Chicheri, lo más importante es que tenga pocos pasos y permita la venta cruzada. Pero hay más: «Que esté bien traducido, que no cree problemas de carga de página, que esté visible en todas las secciones de la web y que mantenga la misma URL», añade.

Por su parte, Yeyo Ballesteros va un poco más allá: «Ha de ofrecer facilidades de pago y estar lo más actualizado posible. Además, debe permitir ajustarse a nuestra imagen de marca, que se pueda personalizar en favor del hotel».

TURNOS DE LOS PROVEEDORES

«Los motores más estándares permiten identificarlo al máximo con tu imagen de marca a través del CSS: colores, tipografías, logos... Pero si el hotel quiere una herramienta potente, también necesita quien la maneje. Sin olvidar la estrategia. No puedes encontrarte alertas de 'mejor precio garantizado' en la web y luego verlo más barato en Booking porque nadie ha actualizado el motor», indica Fernando Soto de openROOM.

Raúl Blanco, de Neobookings, asegura que la velocidad de carga, la adaptabilidad con el móvil y el diseño es lo primordial a tener en cuenta. «No concibo que haya hoteles que inviertan 20.000 euros en un logo y luego no haya diseño alguno en el motor de reservas». Asimismo, añade, «apostamos por la personalización y por la integración del motor con otros sistemas, pero sin olvidar que ha de transmitir confianza al usuario».

Por su parte, David Madrigal, de Paraty Tech, opina que el motor ha de ser «robusto». Reconoce que el diseño es importante, pero para él, es prioritario «una robustez que permita integraciones y aporte rapidez». El objetivo pasa por tener un motor «que dé lo mismo o más que Booking». Aun así, reconoce que lo más complicado es que el usuario pase a la segunda página del motor en su proceso de reserva. «Y siempre actualizado respecto a los que tenemos en OTAs o en Google». Si el cliente se va, siempre podemos atraerlo de nuevo a través del retargeting.

Por último, Carlos Domínguez (ITH) e Iñigo Arruti, de Hilton, hicieron hincapié en la seguridad. «El cliente ha de estar seguro de realizar pagos por nuestro motor, ha de generar confianza y ser transparente», indica Domínguez. Arruti está de acuerdo: «Robustez y seguridad. Debe ser muy seguro, cuidar todos los datos que dejan los huéspedes y que sea muy sencillo de manejar».



IÑIGO ARRUTI (HILTON MADRID)

« El futuro de los hoteles pequeños pasa por ser parte de una cadena o de una franquicia para posicionarse y diversificar su venta directa.»

FERNANDO SOTO (OPENROOM)

« Si tienes una buena web que invite al usuario hacia el motor, el ratio de conversión puede ser mucho más alto.»



táis evangelizando correctamente. Muchas veces las webs que montáis no están adecuadas a las necesidades del hotelero». Y ponía varios ejemplos: «En las últimas semanas, me he encontrado con webs que no han sido bien redireccionadas, lo que hace perder posicionamiento y dinero». Y aconsejó a los proveedores presentes que, si no lo hacen, implementen en las webs que diseñen módulos para rich snippets, los formatos enriquecidos que tanto valora Google para el SEO de una web. «De repente, me encuentro también con webs mal traducidas, donde empiezo a reservar en castellano y acabo en inglés o botones del tipo 'añadir al carrito', que se alejan mucho del argot hotelero», explica. Esto, sin olvidar las páginas que se cuelgan sin estar del todo terminadas, con secciones dedicadas al famoso «lore ipsum», bromea Chicheri.

indica Yeyo Ballesteros. «El motor sí que tienes que externalizarlo, aunque deben entenderse de maravilla unos y otros», remarca.

Pero, ¿qué servicios ofrece una empresa externa? Fernando Soto, de openROOM, indica que son de todo tipo. «Ofrecemos el cajetín de búsqueda y todo el desarrollo posterior. Además, entregamos el CMS al cliente, si bien les hacemos un planteamiento del diseño», explica. En Paraty Tech, hacen SEO, SEM, inclusión en metabuscadores... «El objetivo es que el huésped llegue a la web del hotel. Pero cuando hacemos todo eso, también hacemos la web, es un proceso lógi-

co, sobre todo porque ligo esa web al motor de reservas», explica David Madrigal. Además, si se hace todo de forma conjunta se llega bien a las fechas de lanzamiento. «Hay veces que cargamos ofertas al motor, pero el de la web tarda tres días en implementar ese cambio. Estamos perdiendo tres días de demanda», asegura. Aun así, aseguran que hay muchos hoteleros que no hacen caso o que ni siquiera miran el correo para poder resolver posibles dudas del proveedor. «Muchas veces, por muy proactivo que te quieras volver, no se consolida ese equipo tan necesario para que todo funcione correctamente», añade Madrigal.

WEB VS. MOTOR

Todos los ponentes coincidieron en que, si bien van muy ligados, una cosa es la web y otra el motor de reservas. «En Room Mate Hotels la web la manejamos nosotros directamente. Si la dejas en manos de un tercero puede no funcionar muy bien porque ellos no conocen la esencia de tu hotel»,





JAIME CHICHERI (REVENUEMANAGEMENTWORLD)

« Los proveedores habéis entendido que los hoteles no pueden invertir miles de euros en una web y ya funcionáis en base a comisiones.»



Por eso, antes de meterse en un buen motor de reservas, hay que tener una buena web. Pero no es fácil. «Tengo clientes a los que les cuento lo mismo una y otra vez. Pero les cuesta hacerte caso. Además, el porcentaje de coste y distribución está cambiando mucho. Es complicado poder defender ante el hotelero que ahora tienen que pagar mucho más por lo que antes pagaban muy poco». Esto es lo que está pasando, por ejemplo, con metabuscadores como Google Hotel Ads o Trivago.

SIN OLVIDAR A LAS OTAS

En resumen, ¿hay que apostar por la web, el motor de reservas, y abandonar a las OTAs? La respuesta es clara: No. «Estar en Booking.com está bien, pues es un buen escaparate para tu hotel. Muchos viajeros te encuentran en su web y luego van a la tuya. Si tienes una buena web que invite al usuario a llegar al motor y hacer reserva, el ratio de conversión puede ser muy alto», asegura Fer-

nando Soto, de openROOM. Y es que, como indica Raúl Blanco, de Neobookings, «alrededor del 50% de los clientes van directamente a Booking, pero hay otro 50% que busca en otros sitios y sí puede llegar directamente a tu web». Eso sí, una vez que ha entrado dentro «hay que impactarle». Para Yeyo Ballesteros, lo más importante es que los hoteleros «hagan marca desde el primer momento. Si el cliente llega a tu web y se encuentra el mejor precio garantizado, más un plus que puede ser wifi gratis, será más fácil fidelizarlo y conseguir la reserva. Hay que ser creativos y originales para darles un poquito más de lo que pueden encontrar en Booking».

Para esto, «hay que tener una estrategia. A día de hoy, el 80% de las veces los usuarios reservan en Booking porque es más barato que en la web del hotel, incluso en cadenas importantes», asevera Madrigal. «Y llamas al hotel y te aconsejan reservar a través de una OTA», asegura Raúl Blanco. «Cierto, el recepcionista

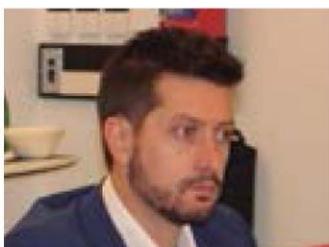
va a lo fácil y te dice, 'entra en Booking, que es más barato'. Para Yeyo esto es toda una sorpresa: «No me entra en la cabeza que un recepcionista no te iguale el precio con Booking si el cliente llama por teléfono. Es una labor de educar y formar a nuestros empleados».

Jaime Chicheri va un poco más allá. «Hace falta inversión y tener un valor diferencial. Necesitas ayudarte de Facebook, Google, de una agencia de comunicación. Tienes que ofrecer algo diferente. Los jóvenes están en otra onda, no quieren hoteles tradicionales. Hay que montar habitaciones diferentes», remarca.

LOS IMPRESCINDIBLES DE TU WEB

Diseño responsive: «Inconcebible que una web no sea responsive. Pero tampoco te vale cualquiera, hay que ajustar el contenido en la pantalla según el dispositivo», explica Raúl Blanco, de Neobookings. Y es que, según los datos de su





DAVID MADRIGAL (PARATY TECH)

«El 80% de las veces los usuarios reservan en Booking porque es más barato que en la propia web del hotel.»

compañía, «el 60% de las personas consultan con el móvil y la mayoría también reserva». Para conseguir esta conversión, la web tiene que tener una navegación sencilla vía móvil.

Videos: «El algoritmo de Google posiciona la web por experiencia de usuario. Es decir, cuanto más tiempo esté, mejor. Y ahí manda el vídeo», indica David Madrigal, de Paraty Tech. Y es que si antes lo que más importaba era el texto, ahora cada vez va teniendo menor peso en el SEO. «Siem-

pre aconsejo muy buenas fotos, vídeos y explicaciones claras y concisas. Por ejemplo, ¿qué tiene mi habitación? Lo mejor: Varios puntos a modo de ficha, igual que hace Booking», remarca. Y si el vídeo es muy bueno, «puede ponerse en slider en la front page. Eso sí, máximo diez segundos y muy optimizado», añade Madrigal.

En Room Mate Hotels han llegado a un punto de equilibrio. «Lo que mejor nos funciona son microcápsulas de 5-7

segundos donde se ve la habitación de forma muy atractiva».

Información útil: El resto de información se puede resumir en varios aspectos. «Hay que ponerse en la piel del cliente. Querrá saber si la habitación se puede cancelar, cuándo me van a efectuar el cobro, información detallada del hotel y de la habitación, de cómo llegar y si dispone de cunas, por ejemplo», argumenta Yeyo Ballesteros. Tampoco podemos olvidar la información del destino. «El huésped quiere saber qué puede hacer en la ciu-

¿Se dejan asesorar los hoteleros?

Uno de los principales problemas con los que se encuentran los proveedores del sector turístico y hotelero es con la falta de confianza de muchos profesionales. La industria turística siempre se ha caracterizado por ser un poco apática y contraria a los cambios, pero ¿es así?

«Hay de todo. En ocasiones, hacemos un gran equipo con el cliente y conseguimos grandes resultados; otras veces, es imposible alcanzar ese nivel. Aun así, antes de instalar un motor de reservas entrevistamos al hotelero para saber cuáles son sus objetivos de venta directa, qué estrategias va a seguir y cuántos recursos va a dedicar. No podemos entender que algunos conciben la web y el motor como una comodidad más», explica Fernando Soto, de openROOM. «Se dedica mucho tiempo para que no haya retorno por parte del cliente. Trabajamos a un porcentaje muy bajo, por eso es él quien ha de querer hacer negocio con la venta directa», añade.

¿FALTA DE INTERÉS O DE PERSONAL?

«Cuando arrancamos un proyecto —cuenta Raúl Blanco, de Neobookings— aportamos fotógrafo, redactor de contenidos... todo. Impulsamos toda una estrategia con landing pages de ofertas, campañas de adwords, ofertas con-

cretas...», explica. Pero entonces llega el típico hotelero que dice tener unas fotos muy buenas 'que ha hecho su primo' y que quiere publicirlas en la web. «Y suelen ser un desastre», bromea los ponentes. «Pero, cuando hacéis las sesiones de fotos, ¿os acompaña alguien?», pregunta curioso Yeyo Ballesteros, de Room Mate Hotels. «Como mínimo te ponen a una gobernanta», añade Raúl Blanco. «¡Es tremendo!», exclama Ballesteros. Y continúa: «Nosotros tenemos a un director creativo y a una persona de su confianza. Hacemos reportajes fotográficos de tres o cuatro días, pues somos quienes sabemos cómo queremos que se coloque la almohada o una botella. Por eso, me sorprende que se deje esa responsabilidad de imagen en manos de una gobernanta. En nuestra cadena hemos llegado a bloquear las diez mejores habitaciones de un hotel durante todo un día. Y hay que hacerlo, porque es de lo que vamos a vivir después», añade.

Contestó después David Madrigal, de Paraty Tech: «Hay que saber diferenciar. Los hoteles pequeños (y medianos) tienen a la gobernanta, al director comercial y ya. Todos funcionan así, excepto las grandes cadenas. En ocasiones, no nos dan ni el contenido para la nueva web, tenemos que buscarlo en Google, Booking o en la antigua página».



RAÚL BLANCO (NEOBOOKINGS)

«Inconcebible que una web no sea responsive. El 60% de las personas consultan con el móvil y la mayoría también reserva.»



dad. Y en cuantos más idiomas esté todo, mejor», concluye.

Fotos: «Las fotos han de es-

tar ligadas a la imagen real del hotel. No podemos engañar. Si llegas al hotel y no tiene nada que ver con lo que te han enseñado en las fotos, tendrás a un cliente decepcionado», indica Iñigo Arruti, de Hilton. «No puedes sacar bonitas fotos del spa y que después solo esté disponible los fines de semana, por ejemplo. La calidad ha de ser genuina. La web debe ser un reflejo real del hotel y dejar incluso un margen de expectativa. Si no, van a machacarte en las reviews», añade. Importante también es reducir el peso de fotos y vídeos. «Google penaliza mucho las webs lentas», recuerda Blanco, de Neobookings.

Herramientas de análisis: ¿Está funcionando todo lo que estás haciendo? Para saber si tus estrategias van por el buen camino hay que ayudarse por herramientas como Google Analytics, que analiza a la perfección quién visita nuestra web, desde dónde, en qué horarios, en qué se fija más... «Además, es fundamental que el CRM permita cambiar», añade Madrigal. Chicheri, por su parte, confía asimismo en Search Console, para poder medir el rendimiento y el tráfico de búsqueda de tu sitio web. «Te da muy buenas cla-

ves para conocer las keywords que llevan al usuario a tu web», señala. Sin embargo, como indicó Madrigal, de Paraty Tech, esas herramientas suelen ofrecerlas ya los propios proveedores.

Chat: Chicheri hizo especial hincapié también en el chat. «No quita mucho tiempo y puedes programarle respuestas modelo. Lo considero importante». En Room Mate Hotels apuestan por el servicio de WhatsApp. «Tuvimos chat y chatbot, pero no lo llegamos a lanzar porque no acababa de encajar. Ahora, por ejemplo, estamos trabajando en reservas de voz». Por su parte, Iñigo Arruti apuesta por el chat. «En algunos Hilton hay chat con interacción a tiempo real con el cliente. Es muy potente y eficaz, pero necesitas atenderlo y dar respuesta inmediata, si no es muy negativo. Además de atender en varios idiomas». En Paraty Tech lo ven menos claro. «Yo prefiero usar chat antes que llamar por teléfono, pero hemos monitorizado chats y comprobado que la gente acaba llamando. Todavía hay gente que casi se asusta», añade. Aun así, aconseja probar. «Y si funciona, adelante». Eso sí: nunca olvides destacar el teléfono del hotel. ■

Marca vs. metas

«Si eres un hotel más, con suerte te van a encontrar, pero no te van a buscar». David Madrigal, de Paraty Tech, lo tiene claro. «A RoomMate o a Hilton lo van a buscar, pero a la gran mayoría de hoteles los van a encontrar, principalmente, en metabuscadores. Por eso, hay que utilizarlos como herramienta de ventas». De ahí, la importancia de posicionarse en estos portales, especialmente con la ayuda de terceros.

Yeyo Ballesteros, de RoomMate, hace hincapié en la necesidad de crear marca. «Hay millones de formas de conseguir la venta directa. Por ejemplo, tenemos un blog de life style y trabajamos con influencers de calidad», asegura. Madrigal, lo apoya. «Hay que trabajar el branding. Adwords, metabuscadores, Google Hotel Ads... cuando alguien busca tu nombre es porque está interesado en ti. No puedes dejar eso de lado. Registra la marca e invierte en Google, no queda otra». Por su parte, Raúl de Neobookings recuerda que pujar por el posicionamiento de nuestra marca «es barato».

Chicheri apuesta, por su parte, por el contenido de valor. «Dejaría de comunicar tanto y me centraría en comunicar solo cuando sea necesario y con calidad. Pero también hay que pagar 'gasolina': Facebook, Google, influencers... Cada uno al nivel de sus posibilidades. Solo los hoteles que tengan personalidad podrán tener éxito en su venta directa», concluye.

«Hasta el hotel más tradicional puede darle un toque creativo a todo, pero hay que buscar a profesionales de verdad», cierra Ballesteros.



¿Podemos aspirar a turistas de mayor gasto? 18 octubre, 2018 | Ramón Estalella, secretario general de CEHAT



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Motores y diseño web: La ventana de tu hotel al mundo y a la venta directa



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El ITH se reúne con el Ministro de Turismo de la Nación de la República Argentina

El pasado mes de agosto se reunió la Asociación Hotelera Argentina (FEHGRA) y el ministro de Turismo de la Nación de la República Argentina, Gustavo Santos, con el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

(CEHAT) y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, el director del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Alvaro Carrillo, y Patricia Miralles, responsable del área de Innovación del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Hotelga, Feria Internacional de Equipamiento, Productos y Servicios para la Gastronomía y Hotelaría, es una de las ferias más importantes para los propietarios y administradores de restaurantes y hoteles. Esta exposición constituye un gran incentivo para participar y tiene una creciente importancia internacional de hoteles y restaurantes del sector. En las numerosas conferencias y seminarios con los que contó Hotelga, se discutieron los temas más candentes para el futuro de la industria que tuvo lugar en Buenos Aires, y donde participaron en el auditorio Gran Foro del Conocimiento, Juan Molas, Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), realizando la apertura, Álvaro Carrillo de Albornoz, Director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), como ponente del tema "Sostenibilidad en Hoteles", y Patricia Miralles, Responsable del Área de Innovación del Instituto Tec-



nológico Hotelero (ITH), ponente del tema "Vacaciones Digitales".

Gustavo Santos, Ministro de Turismo de la Nación de la República Argentina

afirmaba que: "Es una oportunidad aprovechar la experiencia de un país líder en turismo como España para mejorar el posicionamiento de Argentina gracias a

la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) en una feria como Hotelga".

Por su parte, Juan Molas, Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) declaraba que: "Compartir proyectos y experiencias entre asociaciones hoteleras como CEHAT, ITH y FEHGRA nos permite a todos los hoteleros ser más competitivos. La coyuntura es muy distinta pero los clientes son parecidos y la tecnología es la misma para todos."

Hotelga 2018, el encuentro gastronómico y hotelero más importante de la región, concluyó con óptimos resultados con una gran cantidad de visitantes que pudieron disfrutar de las exposiciones, los ponentes y los stands en La Rural Predio Ferial de Buenos Aires. En el cierre, se contó con la presencia de figuras destacadas de la gastronomía, y se llevó a cabo la exposición de la reconocida chef española Elena Arzak.

▶ 1 Octubre, 2018

Se abre el plazo para la inscripción de compra agregada de gas natural

Este mes de octubre se llevará a cabo la cuarta subasta de gas natural para hoteles, organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero, a través de la cual, los hoteles pueden acceder a precios de gas natural optimizados para realizar la contratación si así lo decidieran. A estos precios podrán acceder todos los

integrantes del grupo de compra, constituido ya por más de 200 hoteles y que gestiona un consumo agregado de más de 100GWh, y también podrán acogerse a ellos todos aquellos hoteles que estén interesados en participar y en incorporarse al grupo de compra.

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

Esta convocatoria va dirigida a todos los establecimientos hoteleros españoles, independientemente de su tipología o tamaño, tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras. La única característica que deben tener es la utilización de gas natural en lugar de otros combustibles como el gasóleo o el GLP.

Lo cierto es que los consumidores en general, no tienen muchas opciones energéticas entre las que decidir. Para la generación de calor, básicamente se puede elegir quemar un combustible o se puede calentar mediante electricidad. La opción de calentar mediante electricidad es la menos eficiente, por lo que se desaconseja su uso, y entre los combustibles disponibles, la opción del gas natural es la más adecuada si se tiene acceso a la red de suministro, ya que en general es la alternativa de

menor coste, la más eficiente y la que genera un menor impacto ambiental.

El uso del gas natural va aumentando en el sector hotelero, en gran parte por el crecimiento de la red de suministro que llega a cada vez más localidades de la geografía nacional, extendiéndose

cada vez más por el levante español, zona de gran turismo y con un gran número de hoteles. El grupo de compra de gas natural, que va ya por la cuarta subasta, cuanta ya con más de 200 hoteles que han unido sus consumos para subastarlos. Los ahorros que han conseguido

los hoteles a través de contratar con los precios obtenidos en las subastas han sido elevados, pudiendo obtener precios optimizados frente a los que se pueden obtener en el mercado, siendo más interesante aún en plena tendencia de subida de los precios de la energía.



GRUPO ITH DE COMPRA AGREGADA DE GAS NATURAL

ABIERTO PARA CADENAS Y HOTELES INDEPENDIENTES

ITH
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

1 Octubre, 2018

El Instituto Tecnológico Hotelero recibe el premio turístico Ciudad de Benidorm

En la categoría Nacional, el Ayuntamiento de Benidorm ha otorgado el premio Ciudad de Benidorm al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) en el Día Mundial del Turismo. Se premia la labor del ITH por mejorar la competitividad, rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad.

El galardón fue entregado por el alcalde de Benidorm, Antonio Pérez Pérez, al vicepresidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Jesús Gatell, acompañado por el director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz. Jesús Gatell, vicepresidente de ITH, ha destacado al recoger el galardón que “el futuro es nuestro si seguimos sonriendo y escuchando a nuestros turistas”.

Con este reconocimiento, se premia la labor llevada a cabo por el ITH, centro de innovación adscrito a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que durante sus catorce años de historia, como asociación privada sin ánimo de lucro, tiene como misión promover el uso de nuevas tecnologías y sistemas de gestión, que contribuyen a mejorar la competitividad, la rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas la industria hotelera y turística.

Ya en 2013, la Medalla al Mérito Turístico a la Innovación se concedió al Insti-



tuto Tecnológico Hotelero, entregado a su fundador José Guillermo Díaz-Montañés, figura clave en el éxito de esta entidad, a través de la cual ha conseguido, desde su fundación en 2004, mejorar la competitividad, la eficiencia y la calidad del Sector.

Los Premios de Turismo Ciudad de Benidorm, con los que cada año se reconoce la labor o la contribución a la actividad turística realizada por entidades o particulares, este año, con motivo del Día Mundial del Turismo, han recaído

también para TUI AG y la agencia Sun Sea Travel en las categorías Internacional y Local, respectivamente. Además, se hizo mención especial para el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.

EDITORIAL

Nace el ITH Innovation Summit

CEHAT da un paso más en su decidida apuesta por la innovación. El ITH Innovation Summit, primera edición de la cumbre de innovación hotelera organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), presenta el 9 y 10 de octubre en el NH Eurobuilding las últimas novedades en materia de innovación, sostenibilidad y nuevas tecnologías en la Hotelería.

El ITH Innovation Summit es la respuesta de CEHAT a la creciente necesidad de los hoteleros españoles, en especial de la hotelería independiente, por acceder de manera rápida y amigable, al conocimiento de las tendencias y tecnologías que los gestores hoteleros necesitan incorporar a sus establecimientos para ganar en eficiencia, rentabilidad y, por tanto, para hacer más competitivo el tejido empresarial hotelero español.

El evento consta de cuatro foros de capital importancia para el Sector, denominados The Data Game, Cybersecurity, Smart Control y Asset Management. Con el Banco Sabadell como global sponsor y casi una treintena de empresas colaboradoras, el ITH Innovation Summit reúne un plantel de ponentes y panelistas verdaderamente excepcional. En una cumbre que, además de facilitar la transferencia de conocimiento entre hoteleros y proveedores, tendrá un enfoque eminentemente práctico. Prueba de ello es la zona expositiva destinada a ShowRoom y los talleres que ofrece el espacio InnovationTalks.

En el marco de esta cumbre del ITH, que inaugura la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, Juan Molas, presidente de CEHAT e ITH, y Gabriel García, presidente de la AEHM, presentarán al Sector Hotelero el convenio que pone en marcha la tercera fase del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística y la Plataforma tecnológica iSaveHotel. Las novedades más relevantes son el módulo para Balnearios, que se suma a los de Hoteles y Campings; un nuevo módulo de Energía, que permite comparar precio de electricidad y gas natural; o el desarrollo del módulo de Compras, con la incorporación de calderas o bombas; además de ampliar el módulo de Accesibilidad o poner en marcha una auditoría en varios establecimientos piloto, para validar la eficacia del modelo.

Un evento sectorial único y una herramienta dinámica, práctica y eficaz que CEHAT, a través del ITH y con apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, pone a disposición de toda la Hotelería en España. Especialmente de los hoteles independientes, que tienen en el ITH el departamento colectivo de I+D+i que las pymes necesitan para reforzar su competitividad y mejorar su eficiencia.

Nos vemos en el ITH Innovation Summit.

Madrid acogerá en octubre el ITH Innovation Summit

El Instituto Tecnológico Hotelero organiza en Madrid la primera edición del ITH Innovation Summit, que tendrá lugar el 9 y 10 de octubre.



pág. 25

1 Octubre, 2018

La secretaria de Estado de Turismo firmará el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, abrirá la primera edición del ITH Innovation Summit, que se celebrará el próximo 9 y 10 de octubre en el Hotel NH Collection Eurobuilding (Madrid). Tras la apertura del evento, procederá a la firma del convenio. El acuerdo suscrito entre la Secretaría de Estado de Turismo y el Instituto

Tecnológico Hotelero permitirá extender el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad y la plataforma tecnológica iSave Hotel y supone un reconocimiento a la labor que lleva a cabo ITH como entidad comprometida con el desarrollo competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera y turística de nuestro país.

El convenio firmado por la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, y el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, corresponde a la tercera fase del proyecto que contempla el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística y la plataforma tecnológica iSave Hotel. Este evento, promovido por el Instituto Tecnológico Hotelero, agrupará en dos días todo el conocimiento que el ITH posee, organizando este espacio de networking para los principales actores del sector de la innovación y tecnología turística, enfocándolo tanto para hoteleros como para proveedores.

Las actualizaciones que se llevarán a cabo en esta tercera fase del proyecto del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística implican la actualización de la herramienta iSaveHotel, donde se desarrollará un módulo específico para Balnearios que se unirá a las dos tipologías ya existentes, hoteles y campings. Igualmente, se incluirá un módulo de energía donde se pueden ofrecer precios eléctricos y de gas natural para poder comparar con otros del mercado, así como la integración de un módulo de compras que permitirá dinamizar el sector en productos tales como calderas, bombas, etc.; También contendrá una serie de ratios e indicadores que

pueden aportar información relevante ya que en este caso la comparación entre establecimientos es importante. Se ampliará el módulo de Accesibilidad desarrollado en la segunda fase, incluyendo servicios y nuevas tecnologías disponibles y mayor concreción con las soluciones propuestas. Adicionalmente, se llevará a cabo una selección de al menos cuatro establecimientos para realizar auditorías energéticas para comprobar la eficacia del modelo y, por último, un informe de caracterización de hoteles segmentándolos para agrupar perfiles similares y poder realizar comparaciones y recoger información sobre la situación actual.

Los alojamientos turísticos interesados en conocer el estado de sostenibilidad y eficiencia energética de sus instalaciones pueden acceder en la web www.hotel.isave.es, donde además dispondrán de un servicio de asesoría técnica gratuita y podrán observar la incorporación de los nuevos módulos.

Este espacio único para el sector hotelero dará a conocer las últimas novedades sobre innovación y tecnología aplicadas al sector, en cuatro foros: el día 9 de octubre de 09.30h a 13.30h "The Data Game", de 16.00h a 19.00h "Cybersecurity", el día 10 de octubre de 09.30h a 13.30h "Smart Control" y de 16.00h a 19.00h "Asset Mana-

gement", y cuenta con el global sponsor de Banco Sabadell y con el sponsor de empresas tales como IBM, Siemens, HP, Samsung, Expedia group, Vodafone, Altran, Engie, Zennio, Eisisoft, Ideas, Aire Networks, Eisisoft, Trox, GAT, Tinsa, Cerium, Coperama y Magma, como partners, se encuentran Hotelkit, Groupe GM, Earpro, Praty Tech, Pressreader, Serban biometrics, Oneseq, Nethits y ReviewPro, y con la colaboración de CEHAT, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), la Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC), Handy, IMF Business School y Ostelea y con prensa colaboradora: Smart Travel News, TecnoHotel, Travel Media Hub, Hosteltur y Expreso Diario de viajes y turismo.

Durante estos dos días se podrán escuchar algunas ponencias, como por ejemplo, a María Carreño, Directora Sector Turismo de Altran hablando sobre "La experiencia de cliente basada en la inteligencia de los datos", a Patricia Diana Jens, Sales Manager Spain & Portugal de IdeaS Revenue Solutions tratando el tema "Redefinir la utilización de los datos para optimizar los ingresos", de Paraty Tech a David Madrigal, Director de Operaciones con el tema "Claves para la fijación eficiente de precios", "IA y Blockchain,

¿presente o futuro?" por César Romera, Director of New Business Development de IBM, "Datos y registros normativos" de Xavi López, Director de Operaciones de Eisi soft, Melchor Sanz, Director de tecnología y prevención de HP Ibérica y su ponencia sobre "Tecnología VS normativa, una misma cara de la seguridad", a Ramón Garayar, Consejero Delegado de GAT y su ponencia sobre "Gestión bajo marca internacional, hasta dónde decide el operador", a Jose María Martín Riguero, Director de Segmento Turístico-Hotelero del Banco Sabadell hablando de "Fórmulas para financiar la innovación tecnológica hotelera", a Ramón Luengo Martínez, CEO de Coperama tratando "Market place o cómo innovar en el área de compras" o a Marta García Hernández, Directora de Consultoría de Valor de TINSA hablando de "Claves para la optimización fiscal de activos hoteleros (catastro e IIVTNU)", entre otros que trataran temas de interés para el sector.

El ITH Innovation Summit dispondrá de una zona de Showroom, que será una zona expositiva, y el espacio "Innovation Talks" para breves talleres y ponencias.

Se englobará y cerrarán todas las jornadas de este ciclo en las distintas áreas en que trabaja: sostenibilidad, innovación, nuevas tecnologías y operaciones.



► 1 Octubre, 2018

EFICIENCIA Y RECURSOS SOSTENIBLES



VINCI HOTELES

OD BARCELONA

Conciencia
ECOLÓGICA
y AHORRO
en la factura



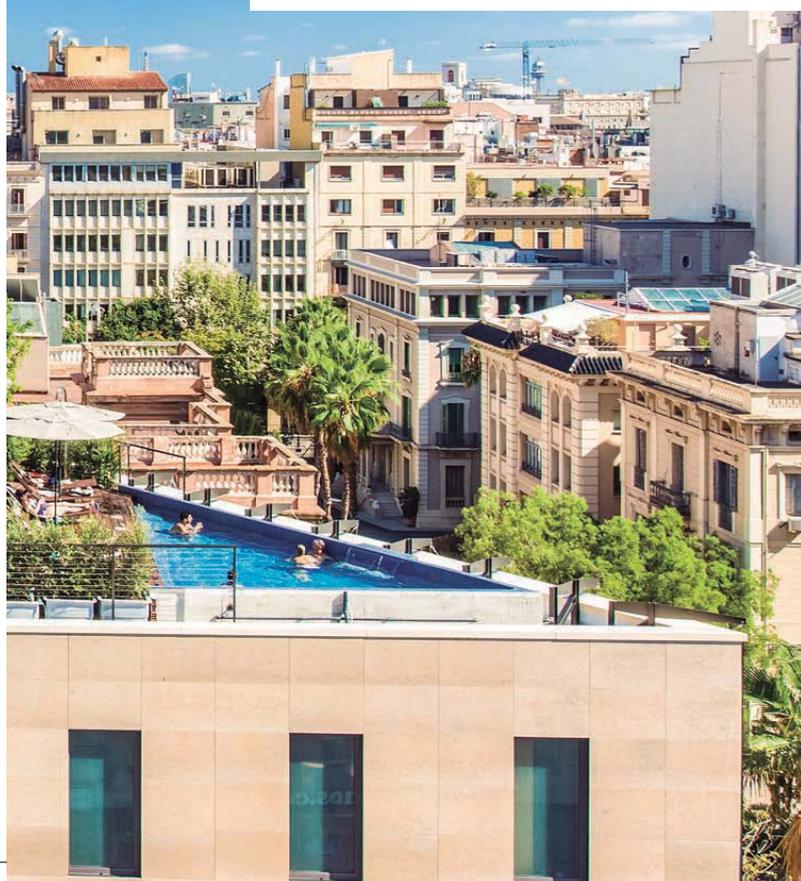


► 1 Octubre, 2018



Viajar de manera sostenible continúa significando muchas cosas para muchas personas, pero los alojamientos tienen un papel determinante a la hora de definir si un viaje es sostenible o no. Un informe de Booking.com muestra que más de la mitad de los viajeros (56%) considera que hospedarse en alojamientos *ecofriendly* es viajar de manera sostenible. Para más de una tercera parte significa ahorrar agua reutilizando las toallas y las sábanas (38%) y preservar el medio ambiente al reducir el uso de artículos como champú, jabón, cepillo de dientes o cuchillas de afeitado (35%).

Por Isabel Fernández



Cuando se trata de hacer ajustes relacionados con la calidad y el lujo en favor de un alojamiento más respetuoso con el medio ambiente, según el Informe sobre Turismo Sostenible de Booking.com, la gran mayoría de los viajeros estaría más que feliz de aceptarlos. Un 94% estaría dispuesto a alojarse en una propiedad con bombillas de bajo consumo, un 89% en uno con aire acondicionado o calefacción que sólo funcionan mientras esté en la habitación y un 80% en uno con duchas de bajo consumo.

Grandes cambios

En la actualidad la conciencia ecológica está impulsando grandes cambios en el sector turístico. En general, los hoteles permanecen abiertos las 24 horas del día de los 365 días del año, lo cual genera un elevado consumo energético. Cadenas y hoteles son los primeros interesados en implementar medidas que les ayuden a combatir el derroche de energía. Pero ¿están los hoteles españoles suficientemente concienciados al respecto? Jorge Castro, director general de Desarrollo de Negocio E+D+i de Grupo Digion Nuevas Tecnologías, contesta que "se va adquiriendo conciencia pero todavía falta muchísimo y el hotelero no se atreve a implementar nuevas tecnologías para el ahorro. Creo que debería de

Eh 73



► 1 Octubre, 2018

romper esa barrera en lugar de gastar en sistemas obsoletos y ambiguos. Lo primero que tienen que entender los empresarios hoteleros es que las energías renovables están muy politizadas en este país y tecnologías como placas solares convencionales y calderas de biomasa deberían de dar paso ya a otras tecnologías de última generación como son los sistemas aerotérmicos, termodinámicos y geotérmicos. La eficiencia es un 50% como mínimo mayor que los sistemas convencionales y la inversión y su ROI es también inferior". Interesante también es la respuesta de José Ángel Gamallo, experto en soluciones hoteleras de Danosa, al señalar que, "aunque es cierto que el mercado de la rehabilitación hotelera comienza a despegar, animado por el auge del turismo en España, todavía queda mucho por hacer. Así lo demuestra el dato de que aproximadamente 7 de cada 10 hoteles españoles sufren problemas de ruido o que aún 9 de cada 10 de ellos pueden reducir su consumo energético más de la mitad. Por ello, es prioritario que los hoteles españoles se conciencien de la importancia de la rehabilitación, que se traducirá a la larga en ahorros en la factura energética, en competitividad y en una mejora sustancial del confort de sus clientes". Por su parte, Coralía Pino López, responsable del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), sostiene que "la energía antes no era un concepto que preocupara a casi nadie. Era un coste de explotación más que se asumía sin valorar la posibilidad de optimizarlo. Pero hay que tener en cuenta que en España hemos sufrido importantes cambios en el sector energético, como la liberalización del mercado eléctrico y de gas, y la subida de precios de la electricidad, que han obligado a los hoteleros a reconsiderar esta partida como algo fundamental dentro de la gestión de los establecimientos. Además, a esto se suma que las distintas adaptaciones de las directivas europeas han endurecido las normativas en cuanto a la gestión de la energía se refiere".

Cómo funcionar para ser sostenible

Un hotel *ecofriendly* o sostenible muestra una filosofía que permite atraer a un perfil de turista concienciado con el cuidado y la protección medioambiental, pero también construye una buena imagen de marca y un mejor posicionamiento en un sector que cada vez es más competitivo. Silvia Corral Izquierdo, *project manager* en el área de eficiencia energética de Engie, define a "un hotel sostenible como aquel que logra pro-



GRUPO DIGION



DANOSA

Ajustes que los viajeros están dispuestos a realizar por alojarse en una propiedad *ecofriendly*

96%

Bombillas de bajo consumo

94%

Aire acondicionado o calefacción que solo funcionan mientras se está en la habitación

87%

Duchas de bajo consumo

86%

Papel higiénico reciclado

85%

Menor frecuencia en la sustitución de artículos de tocador

82%

Cambio de ropa de cama y toallas con menor frecuencia

59%

Mayor coste por la comida producida localmente

Fuente: Booking.com



porcionar confort a sus usuarios con un mínimo impacto en el medio ambiente. Sería aquel que tenga definida una estrategia que le permita identificar y cuantificar sus consumos e implemente de manera continua medidas para gestionar y minimizar sus emisiones de CO₂". Por su parte, David Poveda, gerente de AdiosCO₂, comenta que para que un hotel sea considerado sostenible debe "utilizar productos de Km 0, incluyendo los combustibles (biomasa local en lugar de gas de Argelia). Contratar localmente a los empleados y las empresas favorece la economía local. Además, hay que cuidar del entorno: reciclar, no malgastar ni contaminar el agua".

Medidas y soluciones

En la actualidad, los hoteles están llevado a cabo múltiples medidas para lograr un turismo más responsable y comprometido. Una de las que ha provocado más noticias en los últimos meses ha sido la de luchar contra el plástico. La Comisión Europea lanzó el pasado mes de mayo su propuesta para reducir la producción y el uso de plásticos. Entre otras medidas, Bruselas quiere prohibir la comercialización de productos de plástico de un solo uso –como bastoncillos de algodón, cubiertos, platos y pajitas– para los cuales haya alternativas fácil-



► 1 Octubre, 2018



mente disponibles y asequibles, así como obligar a los Estados miembros a recoger el 90% de las botellas de bebidas de plástico de un solo uso de aquí a 2025. El conjunto de medidas propuestas por Bruselas se centra en los 10 productos de plástico de un solo uso que se encuentran con más frecuencia en las playas y mares de Europa, así como para los artes de pesca perdidos y abandonados. Todos estos materiales representan el 70% de todos los residuos marinos, según el Ejecutivo comunitario. Por tanto, servir todas las aguas y refrescos de los hoteles en formato caja de cartón reciclado o cristal retornable ayudará en la lucha contra el plástico. Además, detalles como utilizar pajitas de cartón para las bebidas o bolsas de tela en la lavandería también representan una ayuda. Las botellas de gel y champú de las habitaciones pueden ser de formato rellenable, de este modo se evitará la creación de residuos plásticos. Otra media es ahorrar en recursos hídricos. Es importante disponer de un sistema de recuperación de aguas grises residuales provenientes de duchas y lavamanos que, mediante una decantación y depuración de agua, se utilice nuevamente para el riego de todos los jardines. Ade-



HOTEL MIM SITGES

más, que los grifos tengan dos posiciones de apertura y un sistema de apertura en frío –haciendo que las calderas solo se enciendan cuando se activa si se demanda agua caliente– garantizará un menor consumo de agua. También se puede ahorrar si los inodoros disponen solo de dos aperturas de descarga.

Una de las medidas más adoptadas es la de iluminar eficientemente. Los hoteles deben disponer hoy en día de toda su iluminación basada en bombillas de bajo consumo, luces reguladas mediante fotocélulas y detectores de presencia en los pasillos a fin de conseguir una máxima eficiencia. Además, la iluminación de los jardines se puede realizar con balizas que se cargan con energía solar durante el día y proporcionan luz led cálida por la noche.

Es deseable emplear sistemas de recuperación de agua caliente. Algunos hoteles logran una aportación de agua caliente proveniente del propio funcionamiento de la maquinaria de aire acondicionado. El calor generado por el proceso de creación de frío se reutiliza a fin de poder conseguir un agua caliente sanitaria con cero emisiones.

Las construcciones realizadas actualmente dis-



► 1 Octubre, 2018

ponen de unos requisitos energéticos muy importantes. Las paredes exteriores de las nuevas edificaciones están envueltas de un material aislante que garantiza un máximo aislamiento y un uso energético eficiente. Las ventanas y correderas de terraza gozan de una cámara de aire climalite que les da una capacidad aislante muy importante.

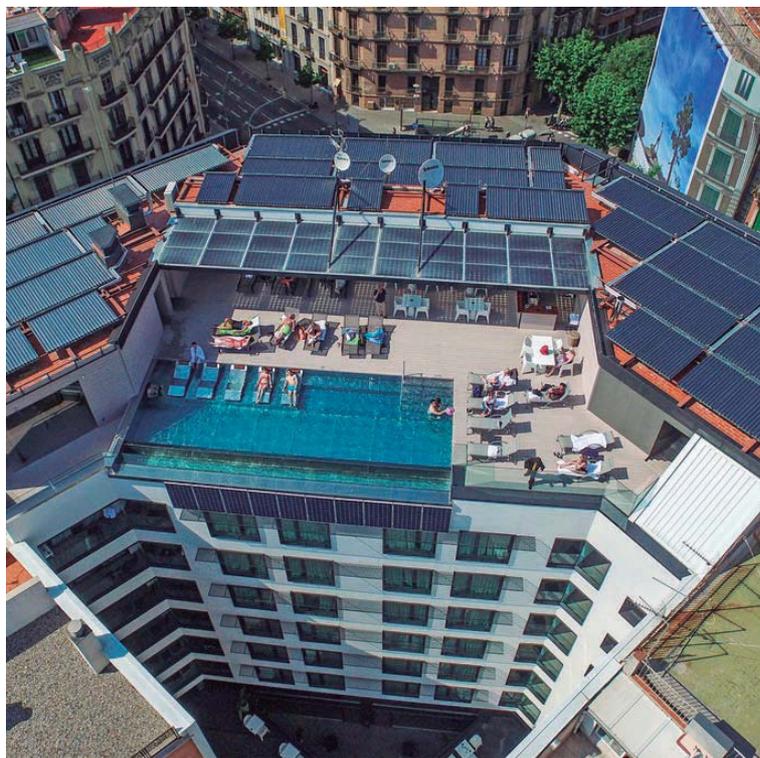
Además, cada vez más hoteles construyen sus fachadas con un material llamado Krion® Eco-Active. Una de las características más sorprendentes de este producto es que es capaz de purificar el aire. De hecho, se ha acreditado que un metro cuadrado de este material puede llegar a purificar el aire necesario para que 6,5 personas respiren aire puro durante un año.

Asimismo, los nuevos equipos de desinfección de piscinas consiguen, a través de un proceso llamado hidrólisis, tener un agua en perfecto estado sin la utilización de productos químicos añadidos. La hidrólisis se produce a través de unos ánodos de cobre-plata y mediante pequeñas descargas que purifican de manera completa el agua, sin la utilización de ningún producto químico añadido.

Además, la importancia de productos alimentarios de Km 0 y artesanos es cada vez mayor para incidir en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, los hoteles disponen de cubos de

DANIISA



OLIVA BALMES

basura específicos para facilitar la separación de residuos de manera sencilla. También hay empresas especializadas en el reciclaje de aceites de cocinado.

Propuestas

A grandes rasgos se ha hablado de las medidas y soluciones más populares entre los hoteleros, pero qué recomiendan los expertos en la materia sobre todo para reducir la factura energética. Por ejemplo, Sandra Barañano, especialista en soluciones de sostenibilidad y directora técnica de Cuida Tu Casa, iniciativa de la Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de Construcción (Andimac), cree que "el hotelero debe tener muy en cuenta, entre otros factores, las orientaciones del establecimiento para ir llenando en verano las habitaciones que dan al norte y en invierno las que se orientan al sur. De igual modo, hay que fijarse y prestar atención a las orientaciones que tengan los restaurantes o salas comunes, no sólo por el soleamiento sino también por la iluminación. En España, la orientación hacia el este ilumina por la mañana, al contrario que la orientación oeste. Sin embargo, la norte y sur son iluminaciones menos directas y menos duraderas a lo largo de todo el día (mucho más agradecidas para iluminación). De forma paralela, es importante disponer de un sistema de gestión de energía, o por lo menos de monitorización

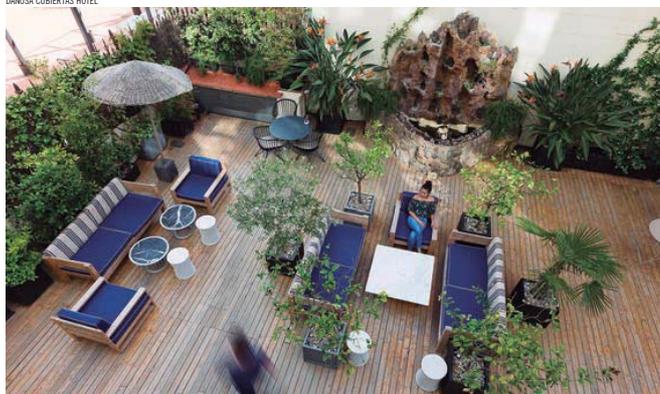
76 PL



► 1 Octubre, 2018



DANOSA CUBIERTAS HOTEL



La orientación del establecimiento es esencial para ahorrar tanto en iluminación como en aire acondicionado y calefacción

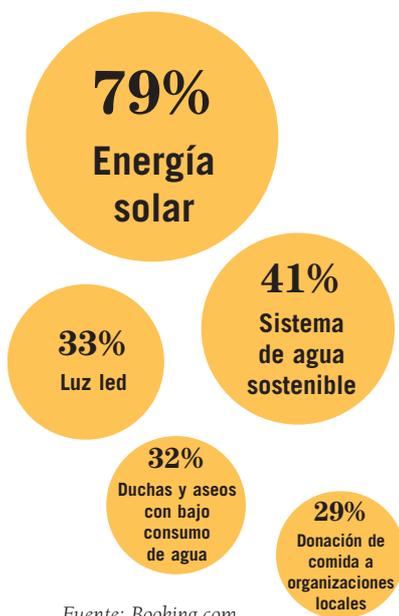
cuanto al resto de tecnologías, las más solicitadas son todas las dirigidas al ahorro en iluminación (leds), climatización (bomba de calor VRV), calefacción y producción de ACS (calderas de baja temperatura o condensación y producción de agua caliente por bomba de calor)... En este punto el combustible utilizado determinará el uso de una u otra tecnología".

Por su parte, Silvia Corral Izquierdo, de Engie, sostiene que "existe un amplio abanico de soluciones para el ahorro energético. Algunas de ellas, como la optimización de la potencia contratada o el ajuste de las temperaturas de consigna y del horario de funcionamiento de las instalaciones, no requieren de inversión económica y se traducen en la obtención de ahorros de inmediato. Otras, como la sustitución del alumbrado led, el cambio de equipos de climatización o la instalación de energías renovables, requieren inversiones de cierta importancia y se amortizan en el medio plazo. Entre estos extremos encontramos soluciones que, con una baja inversión, consiguen ahorros rápidamente: instalación de mantas térmicas para piscinas climatizadas, de detectores de presencia y sensores lumínicos, o la implementación de un sistema de monitorización que permita controlar en todo momento el estado y consumo de las instalaciones. Esta última medida es una de las más importantes ya que debemos ser conscientes de dónde, cómo, cuándo y cuánto estamos consumiendo para decidir la mejor estrategia de ahorro energético y verificar su eficacia. Sin duda, las empresas de servicios energéticos (ESE) son un *partner* ideal para el sector hotelero ya que pueden proponer, ejecutar y financiar estas soluciones, además de garantizar los ahorros energéticos".

No solo es importante tener en cuenta las soluciones que pueden adaptarse dentro de los hoteles, sino valorar elementos externos como las condiciones climatológicas. Para ello, Jorge Castro, de Grupo Digion Nuevas Tecnologías, afirma que "si el hotel es de nueva edificación o lo están rehabilitando, lo primero que hay que mejorar indiscutiblemente son aislamientos en mu-

independiente, por zonas para separar las que no se utilicen en función de la demanda y poder controlar los usos y demandas de cada espacio. Asimismo, a los hoteleros les interesa disponer de sistemas automáticos, como los detectores de presencia e iluminación, para evitar olvidos, así como aprovechar medidas pasivas de aislamiento y otras relacionadas con las persianas, los estores, los toldos... Finalmente, conviene informar de la relevancia que tiene fomentar las buenas prácticas y de dar a conocer las medidas básicas a los clientes y trabajadores para que sean conscientes. En este punto, en verano la temperatura debería rondar los 26 °C, y en invierno, los 18 °C. Sin olvidarnos de otras cuestiones más de Perogrullo, pero no por ello menos significativas, como la importancia de apagar las luces cuando no sean necesarias, de ahorrar agua y de reutilizar la de la lluvia". Para Coralía Lino López, del ITH, "es muy importante escoger qué modelo de producción energética se desea implantar, bien optar por energías renovables, bien convencionales, o un modelo combinado, y tras esto elegir la tecnología más adecuada para responder a la demanda del establecimiento. La energía solar térmica, la aerotermia y la biomasa encabezan el *ranking* de las tecnologías renovables más demandadas. En

Top 5 de prácticas ecofriendly para alojarse en una propiedad



Fuente: Booking.com

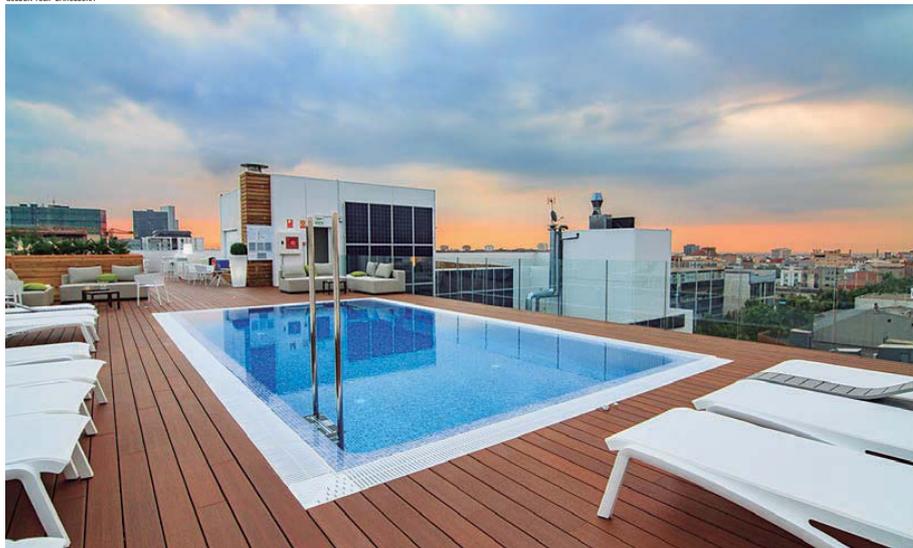


► 1 Octubre, 2018

ros, ventanas y demás componentes arquitectónicos”.
No debemos olvidarnos, como indica José Ángel Gamallo, de Danosa, que “el primer paso para lograr que un hotel reduzca su factura energética pasa por abrigar la fachada. Es decir, por aislar térmicamente el edificio, por lo que podría reducir fácilmente esas necesidades de energía en un 50%. Para ello es necesario renovar la parte ciega de las fachadas, sustituir la parte acristalada y controlar las filtraciones del aire. Pero si el hotel da un paso más allá y acometiera un rehabilitación térmica completa, ese ahorro de energía podría ser de hasta el 90%, tal y como afirma la plataforma alemana de edificación Passivhaus. Además, el aislamiento térmico no solo reduce el consumo de energía, sino también las emisiones de CO₂ a la atmósfera en la misma proporción. Es decir, los hoteles podrían disminuir sus emisiones a la mitad con un sistema de protección térmica.

Si bien esta solución es fundamental, debe ir acompañada de otra serie de sistemas para que se reduzca al máximo el gasto energético innecesario”. Gamallo aporta más reflexiones sobre la materia: “Para que los clientes gocen del confort que buscan cuando se alojan en un hotel y para que el parque hotelero esté a la altura de la potencia turística que es España en términos de eficiencia y sostenibilidad, no solo vale con abrigar al edificio, sino que también hay que protegerlo frente a las humedades, pues crean una sensación de frío desapacible que no se puede combatir a golpe de termostato, sobre todo porque a cada grado que se aumenta la temperatura, la factura de la luz se incrementa un 7%, y no desaparece el problema. Y es que las humedades no solo causan un inadecuado efecto estático, sino que pueden afectar a toda la estructura del edificio a la larga. Para evitarlo hay que impermeabilizar y preservar la estanqueidad al agua en las zonas más sensibles –cubiertas, jardines, cocinas, fosos de ascensores, sótanos o fachadas expuestas–. De este modo, se puede reducir el consumo de energía y mantener los hoteles a buen recaudo y en perfecto estado para la vista. Otra tendencia creciente en azoteas y terrazas de muchas capitales son las cubiertas verdes, una solución que supone un respiro para las personas y para el medio ambiente, pues, además de ayudar a renovar el aire, reducen la factura energética de los edificios hasta en un 10% al producirse el llamado ‘efecto toldo’. Es decir, estas alfombras de vegetación resguardan al edificio de

GOLDEN TULIP BARCELONA



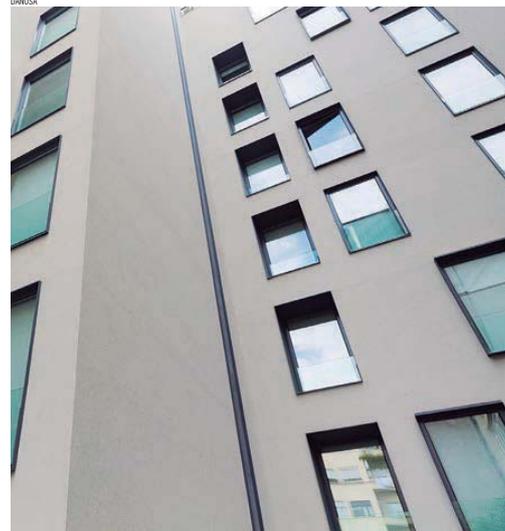
GRUPO DIGIOM



la lluvia y lo aíslan, de modo que hacen innecesario abusar de los sistemas de climatización, tanto en verano como en invierno. Con este tipo de zonas verdes los hoteles incluso pueden aprovechar mejor el espacio, ya que un jardín en la azotea les permite ofrecer más servicios, como instalar una zona de relax con piscina y jardín abierto y respirar aire puro en el centro de la ciudad. Por lo tanto, el establecimiento puede obtener una nueva vía de ingresos mientras ahorra en energía y en emisiones contaminantes a la atmósfera”.

La tarea más importante de los hoteles no solo es poner en práctica todo lo que se ha hablado en este artículo, sino también concienciar a todo su entorno de lo importante que es el trabajo hacia el uso eficiente de las energías y recursos naturales. ●

DANOSA





Los chatbots transformarán el sector turístico

Expertos en Inteligencia Artificial explican que los asistentes virtuales no destruirán empleos

Expertos en Inteligencia Artificial han explicado que los chatbots transformarán el sector turístico pero no destruirán empleos en la jornada 'Asistentes virtuales & chatbots, el presente del turismo', que organizó este jueves en Madrid Segittur y Planeta Chatbot.

"Nuestra intención no es desplazar al departamento de reservas, sino que el chatbot permita a las personas dedicarse a otras tareas que aporten mayor valor añadido", comentó al respecto el Head of Programming de Destinia, Darío Rodríguez, en una de las mesas redondas del evento.

Para el COO de ByHours, Cyril Lefay, "el chatbot es un canal más" que no tiene la intención de "sustituir" a los trabajadores, pero sí que provocará una "transformación de perfiles, seguramente a otros más técnicos".

El director de Big Data e Inteligencia Artificial de Microsoft, Santiago Lorente, se mostró de acuerdo en que la inteligencia artificial "creará nuevos empleos", pero ha alertado de que la "trans-



Ángel Hernández explica su proyecto de creación de chatbots.

formación es compleja porque alguien que estaba en un Call Center, no va a programar Python en una semana".

Al respecto, el Head of Digital Transformation de Iberia, Ignacio Tovar, puntualizó que toda transformación "debe servir para mejorar la vida de clientes y empleados" y que los chatbots son una

buena forma de "eliminar las ineficiencias".

CASOS PRÁCTICOS

Antes de la mesa redonda, el presidente de Segittur, Enrique Martínez, ha dado paso a las ponencias los expertos reflexionando sobre la necesidad de "no dejarse fascinar por las cuentas de colo-

res" y tener en cuenta los beneficios de los chatbots, pero también "la protección de datos" o las "personas que se quedan sin trabajo".

Tras la bienvenida y una breve ponencia de Darío Rodríguez, se

"El chatbot provocará una transformación de perfiles, a otros más técnicos"

Cyril Lefay

sucedieron una serie de ejemplos prácticos como el chatbot del Ayuntamiento de Málaga o el proyecto de colaboración entre Gran Canaria, Chatbot Chocolate y Segittur, para la conversión de la isla en un 'destino inteligente'.

El impacto y potencial de la Inteligencia Artificial en el sector turístico, visto desde el punto de vista de una empresa tecnológica y las consideraciones legales a tener en cuenta a la hora del tratamiento de datos, ocuparon las intervenciones del director ejecutivo Senior de Viajes y Transporte de IBM, José Luis Salcedo, y del socio de privacidad de Ecija Abogados, Jesús Yañez.

BIOMETRÍA Y BLOCKCHAIN

El evento finalizó con una segunda mesa redonda en la que se discutió sobre el nivel de implantación y las posibilidades de desarrollo que a día de hoy tienen tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad virtual, la biometría, el blockchain o el tratamiento de datos.

El director del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carillo, la Corporate IT Financial Solutions Manager de NH, Alu Rodríguez, el director de Transformación Digital de Room Mate Group, Ignacio García, y el AI Research de Amadeus, Rodrigo Acuña, cerraron la jornada debatiendo sobre las nuevas tendencias digitales en el turismo.

Los beneficios de los asistentes virtuales

La definición de las características que debe tener un chatbot eficiente y los beneficios que pueden traer para las empresas y los clientes, ocuparon buena parte de las jornadas.

Ignacio Tovar, de Iberia, afirmó que en ellos "hay un componente de humanización entre el hombre y la máquina" y, por eso, es necesario que se conviertan en un "consejero personal" con el que se pueda hablar "en lenguaje natural" y orqueste sistemas "a los que es difícil acceder".

El COO de ByHours, Cyril Lefay, por su parte, los definió como "un beneficio estratégico más que un ahorro", porque para una startup como la suya "es más caro contratar a un programador que desarrolle un chatbot que a una persona en atención al cliente".



Los participantes de la primera mesa redonda de la jornada.

Darío Rodríguez, de Destinia, coincidió en que "la parte más importante es dar servicio al cliente" porque, para él, esta tecnología se encuentra "en una fase muy temprana como para hablar de ahorro de costes". La "capacidad de escalabilidad infinita" que tiene un chatbot, con respecto a un ser humano, "que

solo tiene dos orejas y una boca", según el responsable de Big Data e Inteligencia Artificial de Microsoft, Santiago Lorente, es una de las ventajas de los asistentes virtuales que, eso sí, se deben desarrollar sin "descuidar otras partes de la interacción" porque si no "no sirven para nada".



Mañana arranca el XIX Foro Internacional de Turismo, que en su primera jornada abordará la gestión del 'smart data'



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Digitalización y turismo: planificación y comodidad a golpe de clic



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



Hoteles, apertura de par en par a la ventana digital



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



17 Octubre, 2018



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



La inteligencia artificial y “smart data” centran el XIX Foro Internacional de Turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



En ciberseguridad la concienciación y formación del personal son claves



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Nuevo número de TecnoHotel: El marketing hotelero, a debate



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Diego Ramos inaugurará las ITH Hotel Energy Meetings en Sevilla



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



En ciberseguridad la concienciación y formación del personal son claves



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La inteligencia artificial y "smart data" centran el XIX Foro Internacional de Turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Oneseq presente como proveedor de ciberseguridad en ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor de ciberseguridad en ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

► 16 Octubre, 2018

La Organización Mundial del Turismo destaca la labor de renovación en Ibiza

► La OMT y la Mesa del Turismo se reúnen para definir áreas de colaboración entre ambas instituciones

► El sector turístico español ha invertido 2.700 millones en renovación de la planta hotelera

E. P. | IBIZA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Mesa del Turismo han mantenido una reunión con el objetivo de definir áreas de colaboración entre ambas instituciones y trabajar conjuntamente en lograr un mayor reconocimiento en la sociedad española de la importancia del turismo. Asimismo, se buscará potenciar la presencia en España de la OMT, como agencia de las Naciones Unidas.

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, expuso las líneas estratégicas del nuevo equipo de la organización, centradas en la educación y la formación, en la sostenibilidad y en la innovación tecnológica, y señaló que no es una casualidad que la sede de la OMT esté en España. Pololikashvili afirmó que el turismo español «tiene un papel que jugar en la aportación de los conocimientos y experiencias que ha acumulado durante su desarrollo histórico y que pueden ser muy valiosas para otros destinos turísticos».

A su vez, la Mesa del Turismo, en línea con las prioridades estratégicas de la OMT (que comparte plenamente), destacó el impulso en innovación tecnológica que está realizando el sector turístico español, puesto de manifiesto en múltiples iniciativas, tanto en investigaciones como en aplicaciones prácticas. Entre estas últimas destaca, por ejemplo, la labor del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), que acaba de presentar al sector las últimas novedades tecnológicas en tratamiento de datos; ciberseguridad; domótica y gestión de activos; así como las aplicaciones prácticas que están llevando a cabo empresas de distribución como Amadeus y las cadenas hoteleras españolas, como



El antiguo Hotel Don Toni antes de convertirse en el Hard Rock Hotel Ibiza.

Meliá, NH Hoteles, Room Mate, Iberostar y Palladium, entre otras. Prueba de este impulso innovador es el hecho de que en el I Concurso Mundial Startups de Turismo, convocado por la OMT, cinco startups españolas han sido seleccionadas entre las 20 semifinalistas.

Renovación destinos maduros

En cuanto a la sostenibilidad, la Mesa del Turismo ha puesto de relieve en el transcurso de la reunión el esfuerzo inversor en el incremento de valor del producto turístico español, con una inversión en la creación y renovación de la planta hotelera que entre julio de 2017 y agosto de 2018 alcanzó la cifra de 2.700 millones de

euros; así como en la renovación integral de destinos maduros, mediante la fórmula de la cooperación público-privada, en la que España es pionera.

En concreto, destaca la labor de renovación realizada en Magaluf (Calvià) y en Ibiza, «que ha producido resultados muy positivos en cuanto a la captación de nuevos segmentos de demanda, en la rentabilidad económica y social, y en la imagen del destino», que está siendo replicada por otros municipios de la Asociación de Municipios Turísticos, que representan, con 50 millones de pernoctaciones, el 20% de total de pernoctaciones del turismo en España. Esta iniciativa de renova-

ción de destinos maduros podría presentarse, en una Jornada auspiciada por la OMT, como un modelo para otros miembros de la Organización que están enfrentando un problema similar en la maduración de los destinos desarrollados en las etapas iniciales del turismo.

Por parte de la OMT participaron en esta reunión su secretario general Zurab Pololikashvili, además del secretario general adjunto, Jaima Alberto Cabal, el director ejecutivo Manuel Butler y el director de miembros afiliados, Ion Vilcu. Por parte de la Mesa del Turismo asistieron la casi totalidad de sus miembros, encabezados por su presidente, Abel Matutes.



En Madrid la OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo colaboran por un mayor reconocimiento del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Diego Ramos, viceconsejero de Turismo y deportes de la Junta de Andalucía, inaugurará las ITH Hotel Energy Meetings en Sevilla



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La Mesa del Turismo quiere que los españoles pongan en valor el turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



OneseQ presente como proveedor destacado de ciberseguridad en ITH Innovation Summit, evento referente del sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La Organización Mundial del Turismo destaca la labor de renovación realizada en Ibiza



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo impulsarán el turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



Economía/Turismo.- La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento del turismo en la sociedad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La OMT y la Mesa del Turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Hispanotas – Periódico de publicación de Notas de prensa desde 2007



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



La OMT y la Mesa del Turismo abogan por un mayor reconocimiento social del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La omt y la mesa del turismo trabajarán juntas para lograr un mayor reconocimiento social del turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Firma del convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Nuevo empujón al Modelo ITH de Sostenibilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Orgullosos de ser hoteleros



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Orgullosos de ser hoteleros



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Isabel Oliver inaugura el ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



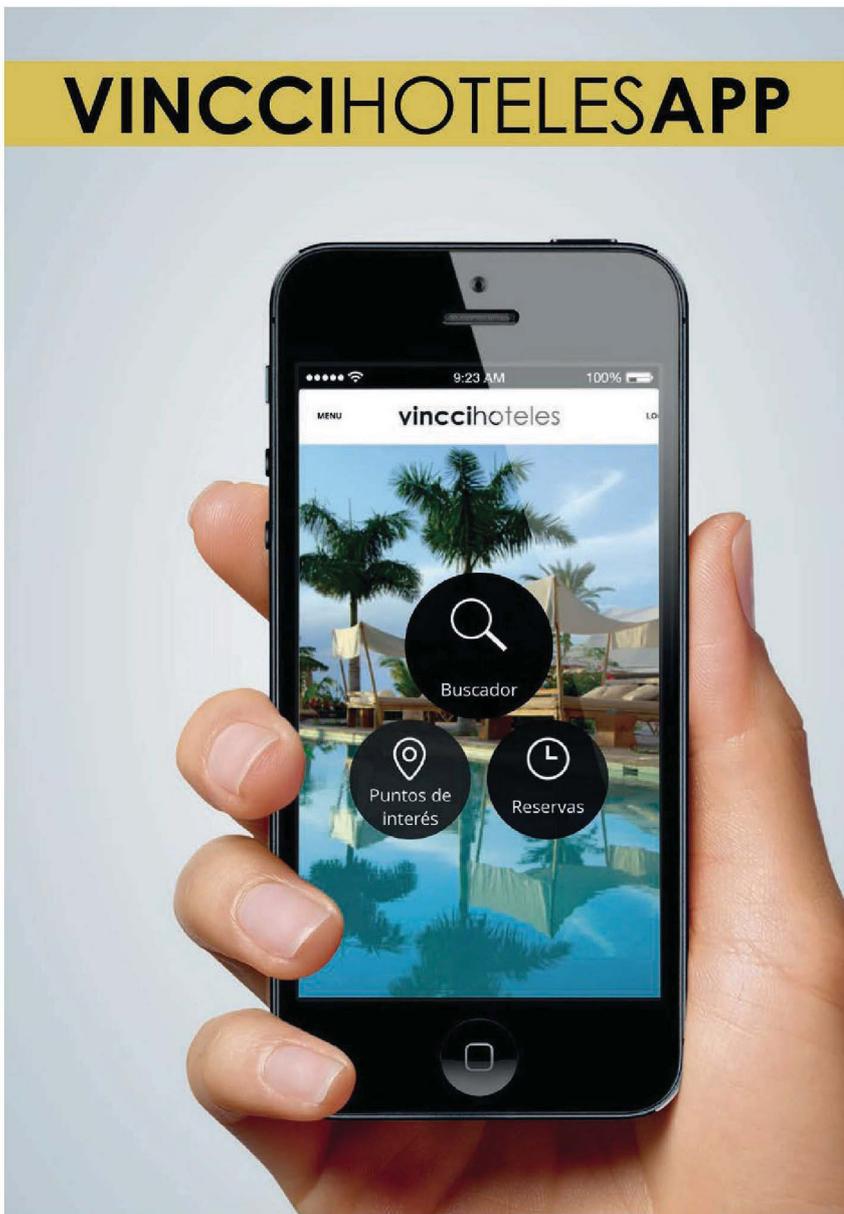
Alianza por la sostenibilidad del turismo

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, inauguró la primera edición del *ITH Innovation Summit*, celebrado en Madrid el martes y miércoles de esta semana. Oliver aprovechó su asistencia al evento para firmar, junto al presidente del Instituto Tecnológico Hotelero y CEHAT, Juan Molas, el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad. Este evento reunió en dos jornadas las últimas novedades en tecnología, innovación, sostenibilidad y operaciones del sector hotelero. EE



1 Septiembre, 2018

VINCCIHOTELESAPP



Tendencias

En forma de resumen, podemos citar las siguientes tendencias principales:

- El uso de herramientas de Big Data es cada vez más necesario en el ámbito turístico. Conocer al cliente, sus gustos, sus necesidades y expectativas es indispensable para acercarse y atraer al turista digital.
- La importancia de las Redes Sociales va a seguir siendo uno de los pilares en la relación entre turismo y nuevas tecnologías. Tanto desde el punto de vista de las promociones y las estrategias de marketing como en el terreno de la gestión de los comentarios, valoraciones y opiniones de los viajeros sobre los servicios recibidos.
- El móvil en el centro de la estrategia: El smartphone ya es la principal vía de acceso a Internet y, en el ámbito turístico un 45% lo emplea para todo lo relacionado con sus vacaciones, según TripAdvisor. En este sentido, las aplicaciones móviles y la gestión

de incidencias a través del móvil son dos de las grandes tendencias para la transformación digital del Turismo.

- Chatbots para mejorar la experiencia del cliente: La aplicación y el desarrollo de los sistemas de Inteligencia Artificial para la gestión de la comunicación con el cliente se va a consolidar como una de las principales tendencias en el ámbito de Turismo y nuevas tecnologías.
- Realidad virtual y aumentada para ofrecer una nueva experiencia personalizada al turista. Estos servicios comenzaron a ofrecerse para las visitas virtuales a museos y enclaves de interés, pero cada vez se van a extender más a ámbitos como los hoteles, los paquetes turísticos o los viajes programados o las experiencias gastronómicas, otro de los grandes puntales de la nueva gestión turística.
- Internet de las Cosas (IoT): El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) asegura que el Internet de las Cosas "va a ser el mayor factor de transformación en la personalización de la experiencia del cliente en los próximos años". •



La secretaria de Estado de Turismo y el presidente de ITH firman el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La reinversión digital se impone en el sector turístico



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Instituto Tecnológico Hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Schneider Electric colabora en el nuevo ciclo de Jornadas del ITH sobre gestión energética y sostenibilidad en establecimientos turísticos



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Oliver y Molas firman el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La reinversión digital se impone en el sector turístico



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La ITH extiende su solución de eficiencia energética a los balnearios



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Schneider Electric colabora en las ITH Hotel Energy Meetings en establecimientos turísticos



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



La secretaria de Estado de Turismo firma el convenio para el Modelo ITH de Sostenibilidad en ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Economía/Turismo.- Oliver y los hoteleros firman el convenio para el modelo ITH de Sostenibilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Oliver y los hoteleros firman el convenio para el modelo ITH de Sostenibilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los asistentes virtuales y 'chatbots' mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje

Adquieren un papel importante en todos los ámbitos del Sector Turístico, desde la reserva a la atención al cliente

'Asistentes virtuales & Chatbots, el presente del Turismo' ha titulado la jornada organizada por el Segittur y Planeta Chatbot el pasado 27 de septiembre, Día Mundial del Turismo

mo. Entre las principales conclusiones que los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje. Aunque en el evento también se ha

tratado la automatización a través de los chatbots como elemento clave en la inmediatez en los procesos de respuesta, así como la necesidad de humanizarlos.

Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje, según los expertos reunidos el pasado 27 de septiembre, Día Mundial del Turismo, en el evento 'Asistentes virtuales & Chatbots, el presente del Turismo', organizado por Segittur y Planeta Chatbot, en el Google Campus Madrid. El evento, que ha sido inaugurado por el presidente de Segittur, Enrique Martínez, ha contado con la participación de empresas relevantes del Sector Turístico como Iberia, NH Hotel Group, Destinia, ByHours y Room Mate Group, así como con empresas tecnológicas como IBM, Microsoft, Amadeus y Chatbot Chocolate.

Durante la jornada se ha destacado el papel que están adquiriendo los chatbots en el Sector Turístico en todos sus ámbitos, desde la reserva o la búsqueda de información hasta la atención al cliente en hoteles o las opciones de qué hacer en los destinos. Constituyen unas herramientas que al igual que ha ocurrido con las webs o algunas aplicaciones se acabarán convirtiendo en un compañero de viaje imprescindible.

Para el presidente de Segittur, "la industria turística se encuentra inmersa en un proceso de transformación digital imparable, convirtiéndose en el ejemplo perfecto de cómo la digitalización ha transformado por completo un modelo de negocio establecido". "Las nuevas tecnologías se han convertido en un elemento clave para dar respuesta a las necesidades del nuevo turista digital, a la vez que han contribuido a crear un sector más competitivo, sostenible y responsable", destaca Martínez.

Una opinión que ha compartido el Head of Programming de Destinia, Darío Rodríguez, quien ha asegurado que "la inteligencia artificial nos facilita una mejor comprensión del entorno y el desarrollo de nuevas herramientas de atención al cliente, como los chatbots". "Aunque, por ahora, chatbot y gestor de viajes van a coexistir como un compañero de trabajo más, pronto, aunque no los veamos, estarán detrás de



La jornada 'Asistentes virtuales & Chatbots, el presente del Turismo' ha sido organizada por Segittur y Planeta Chatbot.

toda relación y contacto entre empresa y cliente", vaticina.

Protección de datos

Sin embargo, esta relación debe respetar la reciente normativa europea de protección de datos, como ha explicado el socio de privacidad en Ecija Abogados, Jesús Yáñez. "La implementación de asistentes virtuales y chatbots supone la recogida y tratamiento de datos personales, entre los que podría encontrarse la voz", explica, a la vez que insiste en que, por ello "es importante conocer los requisitos legales que existen para evitar disgustos y poder ofrecer esta tecnología con las mejores garantías dentro y fuera de la Unión Europea".

Pero no solo las cadenas hoteleras o agencias de viajes usan chatbots. Así, durante la jornada se han presentado un chatbot implantado en Málaga, 'Victoria la malagueña' y otro puesto en marcha en Gran Canaria, que ofrecen información variada de gran utilidad a los turistas. Desde geolocalizaciones de museos y teatros hasta personajes y expresiones típicas de la ciudad.

Para el Chief Information Officer (CIO), responsable de los sistemas de tecnologías de la información del

Ayuntamiento de Málaga, David Bueno Vallejo, "debemos adaptarnos a las nuevas formas de comunicación premiando la inmediatez de interfaces conversacionales como los chatbots". "Son un claro ejemplo de cómo las oficinas de Turismo de las ciudades y municipios pueden integrar estas tecnologías para mejorar la experiencia del turista, facilitando la tarea a las oficinas de Turismo y ayudando a más turistas en menos tiempo", ha confirmado durante su intervención el socio director de Chatbot Chocolate, Ángel Hernández.

Málaga no es la única provincia que está apostando por el uso de asistentes conversacionales. El responsable de proyecto Smartdest en la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEG), Víctor Álvarez, ha presentado al chatbot responsable de la estrategia de Transformación Digital de las oficinas de Turismo de Gran Canaria. "Gracias a conocer mejor a los turistas que visitan nuestras oficinas, así como sus preferencias, es posible".

Todos los participantes en esta mesa se han mostrado de acuerdo en la importante automatización que se puede alcanzar en muchos procesos gracias al uso de

chatbots. Para el director de operaciones de ByHours, Cyril Lefay, "el hecho de que sea automático y predefinido nos da inmediatez de respuesta en las peticiones durante las 24 horas del día y nos permite agilizar procesos y tiempo en las solicitudes más usuales".

La necesidad de humanizar a los propios chatbots ha sido otro de los temas tratados en las jornadas. "La percepción que tenemos con los chatbots es que los detalles marcan la diferencia: la bienvenida, un buen lenguaje natural, evitar bucles infinitos, derivar a call centers cuando no se puede solucionar un problema... son las claves del éxito, además del tono y las palabras", ha asegurado el responsable de Transformación Digital de Iberia, Ignacio Tovar. "Si un usuario se refiere con un chatbot, no de un chatbot, será un paso adelante", concluye.

Como señala el director de ventas de Inteligencia Artificial de Microsoft, Santiago Lorente, "la presencia de bots es cada vez más frecuente y podemos verlos en infinidad de webs del sector, tanto de líneas aéreas y hoteles como, en general, en toda la cadena de valor turística". "Esto nos muestra una tendencia de crecimiento del uso de bot que nos llevará a una

cifra impresionante, pues según varios analistas un 95% de las interacciones de los clientes será con bots en el año 2025", explica.

Tendencias del futuro

Realidad virtual, Inteligencia Artificial, blockchain, asistentes de voz y robots marcan las tendencias del futuro en el Turismo. Para el responsable de nuevas tecnologías del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Carlos Domínguez, "blockchain cambiará el comercio global y el sector travel se verá inmerso en ese cambio".

"Los chatbots han llegado a ser las ventanas de la inteligencia artificial que nos permiten interactuar con los ordenadores de una manera conversacional", explica el consultor de IBM Services, José Luis Salcedo.

Aunque, como bien ha explicado el senior VP o Business Transformation en NH Hotel Group, Alu Rodríguez, aún queda mucho por hacer. "El sector hotelero está avanzando en temas importantes relacionados con la innovación, pero aún tiene un largo camino por recorrer", subraya, a la vez que matiza que "uno de nuestros grandes logros ha sido el de centralizar en un único sistema integrado todas nuestras propiedades y funciones y sobre todo se ha impulsado la cultura de la innovación dentro de la compañía, elemento clave para la evolución del sector".

Ahora es el momento de cambiarlo. Así, el head of AI research de Amadeus, Rodrigo Acuña, advierte de que "estamos en posición de desafiar la estructura tradicional, impulsando nuevas iniciativas, desarrollando una experiencia en plataformas de mensajería, informática cognitiva y aplicaciones y procesamiento de conversación dentro del contexto de viaje". "Triunfarán aquellas marcas que se adelanten a los cambios y que, poniendo a las personas en el centro, sepan cuestionarse permanentemente las reglas establecidas", ha concluido el director de Transformación Digital de Room Mate Group, Ignacio García.



► 1 Octubre, 2018

La sostenibilidad forma parte del ADN de los nuevos edificios y de los planes de reforma actuales. A las exigencias legales se suma un interés particular creciente por parte de los profesionales que intervienen en cualquier proyecto.

LA SOSTENIBILIDAD COMO UNA NECESIDAD INDISOLUBLE AL CONTINENTE Y AL CONTENIDO HOTELERO

Eva Castel
equipamiento@hosteltur.com



Los sistemas de certificación de edificios sostenibles más conocidos en España son LEED® y BREEAM®.

“La sostenibilidad no es una moda pasajera; un concepto para vender más, o limpiar conciencias. La sostenibilidad es ya una necesidad, por eso es vital que entendamos este concepto para progresar”, así se expresaba recientemente **Pablo Maroto, director de Marketing y Comunicación de Knauf**, en la presentación del I Congreso Mundial de Sostenibilidad celebrado el 4 de octubre en Madrid y del que daremos buena cuenta en el próximo número de enero que incluirá, precisamente, un Especial sobre este tema tan trascendental y que responde a las nuevas necesidades y demandas de la sociedad.

En este sentido, el **director general de Knauf, Alberto De Luca**, alude a la realidad existente de un mercado “mucho más preocupado por la calidad que por la cantidad. Mucho más pendiente de hacer las cosas de una forma seria y sostenible. Mucho más enfocado a la habitabilidad y el confort de los edificios que a su construcción de forma desaforada y masiva”. Y es que esta realidad nos obliga a movernos más rápido y a intervenir con soluciones que deben frenar el cambio climático e iniciar un camino a una sociedad más descarbonizada. Como bien dice el



► 1 Octubre, 2018

experto en Cradle to Cradle, **Michael Braungart**, "no tenemos otros cuarenta años para resolver los problemas que nos acucian. Debemos de buscar soluciones". Y son soluciones transversales, teniendo en cuenta que la economía circular forma parte de todas las capas de la sociedad y dentro de ésta, el **experto James Greyson** considera que "el principal problema al que nos enfrentamos es el de los residuos; el cambio climático es un proceso de residuos".

CERTIFICACIÓN SOSTENIBLE DE HOTELES

Trasladada la cuestión de la sostenibilidad a los edificios, éstos representan más de un tercio de la energía que se consume en todo el mundo, además de producir el 40% de las emisiones mundiales de CO₂ y el 30% del consumo global de materias primas y de desechos sólidos. De hecho, "un edificio hotelero consume de media un 2,5 más de energía que un edificio de oficinas", podemos leer en el blog del **Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**, según fuentes de la compañía **Schneider Electric**. "Es evidente -continúa el artículo- que minimizar su impacto en el medio ambiente es una prioridad. En esta línea, desde hace un tiempo, en el sector de la edificación se oye hablar mucho de las certificaciones ambientales de los edificios". Pero, ¿qué son estas certificaciones? ¿Cuáles son sus beneficios? Lo cierto es que éstas están cada vez más difundidas, ya que fomentan una construcción más sostenible que repercute en beneficios económicos, ambientales y sociales para todas las personas vinculadas a la vida de un edificio. Eso sin olvidar que

DEKTON® Y EL PREMIO AL "RESTAURANTE SOSTENIBLE 2018"

En la edición de este año de la gala de 'Los 50 Mejores Restaurantes del Mundo 2018' y que se celebraba por primera vez en España, la marca Dekton® by Cosentino patrocinaba el premio "Restaurante Sostenible 2018" que recayó en el Azurmendi, ubicado en Larrabetzu (Vizcaya). Recogió el galardón el chef del restaurante, Eneko Atxa. La firma, presente por octavo año consecutivo en esta cita, contó con un stand propio donde lucía una encimera Dekton® en color Orix.



representan un reconocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la empresa para la sociedad y el mercado. Estas certificaciones "son unas herramientas que evalúan el impacto ambiental que genera un edificio en el medioambiente en general, o bien su comportamiento energético con respecto a su entorno", declaran desde Schneider Electric. Todas ellas consisten en una serie de indicadores de sostenibilidad, como por ejemplo la eficiencia energética y el uso del agua, la durabilidad

del edificio y la flexibilidad de uso, el confort, la seguridad, etc. Si bien algunos de estos procesos son de cumplimiento obligatorio, otros son de aplicación voluntaria. En el caso de los hoteles, para conseguir que sean eficientes energéticamente y sostenibles deben implantar Sistemas de Gestión en una organización, como la ISO 50001, o también sistemas de certificación de edificios sostenibles. Los más conocidos en España son LEED® y BREEAM® y deben tenerse en



► 1 Octubre, 2018

cuenta desde el diseño del edificio, con el fin de favorecer estas medidas sostenibles. Como bien dice Schneider Electric, "las ventajas económicas son evidentes. Un hotel con certificación como LEED® y BREEAM® puede disminuir su consumo energético aproximadamente un 50%, el consumo de agua hasta un 40%, y, además, aumenta su valor inmobiliario un 7,5%. Son cifras nada desdeñables que convencer cada vez a más propietarios y gestores de edificios a sumarse a estas iniciativas".

Y enlazando con la cuestión de los residuos a la que aludía anteriormente Greyson, la reducción de las emisiones de CO₂ durante

la vida útil del edificio no solo se consigue menguando el consumo de energía, también existen otras acciones, como aquellas relacionadas con el almacenaje, la recogida y tratamiento de residuos, etc.

7 TENDENCIAS DE LA ARQUITECTURA GREEN

Son muchos los profesionales que llevan tiempo trabajando en temas sobre sostenibilidad, cada uno adecuado a su ámbito de especialización. En el caso de la arquitectura, **Pablo Atienza, arquitecto de EZAR, Arquitectura y Diseño, y especialista en arquitectura sostenible**, en su ponencia en la pasada edición

del Green Design celebrada en Málaga, explicó las 7 tendencias que marcarán la arquitectura sostenible en los próximos años:

- 1.- *Baja demanda energética.* Se construirán edificios con muy baja demanda de energía, gracias a la utilización de nuevos sistemas de aislamiento exterior, diseño de huecos optimizados por orientaciones, protecciones solares y sistemas de ventilación con recuperación de calor.

- 2.- *Tecnología de aprovechamiento.* El análisis solar de los huecos y superficies acristaladas mediante simulación informática permite diseñar protecciones solares para limitar la demanda energética en refrigeración y conseguir ganancias solares para reducir la calefacción.

- 3.- *El poder de las sombras.* Analizando las zonas de penumbra se pueden tomar decisiones eficientes en cuanto a la localización de pérgolas, aparcamientos e instalaciones solares.

- 4.- *Potenciar la iluminación natural.* Diseñar con éxito los huecos para la iluminación natural de los espacios, garantizando un correcto nivel de iluminación que evite el uso de luz artificial.

- 5.- *Eliminación de puentes térmicos.* Actúan como sumideros de la energía a través de diferentes elementos de la fachada.

- 6.- *Jardines verticales.* Mejoran el aislamiento y contribuyen a la recuperación ambiental.

- 7.- *La domótica.* Mejora el confort, la seguridad y las comunicaciones, además de gestionar de manera óptima la gestión energética.

En la medida en que se extienda la demanda de este tipo de construcciones, el sector conseguirá avanzar en el marco de la sostenibilidad. Pero, ¿y qué hay sobre el interiorismo sostenible?

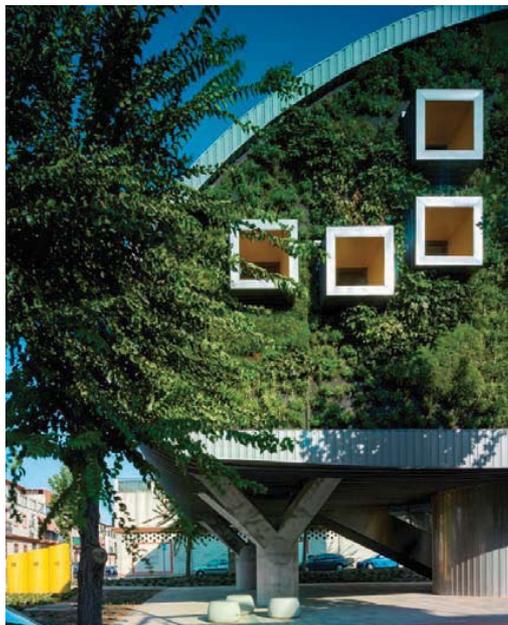
EN MADRID, LOS TOPS DE LA SOSTENIBILIDAD



Coincidiendo con el cierre de esta revista, se celebraba el I Congreso Mundial de Sostenibilidad en Madrid, recientemente presentado por Knauf. Se trata de un evento único a nivel mundial, ya que por primera vez se consigue reunir en una única cita a destacadas voces de la sostenibilidad como Michael Braungart, Carlo Ratti, Anupama Kundoo, Marilyn Mehlmann, Antonio Lucio, Walter Stahel, Heiner Benking, Silvia Lorek, Dirk Glaesser, James Greyson, Michael Shuman y Salvador Rueda entre otros. Además, en el marco del congreso se presenta el libro '30 Visiones de la Sostenibilidad', una recopilación de los testimonios de 30 reputados expertos.



► 1 Octubre, 2018



Edificio inteligente CSI IDEA, en Alhaurín de la Torre (Málaga). Foto de EZAR, Arquitectura y Diseño

TAMBIÉN EN INTERIORISMO

En el II Ciclo de Tertulias organizado por Wicanders® hace unos meses, se abordó el Interiorismo Sostenible como eje del debate, considerando que la sostenibilidad en el interiorismo "no es solamente una exigencia legal, sino un requisito que el arquitecto de interiores antepone a la estética en el momento de planificar una obra, fruto de un cambio de mentalidad que afortunadamente se está produciendo en nuestra sociedad".

El moderador, al inicio de la tertulia, quiso aportar los cinco indicadores que miden el impacto de un material en el medioambiente: consumo de recursos naturales para su fabricación, consumo de energía en todas las fases del producto hasta su instalación, impacto en el ecosistema, emisiones que genera y, por último, su comportamiento como residuo.

En la mesa del debate se aludió a los inicios del movimiento *slow*, allá por los años 80, como concepto originario de esta actual sostenibilidad, si bien es cierto que dicha evolución ha ido ganando peso tras las conclusiones extraídas de diversos estudios, como el de la OMS, que demuestra que el uso de materiales no sostenibles en la construcción puede afectar seriamente a la salud física y emocional de quienes habitan esos espacios.

Entre los profesionales invitados a esta tertulia, el **interiorista Guille García-Hoz** quiso hacer un inciso importante al plantear que "para que exista un compromiso real del profesional con la sostenibilidad, éste debe haber incorporado primeramente esas pautas a su *modus vivendi*, a su día a día". Esto significa que si predica con el ejemplo de tener bien interiorizados los fundamentos de esta filosofía, "entonces se trasladarán de forma natural a nuestra obra".

Éste podría decirse que es el primer paso como profesional que uno se plantea cuando se halla



Potenciar la iluminación natural y aprovechar la energía solar son algunas claves sostenibles.

frente a un nuevo proyecto, pero obviamente luego están los recursos, es decir, los materiales con los que se ha de trabajar. "Existe un claro compromiso personal a la hora de seleccionar los materiales y ofrecérselos a los

Un edificio hotelero consume de media un 2,5 más de energía que un edificio de oficinas. Minimizar el impacto medioambiental es una prioridad

clientes", declara la **interiorista Patricia Bustos**, "pero también te enfrentas a limitaciones a la hora de adaptarlos a las tendencias, colores y modas del mercado", añade. Por no hablar de la creencia errónea de que estos materiales son más caros.

FORMACIÓN INSUFICIENTE

Desde la formación también es importante saber cómo se trabaja esta cuestión que tanto va a influir en el futuro de los estudiantes, luego ya como profesionales. La **decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de Madrid (CODDIM), Margarita Escribano**, como miembro del Tribunal de Proyectos Fin de Carrera de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, reconoce que "a pesar de que los programas docentes hoy en día sí incorporan contenidos dedicados a esta nueva necesidad constructiva que es la sostenibilidad, son insuficientes y deberían ampliarse". ==



ENGIE IMPULSA LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL SECTOR HOTELERO



La movilidad sostenible enfocada al sector hotelero es una de las áreas de especialización donde ENGIE está avanzando significativamente.

En los últimos meses, la compañía ha puesto en marcha en España un plan integral para trasladar toda su experiencia y liderazgo en materia de eficiencia energética al campo de la movilidad sostenible y, en concreto, a uno de los sectores líderes de la economía de nuestro país, el hotelero, donde el cliente y el turista nacional e internacional, es cada vez más sensible a los temas medioambientales.

En este contexto, recientemente, ENGIE España se ha incorporado como socio tecnológico en el área de sostenibilidad del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) con el fin de incentivar el uso de vehículos eléctricos entre sus clientes.

AGENTE DE DIVERSAS TECNOLOGÍAS DE MOVILIDAD

Gracias a este acuerdo, la compañía facilitará y colaborará en la instalación y gestión de estaciones de recarga en este tipo de establecimientos, ofreciendo a éstos un servicio integral como gestor de carga que incluye el asesoramiento para la definición de la solución más adecuada a las necesidades detectadas, suministro-instalación-mantenimiento de las estaciones de recarga en todo el territorio nacional, y gestión de la recarga en tiempo real desde su centro de control de vehículo eléctrico.

En resumen, un servicio personalizado donde, partiendo del análisis de necesidades y prestaciones de las diversas tecnologías de movilidad, la compañía aporta a los establecimientos

turísticos la solución sostenible que mejor se adapta a cada uno de ellos.

ENGIE asesora técnicamente a cada cliente en la selección de las estaciones de recarga entre un amplio rango de potencias en corriente alterna o continua en función del tiempo de recarga necesario para cumplir con sus necesidades.

Soluciones diversas, que ENGIE ofrece y gestiona, con un interlocutor único con el cliente final, a través de una red propia de instaladores certificados en todo el territorio nacional sujetos al estricto cumplimiento de la normativa vigente. =



► 1 Octubre, 2018



El hecho de que cada vez más turistas internacionales decidan visitarnos, así como la recuperación de las rentabilidades perdidas tras la crisis, han promovido en el sector hotelero las inversiones para la reforma de sus activos, sobre todo vacacionales, con perspectivas de un incremento de la obra nueva en los próximos meses.

REFORMAS HOTELERAS EN PLENO AUGE EN ESPAÑA

Claudia Oliva
equipamiento@hosteltur.com



En la provincia de Tarragona, el Hotel SB Corona Tortosa ha experimentado una reforma que le ha permitido incorporar una 4ª estrella en su estándar de calidad.



► 1 Octubre, 2018

El incremento en la llegada de turistas internacionales computada en casi 82 millones en 2017 pone en evidencia un año más la buena salud de nuestro país como uno de los destinos preferidos debido, en gran parte, a la inestabilidad política de otros destinos turísticos mundiales. Pero hay más datos que lo aseveran más si cabe, tal como destaca la posición de España en el ranking de Competitividad Turística Mundial, liderado por segunda vez consecutiva, así como la mejora de los resultados operativos de la industria hotelera, con un crecimiento de la rentabilidad en todos los indicadores, según se deduce del I Informe sobre "Inversión en Reformas Hoteleas y Hoteles en Construcción en España", realizado por Colliers International. Para muestra, valga decir que solo en 2017 el RevPar aumentó un 9,5%; el precio medio de las habitaciones se incrementó un 21,4% entre 2015 y 2017, y un 10,5% los niveles de ocupación.

Todas estas cifras son fruto del repunte de la inversión hotelera desarrollada en estos tres años, tanto en reformas como en establecimientos en construcción y que, según el informe, alcanzó los 3.137 millones de euros, entre 2015 y 2017, afectando a 742 inmuebles con un total de 127.400 habitaciones. Esto significa que el 17% de la planta hotelera en nuestro país es nueva o se ha modernizado en esos tres años. **Miguel Ángel Falcón, managing director de Servicios Técnicos de Colliers International**, detalla que del total de la inversión registrada, "el 30% se dirigió a obra nueva, el 42% a reformas integrales, el 25% a reformas parciales y un 3% a actuaciones puntuales".



Altbath ha reformado el restaurante The Greenhouse del Hotel Pulitzer Barcelona, diseñado por el prestigioso interiorista Lázaro Rosa-Violán.

El 17% de la planta
hotelera española
es nueva o se ha
modernizados en estos
últimos tres años

"No podemos olvidar que España tiene una planta hotelera con muchos años de historia a sus espaldas y muchos establecimientos están aprovechando

la bonanza para renovar instalaciones y adaptarlas a los nuevos tiempos y tecnologías", explican fuentes del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), en un informe del sector

Así pues, esta creciente demanda turística obliga a la actualización y reposicionamiento de gran parte del parque alojativo si se quiere competir con garantías y es *vox pópuli* que ya se está trabajando en ello, como se pudo ver en el marco de FITUR 2018 que fue testigo del optimismo del



EL COSTE DE REFORMAR OFICINAS

Se habla mucho menos del coste de este tipo de reformas, pero según datos del equipo técnico de la empresa 'llave en mano' **Efik** y analizando diversas obras realizadas, el coste medio del precio metro cuadrado de un oficina tipo de 125 m² es de 654€. El estudio se basa en 15 partidas diferentes: trabajos previos, demolición, albañilería, office y baños, falso techo, pavimentos, divisorias, carpintería, pintura, iluminación, electricidad más voz y datos, climatización, cortinas y mobiliario de oficina. Obviamente cada obra es diferente, "pero todas buscan un equilibrio funcional, estético y de una necesaria sostenibilidad".

sector tras el anuncio para este año de inversiones conjuntas de 1.534 millones de euros por parte de once grupos hoteleros. "Es evidente que el crecimiento económico del sector, la recuperación de los precios y la alta ocupación están permitiendo generar una mayor liquidez para afrontar un entorno cambiante en el que hay que prepararse para ser competitivos", apuntan voces del ITH en dicho informe.

A LA CABEZA LOS HOTELES VACACIONALES

El grueso de la inversión en reformas reace en el sector vacacional, teniendo en cuenta que España es uno de los principales mercados de 'sol y playa' a nivel mundial, con más de 550.000 habitaciones de costa.

Se desprende del informa de Colliers International que el 72% de la inversión registrada se destinó a hoteles vacacionales, con un total de 2.250 millones de euros. "Muchos hoteles han decidido reinvertir parte de sus beneficios en reformas y fidelizar así a sus clientes", afirma Falcón.

Éste, explicó en la presentación

de dicho informe, que el 82% de la inversión total se concentró en cinco destinos, con Baleares a la cabeza, con 1.121 millones de euros (36% del total), seguida de Canarias, con 625 millones (20%), Barcelona, con 318 millones, Madrid, con 315 millones (ambas representan un 10%), y la Costa del Sol, con 193 millones (6%), "aunque el enclave malagueño fue el destino con más reposicionamientos, debido al cambio del

plan general y a cuestiones relacionadas con licencias".

El estudio indica que el impulso de la inversión en reformas en Baleares, Canarias y Barcelona, se deben en gran medida a que cuentan con regulaciones restrictivas que dificultan o impiden el desarrollo de hoteles de planta.

En este sentido, la comunidad balear es la que mayor cuantía ha destinado al reposicionamiento hotelero gracias a las medidas políticas de modernización de la planta que finalizaron a mediados de 2017. A fecha de elaboración del informe, el 24% de su oferta hotelera es nueva o ha sido modernizada.

EN LAS CATEGORÍAS SUPERIORES

Si nos centramos en las inversiones en destinos urbanos, éstas alcanzan una cuarta parte de las reformas hoteleras en desarrollo. De este total, según informes del sector, en Madrid se proyecta renovar el triple de habitaciones (2.999 ud) respecto a la Ciudad Condal (837).

PRINCIPALES DESTINOS DE LA INVERSIÓN EN REFORMAS EN ESPAÑA (2015-2017)



Principales Destinos	Inv. Reformas	% Reformas	Inv. Obra Nueva	% Obra Nueva	Total general	% Inv. España
Baleares	740ME	66%	381ME	34%	1.121 ME	36%
Canarias	496ME	79%	129ME	21%	625 ME	20%
Barcelona	176ME	56%	141ME	44%	318 ME	10%
Madrid	213ME	68%	102ME	32%	315 ME	10%
Costa del Sol	170ME	88%	23ME	12%	193 ME	6%
Resto de España	398ME	70%	168ME	30%	566 ME	18%
Total España	2.194ME	70%	943ME	30%	3.137 ME	100%

Fuente: Colliers International



► 1 Octubre, 2018

Y otro ámbito a destacar es el del lujo, donde también se acometen inversiones, teniendo en cuenta que el 13,4% de las habitaciones reformadas el año pasado corresponden a este segmento, porcentaje que se incrementará en 2018 hasta el 15,5%. En cuanto a los emplazamientos, las renovaciones en activos de alta gama en 2018 se localizarán casi a la par entre ubicaciones urbanas

(45,7%) y vacacionales (44,8%). Según datos del último informe de Irea -quien se fusionó hace unos meses con Colliers International-, sobre "¿Cuáles son las causas del récord de inversión hotelera en España?", los establecimientos de cuatro estrellas son los que han absorbido el mayor número de intervenciones. El resultado de la muestra de 1.264 establecimientos, con unas

210.000 habitaciones, concluye que el presupuesto medio por habitación para reformas parciales fue de 17.200 euros, de 54.000 para reformas integrales y cerca de 130.000 euros por habitación en hoteles de nueva planta o inmuebles reconvertidos a hotel.

OPORTUNIDADES PARA INVERTIR

Las oportunidades que ofrece un mercado como el hotelero español ha dado pie a la llegada de capital inversor en forma de socimis, fondos y family offices que han detectado una posibilidad de diversificarse e incrementar sus rentas.

ADIÓS "OFICIAL" A LAS LUCES HALÓGENAS



Las habitaciones del Hotel Sofía, en Barcelona, se presentan en diferentes categorías, tras su renovación integral.

Desde el pasado 1 de septiembre se ha vencido el plazo según el calendario de eliminación de lámparas halógenas en el mercado europeo. La normativa comunitaria promueve así la eficiencia energética en el sector de la iluminación potenciando el uso de nuevas tecnologías, principalmente el led, con el fin de conseguir ahorros de hasta un 80% con respecto al alumbrado tradicional, aunque por término medio se puede alcanzar fácilmente un 50-60%.

La Asociación Española de Fabricantes de Iluminación (ANFALUM) está satisfecha con el correcto cumplimiento de la normativa europea que llevan a cabo sus fabricantes y prevé que la medida mejorará la competitividad del sector, en plena expansión digital.

España es uno de los principales mercados de 'sol y playa' a nivel mundial, con más de 550.000 habitaciones

Tal como se destacan informes sectoriales, en los últimos años, diversos grupos inversores detectaron en la crisis una excelente oportunidad para adquirir hoteles, una gran parte de ellos en desuso o con deficiente gestión, para renovarlos y ceder su explotación a terceros.

DESPEGUE DE LA OBRA NUEVA

El managing director de Servicios Técnicos de Colliers International señala que se prevé un incremento de obra nueva de cara a los próximos meses, una ventana que se abre para un sector, el de la construcción de hoteles, que sufrió mucho la crisis económica y cuyos incipientes datos no empezaron a ser revelantes hasta el año pasado.



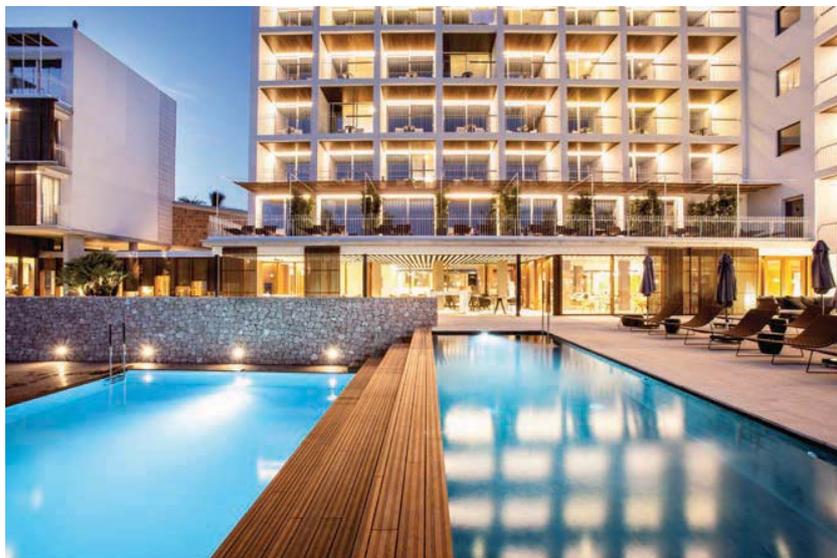
► 1 Octubre, 2018

Así, entre 2015 y 2017 recibió 943 millones de euros, una cifra que permite confirmar el impulso que presenta la edificación de nuevos establecimientos.

A fecha de emisión del estudio de Colliers International, se estima un volumen de inversión de 6.198 millones de euros a corto-medio plazo, destinado a renovar o construir 522 hoteles y 82.480 habitaciones. El 68% de esa cifra irá destinado a la construcción de nuevos hoteles.

HACIA DÓNDE VAN LAS TENDENCIAS

Entre las principales motivaciones a la hora de renovar el hotel para adecuarlo a las demandas del huésped actual está la de actualizar su imagen, pero, sobre todo, centrándose en la conectividad o en renovar las instala-



El OD Talamanca se alza entorno a dos edificios diferentes; un antiguo hotel rehabilitado y un edificio nuevo de ampliación.

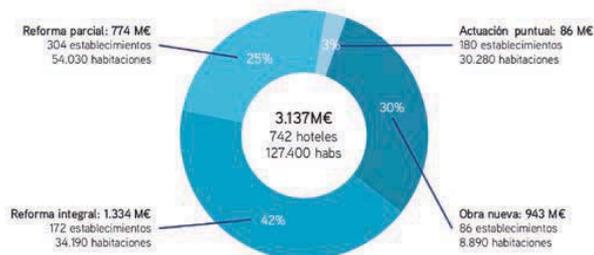
ciones energéticas en favor de los criterios sostenibles que hoy en día tanto se defienden. Según fuentes del ITH, los retornos de la inversión más inmediatos se aprecian en aquellas renovacio-

nes que afectan a las instalaciones de producción y consumo de energía, que generan ahorros muy elevados, "cobrando una mayor importancia el aislar acústicamente el establecimien-



► 1 Octubre, 2018

VOLUMEN INVERSIÓN POR GRADO DE INTERVENCIÓN 2015-2017 (M€)



Fuente: Colliers International
Obra nueva: Obras de nueva planta, cambios de uso en edificios preexistentes y ampliaciones.
Reforma integral en hoteles preexistentes: cambios de distribución y redimensionamiento siempre que impliquen un porcentaje alto sobre la totalidad del hotel.
Reforma parcial en hoteles preexistentes: cambios de categorías, reformas de zonas comunes, baños, actualización de FF&E, cambio total de las instalaciones.
Actuación puntual: modificaciones de un bajo porcentaje de habitaciones, salones, facilities, instalaciones puntuales.

EVOLUCIÓN VOLUMEN TOTAL INVERSIÓN (M€)



Fuente: Colliers International / *Datos relativos a proyectos previstos a fecha del informe.

tendencias del sector que hace ASEFAVE (Asociación Española de Fabricantes de Fachadas Ligeras y Ventanas), y promotora del salón, "actualmente vemos cómo los materiales considerados tradicionales están llegando a unos muy altos niveles de prestaciones por sí mismos y el siguiente paso es combinarlos para obtener lo mejor de cada uno por separado en un nuevo conjunto, consiguiendo soluciones globales de mejores características". Qué duda cabe que estas instalaciones vinculadas a la envolvente permiten contribuir no solo al ahorro y eficiencia energética de los edificios, sino también a la seguridad de sus ocupantes.

Las inversiones en destinos urbanos alcanzan una cuarta parte de las reformas hoteleras en desarrollo

Otra cita interesante para el visitante profesional vinculado al ámbito de las reformas hoteleras

to o mejorar el sistema térmico". Precisamente, la Materioteca del Colegio de Arquitectos de Madrid, acogió el pasado mes de septiembre, la celebración de la jornada sobre "Las nuevas envolventes. Innovación y eficiencia" donde se analizó la importancia de la envolvente a la hora de garantizar la calidad, la sostenibilidad y la eficiencia energética de una edificación. Tal es la relevancia de esta cuestión a la hora de renovar un hotel que el sector de la envolvente se llevará todo el protagonismo en la próxima edición del Salón Internacional VETECO (Ventanas, Fachadas y Protección Solar), que tendrá lugar del 13 al 16 de noviembre en IFEMA. "Es indudable que estamos en una situación de cambios e innovaciones en el sector de la envolvente de los edificios, que puede atribuirse al

momento 4.0 o a la propia evolución de la edificación en función de las demandas cada vez más exigentes por parte de los usuarios", declaran fuentes del certamen. Según el análisis sobre las



NH Collection Palacio de Castellanos da el paso a la marca Premium de la compañía tras una intensa reforma. Está situado en un palacio del siglo XV.



es MATELEC, el Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica, que tendrá lugar el próximo mes, del 13 al 16 de noviembre, también en IFEMA, donde se concentrarán las nuevas propuestas del sector. Cabe destacar que el sector de la iluminación en España creció un 5,8% en 2017, con una facturación de 1,411 millones de euros. En el mercado nacional, el crecimiento es aún mayor al alcanzar los 953 millones, un 6,1% más que el año anterior.

EL HOTEL DEL FUTURO

Es importante conocer y tener visión de futuro a la hora de plantearse cambios en los establecimientos hoteleros y la tendencia en el sector va hacia la personalización de la experiencia, como así lo demanda el cliente, cada vez más exigente y experimentado en el ámbito digital.

Desde el ITH consideran que "el efecto sorpresa ya no basta, pri-

ma la comodidad y la oportunidad de disfrutar de todos aquellos servicios, a los que tenemos acceso en nuestra vida cotidiana (contenidos audiovisuales personalizados, preferencias musicales, etc.). Todo ello, sin olvidar la oportunidad de acceder a la información necesaria para disfrutar del destino turístico, de forma inmediata y ajustada a nuestras expectativas y preferencias personales". Es por ello que la tecnología se convierte en el aliado

La tecnología se convierte en el aliado perfecto para lograr este nivel de personalización y constante actualización de los servicios

perfecto para lograr este nivel de personalización y constante actualización de los servicios que los múltiples y nuevos perfiles de cliente exigen al hotelero. Claro que para esto hay que conocer los últimos avances tecnológicos, y saber discernir cuáles son los más adecuados para lograr los objetivos propuestos, optimizar los costes de inversión, incrementando la rentabilidad del negocio.

En este sentido, el ITH propuso a los visitantes en la pasada edición de FITUR 2018, en el marco de FituretechY, el espacio inteligente #techYhotel, un escenario inteligente, al que previsiblemente se asemejarán los hoteles en los próximos años, gracias a la colaboración de 16 partners tecnológicos. Así, y tras pasar la zona de autocheck-in con reconocimiento facial, se le asignaba una llave electrónica al huésped mediante la cual pasaba a controlar aspectos clave de la experiencia, como la temperatura, la luz, el sonido o el contenido audiovisual disponible en la habitación.

Conocer las horas de sueño y el nivel de descanso alcanzado, reservar servicios adicionales por voz o chatbot, así como recibir información útil, basada en preferencias y agenda, serán aspectos al alcance del huésped, y por supuesto, del hotelero, que tendrá acceso a la herramienta a través de un único dispositivo e interfaz cuya tecnología está conectada a través de una plataforma de inteligencia hotelera.

Es evidente que para que los establecimientos se conviertan en negocios mucho más rentables y atractivos para los nuevos perfiles de cliente, los hoteleros han de liderar la digitalización del sector. —



PF1 Interiorismo firma el proyecto de reforma del Faro de Isla Pancha, el primer alojamiento turístico en un faro de España.



La oportunidad de la rehabilitación hotelera

La actividad en el sector turístico en España ha crecido de manera consistente en los últimos años, y por ello, la inversión hotelera se ha reactivado, lo que se refleja en un incremento de los proyectos de reforma y rehabilitación, adquisiciones de suelo y edificios para su reconversión a uso hotelero, según los datos disponibles a lo largo del pasado año 2017, y esta tendencia parece mantenerse durante este año.

El crecimiento económico del sector, junto a la recuperación de precios y las cifras positivas de ocupación hotelera, son algunos de los elementos que están permitiendo generar una mayor liquidez para afrontar este tipo de inversiones, mediante las que se busca reforzar la competitividad de los negocios hoteleros en un entorno cambiante y cada vez más exigente. Los resultados del turismo, reflejados en el mercado hotelero español, con récord en 2017 tanto del número de pernoctaciones como de visitas de turistas internacionales, permiten a los negocios hoteleros seguir en la senda de la recuperación de parte de los márgenes perdidos durante la crisis, reforzando la posición de España entre los principales destinos turísticos mundiales.

Es evidente la importancia de modernizar el parque vacacional para atraer a los turistas, lo demuestra el hecho de que el 74,8% de las renovaciones completadas en 2017 se localizó en hoteles de sol y playa. En este sentido, Canarias y Baleares seguirán desarrollando en 2018 el grueso de las renovaciones al representar casi la mitad de las obras en proyecto.

A la hora del planteamiento de una rehabilitación, el empresario hotelero debe ser consciente de la gran oportunidad que tiene a su disposición para detenerse y reflexionar, viendo la rehabilitación de su hotel como un punto de inflexión. Analizar si es el momento adecuado para replantearse si realmente está llegando a su público objetivo, o aprovechar este momento de rehabilitación para realizar una nueva estrategia en el que acercarse a su target y modernizarse con las nuevas necesidades de los clientes.

Es un momento importante donde considerar qué se espera conseguir con la rehabilitación, más allá de la renovación estética, pudiendo plantear un cambio de segmento para posicionarse adecuadamente a las nuevas demandas o incorporando nuevas soluciones tecnológicas, como puede ser la domótica, la iluminación, o un nuevo sistema de climatización en el hotel. La inversión en la rehabilitación varía mucho en función de las soluciones que se quieran incorporar, y puede conllevar una inversión desde alrededor de 350 €/m² a 1.250 €/m².

En los últimos años se ha renovado alrededor de un 15% de la planta hotelera española, tendencia que se mantiene gracias a las buenas cifras de ocupación y precio medio que se vienen registrando desde hace un par de años, y que están generando más ingresos y estabilidad en el sector, permitiendo a las empresas acometer las importantes inversiones que conllevan estas medidas de renovación. Si bien la antigüedad de la planta hotelera es, en muchos casos, el motivo principal que impulsa la renovación de los establecimientos, es cierto que los hoteleros son cada vez más conscientes de que para mantener la calidad, la competitividad y el nivel de servicio requerido, y evolucionar de forma acorde con las nuevas exigencias del mercado, tanto las reformas de carácter integral como aquellas dirigidas al ahorro de costes y sostenibilidad son un aspecto estratégico.

Se puede observar un incremento en la inversión en reformas, muy ligada a la mejora de los resulta-



► 1 Octubre, 2018

dos operativos de los hoteles y de compra de hoteles, y el perfil de los compradores que son más profesionales y buscan un mayor valor añadido a sus inversiones. Según el grado de intervención, en los últimos 3 años el 30% de la inversión registrada consiste en obra nueva, el 42% en reformas integrales, el 25% a reformas parciales y el 3% restante a actuaciones puntuales.

Con el objetivo de sensibilizar al sector hotelero sobre la necesidad de acometer cualquier tipo de reforma desde una perspectiva sostenible y eficiente, que se ajuste a las nuevas exigencias del mercado, desde el Instituto Tecnológico Hotelero se decidió promover el ciclo de Jornadas ITH de Rehabilitación Sostenible. En este ciclo de jornadas sobre Rehabilitación para hoteles, que se inició en mayo en Valencia y que finalizará en noviembre en Málaga, se abordan aspectos como las nuevas tendencias de diseño, la incorporación de nuevas tecnologías a contemplar en los procesos de rehabilitación y reforma, las distintas alternativas y tipos de materiales disponibles en el mercado, así como oportunidades de financiación para este tipo de proyectos. —



Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).



► 1 Octubre, 2018

PROVEEDORES hosteltur

Mark Hoddinott,
Chief Real Estate
Officer de Meliá
Hotels International

ESPECIAL

Reformas hoteleras

DOSSIER | Vinos y destilados

OPINIÓN | Juan Molas, presidente CEHAT e ITH

EN CLAVE PERSONAL | Xavier Pellicer, chef

ENTREVISTAS | Mark Hoddinott, Real Estate Meliá Hotels International
| Teresa Catusus, directora Hotel Iberostar Sábila

OCTUBRE 2018 #29



Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



Big data, la nueva fuente energética de la que se nutren los hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Las 4 etapas en el desarrollo del Revenue Management hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



El modelo ITH de sostenibilidad incluye en su tercera fase a los balnearios



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



La gestión del Big Data, protagonista en el ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Isabel Oliver inaugura el ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Durante la primera edición del Innovation Summit del Instituto Tecnológico Hotelero, que se celebra esta semana, la directora de Ventas para IDEaS Revenue Solutions,



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Las personas, llamadas a protagonizar la revolución tecnológica en turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Isabel Oliver: “El sector debe adaptarse a las demandas del viajero”



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Isabel Durán: "El sector debe adaptarse a las demandas del viajero"



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, inaugura el ITH Innovation Summit



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Sevilla acogerá la próxima jornada de ITH Hotel Energy Meetings para el sector hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Descubre los hoteles inteligentes



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



claves que determinan las reservas directas en los establecimientos hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Cierra en Valencia el ciclo de jornadas ITH de seguridad digital en hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Big Data y Bussiness Intelligence en The Hotel Data Game organizado por ITH



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



ITH cierra en Valencia sus jornadas de seguridad digital en hoteles



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El tratamiento de los datos, en el centro del debate hotelero



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Valencia ha sido testigo de la clausura del Ciclo de Jornadas de Seguridad Digital en Hoteles, organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



ITH culmina en Benidorm su ciclo de jornadas “The Hotel Data Game”



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



ITH Innovation Summit reúne las últimas novedades en tecnología hotelera



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Ha finalizado en Benidorm el Ciclo de Jornadas The Hotel Data Game, organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del Sector



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Dos agentes controlan la zona de la playa de Levante en Benidorm. DAVID REVENGA

Inteligencia artificial en los hoteles. Empresarios turísticos asisten en Benidorm a unas jornadas organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) para aplicar las herramientas digitales en sus negocios con el fin de mejorar su reputación en las plataformas de opinión y, por tanto, mejorar sus datos de rentabilidad.

Suspense online en seguridad del destino

► Más de la mitad de las opiniones monitorizadas por una empresa sobre la vulnerabilidad de los puntos turísticos de la Comunidad son negativas

A. S. SORROCHE

■ La principal debilidad que presentan los puntos más visitados de la Comunidad Valenciana es la seguridad en el destino. Esta es la conclusión a la que ha llegado una de las empresas más potentes a nivel mundial dedicada a controlar la reputación en Internet del sector turístico. Así lo detalló ayer su representante Cristina López (Reviewpro) durante unas jornadas sobre el Big Data celebradas en el edificio del Invat.tut en Benidorm que tenían como fin formar a los empresarios hoteleros en el uso inteligente de datos.

Así, la experta señaló durante su ponencia que el 52% de los comentarios sobre seguridad en los destinos turísticos de la Comunidad son negativos. Se trata de la principal y, prácticamente única, amenaza para el sector ya que en el resto de cuestiones analizadas

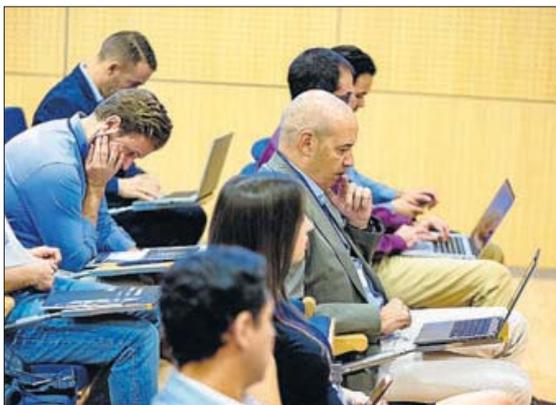


Imagen de los asistentes a las charlas. DAVID REVENGA

(calidad-precio, personal, ubicación, ambiente, decoración, entre otras) la región aprueba, esto es, logra que más de la mitad de las opiniones rastreadas sean posi-

vas. Con esta conclusión en la mano, López expuso en el encuentro con empresarios turísticos la importancia de conocer por qué esos comentarios son negati-

vos para poder implementar a la mayor brevedad una estrategia de mejora a la vez que, es clave, responder a los mensajes que critican parte del producto ofrecido durante la estancia. Estos, entre otros, fueron algunos de los consejos lanzados en las charlas en Benidorm dentro del ciclo «Hotel Data Game».

Retos pendientes

No hay que olvidar que el uso de inteligencia de datos en los hoteles es uno de los grandes retos a los que se enfrenta el sector turística, en la actualidad. De ahí que muchos empresarios acudieran durante la mañana de ayer para conocer más detalles sobre las herramientas digitales que pueden emplear para monitorizar a sus clientes y predecir su futuro.

Las charlas formativas fueron inauguradas por la directora general de Turismo de la Generalitat, Raquel Huete, el responsable de BigData de la patronal hotelera Hosbec, Mario Villar, y el responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Carlos Domínguez.

¿Rentabilidad u ocupación?

El debate en torno a priorizar ocupación o rentabilidad en el negocio hotelero fue otro de los focos de la ponencia donde Javier Serrano, de Market Manager de España y Portugal, ha advertido de la tendencia creciente en Benidorm que ya han llevado a cabo algunos alojamientos que pasa por bajar tarifas para llenar habitaciones. "Un hotel lleno no siempre es el más rentable", ha recordado.



Suspenso online en seguridad del destino



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **aquí**



Inteligencia de datos y casos de éxito en "the hotel data game" organizado por ITH



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los hoteleros se forman en Big Data para aumentar su rentabilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los hoteleros se forman en Big Data para aumentar su rentabilidad



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Conocer al enemigo: cuál es el perfil del ciberdelincuente profesional



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



ITH Insight: La estrategia de marketing empieza con el storytelling



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



ITH y Handy se unen por la experiencia del cliente

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) incorpora a Handy como socio en el área de Nuevas Tecnologías y Operaciones hoteleras para impulsar la aplicación de soluciones en hostelería. Handy es una solución hotelera de IoT (Internet de las cosas) que ofrece respuestas innovadoras para el mundo de la hostelería con servicios integrados específicamente diseñados para hoteles y viajeros sirviéndose de la tecnología y la innovación. Handy ofrece a los huéspedes un dispositivo, fabricado totalmente por ellos, pensado para que los hoteles puedan ponerlo al servicio de sus clientes, consiguiendo una mejora en la experiencia del cliente.

Este dispositivo ofrece una amplia variedad de características que mejoran la experiencia de viaje de cada uno de los usuarios, ya que dispone de llamadas gratuitas ilimitadas (locales e internacionales), Internet 4G, guías de viaje, servicio a los huéspedes con todo lo que el hotel les puede ofrecer las 24 horas del día, etcétera. Se puede usar tanto dentro como fuera del hotel sin un coste adicional para el cliente, ofreciéndoles así, una experiencia hiperpersonalizada.



► 1 Octubre, 2018

El Grupo NEXO reconoce a Manuel Butler, Ramón Estalella, CWT España y AEVEA

Butler, Estalella, Sueiro y Cantero reciben su retrato personalizado por su labor en el Sector

El Grupo NEXO, con motivo de la celebración del vigésimo aniversario del Periódico CONEXO, ha querido agradecer el trabajo realizado a favor del sector turístico, de congresos y de viajes de negocios por el actual director ejecutivo de la OMT, Manuel Butler Halter; el secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Tu-

rísticos (CEHAT) y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Ramón Estalella; el director general de Carlson Wagonlit Travel (CWT) en España y, Rafael Sueiro; y el presidente de AEVEA, Francisco Cantero, y su gerente, Beatriz González-Quevedo.

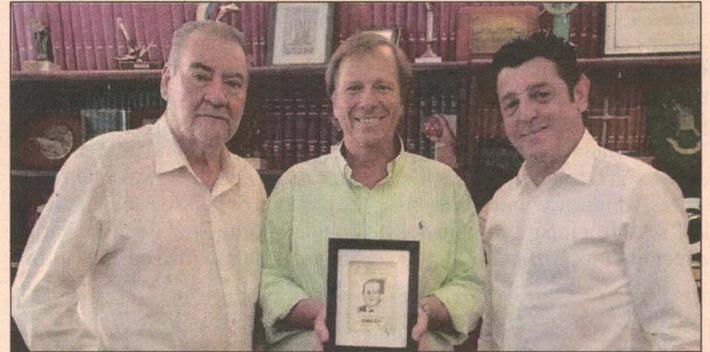
El pasado día 27 de junio, CONEXO celebró una Cena de Gala para celebrar sus 20 años y

en la que presentó su Edición Especial CONEXO 20 Años que recoge una memoria de la historia del Turismo de Reuniones en España. A la cita acudieron cerca de un centenar de profesionales del Sector MICE español, a los que se rindió un público homenaje. Butler, Estalella, Sueiro, Cantero y González-Quevedo no pudieron asistir al encuen-

tro, por lo que este mes de septiembre han acudido a las oficinas del Grupo NEXO en el centro de Madrid, donde se han reunido con el presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, y el consejero delegado, Carlos Ortiz, quienes les han entregado su retrato como protagonista del Sector y como agradecimiento a su labor.



Carlos Ortiz, Manuel Butler (OMT) y Eugenio de Quesada.



Carlos Ortiz, Ramón Estalella (CEHAT e ITH) y Eugenio de Quesada.



Carlos Ortiz y Rafael Sueiro (CWT España).



Carlos Ortiz, Beatriz González-Quevedo y Francisco Cantero (AEVEA).



Inteligencia artificial y biometría, pioneras entre las nuevas tecnologías del sector turismo



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online **[aquí](#)**



Cierra en Valencia el ciclo de jornadas ITH de seguridad digital en hoteles

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), consciente de la importancia de la transformación digital y cumpliendo con su misión como promotor de la innovación en el Sector, organiza su segundo ciclo de jornadas de seguridad digital en hoteles a ...



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje

Los asistentes virtuales y chatbots mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje, según los expertos reunidos la semana pasada en el evento "Asistentes virtuales & Chatbots, el presente del turismo", organizado por SEGITTUR y Plan...



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Valencia acogerá este miércoles 3 de octubre la última jornada del segundo ciclo sobre Seguridad Digital en Hoteles, organizado por el Instituto Tecnológico Hotelero, contando con el apoyo de la Generalitat Valenciana e Invattur.

Estas jornadas nacieron con el objetivo de ayudar a los hoteles a conocer cuáles eran las potenciales amenazas digitales que podían afectar a sus negocios, y conocer las herramientas y soluciones que pudieran ayudarles a prevenir estos ataques, y ...



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Innovación: en qué están trabajando las empresas turísticas y cómo lo hacen

Hosteltur. Jornada sobre Chatbots organizada por Segittur y Planeta Chatbot. Amadeus, NH y Room Mate exponen su ejemplo. Inteligencia artificial, blockchain, chatbots, realidad virtual y aumentada, biometría, robots, machine learning. Son sólo...



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



El ITH recibe el premio turístico Ciudad de Benidorm

El galardón fue entregado por el alcalde de Benidorm, Antonio Pérez Pérez, al vicepresidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Jesús Gatell, acompañado por el director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz. ...



PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)