

MEMORIA ANUAL 2020

NUEVAS
TECNOLOGÍAS
SOSTENIBILIDAD
OPERACIONES
HOTELERAS
INNOVACIÓN





AGRADECIMIENTO

Un año más, pero quizá este año con mayor motivo, queremos agradecer a todos los que formáis parte y colaboráis con nosotros para que podamos llevar a cabo el objetivo del Instituto Tecnológico Hotelero, que no es otro que el de acompañar al sector hotelero en su camino hacia la búsqueda de la calidad, competitividad, rentabilidad y en su compromiso con la sostenibilidad del medio que le rodea.

En un año tan complejo como ha sido este 2020 hemos aprendido muchas cosas, la más importante es que la única forma de avanzar es unidos:

Gracias a nuestros socios hoteleros por confiar en nuestra labor y dejar que os acompañemos en este camino. Gracias, gracias y más gracias, porque sin dudar habéis puesto vuestros establecimientos a disposición de quien más lo ha necesitado.

Gracias a nuestros socios proveedores, que en los peores momentos habéis sacado lo mejor de vosotros y habéis lanzado iniciativas solidarias para ayudar al sector. Una vez más nos habéis mostrado todas las soluciones tecnológicas innovadoras que han colaborado para minimizar el impacto de la crisis que ha traído consigo la Covid-19.

Gracias a los medios de comunicación, porque vosotros habéis dado voz a todas las iniciativas que se han puesto en marcha para paliar la crisis. Nos habéis informado y os habéis hecho eco de todos los proyectos que desde ITH llevamos a cabo para lograr ser un sector más productivo y eficiente. Gracias a vosotros hemos podido llegar al mayor número de personas que necesitaban información en un año de tanta confusión.

Gracias a todas las empresas privadas y colaboradores que habéis respaldado las diferentes acciones que hemos desarrollado en el Instituto Tecnológico Hotelero.

Gracias a las entidades públicas y la Administración, por tendernos la mano y apoyar la innovación y la sostenibilidad que llevan a un mayor progreso del sector a través de ITH.

Gracias a todos los miembros de la Junta Directiva que habéis ayudado al desarrollo del sector poniendo vuestro conocimiento a su servicio.

Gracias, al gran esfuerzo de todo el equipo humano de profesionales que forman parte del Instituto Tecnológico Hotelero, que han sacado lo mejor sí, que se han volcado en el sector turístico y hotelero y en su pronta recuperación con su trabajo diario.

Gracias, a todos, por demostrar que somos un sector generoso, incansable, resiliente, un sector que trabaja mano a mano, apoyándonos. Gracias por vuestra dedicación.

¡Gracias!

ÍNDICE

Saluda de Fernando Valdés, secretario de Estado de Turismo, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo	4
Saluda de Enrique Martínez, presidente de SEGITTUR	5
Saluda de José Miguel Rodríguez Fraga, alcalde de Adeje y vicepresidente de la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa	6
Sostenibilidad y medio ambiente, papel protagonista en turismo Juan Molas, presidente de ITH	8
La sostenibilidad descansa en los profesionales del sector Jesús Gatell Pàmies, vicepresidente de ITH	9
Saber convertir amenazas en oportunidades Ramón Estalella, secretario general de ITH	10
Marca la diferencia, conoce a tu cliente (gracias a la tecnología) Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH	11
Dieciséis años acercando la innovación, la tecnología y la sostenibilidad al sector hotelero	12
Áreas estratégicas ITH	15
Noticias Corporativas	17
Nuevas Tecnologías	54
Sostenibilidad	72
Operaciones	90
Innovación	114
ITH en los medios	136
Quién es quién	
Junta directiva	142
Socios colaboradores	148
Equipo CEHAT + ITH	150



FERNANDO VALDÉS

SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

El turismo ha sufrido como ningún otro sector el impacto de la pandemia de COVID-19, de una gravedad desconocida hasta la fecha. Desde los primeros momentos de la primera ola, el Gobierno ha estado dedicado a proteger el máximo tejido productivo de nuestra industria del turismo, consciente de que la principal industria de este país no podía permitirse el lujo de perder capital humano ni tejido empresarial.

El esfuerzo hecho con medidas como los ERTE, los avales del ICO, las moratorias hipotecarias o las ayudas directas dirigidas a toda la cadena de valor del turismo no son sino un ejemplo del escudo de protección desplegado por el Gobierno en apoyo de una industria que queremos que vuelva a ser, cuanto antes, la locomotora de nuestra economía.

España puede sentirse orgullosa de su sector hotelero. En la primera ola de la pandemia, más de 25 hoteles se convirtieron en hospitales y atendieron a más de 3.000 pacientes. También colaboraron instalando más de 2.000 camas en hospitales de campaña. Al sector hotelero hay que reconocerle también el ahínco con el que han adaptado sus instalaciones y servicios a las medidas de seguridad necesarias para prevenir contagios entre clientes y trabajadores. Esta Secretaría de Turismo se siente especialmente satisfecha de haber colaborado con todo el sector en la elaboración de unos protocolos que están sirviendo de base para la elaboración de un estándar ISO mundial y también europeo. Si somos líderes mundiales en competitividad turística sin duda se debe a la profesionalidad de nuestras empresas y trabajadores, a los que vamos a seguir apoyando no sólo hasta que alcancemos la recuperación, sino también en el camino hacia un modelo más sostenible, más inteligente y de mayor calidad.



ENRIQUE MARTINEZ

PRESIDENTE SEGITTUR

El año 2020 comenzó con normalidad y buenas expectativas para el turismo, sin embargo, y de manera sorpresiva, en marzo y a consecuencia de la crisis sanitaria derivada del COVID-19, el sector turístico, en general, y el hotelero, en particular, vieron como todas sus expectativas se derribaban.

2020 ha sido un año muy difícil para todos, que desearíamos que no hubiera pasado. Se han perdido muchas vidas, miles de afectados por la enfermedad, y en el aspecto económico, el sector turístico ha sufrido un tsunami.

El turismo representaba el 12,4% del PIB y generaba 2,72 millones de puestos de trabajo, el 12,9% del empleo. 2020 ha sido muy diferente, ha dejado cifras que no se veían desde hacía décadas. Para tratar de compensar esa situación, el Gobierno ha puesto en marcha una serie de actuaciones.

Se han hecho ERTes, se han dado ayudas y ahora hay que empezar a mitigar el impacto de la pandemia en el desempleo y en eso hay que hacer un esfuerzo en el sector que más ha sufrido y que merece una atención especial, por lo que supone en el PIB, por lo que supone el agradecimiento que todos le debemos al sector, que fue el que nos sacó de la crisis de 2008. Por todo eso yo soy de los que cree que el sector del turismo merece una atención especial.

Tenemos grandes campeones de la industria en España, contamos con cadenas hoteleras de primer nivel, que son líderes mundiales, dando un servicio magnífico, un conjunto de excelentes gestores, grandes profesionales, Y todo esto nunca lo hemos puesto en valor como país.

Sí lo hemos hecho en otros grandes sectores industriales, pero, ¿por qué nuestras grandes cadenas hoteleras, por ejemplo, no tienen ese reconocimiento y prestigio? Bajo mi punto de vista, porque en España nunca se ha concedido al turismo la importancia que merece como sector, y eso creo que está en nuestro Debe como país.



JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ FRAGA

ALCALDE DE **ADEJE**

VICEPRESIDENTE DE LA ALIANZA DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE SOL Y PLAYA

La pandemia nos ha mostrado la importancia del turismo como motor esencial de la economía española, de nuestro desarrollo como sociedad y como vehículo de cohesión para una convivencia basada en la triple sostenibilidad: ambiental, económica y social, que desde Adeje y la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa venimos poniendo en valor desde hace años.

En ese trabajo, el ITH nos ha aportado una profundidad y una experiencia imposible de alcanzar sin su colaboración. Porque se trata de hacer cada vez más eficiente y eficaz el trabajo de las administraciones para que, a su vez, el esfuerzo de la iniciativa privada, en este caso hotelera, vaya acorde con las necesidades reales de un sector estratégico en el presente y futuro de nuestra sociedad.

En Costa Adeje, el destino más competitivo de sol y playa de nuestro país, sabemos que el camino parte de la búsqueda del bien común y del esfuerzo colectivo. Por eso, la implicación del sector hotelero y alojativo es determinante para tirar de una cadena de valor que, a la postre, debe dejar beneficios en toda la sociedad y en la ciudadanía, no sólo en forma de empleo, sino en materia de mejores infraestructuras o servicios más modernos y eficientes. Para ello el binomio público-privado es imprescindible y, en eso, el sector hotelero siempre ha sido pionero y un eje colaborador esencial.

Sostenibilidad, digitalización, inteligencia o seguridad están conformando el modelo actual y futuro. Pero nada sería posible sin los destinos y sus infraestructuras que, entre todos, debemos proteger y mejorar para que esta industria siga siendo competitiva y generadora de riqueza.

JUNTA DIRECTIVA ↴



Juan Molas
Presidente de ITH

COHESIÓN DEL SECTOR PARA LA RECUPERACIÓN TURÍSTICA

No puedo comenzar de otra manera que no sea dando las gracias a todos los agentes que forman parte del sector turístico y que, una vez más, han sacado lo mejor de cada uno. Gracias a todos los que habéis apoyado de una forma u otra a esta industria que está atravesando un momento muy duro.

Quiero mencionar especialmente a todos los empresarios hoteleros que, sin dudar ni un momento, ofrecieron sus establecimientos a sanidad, todos los hoteles que fueron medicalizados, y a los hoteles que dieron cobijo a aquellos que trabajaban para darnos los servicios básicos durante los peores meses de pandemia. También quiero agradecer sinceramente a todos aquellos socios y colaboradores de ITH que realizaron diversas iniciativas de apoyo al sector, y a los medios de comunicación que son clave y dan visibilidad para llegar e informar de la mejor manera.

En ITH nos sentimos muy orgullosos de la gran generosidad que desprende el sector turístico. Gracias, de corazón. En un momento en el que nos obligan a una distancia social, estamos más unidos que nunca, y en parte, gracias a la tecnología.

Y es que, esta industria ha reaccionado como siempre lo hace, innovando y buscando la fórmula para dar el mejor servicio. La innovación es fundamental en un momento como el que atravesamos. Cuando las cosas cambian debemos adaptarnos.

Este 2020 ha puesto de manifiesto la relevancia de la colaboración público - privada, de forma que pueda haber una rápida recuperación de la competitividad turística de España. Sin duda, debemos invertir para restablecer este sector, que es pieza fundamental de la estabilidad económica y social de nuestro país.

Por lo tanto, será decisivo que contemos con un estudio minucioso sobre el reparto que se haga de los fondos europeos, y es importante no perder esta oportunidad para dedicarlos al talento y a la digitalización del sector turístico que cuenta ya con una gran ventaja competitiva, que no solo es el gran conocimiento que tenemos gracias a los años en los que hemos sido líderes mundiales, sino también el amplio abanico de posibilidades turísticas que posee España como destino.

LA SOSTENIBILIDAD DESCANSA EN LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

Sigo viendo mascarillas por el suelo y demasiada gente sin llevarlas. Luchas políticas sin atender las necesidades de los ciudadanos. Me pregunto si el Congreso de los Diputados representa y trabaja por y para las necesidades, en ocasiones perentorias de los ciudadanos. No quiero vivir en la “nueva normalidad”. Veo demasiada propaganda y manipulación. Demasiada irresponsabilidad, mucho egoísmo y muy poca generosidad. Demasiadas consignas: “Nadie se quede atrás”, “Saldremos más fuertes”, etc.

Afortunadamente el Turismo saldrá adelante, con fuerza, tan pronto como una vacuna y una adecuada comunicación nos permita acercarnos a nuestros clientes con generosidad, coherencia, responsabilidad y mucho amor. Ojalá sea pronto, la situación es insostenible en algunos casos. Por favor, insisto, no confundamos la propaganda con la comunicación, nos falta mucho de lo segundo y nos sobra todo de lo primero.

No nos olvidemos de que las personas van delante, somos lo primero, y en el sector turístico, eje de nuestra economía, lo tenemos muy presente. Es más, a lo largo de estos dieciséis años, en ITH hemos apostado por la formación, las personas siempre serán lo más importante. Somos personas dando servicio a otras personas. Por ello, en este año hemos lanzado ITH Academy, porque somos conocedores de la importancia de estar en continua formación para estar más preparados en nuestras carreras profesionales.

Necesitamos amor por lo que hacemos y para quién lo hacemos. Esa generosidad es lo que nos llevará y nos facilitará el camino a la recuperación, con lo que volveremos a ser el sector líder en competitividad turística a nivel mundial que siempre hemos sido.



Jesús Gatell Pàmies
Vicepresidente de ITH



Ramón Estalella
Secretario general de ITH

SUPERAR LA ADVERSIDAD A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN Y LA ADAPTACIÓN

Si algo nos ha enseñado el 2020, es a salir adelante y aprender lo importante que es armarse de valor ante una situación excepcional que, sin duda, nos ha puesto a prueba a todos.

Todo ha cambiado mucho este último año debido a la COVID-19, así se bautizó el virus que nos ha obligado a repensar el mundo que conocíamos. Durante este año, todos hemos tenido que aprender a ser resilientes. La Real Academia de la Lengua Española define la resiliencia como “la capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos”. La resiliencia es la capacidad para superar la adversidad, pero no solo eso, también la habilidad de soportar situaciones límite, de flexibilidad y de saber transformar esas situaciones en desafíos de los que salir aún más reforzados.

España posee una ventaja competitiva que deberá aprovechar de cara a la recuperación del sector turístico, pero no debe quedarse ahí, sino que debemos apostar por la formación y la digitalización para seguir buscando la diferencia y ofrecer valor añadido. Tenemos que generar de nuevo una marca fuerte y diferenciada.

En los últimos años, la automatización de procesos, la tecnología y las comunicaciones han evolucionado significativamente y han demostrado que están aquí para quedarse. Además, si hacemos un buen uso de estos, pueden facilitarnos el día a día. Ante una pandemia mundial, las innovaciones tecnológicas se han convertido en un buen aliado y han ayudado a muchos sectores a reinventarse.

Desde ITH, como siempre, creemos que la innovación es la única forma de adaptarnos a las nuevas necesidades de los clientes, y por ello, hemos buscado la fórmula que mejor se adapte a cada caso, y así tender la mano a todo el sector en cada una de las diferentes necesidades que se han creado. 2020 nos lo ha dejado claro: adaptarse, renovarse, innovar...o morir.



Álvaro Carrillo de Albornoz
Director general de ITH

SOLUCIONES INNOVADORAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO

Uno de los sectores más perjudicados por la pandemia del coronavirus es el sector turístico, que en este escenario opta por la digitalización para reinventar uno de los pilares fundamentales de la economía española. El sector, como hasta ahora, sigue dando preferencia al trato humano, sin embargo, ante esta situación excepcional ha optado por implementar la tecnología necesaria para aportar un servicio de calidad minimizando el riesgo al contagio.

La seguridad sanitaria se ha convertido en los establecimientos hoteleros en un servicio básico para que el cliente se sienta tranquilo y evitar riesgos. Sin embargo, no solo hay que velar por la seguridad de los huéspedes, sino que además hay que saber comunicarlo para transmitir esa sensación de confianza, y conseguir que los clientes tengan la percepción y certeza de que durante la estancia en tu hotel estarán protegidos. Por lo tanto, ha sido importante estar al pie del cañón para ofrecer el mejor servicio adaptado a la situación. Las soluciones tecnológicas ya existentes o las creadas a raíz de esta pandemia, han demostrado su eficacia para facilitar que el sector pueda ofrecer sus productos y servicios adecuadamente.

Por otra parte, los daños causados por la pandemia en el tejido turístico representan un riesgo significativo para toda la economía debido al efecto arrastre de esta industria sobre otros sectores en España. Por ello, cabe destacar que el turismo tiene la necesidad imperiosa de contar con medidas concretas y ayudas para su recuperación, y vemos una oportunidad irremplazable de reactivación del sector en los fondos destinados al Plan Europeo de Recuperación, también llamados ayudas Next Generation EU. De esta manera, se podría conseguir facilitar la digitalización del sector y con ello, ser más competitivos para continuar siendo referentes y líderes.

DIECISÉIS AÑOS ACERCANDO LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA Y LA SOSTENIBILIDAD AL SECTOR HOTELERO

ITH es un centro de innovación y conocimiento para el sector hotelero que tiene como objetivo hacer más competitivo, rentable y sostenible el sector mediante la incorporación de innovación y tecnología.

Fundada en 2004, ITH es una asociación privada sin ánimo de lucro, con sede en Madrid y de ámbito nacional; adscrita a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

¿QUÉ HACE ITH?

- **Promueve la innovación** en el sector para aumentar su competitividad.
- **Realiza proyectos innovadores** para introducir la tecnología en el sector
- **Comunica**, ofreciendo visibilidad y notoriedad a las iniciativas de sus socios.
- **Conecta a sus socios** con potenciales colaboradores.
- **Divulga conocimiento e información** sobre el sector a través de jornadas, informes, etc...

ÁREAS ESTRATÉGICAS

EN 2020:



**NUEVAS
TECNOLOGÍAS**

9

EVENTOS Y WEBINARS

4

PROYECTOS



**SOSTENIBILIDAD
Y EFICIENCIA
ENERGÉTICA**

5

EVENTOS Y WEBINARS

8

PROYECTOS



OPERACIONES

8

EVENTOS Y WEBINARS

4

PROYECTOS



INNOVACIÓN

9

EVENTOS Y WEBINARS

10

PROYECTOS

PROYECTOS INTERNACIONALES

HITEC: Se trata del espacio de conferencias y exposiciones de tecnología hotelera más antigua del mundo. El evento ofrece a los asistentes educación esencial, y acceso para poder escuchar a los expertos de la industria.

Next Tourism Generation Alliance (NTG): NTG es la primera alianza europea para mejorar la relación de colaboración productiva entre la educación y el sector. El objetivo es buscar la brecha entre las habilidades requeridas por el sector y la oferta formativa que ofrecen las entidades educativas. La Alianza NTG proporcionará a los empleados, empleadores, empresarios, docentes, formadores y estudiantes un conjunto de módulos en habilidades digitales, ecológicas y sociales.

BID. Caribbean Industrial Research Institute (CARIRI), El objetivo es la realización de auditorías tecnológicas y servicio de consultoría en empresas turísticas del Caribe, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

GRANDES PROYECTOS NACIONALES

Thinktur: ITH forma parte como referente sectorial en Innovación y Nuevas Tecnologías a nivel nacional en el lanzamiento de la Plataforma Tecnológica del Turismo financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. ITH coordina los grupos de trabajo de Thinktur.

La Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa: ITH gestiona la secretaría técnica de AMT. Esta alianza es una entidad nacional compuesta por 8 municipios turísticos pioneros en el segmento de sol y playa, que son Adeje, Arona, Benidorm, Calvià, Lloret de Mar, Salou, San Bartolomé de Tirajana y Torremolinos. Entre sus objetivos podemos destacar: la promoción y desarrollo de nuevos conocimientos orientados a los destinos; fomentar la investigación y el uso de nuevas tecnologías; desarrollar proyectos comunes para captar fondos supramunicipales; promover la cooperación entre las administraciones, empresas y agentes del sector; posibilitar la integración en entes similares de ámbito nacional e internacional; potenciar estrategias colectivas para aumentar la competitividad; y, desarrollar sinergias y estrategias conjuntas de innovación urbana.



Asesoría personalizada en la compra de energía. Proyecto dirigido a incentivar una reducción significativa de la factura de compra de electricidad y gas en los hoteles españoles. El objetivo es ofrecer servicios y soluciones personalizadas para la optimización del consumo y gasto energético de los hoteles, a través de un software de gestión energética innovador, con tecnologías Big Data Analytics, Machine Learning, Data Mining y redes neuronales, que almacena y actualiza diariamente una enorme cantidad de datos, capaz de gestionar una gran cantidad de suministro, detectando las mejores ofertas de los mercados de la energía, el momento adecuado de la compra, predicción del mercado eléctrico a medio y largo plazo, control de las facturas de electricidad y gas, entre otros servicios, convirtiéndose en un apoyo vital en la decisión de las estrategias a seguir para la obtención de los mejores resultados.

“Modelo ITH de Sostenibilidad Turística y Planes de Mejora – Programa ITHSaveHotel”, financiado por la Secretaría de Estado de Turismo, el objetivo es que los hoteles puedan conocer los puntos más relevantes a la hora de trabajar hacia la sostenibilidad, e incluye variables de eficiencia energética, uso del agua, gestión de residuos, sistemas de envolvente térmica, accesibilidad, política y RSC, etc. A través del programa ITHSaveHotel, se ofrece a todos los hoteles una asesoría técnica y energética integral, en la que podrá contar con una auditoría gratuita de sus instalaciones, que a su vez incluye un plan de mejora energética de su edificio en el que se valorarán las actuaciones necesarias. Dichas actuaciones se priorizarán en función del volumen de inversión y los períodos de amortización correspondientes.

MÁS DE
17 €
MILLONES

DESTINADOS A
PROMOVER LA
**INNOVACIÓN
TURÍSTICA EN
ESPAÑA**

CHECK LIST: MEDIDAS PARA LA REDUCCIÓN DE RIESGOS HIGIÉNICO-SANITARIOS PARA HOTELES FRENTE AL COVID-19 (FASE 1, 2, 3 Y POR CCAA).

Guía que aúna las normas higiénico-sanitarias que ayudan a la reapertura de los hoteles. ITH y CEHAT realizan la checklist, incluyendo la fase 1, 2 y 3 y por CCAA de desescalada para los alojamientos turísticos, en base a las órdenes ministeriales SND/458/2020, de 30 de mayo, SND/414/2020 de 16 de mayo y SND/399/2020 del 9 de mayo del 2020 del Ministerio de Sanidad; a la guía “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARSCoV-2”, publicada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y elaborada por el ICTE a petición de la Secretaría de Estado de Turismo; y la elaborada por HOSBEC “Guía HOSBEC para la reapertura post Covid-19 en alojamientos turísticos”.

FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES:

A nivel internacional ITH está presente en Ferias como Hotelga en Argentina. Se han puesto en marcha colaboraciones con entidades turísticas en Chile, Colombia y Argentina, con el propósito de establecer sinergias, transferencia de conocimiento y tecnología, y cooperación empresarial entre los países. A nivel nacional son numerosas las Ferias en las que ITH está presente, entre ellas, cabe destacar FiturtechY, que ITH organiza desde hace 14 años, en colaboración con FITUR, el foro de referencia en materia de innovación, sostenibilidad y tecnología aplicada al turismo.

ITH EN LA RED



www.ithotelero.com



instituto-tecnologico-hotelero



ithotelero



institutotecnologicohotelero



institutotecnologicohotelero



ithotelero

ÁREAS ESTRATÉGICAS

NUEVAS TECNOLOGÍAS

4 PROYECTOS

proyectos, concluidos o en ejecución sobre blockchain, diseño de herramienta de autodiagnóstico, geolocalización, conectividad, medición del grado de digitalización de los hoteles en España, medición de la reputación online hotelera y la satisfacción del cliente, oferta complementaria y análisis de hábitos de consumo del viajero tecnológico, marketing turístico, email marketing, uso de las redes sociales para la gestión hotelera, integración de nuevas tecnologías a través de un prototipo de habitación de hotel conectada, sostenible y eficiente, etc.



SOSTENIBILIDAD

8 PROYECTOS

realizados mediante la implantación de soluciones tecnológicas dirigidas al ahorro de energía y puesta en marcha de herramientas y proyectos piloto que sirven de apoyo al hotelero para planificar dichas inversiones, tanto en el ámbito de la gestión energética como en el área de la sostenibilidad y la economía circular.



OPERACIONES

4 PROYECTOS

concluidos o en desarrollo sobre robotización de procesos, modelos predictivos a través de inteligencia artificial, gestión especializada de instalaciones y servicios, monitorización y control de consumos, atención al cliente, gestión operativa, restauración, nuevos modelos de gestión, normalización, optimización de procesos de limpieza y mantenimiento, etc.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL



COMERCIALIZACIÓN



MARKETING



ESPACIOS INTELIGENTES



DISTRIBUCIÓN



GESTIÓN DE ACTIVOS



PROCESOS



ESTRATEGIA

INNOVACIÓN

10 PROYECTOS

ejecutados o en desarrollo sobre la transformación digital del sector hotelero, la gestión de la innovación, la puesta en marcha de destinos turísticos inteligentes, la inteligencia turística, el desarrollo de nuevos productos y servicios innovadores, la ciberseguridad, la innovación abierta y colaborativa, y la promoción del emprendimiento, etc.



I+D+i



EMPRENDIMIENTO



INTELIGENCIA TURÍSTICA

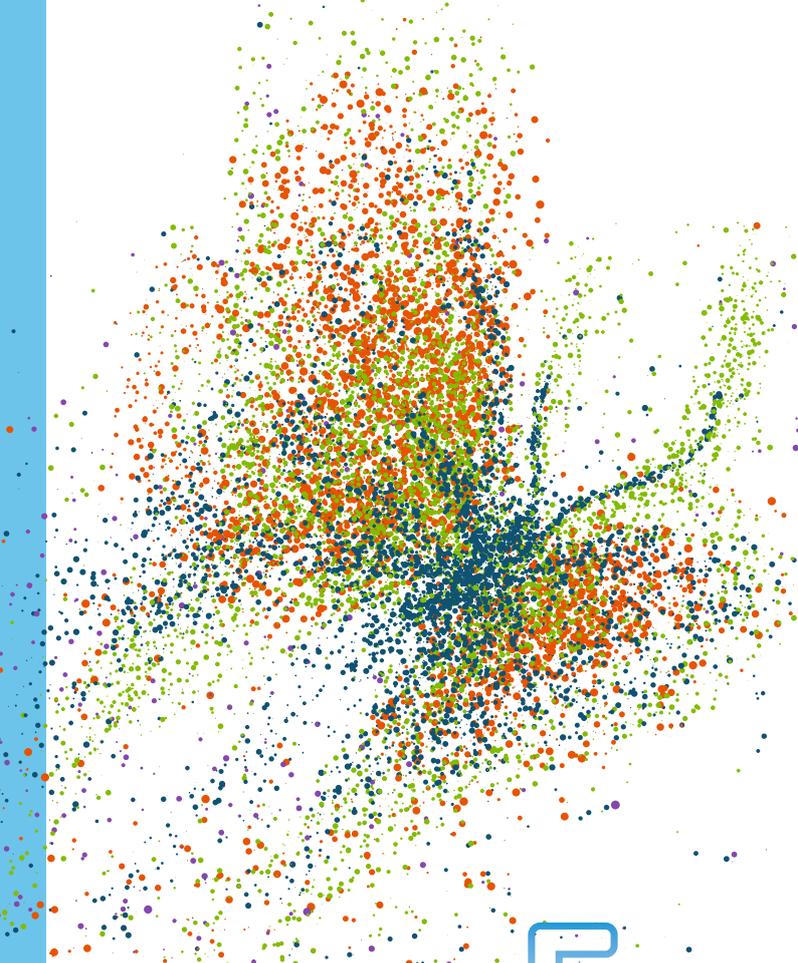


FORMACIÓN



NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

NOTICIAS CORPORATIVAS ¹



“EL EFECTO MARIPOSA: TRANSFORMACIÓN”

EJE DE FITURTECHY 2020

De la mano de FITUR, organizamos la sección especializada en tecnología e innovación para el sector turístico, FITURTECHY, que celebró su última edición del 22 al 24 de enero, en el Pabellón 10 de FITUR.

FITURTECHY, la sección de FITUR especializada en tecnología e innovación para el sector turístico se inspiró en esta última edición en el antiguo proverbio chino que dice: “El leve aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo”; una visión holística en la que todos los sucesos están relacionados entre sí, para hacer alusión al “todo está conectado”. De esta forma, cualquier ínfimo acontecimiento, como el aleteo de una mariposa, sucedido en un momento dado puede alterar a largo plazo una sucesión de hechos de considerable dimensión.

Con este argumento “causa – efecto”, el espacio de FITURTECHY que organizamos desde ITH, y que ocu-

pa una superficie de 2.000 m² en el pabellón 10 de FITUR, se centró en cómo la innovación y la aplicación de la tecnología adecuada en el sector turístico pueden representar grandes cambios: desde ofrecer una gran diferenciación en el servicio

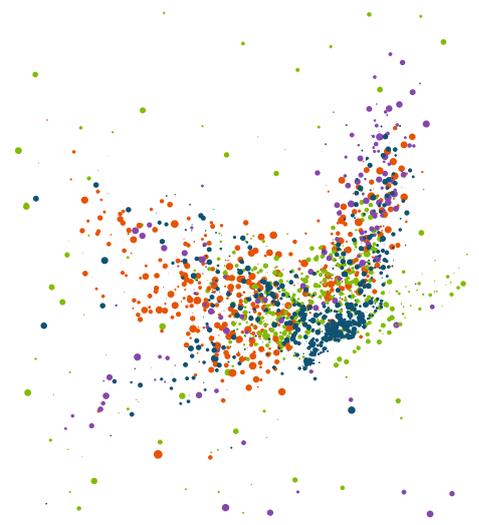
“El leve aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo”

que se presta al cliente, hasta llevar a una mayor eficiencia energética de los recursos, con la consiguiente mejora en el cuidado del medio ambiente y, en definitiva, en la preservación del futuro de nuestro planeta.

La banca cooperativa Cajamar con su presencia en FITURTECHY mostró su apoyo a uno de los sectores industriales estratégicos de nuestro país, como es el turístico, en su apuesta por la innovación, la sostenibilidad y la calidad, así como a las compañías de viajes, grupos y empresas del sector hotelero y de servicios para contribuir a facilitarles el desarrollo de su actividad y sus proyectos de expansión internacional.

#techYhotel

Como cada año, el hotel del futuro ocupó buena parte del contenido de FITURTECHY, en el marco del espacio #techYhotel destinado a que los asistentes puedan ver y experimentar el uso e implementación de



nuevas tecnologías y herramientas innovadoras en el entorno de un hotel. #TechYhotel no dejó de sorprendernos aunando las propuestas más innovadoras.

Se trata del showroom en el que ITH mostró junto a más de 20 empresas las últimas innovaciones centradas en sector hotelero. Todas estas empresas presentaron en este espacio las soluciones que probablemente veamos en los hoteles en un futuro cercano.

A lo largo del primer día, visitaron el hotel del futuro el ministro de Turismo y Cultura de Perú, y Kike Sarasola, presidente de RoomMate. En la segunda jornada, el ministro de Ciencia e Innovación, Pedro Duque, visitó #techYhotel y todo el espacio FITURTECHY, poniéndose de todas las novedades del sector hotelero. En la última jornada, Martín Barreiro, meteorólogo y físico, pre-

sentador de las ediciones del tiempo de fin de semana, en La 1 y el 24 horas de Radio Televisión Española, aprovechó para visitar este espacio.

Las empresas que participaron en esta edición son: Broomx, Cerium, DeFinlandia, Chapp Solutions, Chargy, Cleanity, CM Creare, Easygo-band, Grupo ADD, Halton, Hotelspeaker, HP, Littium, Mews Systems, Morph, Pikolin Grupo, Porcelanosa Grupo, PressReader, Resuinsa, Roca, Schneider Electric, Signify, Veltia, Vodafone Business, Zennio, Huawei y Kaudex.

Vodafone desplegó la red 5G en la totalidad de las instalaciones de Feria de Madrid, la cual reforzó en todo el espacio de FITURTECHY.

Un año más, FITURTECHY contó además con sus cuatro foros que enmarcan el espacio.

#TechYnegocio

El foro #techYnegocio, patrocinado por Vodafone Business, constituye el espacio más grande dentro de FITURTECHY, donde las diversas temáticas, tanto turísticas como tecnológicas, atraen a multitud de stakeholders. En los tres días de conferencias y mesas de debate, los agentes referentes del sector en materia de innovación tecnológica presentaron un contenido formador e inspirador que tiene implantación directa en la industria turística.

En la búsqueda de cómo mejorar la experiencia de cliente, se analizó la estrategia basada en la inteligencia de los datos y el neuromarketing. Los elementos en los que tenemos que enfocarnos son el producto, su diseño y su venta. Teniendo en cuenta los cambios en las necesidades del cliente, la tecnología nos



permite personalizar sus experiencias y cómo las ponemos a su disposición.

#TechYdestino

El foro dedicado a la Tecnología y el Destino es el lugar de referencia para conocer las mejores experiencias de transformación innovadora en destinos, basándose en tres aspectos claves: Smart product, gestión del territorio y marketing y promoción.

El aleteo de una mariposa que provoca un huracán en el otro lado del mundo es el perfecto símil que explica cómo nuevos comportamientos asimilados por el turista, la incorporación de nuevas tecnologías e incipientes herramientas innovadoras pueden llegar a determinar la

reconfiguración de un destino turístico a través de su transformación y adaptación al nuevo sistema turístico que emerge.

En opinión de Christian Boutin, Director General de Amadeus en España y Portugal y vicepresidente del segmento de Agencias Retail en Europa Occidental, patrocinadores de este foro, «estar presente un año más en FITUR, y hacerlo en FITURTECHY, una de sus secciones más activas y dinámicas, es siempre para Amadeus una ocasión especial, por varias razones. La primera, porque nos permite proyectar nuestra marca en una de las ferias internacionales de referencia en materia de turismo y viajes, que cada año atrae a un mayor número de visitantes. La segunda, porque nos posibilita mostrar nuestros nuevos proyectos

para que nuestros clientes puedan anticiparse al futuro en su camino hacia la plena transformación digital. Y, la tercera, porque muestra el compromiso de Amadeus con la innovación, un capítulo al que cada año dedica más de dos millones de euros en inversiones. FITURTECHY, además, nos permite estrechar lazos con nuestros clientes y amigos y reforzar la cercanía de nuestra marca con ellos, que es algo igualmente fundamental para Amadeus».

#TechYfuturo

#TechYfuturo, un espacio en el que se habla de los retos y tendencias en innovación y sobre la tecnología que impacta al turismo, apoyado en inteligencia artificial, robótica, automatización, desarrollo del transporte y la digitalización del comercio.



Siguiendo el ejemplo del proverbio chino del efecto mariposa, el desarrollo de una determinada tecnología que se puede estar gestando hoy puede cambiar el futuro de nuestro planeta tal y como lo conocemos.

Este espacio patrocinado por segundo año consecutivo por Mastercard, para quien supone una oportunidad para poder debatir y mostrar cómo gestionar recursos de manera más eficiente con el objetivo de contribuir a un turismo inteligente, más rentable y sostenible y que impacte de forma muy positiva a la economía local.

#TechYsostenibilidad

El foro #techYsostenibilidad, patrocinado por la Organización

Mundial del Turismo (OMT), a través del Departamento de Miembros Afiliados- responsable de la relación con el sector privado del turismo.

El planteamiento de este año 2020 giraba en torno a cómo los pequeños movimientos en pro de la sostenibilidad en los distintos puntos del mundo están dando lugar a una transformación mundial en el pensamiento global de la gente, que a su vez se traslada, con cada vez mayor fuerza, a los distintos integrantes del sector turístico, alojamientos, destinos, transportes, etc, para adoptar nuevas pautas de actuación para instaurar el concepto sostenible y la Economía Circular en el desarrollo de la actividad turística.

FITUR 2020

Organizada por IFEMA, FITUR 2020 se celebró el pasado 22 al 26 de enero en Feria de Madrid. Este gran punto de encuentro global para los profesionales del turismo, líder en el panorama mundial de esta industria, contó con una de sus ediciones más completas y en la que la sostenibilidad, la tecnología y la especialización, tuvieron un marcado protagonismo. Todo ello en el marco de celebración de su 40 Aniversario, una especial ocasión cuya celebración puso el broche de oro a toda una serie de iniciativas y que tuvieron como objetivo dar continuidad a la exitosa y ascendente trayectoria de FITUR. En la pasada edición de 2019, FITUR congregó a más de 253.000 asistentes.

IFEMA E ITH RENUEVAN SU COLABORACIÓN PARA LA PRÓXIMA EDICIÓN DE FITUR

IFEMA y el Instituto Tecnológico Hotelero continúan estrechando relaciones para la creación de espacios de innovación, tecnología y conocimiento para el sector turístico en el marco de la próxima Feria Internacional de Turismo, FITUR, que se celebrará del 19 al 23 de mayo de 2021, en Feria de Madrid.

Se trata del acuerdo de colaboración para la organización de la sección especializada FITURTECHY, la marca de referencia en materia de tecnología y sistemas de gestión para el desarrollo de la industria hostelera y turística que, como cada año, mostrará en FITUR algunas de las innovaciones que están transformando el sector, y las tendencias de futuro que se abren paso con fuerza y prometen cambiar la forma en la que concebimos el turismo.

“El papel dinamizador de FITUR, especialmente en esta edición crítica para la recuperación de la industria turística, se refuerza claramente con estas alianzas”

La firma del documento tuvo lugar el miércoles 28 de octubre en un acto que contó con la presencia del director general de IFEMA, Eduardo López-Puertas; el presidente de ITH, Juan Molas; el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz y la directora de FITUR, María Valcarce.

El acuerdo contempla, entre otras acciones, la organización de un programa de jornadas que, bajo el paraguas de FITURTECHY, se articula en cuatro áreas especializadas: Negocio, Sostenibilidad, Destinos y Futuro. FITURTECHY albergará además un área expositiva, denominada #techYhotel, que dará cabida a algunas de las principales innovaciones en materia de equipamiento y tecnología para hoteles.



Para IFEMA, según señaló su Director General, “El papel dinamizador de FITUR, especialmente en esta edición crítica para la recuperación de la industria turística, se refuerza claramente con estas alianzas que permiten sumar la experiencia y la especialización de reconocidas entidades como ITH, para ofrecer a nuestros expositores y visitantes contenidos innovadores y de conocimiento esenciales para impulsar la actividad turística”.

Por su parte, el presidente de ITH, destacó que “para ITH es de gran agrado dar continuidad a esta colaboración tan propicia y productiva. La coyuntura actual es un enorme reto para el sector, y la apuesta que IFEMA realiza, supone un reconocimiento a la labor que llevamos a cabo desde ITH, con el apoyo de CEHAT. Gracias a esta cooperación, FITURTECHY sigue siendo el evento de referencia, que está a la vanguardia en lo que a tecnología, innovación y sostenibilidad aplicada al sector turístico se refiere, y que tiene una visión clara de contribuir a mejorar la competitividad de las empresas vinculadas a la industria hotelera y turística y los desafíos que esto supone”.



ARGENTINA ES EL PRIMER PAÍS EN PONER EN MARCHA LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO



Firma del acuerdo de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

En el marco de FITURTECHY, se realizó la firma del acta complementaria específica al convenio marco de colaboración entre el Instituto Tecnológico Hotelero y la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina, para la creación de un Instituto Tecnológico en Argentina.

Cumpliendo con los objetivos del mencionado Convenio, FEHGRA e ITH se comprometieron a poner en marcha el Instituto Tecnológico Hotelero de Argentina en 2020. La mesa la precedió Yanina Martínez, secretaria de Turismo de Argentina; Gabrie-

la Fresno, presidenta de FEHGRA; Juan Molas, presidente de ITH; y el vicepresidente de FEHGRA, Fernando Desbots.

Al ver la gran labor que ITH realiza en el sector turístico, y en concreto el hotelero, FEHGRA quiso replicar su modelo en Argentina. Ante una situación global de presión competitiva (cambios en los hábitos y preferencias de la demanda, nuevos canales de comercialización, nuevos destinos competidores, etc.), y continuos





cambios y avances de sectores transversales mucho más innovadores y tecnológicamente evolucionados, Argentina optó por firmar el acuerdo para que cubra las necesidades específicas planteadas por el sector y adaptar los desarrollos innovadores a modelos de gestión hotelera igualmente innovadores, eficientes y competitivos.

Gabriela Fresno destacó que: «esto va a ser un salto de calidad al sector». Con esta alianza estratégica pretenden ayudar al empresario en su día a día y llevarles todos los avances tecnológicos para un mayor beneficio. El proyecto se basa en 4 fases: Análisis diagnóstico, Plan

Estratégico, Equipo Humano y Formación, y, Soporte a la implantación.

Siguiendo la filosofía de trabajo de ITH, Yanina Martínez afirmaba que la innovación tecnológica es «hacia donde el mundo se dirige». Por ello, es un movimiento clave para el cambio turístico. No solo depender del turismo de sol y playa, sino también de los otros modelos de manera innovadora, competitiva y eficiente.

ISABEL OLIVER, SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO, INAUGURA LA ASAMBLEA ANUAL DE ITH

La Asamblea Anual de ITH se celebró por primera vez online, reuniendo a sus asociados, profesionales del sector turístico y representantes del ámbito público.

La apertura del evento estuvo a cargo de Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, quién afirmaba que: “Estamos ya en la recta final del proceso de desescalada tras varios meses de confinamiento y de serias restricciones de movilidad que han afectado sobremanera al turismo. Durante este tiempo de incertidumbre hemos trabajado mucho, con seriedad y rigor, para preparar la vuelta segura del turismo mediante protocolos específicos para toda la cadena de valor turística. Y ahora ya podemos decir que estamos preparados para la inminente llegada de visitantes internacionales, para ofrecer seguridad y confianza”. Oliver estuvo acompañada en la inauguración por Jorge Marichal, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos; y por el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas.

“El turismo siempre ha sido el elemento tractor que ha dinamizado la economía. Las dificultades de los últimos meses nos han sobrepasado, pero estamos consiguiendo dejar esta etapa atrás y ahora tenemos por delante un futuro prometedor por el que debemos seguir trabajando. Ha llegado, por tanto, la hora del turismo. Es el momento de dar certezas y de que el Gobierno ponga sobre la mesa un paquete de medidas para el sector que llevamos meses planteando y que no acaba de llegar, como el aplazamiento de los ERTE por fuerza mayor, los ERTE flexibles, los periodos de carencia automática en las bajas de capital de las operaciones financieras, una línea de avales, etc. Y también ayudas para que los españoles puedan disfrutar de sus vacaciones, como desgravaciones fiscales o una bajada de impuestos”, afirmaba en su intervención Jorge Marichal.

En el encuentro, Juan Molas, presidente de ITH, expuso a los espectadores el presente y futuro del sector turístico tras la pandemia. El presidente quiso agradecer a todos los asistentes de forma virtual su asistencia, y la participación de Isabel Oliver y Jorge Marichal en la misma. «No estamos atravesando un momento fácil, vamos a tener unos próximos meses muy complicados, pero eso no quita para que ITH siga trabajando de forma muy intensa para aportar al sector turístico, en general, y al hotelero, en particular, todas aquellas ayudas, medidas y facultades que el sector requiere en este momento difícil, tal y como venía haciendo», expuso Molas.

El presidente de ITH destacó una buena noticia: «Estamos en un momento muy complicado, pero cada día que pasa se ve menos complicado, ayer en ITH Innovation



Virtual Summit tuvimos alguna luz de esperanza de los participantes, nos mandaron mensajes de ánimo y nos dieron cifras de que en los últimos días están mejorando las cosas sustancialmente», añadió.

Posteriormente, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, intervino para contar las iniciativas y proyectos en los que ha participado el Instituto Tecnológico Hotelero en el último año.

El director general aprovechaba la coyuntura para presentar la Memoria Anual de ITH 2019 donde están recogidas todas las actividades y proyectos en los que está involucrado ITH. Tanto el presidente de CEHAT, Jorge Marichal, como el presidente de ITH, Juan Molas, quisieron invitar a su lectura a través de un video en el que resumieron lo más destacado del documento: Información detallada de eventos, proyectos, así como un reportaje sobre la celebración del XV Aniversario del Instituto Tecnológico Hotelero, que congregó a personalidades del ámbito hotelero, político y empresarial.

En la celebración de la Asamblea Anual, pudimos disfrutar de una ponencia inspiracional a cargo de Andy Stalman, Cofundador y CEO de TOTEM Branding. Stalman nos aseguraba que «invertir en marca siempre es rentable», y continuaba diciendo que: «si solo nos concentramos en el hoy nos perderemos el mañana. Y aunque muchos necesitan sobrevivir hoy, los clientes seguirán queriendo viajar y vivir experiencias inolvidables. Y solo la limpieza y la seguridad no proporcionan eso. Así que bienvenidas las medidas de cuidado y protección, pero no olviden que un hotel es un lugar de escape, de sueños, de deseos, de relax, de encuentro, de disfrute, de celebración. Un espacio con alma, que cuando conecta con un cliente, el cliente ya está atesorando esa experiencia positiva y deseando volver. Toca volver a levantarse; mejores que antes».

El vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, clausuró el evento agradeciendo el esfuerzo del equipo humano del Instituto y destacado hasta dónde ha llegado ITH en estos 15 años. Gatell concluyó recordándonos que: «la tecnología es importante, pero sin personas no vale para nada».

ITH RECOPILA DIVERSAS INICIATIVAS PARA **APOYAR AL SECTOR HOTELERO** FRENTE A LA **COVID-19**

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

Es por ello que el Instituto Tecnológico Hotelero, sabiendo el momento que atraviesa el sector, se ha puesto una vez más a su disposición. En la web se ha creado un espacio destacado con todas las iniciativas de los socios para hacer frente a las repercusiones de la COVID-19.

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

“Conocedores de la importancia de formarse para salir más preparados en nuestras carreras profesionales, desde ITH hemos lanzado una nueva web para ITH Academy (www.ithacademy.org), con cursos muy interesantes para quien quiera estar a la vanguardia del sector. La nueva web es mucho más intuitiva y se puede



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

encontrar toda la información sobre cada uno de los cursos y masters de los que disponemos” concluía Carrillo de Albornoz

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

Son muchas las iniciativas que se han compartido en ITH:

En **Appark.me** han ofrecido a 100 hoteles la posibilidad de disfrutar, sin ningún coste, de un sistema que permitiese el uso, a distancia y sin contacto, de su aparcamiento para usuarios externos que debían dejar su vehículo para ir a trabajar a un lugar cercano.

Resuinsa también trasladó las recomendaciones de lavado de los textiles de hostelería y elaboró la Guía de

buenas prácticas con las medidas de obligado cumplimiento en sus instalaciones para evitar contaminaciones cruzadas. Además, donó más de 11.000 prendas para equipar el Hospital de campaña de La Fe en su lucha contra la COVID-19 y colaboró en la producción de 60.000 mascarillas que fueron repartidas entre centros de salud, residencias y otras entidades de la comarca del Canal de Navarrés.

Vodafone y **Mediterránea** colaboraron donando méns a colectivos vulnerables durante la pandemia.

No solo eso, **Mabrian Technologies** puso a disposición de todas aquellas entidades o empresas que lo solicitaran, un servicio gratuito de suscripción a su plataforma de Inteligencia Turística que permite monitorizar el efecto de la crisis desde diferentes perspectivas y en tiempo real: impacto en menciones turísticas relacionadas con la pandemia, evolución del Índice de Seguridad Percibida con los destinos, evolución de programación aérea y evolución de precios hoteleros y de vuelos.

PressReader, por su parte, ofreció acceso gratuito e ilimitado a su plataforma a todas aquellas propiedades que se ofrecieron amablemente como voluntarias para convertirse en áreas de contención de países en cuarentena.

Otra iniciativa interesante fue la de la App **BR Bars & Restaurants** que activó el Plan #HosteleríaEnCasa potenciando el servicio de Delivery.

La startup **NIVIMU**, especializada en la gestión digital de los RRHH del sector de la hotelería, con el primer software español COVID free, en solidaridad con el sector ofreció el uso de su herramienta con carácter gratuito durante el año 2020.

La empresa valenciana **Cerium Tecnologías** ofreció su contrastada experiencia a todos los hoteles, sean o no clientes de Cerium, y pusieron a su disposición un servicio gratuito de consultoría, el cual está abierto para todo aquel que lo necesite.

Desde **Roth**, conscientes de la gravedad de la crisis y las dificultades que el sector hotelero está sufriendo, quisieron contribuir a la mejora de esta situación con esta promoción especial para los establecimientos miembros del Instituto Tecnológico Hotelero. Dicha promoción consiste en un precio especial para la adquisición de los contenedores PEAD Service Box, de fabricación nacional, con certificación para almacenar y transportar sustancias peligrosas sólidas. Es la solución perfecta para la gestión, almacenamiento y transporte de los EPIs usados (guantes, mascarillas, etc.).

El **Instituto de Empredimiento Avanzado, HotelsDot** y el ITH también pusieron en marcha una iniciativa formativa, con el objetivo de proporcionar a los participantes los conocimientos básicos para planificar diseñar y aplicar el Revenue Management en el contexto actual. Es por ello que animamos a los hoteleros a que continúen formándose y para ello les ofrecimos la posibilidad de matricularse en nuestro Curso Online de Revenue Management Profesional con un coste mínimo de inscripción que supuso un 90% de descuento sobre la tarifa oficial. También, **Noray**, en ITH Academy dejó su formación online 100% gratuita: “Cómo trabajar con un PMS: Noray Htl”

También se llevaron a cabo distintos webinars desde ITH e ITH Academy, por ejemplo, sobre las medidas y ajustes en suministros energéticos de la mano de **Exclusivas Energéticas**, o sobre buenas prácticas contra el COVID-19 en los hoteles de la mano de **EISI SOFT**. El de

“Seguridad post-Covid-19: la transformación digital en el área F&B” con el objetivo de exponer la necesidad y la importancia de la tecnología y los beneficios de la digitalización dentro del sector hotelero como medida de seguridad y rentabilización del sector para superar la crisis del Coronavirus, junto a **BR Bars & Restaurants**.

El establecimiento madrileño **Jardines de Sabatini** se movilizó con

celeridad para cubrir las necesidades de alojamiento de viajeros en tránsito, personal de infraestructuras y otros afectados por la crisis del coronavirus COVID-19.

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

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

“es un gran reto, pero debemos estar unidos y remar todos en un mismo sentido, porque sabemos que las personas están deseando disfrutar de su tiempo y el turismo se recuperará”

CEHAT E ITH FACILITAN LA **CHECKLIST DEL PROTOCOLO** PARA LA REAPERTURA DEL SECTOR HOTELERO

ITH, de la mano de CEHAT, trabaja con el respaldo de todas las Asociaciones hoteleras autonómicas y locales, además de importantes cadenas hoteleras, en el marco de la iniciativa coordinada por el Instituto de Calidad Turística (ICTE), que se está realizando en coordinación con la Secretaría de Estado de Turismo.

ITH, de la mano de CEHAT, puso a disposición la checklist con las pautas concretas para el sector alojativo. El documento está elaborado por CEHAT - ITH en base a las órdenes ministeriales SND/458/2020, de 30 de mayo, SND/414/2020 de 16 de mayo y SND/399/2020 del 9 de mayo del 2020 del Ministerio de Sanidad; a la guía “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARSCoV-2”, publicada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y elaborada por el ICTE a petición de la Secretaría de Estado de Turismo; y la elaborada por HOSBEC “Guía HOSBEC para la reapertura post COVID-19 en alojamientos turísticos”.

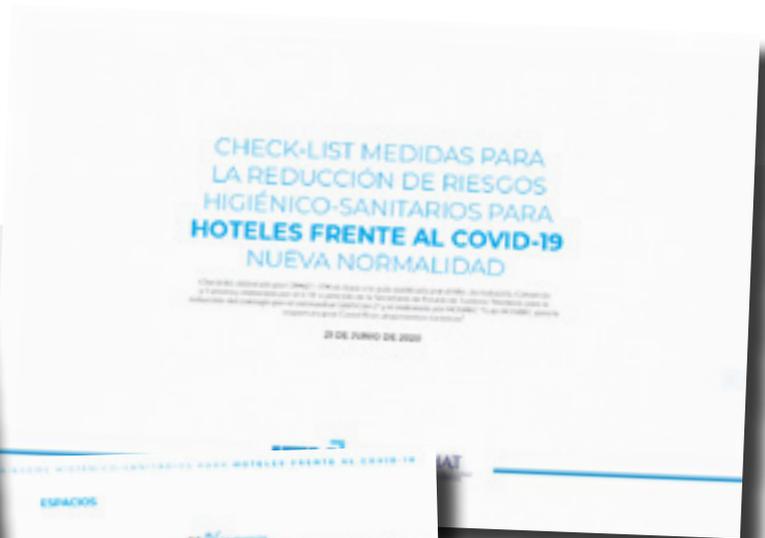
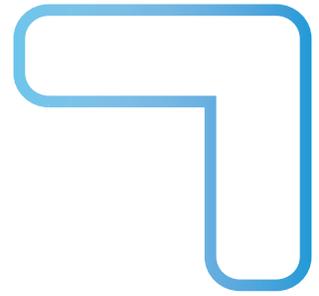
De cara a la desescalada de las diferentes fases del desconfinamiento y con la mirada puesta en que el sector pueda ir preparando su reapertura, CEHAT e ITH facilitan una checklist a modo de resumen de la guía única que engloba todas las medidas que se

deben tomar para aportar la mayor seguridad, garantía y confianza en los clientes y en los trabajadores, certificando la minimización de riesgos higiénicos y sanitarios frente al COVID-19. Incluye las obligaciones publicadas en el BOE para la fase 1, 2 y 3, así como las recomendaciones del protocolo general.

Esta guía aún a las normas higiénico-sanitarias que ayuden a la reapertura de los hoteles

La checklist es eminentemente práctica y sirve para cualquier tipo de hotel o establecimiento alojativo, sea grande o pequeño, sea cadena o independiente. Este trabajo se ha coordinado a nivel nacional por el ICTE, para que sea único y coherente, y que, de este modo, se pueda homogenizar a nivel europeo e internacional.

En esta coordinación del Instituto de Calidad Turística (ICTE), CEHAT e ITH elaboran estos protocolos, con el respaldo de diferentes cadenas hoteleras de toda España y todas las Asociaciones hoteleras autonómicas y



locales, como AEHM, ASOLAN, FEHM, HOS-BEC y OTEA, entre otras. Esta iniciativa se realiza en coordinación con la Secretaría de Estado de Turismo.

Desde que el pasado 21 de junio entrara en vigor la denominada “Nueva Normalidad” impulsada por el Gobierno de España para finalizar con el estado de alarma y las fases de desescala, son las Comunidades Autónomas las que han retomado la autonomía para regular el desarrollo de actividades tanto de carácter social como de carácter económico. Por este motivo, los días 19 y

20 de junio, todas las CCAA publicaron sus respectivas Ordenes en las que se desarrolla el funcionamiento de la nueva normalidad.

Como sector económico de máxima importancia, el turismo se ve afectado por esta regulación. Estas Ordenes contienen detalles regulatorios para restaurantes y terrazas, zonas comunes de hoteles, piscinas y zonas de juego. Además, también se ven afectados por la regulación transversal de distancia social y limpieza e higiene.

Con tal motivo, se facilita un documento donde se encuentra la comparativa de estos aspectos más relevantes para poder continuar con la actividad turística, así como la regulación completa de cada CCAA .

ESPAÑA, HACIA EL LIDERAZGO MUNDIAL EN ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN EL ENTORNO HOTELERO

El 30 de noviembre, el sector alojativo español presentó la “Guía de pautas básicas de atención a clientes con discapacidad en el entorno hotelero”, elaborada por ILUNION Hotels, como un primer paso para avanzar hacia el liderazgo mundial en accesibilidad turística.

El manual está enfocado en la atención a clientes con discapacidad sensorial, física-motora y limitaciones en la comprensión desde los diferentes departamentos de un hotel, y se dio a conocer durante una rueda de prensa virtual en la que participaron José Ángel Preciados, consejero delegado de ILUNION Hotels; Jorge Marichal, presidente de CEHAT; y Ramón Estalella, secretario general de ITH.

Durante el acto, las tres entidades insistimos en que es primordial partir de la base de que todos los clientes, tengan o no discapacidad, deben recibir el mismo trato. Los hoteleros recalcaron que la interacción con

personas con discapacidad ha de hacerse desde la normalización y que lo primero que debe eliminarse son las barreras mentales existentes a

Durante la presentación se recalcó la importancia de tratar igual a todos los clientes, tengan discapacidad o no.

través de formaciones en materia de accesibilidad.

Para Jorge Marichal, la accesibilidad debería contemplarse como un compromiso global desde el sector

hotelero para facilitar la accesibilidad a todo el mundo. “ILUNION Hotels nos ha hecho un enorme favor con la elaboración de esta guía que nos muestra de forma clara y estructurada cómo debemos actuar con los clientes con discapacidad para hacer nuestros establecimientos más accesibles”, destacó el presidente de CEHAT.

A gran escala, Marichal insistió en que “tenemos que repensar el modelo turístico y apostar por desarrollar grandes proyectos en los que tiene que estar presente la accesibilidad. En este sentido, es importante recordar que dentro de los proyectos que contemplan los Fondos Eu-



ropeos, la accesibilidad es un elemento transversal que debe tenerse en cuenta desde el inicio, desde el diseño del propio proyecto”.

Desde el punto de vista técnico, Ramón Estalella recordó que existen dos tipos de discapacidad. Por un lado, la discapacidad más visible, que sería aquella reconocida por la Administración y la sociedad en general, y que afecta a una gran parte de la población. Por otro, la discapacidad menos visible que atañe, por ejemplo, a las personas mayores con discapacidad visual, auditiva, etc., a los niños con discapacidades motoras, etc. Teniendo en cuenta a ambos colectivos, el secretario general de ITH señaló que “existen varios aspectos que, con un poco de cuidado, pueden ayudar a que el registro

y alojamiento sea accesible para más personas. Ante todo, debe primar el sentido común y el interés por conocer y utilizar las pautas básicas



de atención al cliente con discapacidad. Para mejorar la accesibilidad de los hoteles y alojamientos turísticos, se puede empezar dando pasos pequeños que no impliquen un gran coste para los establecimientos

hoteleros, como, por ejemplo, liberar los pasillos y zonas comunes de obstáculos o facilitar el acceso a elementos básicos del servicio, como toallas, mantas, etc.”.

Por su parte, el consejero delegado de ILUNION Hotels, José Ángel Preciados, destacó que la presentación de la “Guía de pautas básicas para la atención a clientes con discapacidad en el entorno hotelero” es una oportunidad para acercar la discapacidad aún más a nuestro sector y hacerlo desde la eliminación de barreras y la normalización para todos los clientes. “Estamos ante una magnífica oportunidad para seguir garantizando el derecho de un turismo inclusivo, apoyando así, el avance de una sociedad más justa e igualitaria”, apuntaba.

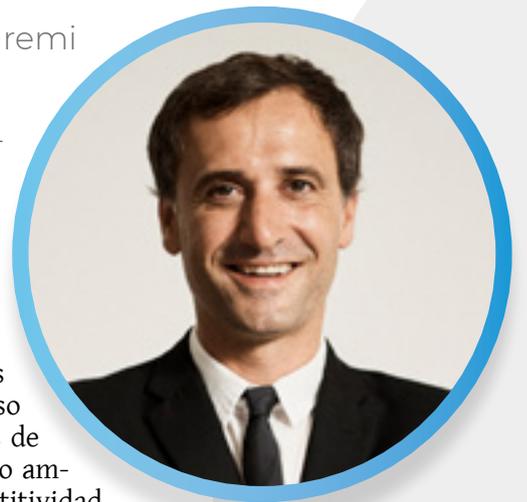
NURIA MONTES, MANEL CASALS, Y MANUEL OTERO, NOMBRADOS NUEVOS VOCALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

Nuria Montes es la secretaria general de la Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm, Costa Blanca (HOSBEC).

Manel Casals es secretario general del Gremi d'Hotels de Barcelona desde el año 2008.

Manuel Otero es miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Manel Casals, Nuria Montes y Manuel Otero se incorporan como vocales a la Junta Directiva del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) centro adscrito a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), cuya misión es promover la innovación y el uso de nuevas tecnologías, eficiencia energética y sistemas de gestión, además de su apuesta por el cuidado del medio ambiente, de modo tal que contribuyan a mejorar la competitividad, la rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas a la industria hotelera y turística.



Manel Casals es secretario general del Gremi d'Hotels de Barcelona desde el año 2008. Director de expansión del Gremi d'Hotels de Barcelona desde el año 2003 hasta 2008. Secretario general de la Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració de Catalunya, ConfeCat desde el año 2011.

Debido a su gran interés y seguimiento por la Innovación, pone en funcionamiento junto a la Fundación Mobile World Capital el Innovation Hub Travel Edition con el fin de convertir Barcelona en la cuna de la innovación turística, así como mentorizando diferentes start up.

Por su parte, Nuria Montes actualmente es la secretaria general de la Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm, Costa Blanca (HOSBEC), cargo que desempeña desde 1995. De 2003 a 2004 también fue directora del Área de Producto de la Agència Valenciana del Turisme.

Licenciada en Derecho por la Universidad de Alicante; especialista en Dirección y Administración de Empresas, por la Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante; y, especialista en Asesoría Laboral de Empresas, Nuria es además, vocal de



la Junta Directiva de CEOE; vocal de la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana CEV; secretaria de la comisión negociadora del Convenio Colectivo para Empresas de Hostelería de la Provincia de Alicante y vocal miembro de la mesa del ALEH; miembro del Consejo de Turismo de la Comunidad Valenciana; patrono-secretario de la Fundación Turismo de Benidorm de la Comunidad Valenciana; y, patrono-tesorera de la Fundación Cultural FRAX de la Comunidad Valenciana.

El consejero delegado y director general del Hotel Inglaterra desde el año 1993, Manuel Otero, es técnico de Empresas y Actividades Turísticas por EUSA, Master en Empresas Turísticas por CEA y Master en Dirección y Administración de Empresas por el Instituto San Telmo.

Ha revestido distintas responsabilidades representativas en organizaciones de naturaleza empresarial. Actualmente es miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), vicepresidente de la Comisión de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía y miembro de la Mesa del Turismo de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

Además, es el Delegado Nacional en España de la prestigiosa organización European Hotel Manager Association (EHMA), que reúne a directores de establecimientos hoteleros de lujo de toda Europa. Y, también, es presidente del Comité de Calidad Turística Internacional ISO "TC 228 Tourism and Related Services".

Junta Directiva de ITH:

Presidente: Juan Molas

Presidente de Honor y Vocal: José Guillermo Díaz Montañés

Secretario General: Ramón Estalella

Vicepresidente: Jesús Gatell

Director General: Álvaro Carrillo de Albornoz

Tesorero: Valentín Ugalde

Vocales: Domènec Biosca, Fernando Panizo, Emilio Gallego, Javier García-Cuenca, Martí Sabrià, Miguel Ángel Fernández Torán, Bruno Hallé, Luis del Olmo, José Javier Sánchez Lacuesta, Manuel Otero Alvarado, Nuria Montes y Manel Casals.



LOS HOTELEROS ESPAÑOLES VEN **UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE REACTIVAR EL SECTOR** EN EL PLAN EUROPEO DE RECUPERACIÓN

CEHAT exige que se garantice el acceso a los fondos Next Generation EU para recuperar el tejido turístico dañado por la COVID-19, reforzar la oferta estratégica del sector e impulsar la economía de España, gracias a los efectos tractoros del turismo sobre otras industrias y a su liderazgo a nivel mundial. El sector alojativo español, el pasado mes de octubre, propuso 5 proyectos concretos para reactivar el turismo a través de las ayudas europeas que benefician al cliente, al empresario y al destino

Tras meses de lucha, una temporada estival desastrosa y una campaña de invierno con muy malas previsiones, la industria más azotada por las consecuencias de la pandemia, el turismo, se encuentra en una situación muy crítica. Los principales organismos internacionales y patronales del sector situaban la recuperación total de la situación pre-coronavirus en torno al



año 2023 o 2024. En este contexto, el pasado mes de octubre, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos señalaba que el turismo tiene la necesidad imperiosa de contar con medidas concretas y ayudas para su recuperación y veía

una oportunidad irremplazable de reactivación del sector en los fondos destinados al Plan Europeo de Recuperación, también llamados ayudas Next Generation EU. Estos fondos se encuentran dentro del paquete de más de 750.000 millones de euros

que ha destinado la Unión Europea para reparar los daños causados por la COVID-19, de los que Next Generation contaría en España con 140.000 millones de euros entre préstamos y subvenciones.

Los daños causados por la pandemia en el tejido turístico representan un riesgo significativo de lastrear toda la economía debido al efecto de arrastre

de esta industria sobre otros sectores en España. Por ello, CEHAT exige al Gobierno que se garantice el acceso del sector turístico a los fondos europeos Next Generation, que, tal y como apuntaba el Foro Económico Mundial, le permitirían reforzar su

posición en el largo plazo para poder continuar siendo líder mundial en competitividad. Una competitividad que, como puso de relieve esta crisis mundial, estará cada vez más ligada al desarrollo de las capacidades digitales para atraer a los clientes y mejorar su experiencia.

Adicionalmente, las ayudas europeas deben plantearse como una ocasión para rediseñar la estrategia del sector y establecer las bases para crear un ecosistema más sostenible, hacia una oferta de experiencias de mayor calidad, innovadoras y que enriquezcan a la comunidad local y a su entorno medioambiental.

Así, movidos por su espíritu de resistencia -más que resiliencia- y por esta necesidad de poner en marcha mecanismos de reactivación del turismo, los hoteleros españoles presentamos cinco proyectos específicos y detallados para reactivar el sector a través de las ayudas contempladas en los fondos europeos, a través del “Informe sobre el futuro del sector turístico ante los fondos Next Generation EU”, elaborado por CEHAT, el Instituto Tecnológico Hotelero y PwC.

Jorge Marichal, presidente de CEHAT, señalaba que “la industria turística es una de las que más podrían aprovechar las ayudas Next Generation EU tanto por sus características intrínsecas, como por su relevancia dentro de la generación de PIB y el empleo en España, su potencial de crecimiento y su capacidad y potencial de evolución en materia de transformación digital, transición ecológica y cohesión social y territorial, entre otras”.

Los proyectos planteados por el sector alojativo presentaban iniciativas concretas y aterrizadas, que beneficiaban tanto al cliente como al empresario y que son también favorables para el destino como es el caso de

Smart Hotels y la Plataforma para el Desarrollo del Ecosistema de Inteligencia Turística y Aceleración de las Soluciones de Comercio Electrónico.

LOS CINCO PROYECTOS PRESENTADOS:

Smart Hotels: pretende ofrecer un paquete de productos y servicios para el sector alojativo que mejoren su competitividad bajo los dos pilares de transformación digital del negocio y la sostenibilidad y de eficiencia energética del establecimiento.

Plataforma para el Desarrollo del Ecosistema de Inteligencia Turística y Aceleración de las Soluciones de Comercio Electrónico: obedece a la necesidad de desarrollar un espacio digital a nivel nacional y regional, donde los destinos puedan apoyar el desarrollo de sistemas tecnológicos y nuevas infraestructuras para aprovechar la economía de datos y el intercambio de información entre los agentes de la cadena de valor. Esto aportaría un valor diferencial a las administraciones públicas y empresas privadas en el desarrollo de sus estrategias comerciales y de interacción con el cliente.

Destino Sostenible y Eficiente: se basa en desarrollar un centro de experiencia, enfocado a la eficiencia energética y sostenibilidad del sector turístico en España, basado en energías renovables, para los diferentes actores que conforman el ecosistema del sector turístico.

Movilidad Urbana Turística Sostenible: se propone crear un hub de excelencia en movilidad para aplicar en zonas turísticas, desarrollando soluciones sostenibles en movilidad en todos los destinos.

Centro de Excelencia de Ciberseguridad para el Asesoramiento, Desarrollo, Soporte y Respuesta a Amenazas

e Incidentes de Ciberseguridad para el Sector Hotelero: plantea el desarrollo de mecanismos de seguridad de las aplicaciones críticas hoteleras para responder a potenciales amenazas e incidentes tecnológicos que puedan afectar sectorialmente al sector alojativo en su operación internacional.

Para Álvaro Carrillo de Albornoz, “la transformación digital está ligada a la sostenibilidad del sector. Por ello, para conseguir que el turismo se convierta en un garante de la sostenibilidad, es necesario invertir en la creación de soluciones basadas en energías renovables, en la mejora de infraestructuras digitales e impulsar medidas de movilidad ecológica en los destinos turísticos. Un camino hacia la sostenibilidad que el sector ya había emprendido antes de la pandemia y que continuará en el futuro para recuperar y mantener la competitividad del sector”.

Por su parte, Cayetano Soler, socio de PwC, señalaba que “es importante que los fondos europeos se asignen teniendo en cuenta, no solo el impacto de la pandemia en los diferentes sectores, sino su relevancia para nuestra economía, su positiva evolución en el pasado y sus expectativas de crecimiento futuro, así como su potencial de transformación en materia de transición ecológica, transformación digital, cohesión social y territorial y agenda feminista”. En opinión del socio de PwC, “este es un buen momento para resolver los retos de competitividad estructural a los que se ha enfrentado la industria en destinos relevantes para la economía del país, así como para reforzar los niveles de competitividad de la cadena de valor turística”.



ESTRATEGIAS Y TECNOLOGÍAS PARA LA **RECUPERACIÓN** **DEL SECTOR TURÍSTICO Y** **HOTELERO**, EN ITH VIRTUAL INNOVATION SUMMIT

El evento online tuvo lugar el miércoles, 10 de junio, de 17:00h a 19:30h, a través de la plataforma Zoom.

ITH Virtual Innovation Summit se llevó a cabo en un momento en el que el sector turístico y hotelero necesitan gran dosis de inspiración y, sobre todo, de apoyo para que entre todos se pueda retomar la actividad lo antes posible, y lo más importante, de la forma más segura tanto para el personal como para los clientes.

Juan Molas, presidente de ITH, daba la bienvenida a ITH Virtual Innovation Summit, «que se ha podido celebrar gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías», nos recordaba, a la espera de celebrarlo de forma presencial. El presidente de ITH, tras presentar a los participantes, quiso agradecer públicamente «la magnífica colaboración que han prestado muchas empresas hoteleras en esta situación que está siendo tan grave para el país».

«Desde el 13 de marzo el sector turístico español está perdiendo 5.000 millones de euros a la semana» afirmaba Molas, a lo que añadía que «no debemos olvidar que el World Economic Forum ha valorado a España en los últimos años como el país número uno en competitividad turística, y esto es porque España ofrece

un abanico de posibilidades turísticas muy amplio».

La primera mesa debate, bajo el título “Estrategias para afrontar la recuperación del sector hotelero y turístico”, con la intención de reunir tanto las estrategias como las acciones que ayuden al sector hotelero a restablecer la actividad, estuvo moderada por Juan Molas y compuesta por Juan Serra, director general de Ayre Hoteles - Only You Hotels; Fernando Corral, CEO de Fruela Hoteles (Asturias) y vicepresidente de Otea, Hostelería y Turismo de Asturias; Fernando Ramiro, director de Market Management España de Grupo Expedia; y, Víctor Fernández, CEO de Room Mate Group.

En esta mesa debatieron sobre cómo se están planteando las nuevas estrategias para recuperar los niveles de actividad lo antes posible y asegurar la rentabilidad del negocio turístico en España. En este nuevo contexto en el que se encuentra el turismo español, junto con las normativas sanitarias, hace necesario reinventar esta estrategia a seguir.

Comenzaba Víctor Fernández, que

nos explicaba que «desde Room Mate Group creen en humanizar el mundo de los negocios»; y se dieron cuenta de que «si hay un momento donde una compañía muestra sus valores, de verdad, son situaciones como las que estamos viviendo, tanto hacia dentro, con los empleados, como hacia fuera con los clientes; por eso empezamos a ofrecer nuestros hoteles», afirmaba; esto les ha dado, según comentaba, «gran conocimiento, al haber tenido abiertos 13 hoteles cedidos para diferentes motivos de ayuda durante la pandemia, en distintos sitios del mundo, con diferentes regulaciones, incluso cultura, nos ha enseñado mucho porque ya llevamos dos meses con protocolos, protección, hemos estado testando diferentes cosas, y eso tiene su parte buena ahora que debemos ofrecer un entorno seguro».

Hablando de la estrategia a seguir en estos momentos, Fernández aclaraba que «el foco a corto plazo, todos tenemos claro que es el mercado local. En esta primera fase hay que preocuparse por nuestros principales clientes. No es momento de grandes experimentos. En estos primeros meses esa es la estrategia de

Room Mate. La reputación de haber hecho las cosas bien nos ayudará a ser más competitivos».

«Creo en las crisis como una de las grandes oportunidades que toda industria tiene. Esta crisis va a dejar como poso una serie de inmersión en conceptos técnicos de los que nunca nos habíamos preocupado y nos va a dar conocimiento de un aspecto que va a ser muy valorado por el cliente de cara al futuro», afirmaba Fernando Corral, quien también nos comentaba que están muy expectantes ante el comportamiento del mercado internacional. Corral agradeció a ITH «saber empaparse de todo el conocimiento de un sector líder a nivel mundial y mostrarse como un faro hacía una evangelización que debe sufrir el resto del sector, es la manera de que todos los pequeños y medianos hoteleros podamos acceder a gran parte de este conocimiento. La hotelería más pequeña estamos muy agradecidos en ese sentido» añadía.

Algo destacable que señalaba Juan Serra fue que «en España se ha producido una ecuación en la que estando todos los agentes económicos perdiendo, hemos estado haciendo algo para que la comunidad, entendida como marco de convivencia, saliera ganando. Y eso es una situación interesante, hemos estado todos remando juntos para aportar algo en beneficio

de la comunidad en sentido social». Quien recordaba que «los grandes cambios en el sector se producen a raíz de las crisis. Las crisis agudizan el ingenio».

Fernando Ramiro, desde su perspectiva, nos explicaba que «desde Expedia han estado escuchando semana tras semana a los hoteleros para

es en el mundo hotelero, de qué manera podemos echar una mano a las cadenas pequeñas, hoteles independientes, ayudando a flexibilizar los condicionantes de pago con la empresa. Por otro lado, sobre la demanda, han lanzado una plataforma con un análisis del tráfico que llega a su web para conocer el perfil del cliente, información segmentada fundamental para tomar decisiones. Y, por último, para los destinos, vamos a destinar 25 millones de dólares para trabajar con los destinos a nivel de campañas de publicidad».

El director de Market Management España de Grupo Expedia, concluía animando al sector adelantándonos que Tenerife y Gran Canaria estaban en el top 10 de las búsquedas a nivel doméstico.

De 18:15 a 19:30 tuvo lugar la mesa debate «Transformación digital, clave para reestablecer la actividad hotelera». Moderado por Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH, en el debate participó: José Ángel Preciados, director general de Ilunion Hotels; Toumeu Bennasar, CIO de Grupo Iberostar; Bruno Hallé, Partner Co-Head of Hospitality Spain en Cushman & Wakefield; Joan Antoni Malonda, Tourism Business Developer de GMV; y, Xavi López, COO de EisiSoft.



saber cuáles eran las necesidades y en base a eso han tenido un plan de actuación». Además, afirmaba que: «hace dos semanas Expedia publicó que van a lanzar 275 millones de dólares para tratar de rehabilitar la industria, basado en tres patas, una

Es inevitable pensar que la tecnología forma parte de nuestro día a día y que la transformación digital es esa nueva forma de comunicarnos con nuestro entorno, nuestros clientes, empleados y proveedores. El momento que vivimos ha trastocado en gran medida la dirección que llevábamos y nos ha hecho replantear cómo llevar a cabo lo que hacíamos para reestablecer la actividad.

La recuperación en el sector turístico tras la COVID-19 no es solo tecnología, pero la tecnología puede ayudar mucho a superar la crisis. Por eso, también, estos expertos hoteleros y tecnológicos debatieron sobre las nuevas necesidades que debemos afrontar para restablecer la actividad en nuestros hoteles y recuperar el flujo de clientes en un entorno de confianza.

Por su parte, José Ángel Preciados, hizo hincapié en que «entraríamos en un riesgo y en un error si intentásemos trasladar un mensaje de tranquilidad y confianza y luego no cumpliéramos en la medida en que nos estamos comprometiendo. Transmitir seguridad es cumplir seguridad. Esto es, dotar de recursos, en la medida que cada uno pueda, para intentar fiabilizar la garantía de seguridad de los clientes y de los trabajadores».

En cuanto al momento que vivimos y cómo está empujando a la transformación digital de los hoteles, Preciados añadía que, «esto es una situación coyuntural, esa distancia que nos permite la tecnología nos va a permitir estar más cerca del cliente en otras facetas, en otros procesos más importantes, de mayor valor».

Tomeu Bennasar advertía que «el empleado tiene que sentirse seguro en cada una de las tareas que esté realizando y tiene que entender que la compañía está cambiando proce-

sos que irán en la línea de garantizar su seguridad y la del cliente, y el cliente debe percibir que existe esa preocupación en todas las personas que tiene en su servicio durante toda la experiencia y será todo un reto buscar ese punto de equilibrio entre esa proximidad entre seres humanos, algo muy habitual en este sector, con el de la preservación de la seguridad del cliente, ahí la tecnología juega un papel activo que nos ayudará a facilitar esa comunicación a través de activos digitales sin dejar de lado la relación directa».

Los participantes en el debate coincidían en que los clientes serán mucho más exigentes en cuanto a tecnología, sostenibilidad y seguridad a partir de ahora.

«Las tecnologías de las que hablamos existen ya, la tecnología la teníamos, lo que ahora ocurre es que la oportunidad o la necesidad nos lleva a acelerar su utilización. Esta situación ha dinamizado y ha roto algunos tabús» añadía el CIO del Grupo Iberostar. Y se planteaba si el cliente que conocíamos hasta ahora tendrá las mismas necesidades, «posiblemente no», decía, «tendremos que partir de cero, es todo un aprendizaje».

Por otro lado, Bruno Hallé, apuntaba que «la tecnología nos va a permitir tener una aproximación al cliente que hasta ahora no teníamos. Van a cambiar muchos elementos y muchos en positivo. La tecnología ha entrado forzada y nos estamos adaptando a ello, y está para ayudarnos en ciertos procesos». Lo que más destacaba Hallé es todo lo que hemos aprendido en estos tres meses «a nivel solidaridad, a nivel trabajo en equipo y va a cambiar mu-

cho la relación que teníamos hace meses. Esto nos ha dado un vuelco a todos medioambientalmente y socialmente. La parte positiva de esta COVID-19 es que vamos a aprender a trabajar mucho más juntos, buscando sinergias».

Desde GMV, Joan Antoni Malonda, destacaba la importancia de que «los hoteles deben convertirse en “Hoteles Seguros” desde dos ámbitos: el tecnológico (en cuanto a ciberseguridad) y el de experiencia de cliente (en lo referido a seguridad percibida)”. “Aquellos que inviertan en innovación serán los que primero consigan adaptarse a la nueva situación y marcar la diferencia respecto a los demás” concluía.

«En el sector hotelero siempre hemos tenido unos altos estándares de higiene, cosa que nos ayudará en la implantación de las actuaciones que definen los nuevos protocolos. Sin embargo, se debe mantener la calma puesto que son protocolos coyunturales y mientras algunas de las actuaciones quedarán instauradas otras irán desapareciendo a medida que la situación mejore», apuntó Xavier López.

El director de operaciones de EISI SOFT, finalizaba diciendo que “en el escenario actual, la transformación digital va a ser clave. Ganarán peso las herramientas digitales que nos permitan disponer de la trazabilidad de todos los procesos y que liberen a los empleados de las tareas de back office que no aportan valor, para que puedan dedicar su tiempo a ser los anfitriones que el cliente espera. Por ello, ahora es más importante que nunca que los hoteles se apoyen en buenos partners tecnológicos que los puedan acompañar con planes de consultoría y formación en dicho proceso digital”.



INFOGRAFÍA SOBRE LAS **TECNOLOGÍAS PARA AFIANZAR LA RECUPERACIÓN**

Desde ITH se puso a disposición un documento vivo con una infografía sobre las tecnologías que pueden ayudar a la recuperación del sector.

Se hace un recorrido por las diferentes áreas y ámbitos de actuación del hotel (Recepción, F&B, Pisos, Zonas comunes, etc...). También se han puesto en común las soluciones tecnológicas que priorizan los hoteles, cuáles son más útiles y su experiencia a lo largo de estos meses.

El origen de esta infografía viene del trabajo de recopilación de Protocolos aprobados por el Ministerio de Sanidad y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo durante la pandemia.

Sobre los mínimos de obligado cumplimiento publicados en el BOE y recomendaciones realizadas por los organismos competentes en cada una de las fases, existen tecnologías que ayudan a ponerlas en marcha de forma práctica y eficiente.

El espíritu de esta información es el de mostrar las soluciones tecnológicas que facilitan la puesta en marcha de la recuperación del sector hotelero.

REYES MAROTO INAUGURA ITH INNOVATION SUMMIT PROMOVIENDO LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA

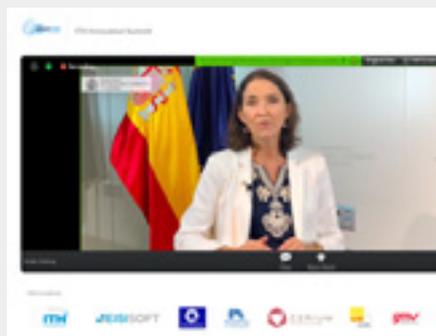
ITH Innovation Summit es el evento de referencia para el sector hotelero y turístico, y celebró su tercera edición de forma virtual el 18 y 19 de noviembre. Pensar qué ofrecemos al cliente y reposicionar las marcas, es clave en estos meses para el sector.

El 18 y 19 de noviembre tuvo lugar la tercera edición de ITH Innovation Summit, el evento de referencia del sector hotelero que daba comienzo a las 10 de la mañana, bajo el lema “HOTEL TECHNOLOGY, KEEP IT SIMPLE”. El evento estuvo dividido en dos jornadas y en ese caso, dadas las circunstancias sanitarias, en formato virtual.

Juan Molas, presidente de ITH agradeció el éxito de asistencia virtual que tuvo el evento. Molas, incidió en que “necesitamos trabajar unidos, compartiendo experiencias y conocimientos de modo de que podamos afrontar de la mejor manera posible estos momentos tan difíciles para el sector”. Este foro es un ejemplo de la apuesta que hace ITH en ese sentido.

El presidente de ITH aprovechó para reclamar al Gobierno “la imperiosa necesidad de resolver a la mayor brevedad posible la situación para que los turistas puedan visitar España con toda libertad”.

“El turismo es un coche fórmula 1 que ahora mismo va por una carretera comarcal llena de baches con el coche en reserva. Los ERTE, los ICO, etc. se van agotando. Cada vez nos queda menos fuelle y sabemos que la gasolinera más cercana nos queda lejos y no tenemos grúa. Nos piden



que pongamos las luces largas, pero ¿por qué no le hacen caso al piloto? Llevamos meses solicitando que se establezcan medidas para garantizar la movilidad segura como incluir los test de antígenos y serológicos entre las pruebas de detección de infección activa (PDIA). Estamos cansados y necesitamos ayudas directas urgentemente”, señalaba Jorge Marichal, presidente de CEHAT, en la inauguración del evento.

“Desde el Gobierno vamos a hacer una apuesta decidida y muy ambiciosa por la digitalización del sector y la inteligencia turística como elementos clave para el mantenimiento de la competitividad del conjunto del ecosistema turístico español, incluyendo instituciones y empresas”, afirmó Reyes Maroto en la inauguración de ITH Innovation Summit.

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, además, destacó que “De-

bemos aprovechar esta situación para reforzar la colaboración público-privada con tres prioridades: la primera, hacer frente a la crisis que atraviesa el sector; la segunda, lograr un reinicio gradual de la actividad turística y, la tercera, contribuir a la modernización de nuestro modelo turístico”.

“Desde el Gobierno hemos estado trabajando intensamente en el seno de la Unión Europea para adoptar un marco común de actuación predecible para dar confianza a los viajeros”, añadió Maroto, quien puso el foco en los próximos meses, donde “además de hacer frente a la pandemia, nos enfrentamos a un gran desafío: España debe continuar siendo líder mundial en turismo y un refe-



rente en conocimiento, en tecnología y en calidad turística”, con lo que concluyó su intervención.

HOTEL TECHNOLOGY, RESTARTING TOURISM

A continuación, Juan Molas, moderó el debate “Hotel Technology, Restarting Tourism”, en el que participaron Gabriel Escarrer, vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International y presidente de Exceltur; Kike Sarasola, presidente y fundador de Room Mate Group; y, José Ángel Preciados, consejero delegado de Ilunion Hotels.



Escarrer defendió que “la tecnología ha sido fundamental a la hora de facilitar y difundir información sobre los protocolos sanitarios de la cadena hotelera y, también para reducir el contacto en el propio hotel”.

El vicepresidente ejecutivo de Meliá Hotels International, recalcó que “con esta pandemia hemos aprendido no solamente a priorizar la seguridad, sino también el valor de la colaboración público - privada, y la responsabilidad social que adquirimos todos nosotros”.

“La marca España está verdaderamente tocada” lamentó por otro lado Kike Sarasola, “como sector, tecnológicamente hemos aplicado bastantes medidas. Nosotros hacemos test de antígenos en nuestros hoteles”. Además, Sarasola, hizo hincapié en que “los hoteles van a tener que invertir en tecnología quieran o no, ya que cualquier hotel que quiera acceder a las ayudas europeas deberá tener una estrategia de digitalización”.

Preciados, por su parte, nos explicó todo lo que ha aprendido durante esos meses, de lo que destacó “la fragilidad que tenemos como personas”, y continuó diciendo que “también hemos aprendido a trabajar de otras formas, y que necesitamos los abrazos y el contacto humano”. Hizo una puntualización diciendo que “es el momento de hablar de que se ve algo de luz, de algo positivo, con algunas noticias buenas que debemos comunicar. El sector demostrará la potencia y la capacidad de resiliencia para volver a estar al frente de la economía de este país al mediodelazo”.

BUSCADO A WALLY, ¿DÓNDE ESTÁ EL CLIENTE?

¿Dónde está el cliente?, con esta comprometida pregunta tuvo lugar el segundo debate de la mañana. La mesa estuvo compuesta por Fernando Ramiro, Director Market Management Spain & Portugal de Expedia Group; Jorge Álvarez, director del Hotel Gran Bilbao; Javier Delgado, Leading Sales, Marketing, Distribution, Data & IT en Iberostar Hotels & Resorts; Fernando Cuesta, vicepresidente senior comercial para Europa en Amadeus; todos ellos moderados por Meritxell Pérez, CEO & Founder de HotelsDot.

Álvarez, por su parte, aplaudió que “tenemos muchas herramientas en el mercado para incentivar a la venta” y en lo que a nuevos canales se refiere nos contaba que “en el futuro, Instagram, es un canal de venta que tendrá que alinear su estrategia con la de Revenue Management del hotel”.

Por otra parte, Delgado, enfatizó el hecho de que haya habido un cambio de modelo en cuanto a la distribución, según afirmó “la pandemia ha hecho que la venta directa sea

esencial”. “También hemos visto dos cambios fundamentales, en la organización de las empresas y en las que afectan al ecosistema de los viajes” finalizó.

Ramiro invitó al optimismo “nos vamos a adaptar de forma rápida a las nuevas circunstancias. Hemos visto ejemplos de otros destinos que la demanda existe, lo cual es una noticia fantástica, ahora es el momento de pensar en qué cliente queremos y cómo llegar a él”.

La moderadora de la mesa y CEO de HotelsDot, Meritxell Pérez, definió cómo se han reinventado los hoteles urbanos y cómo “el sector vacacional debería abrirse a nuevos canales de distribución”.

Vodafone, pionera en despliegue de red 5G comercial en España, realizó el pasado 30 de enero en Benidorm (Alicante) el primer vuelo del mundo de drones en un entorno urbano real controlados mediante la red 5G más allá de la línea de vista del piloto. Nunca antes se había realizado un proyecto de este tipo en el mundo y para hacerlo posible se desplegó cobertura 5G comercial en Benidorm lo que permite optimizar todas las operaciones de vuelo.

Este hito, que cuenta con la autorización de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA), ha sido posible gracias a la apuesta por la colaboración público-privada entre Vodafone, el Ayuntamiento de Benidorm, CATEC (Centro Avanzado de Tecnologías Aeroespaciales) y la UPV (Universidad Politécnica de Valencia), nos explicaron Leire Bilbao, gerente de Visit Benidorm y Pablo Soto, Innovation Manager en Vodafone, en el espacio “Cara y cruz del 5G”.

LA SEGURIDAD EN LOS NUEVOS PROCESOS: LA AMENAZA INVISIBLE

La primera jornada de ITH Innovation Summit finalizó con un debate sobre los riesgos y mecanismos de prevención como consecuencia de la digitalización del sector, bajo el lema “La seguridad en los nuevos procesos: la amenaza invisible”.

Juan Carbajal, director de desarrollo de negocio en García Alamán Mediadores de Seguros, nos explicó que existen 400 ataques de ciber en España al día, de los cuales el 70% son PYMES, y preguntaba en este debate si el sector tiene los deberes hechos en materia de ciberseguridad.



Mateo Ramón, director corporativo IT en Grupo Piñero; Daniel Just, Hospitality Business Director en Cerium Tecnologías; y Joan Antoni Malonda, Tourism Business Developer en GMV; expresaron su opinión al respecto en esta mesa.

Mateo Ramón, afirmó que “la formación a los colaboradores y la incorporación de la ciberseguridad cuando se diseñan las corporaciones” son los puntos a destacar en lo que a ciberseguridad se refiere.

Como conclusión, Daniel Just, dijo que: “la seguridad es un elemento fundamental en la transformación digital de los establecimientos. Los ataques son aleatorios y tenemos que poner medidas para evitarlos”.

Joan Antoni Malonda explicó que “en GMV invierten un 10 % de su facturación en innovación y en desarrollo de pilotos”.

Todos ellos a lo largo del debate hicieron especial mención a la importancia de la formación de las personas en este ámbito de la ciberseguridad.

LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO, LA MARCA, LA AUTOMATIZACIÓN Y LAS PERSONAS

La segunda jornada se celebró el 19 de noviembre. El director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz, fue el encargado de dar la bienvenida al evento e hizo un resumen de los temas a tratar a lo largo de la mañana. “Estamos en un momento muy complicado, si no aprovechamos la coyuntura actual para cambiar, no cambiaremos nunca. Ahora que no hay demanda porque los hoteles están cerrados es el momento de repensar el modelo de negocio, qué es lo que quiere el cliente y dónde estamos nosotros”.



“Hay cambios que han venido para quedarse, y el cliente ha cambiado también; está más digitalizado y cada vez más concienciado con la importancia de la sostenibilidad.” El director general de ITH finalizaba la inauguración de la mañana diciendo que “no debemos ver, para creer... sino creer para ver”.

HOTELES ÁGORA: TRANSFORMACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

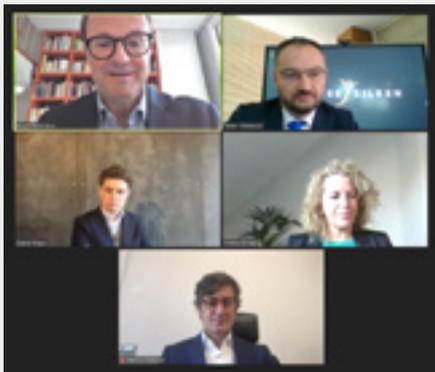
Carrillo de Albornoz dio paso a la primera mesa de debate titulada “Hoteles ágora: transformación de modelos de negocio”, moderada por Bruno Hallé, Partner Co- Head of Hospitality Spain en Cushman & Wakefield; y compuesta por Ramón Garayar, CEO de GAT; Emma Gómez, directora de Hospitality Management Services en Savills Aguirre Newman; Daniel Mayo, General Manager & Founder de VIVOOD Landscape Hotels; y Javier Villanueva, director general de Hoteles Silken.

Hallé comenzó el debate apuntando que “es interesante ver qué realidad hay, saber si para cada caso es más rentable tener el hotel cerrado o continuar abierto, hasta qué punto pierdo menos abriendo que teniéndolo cerrado”.

“La generación Z ahora somos todos” afirmó Garayar, quien puso el foco en la importancia de segmentar en este momento en el que muchos hoteles van hacia nuevos modelos, “los hoteles van hacia un modelo de colegio mayor”, puso como ejemplo. La creatividad es la cualidad que destacaba Garayar como elemento esencial.

Gómez, desde su experiencia, quiso remarcar una idea que todos compartían, la importancia de la creatividad y de la flexibilidad. “Los hoteleros han demostrado que tienen mucha imaginación y la están aplicando a todos los niveles” aplaudía. Gómez recordaba que tiene que haber “una revisión estratégica de “dónde está la empresa ahora, si conozco al cliente que tengo o dónde buscarlo” y apostillaba diciendo que

“luego está el tema de la sostenibilidad, ya no es un nicho de mercado, ahora es un must”.



Daniel Mayo tuvo la visión de que “cada vez más los viajes se van a ver como una inversión en salud, experiencias, y no tanto como un gasto”.

Según explicó, para ellos, en este año ha sido fundamental que “todos los cambios que se produjesen por motivo de la COVID-19, aportarán valor al cliente”, y añadía, “en estos meses hemos reposicionado, hemos repensado y teniendo en mente que el foco siga siendo el cliente. Todos los cambios que aporten valor al cliente son rentables”.

Finalizó comentando que “ahora todos los países nos encontramos en el punto de salida, y todo lo que innovemos, creemos, nos digitalicemos y también en materia de sostenibilidad, es lo que nos va a hacer situarnos en esa *pole position* otra vez”.

“Estamos en un contexto de caída libre de negocio y nos toca reinventarnos, pensar una nueva estrategia, y utilizar nuestros activos para distintos usos, como el co-living, trabajo en remoto, co-working”, dijo el director general de Hoteles Silken. Y añadió que “han trabajado un mix de canales para llegar a un mix de segmentos”. Javier Villanueva, nos

explicó que “tenemos que ser flexibles para adaptarnos lo más rápidamente a las nuevas condiciones del mercado y nuevos requisitos del cliente.”

Una de las ideas más destacadas en el panel fue que los cambios que aportan valor al cliente serán rentables y perdurarán en el tiempo.

LA AUTOMATIZACIÓN SIMPLIFICADA

Por su parte, Juan Daniel Núñez, fundador de Smart Travel News, moderó el debate “Automatización simplificada”, que en este caso contó con la participación de Shay Raz, director general para España de Leonardo Hotels; Xavier López, COO en Eisi-Soft; Pablo Muñiz, IT Manager en Vincci Hoteles; Roberto Menéndez, Digital CEO en Futura Vive; y, Josué García, Founder & CEO de Nivimu.

El fundador de Smart Travel News dio paso al debate presentando a los integrantes del panel y resumiendo las temáticas a tratar, como son los procesos de digitalización, que Juan Daniel, nos recordó “muchos hoteles ya tenían en marcha antes de esta crisis” y planteaba si estos meses han servido para acelerar estos sistemas.

Shay Raz, afirmó que “ahora hay que invertir más y no hay tantos ingresos”. En su cadena están “dando pasos en diferentes procesos para decidir cuáles son los mejores y priorizando a los clientes, por eso hay procesos que estamos acelerando como el check in online”, nos explicaba.

“Muchos de los procesos los teníamos en marcha y la COVID-19 nos ha hecho acelerar, como es el check

in online, la aplicación para hacer el uso de Room Service, contacto con recepción, chatbots, etc, y otros internos de la operativa del hotel. También nos hemos centrado en el tema de la sostenibilidad, teníamos tecnologías obsoletas y estamos buscando la forma de adaptar esas tecnologías mediante dispositivos con IoT”, afirmaba Pablo Muñiz, IT Manager de Vincci Hoteles. Sin embargo, explicaba que muchas cosas que tenían en mente digitalizar “están paradas momentáneamente”.

En su intervención, el COO de Eisi-Soft, Xavi López, afirmó que la digitalización de procesos en el hotel aumenta su rentabilidad gracias a la eficiencia de sus trabajadores, mitiga los puntos “de dolor” y facilita el *compliance*.

Menéndez, por su parte, destacaba que “muchas veces cuesta ver la diferencia entre un gasto y una inversión” y animaba a utilizar algunas herramientas tecnológicas “para conseguir



una mayor repercusión y una mejor experiencia de cliente”, como en su caso con el uso de robótica.

Para finalizar, Josué García, resaltaba que “el miedo al cambio existe y un miedo a automatizar procesos, pero al hacerlo se puede pasar a adoptar una parte más activa en la empresa a la hora de tomar decisio-

nes”. Explicaba que Nivimu ofrece “una herramienta única con muchas funcionalidades para automatizar los procesos, ya que lo interesante es hacer *Business Intelligence* porque, a través del análisis de datos se pueden tomar mejores decisiones”.

LAS PERSONAS COMO ACELERADORAS DEL CAMBIO

Bernat Cañellas, CEO de Schoolers y Ana María Camps, responsable del departamento de Estudios de CEHAT, debatieron sobre la importancia de las personas en la cadena de producción de un hotel, entendido como un negocio en el que aplicar distintas herramientas que maximicen su resultado. En el panel que lle-



vaba por título: “Las personas como aceleradoras del cambio”.

El sector turístico en general, y el sector hotelero en particular, ofrecen una amplísima variedad de puestos de trabajo que deben estar cubiertos por profesionales cuyas habilidades sean las que permitan cubrir las competencias requeridas atendiendo a variables como el área funcional, el tamaño de la empresa o el nivel de responsabilidad. El Proyecto europeo NTG Alliance en el que trabaja la CEHAT, se desarrolla en esta línea.

Para desempeñar estas competen-

cias, los profesionales del sector deben recibir la formación adecuada y, así, poder diseñar sus carreras profesionales. Proyectos como Schoolers permiten además democratizar la formación ya que ensamblan en programas adecuados a cada perfil profesional módulos específicos impartidos por profesionales del sector, concretando en habilidades concretas adecuadas a las circunstancias de cada momento. Otro ejemplo es ITH Academy, la formación que desde ITH se lanza pensando en que las personas son siempre el centro en este sector, una formación tecnológica y digital para el ámbito turístico, para que cada persona pueda estar en constante actualización de conocimientos.

DESTINO Y MARCA: EL RENACIMIENTO DEL TURISMO

El presidente de ITH, Juan Molas, participó en el interesante debate que se celebró bajo el lema “Destino y marca: el renacimiento del turismo”, acompañado por Miguel Sanz, director general de Turespaña; Óscar López, presidente de Paradores; moderados por Manuel Molina, director de Hosteltur.

Molina en su presentación comentaba que este debate resume “una de las grandes conversaciones que se está planteando en este momento,

una de las grandes dudas con relación al reinicio de la actividad turística” quien ha explicado la idoneidad de este debate tras hablar de las personas, ya que como decía “las personas son uno de los grandes valores en los que se puede apoyar el sector, además de la marca y la imagen”.



Molas hacía hincapié en que la homogeneización de las medidas restrictivas de movilidad, horarios y sanitarias son necesarias para ayudar en estos momentos tan delicados a la imagen del país. Quién también, reflexionaba y lanzaba la pregunta de “qué imagen se ha dado en estos meses de España en el exterior”.

Juan Molas, resaltaba en su intervención la gran marca que es España, y compartía el hecho, como comentó también Óscar López, que el Foro Económico Mundial reconoce a nuestro país como el primer país más competitivo a nivel mundial. Sin embargo, apuntaba, “este verano, muchos clientes europeos se han ido hacia Croacia, Montenegro o Grecia antes que hacia España”. Afirmaba en su intervención que, “la imagen que hemos dado, en general desde el 15 de marzo, nos ha hecho bajar la reputación de forma alarmante”.

El presidente de ITH daba también gran relevancia al esfuerzo que se debe hacer en buscar y redistribuir a todos los meses del año el turismo, evitando así que sea un sector de temporada.



Por su parte, Miguel Sanz, explicaba que “cada país ha combatido la pandemia como ha podido, según sus circunstancias, que son distintas en cada caso”, y recordaba que “España ocupa el decimotercer lugar en reputación turística”.

Sanz nos comentaba, de forma positiva que, “en España estamos bien posicionados, turísticamente hablando, la marca España tiene muchos valores, entre ellos un atributo importantísimo de cara a la recuperación, que es la seguridad”, pero llamaba la atención de que “debemos estar atentos para ver qué atributos han acelerado su importancia en la toma de decisión y tenemos que adquirir en nuestra marca país, como son digitalización y sostenibilidad, por ejemplo”.

El presidente de Paradores, Óscar López, explicaba la singularidad de su caso: “nos ha salvado la marca Paradores, se ha convertido en un destino en sí mismo y eso es el sueño de cualquier marca”, y explicaba que este verano “la gente se ha refugiado en Paradores porque los sienten como lugares seguros”.

López, por otro lado, comentaba que existen muchos distintos tipos de turismo “desde el más joven, al de mediana edad y el senior”, cada uno con sus particularidades por el distinto momento de la vida en que se encuentran, por lo que decía que “hay que ofrecer productos para todos” como país.

Todos ellos coincidían en la necesidad de que España y cada uno de sus destinos deben trabajar por estar abiertos todos los días del año y no únicamente por temporadas.

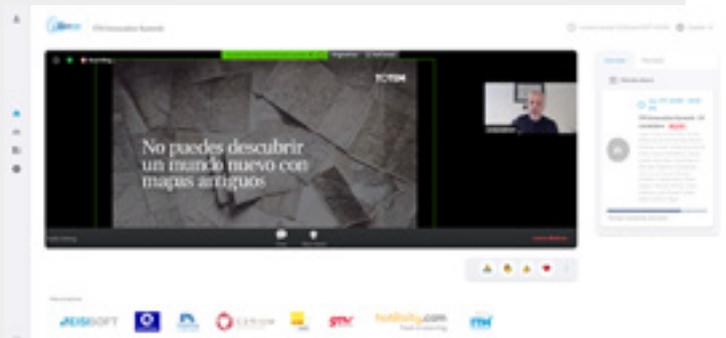
BRANDING + INNOVACIÓN

“El poder del Branding + Innovación para el turismo del mañana”, es el título de la ponencia inspiracional de cierre que ofreció Andy Stalman.

En su ponencia, Stalman, nos explicaba que “cuando sumamos innovación al branding empezamos a transformar problemas en oportunidades”.



Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras, fue el conductor del evento, agradeció a todos los asistentes e invitados y convocó para una cuarta edición de ITH Innovation Summit el próximo año.



CIBERPÓLIZAS DE SEGUROS PARA HOTELES

Más de 20 cadenas y hoteles independientes ya forman parte del grupo ITH de compra colectiva de ciberpólizas

ITH en colaboración con su socio tecnológico GARCÍA ALAMÁN han alcanzado un acuerdo en exclusiva para ofrecer a hoteles y otros alojamientos turísticos un ciberseguro específico para el sector en las condiciones más favorables del mercado tanto a nivel económico como de coberturas.

Este seguro contratable incluye amplias garantías para asegurar los riesgos particulares de la actividad del hotel en su entorno digital, entre las cuales se incluye, entre otras muchas más:

- Un pack completo de prevención con asistencia técnica 24h / 7 días a la semana
- Reclamaciones por responsabilidad civil online y sanciones en materia de protección de datos, así como la pérdida de beneficios por interrupción del negocio a consecuencia de un incidente en los propios sistemas del hotel (PMS, CRM, ERP, Motor de reservas...) o en los de sus proveedores tecnológicos (PMS en la nube, Channel Manager, RMS, plataformas de venta online, etc.).
- De manera adicional esta póliza de ciber permite asegurar los costes a consecuencia de extorsión y fraude cibernéticos.

A este colectivo se pueden sumar cadenas hoteleras, hoteles independientes, apartoteles, hostales, alojamientos rurales y campings.

Ya se han sumado a esta iniciativa más de 20 cadenas y hoteles independientes.

Se pueden conocer los detalles de esta iniciativa en la web: www.ciberseguroith.com



RAMÓN ESTALELLA, SECRETARIO GENERAL DE CEHAT E ITH, ELEGIDO PARA FORMAR PARTE DE LA **EJECUTIVA DE HOTREC** POR DÉCIMO AÑO CONSECUTIVO

El secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y del Instituto Tecnológico Hotelero, representará a España durante dos años más en el Comité Ejecutivo de la patronal europea de la hostelería. La presencia de España en este órgano europeo es fundamental para asegurar el permanente diálogo con los Estados miembros y participar en el desarrollo de la legislación europea y su trasposición nacional.

España ratificó el pasado 15 de octubre su permanencia en la ejecutiva de la asociación europea de hostelería, HOTREC. Por décimo período consecutivo, Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos y del Instituto Tecnológico Hotelero, fue reelegido por sus colegas europeos para representar al sector alojativo español dentro del Comité Ejecutivo de la patronal. Su nombramiento tuvo lugar la mañana del 15 de octubre durante la celebración virtual de la 81ª Asamblea General de HOTREC.

Esta representatividad es de máxima importancia para España puesto que le permite mantener un diálogo constante con el resto de Estados miembros -hecho que se hace aún más necesario en estos momentos de pandemia mundial- y participar en las decisiones legislativas que se gestan a nivel europeo y tienen, posteriormente, su transposición en la legislación nacional y autonómica.

La reelección del secretario general de CEHAT e ITH como integrante



de la ejecutiva de HOTREC otorga a España de un periodo de representatividad en la patronal de dos nuevos años. “Es un honor y una gran satisfacción tener la oportunidad de seguir representando y defendiendo al conjunto del sector alojativo español dentro del seno europeo de la hostelería. Nuestra industria necesita, hoy más que nunca, el apoyo de toda Europa para su recuperación y reactivación. Desde España seguiremos trabajando en colaboración estrecha con HOTREC para conseguirlo”, afirmaba Ramón Estalella.

Jens Zimmer Christensen, de Dinamarca, fue a su vez elegido nueva-

mente como presidente del Comité Ejecutivo de HOTREC, que se completa, junto a Ramón Estalella en España, con los representantes de Alemania, Francia, Italia, Grecia, Irlanda, Bélgica, Holanda, Noruega y República Checa.

Fundada hace casi cuatro décadas, HOTREC es la asociación europea que representa a hoteles, restaurantes, bares y cafés y establecimientos similares en la UE. Engloba a 45 asociaciones nacionales en 33 países y es la voz de la industria de la hostelería en Europa. HOTREC representa así a 1,7 millones de empresas, fundamentalmente pymes, generando 9,5 millones de empleos (el 4,4% del total del empleo en Europa).

Ramón Estalella es Licenciado en Derecho y Executive MBA por el IE Business School y secretario general de CEHAT desde su creación en 2004. Además, es docente en varias universidades españolas y escuelas de negocio como el Instituto de Empresa.

ITH ACADEMY, EL CENTRO GLOBAL DE FORMACIÓN EN TECNOLOGÍA TURÍSTICA Y HOTELERA

El objetivo principal de ITH Academy es ofrecer un enfoque académico innovador que amplíe el talento y la proyección de los alumnos para atender a la evolución y a las necesidades de mejora de competitividad de las empresas del sector Turístico y la Hostelería.

Para ITH la formación profesional y especializada es clave para la competitividad del sector turístico y hotelero en España. Para poder gestionar adecuadamente el conocimiento que se genera en las empresas de la principal industria de nuestro país, es necesario formar a los equipos y los profesionales adecuadamente, con el objetivo de prepararlos para un mercado global y competitivo, que exige estar al día en el uso y la aplicación de las nuevas tecnologías.

ITH Academy proporciona las mejores herramientas específicas de formación al sector turístico y hotelero, que responde a los retos y desafíos actuales, y que les permitirán mantenerse al tanto de las nuevas tendencias y las mejores prácticas.

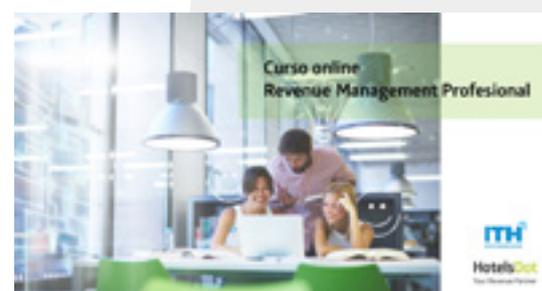
ITH lanzó en marzo una nueva web para ITH Academy (www.ithacademy.org), con cursos muy interesantes para quien quiera estar a la vanguardia del sector. Una nueva web mucho más intuitiva donde se

puede encontrar toda la información sobre cada uno de los cursos y masters. Entre los programas, cursos, másters, y webinars que se imparten en distintas modalidades, se encuentran los siguientes:

El **Máster en Innovación y Marketing Turístico Digital**, está diseñado para preparar a los futuros y actuales profesionales del sector turístico en la nueva realidad de la industria, y para que tengan una adecuada adaptación e incorporación de la transformación digital y la integración de las nuevas tecnologías. Este programa se ha diseñado por la IMF Business School y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), apoyado por relevantes cadenas hoteleras.



La **Formación Superior en Revenue Management**, tiene como objetivo conocer y aplicar las técnicas empleadas por los expertos de Revenue Management, así como comprender los conceptos relacionados con la organización, comercialización y distribución de los alojamientos turísticos. En este sentido las actividades diseñadas presentan escenarios reales y casos prácticos que se ajustan a la actividad diaria profesional del Revenue Manager.



Cursos gratuitos en Nuevas Tecnologías para Hostelería. La Confederación que agrupa a los empresarios del alojamiento turístico español,

CEHAT, presenta su programa de formación para trabajadores. En un futuro por delante en el que construir nuevamente, la capacitación es un pilar fundamental.

Curso de SAP Business One. SAP es el ERP líder a nivel mundial. Su adaptación a PYME, SAP Business One, te permite entrar en su mundo y tener conocimientos básicos para poder trabajar en aquellas empresas que cuentan con este software como principal sistema de gestión empresarial. Con esta formación podrás mejorar tus conocimientos del mundo de la empresa y las partes que lo componen para poder desenvolverte en cualquier puesto que requiera del uso de esta plataforma. En ITH Academy puedes encontrar tres cursos: Fundamentos de Compras, Ventas y Logística en SAP Business One V 9.3; Fundamentos de Finanzas en SAP Business One V 9.3; Fundamentos de Gestión de Informes con Crystal Reports en SAP Business One.



El curso de **BA-Pentaho**. Formación en Business Intelligence con la herramienta de Pentaho. La analítica de negocio basada en los datos registrados en los diferentes sistemas de datos del negocio permite obtener de forma sencilla, periódica y actualizada la información de los principales KPI's de cada uno de los departamentos del hotel. Es por ello interesante disponer de una formación para poder construir cuadros de mando en base a los indicadores que se analizan en la organización.

Curso certificado “Cómo trabajar con un PMS: Noray Htl”. El curso certificado online “Cómo trabajar con un PMS: Noray Htl*” está pensado para todos aquellos profesionales

del sector hotelero (miembros de un determinado departamento, mandos intermedios o jefes de departamento, directores hoteleros, propietarios o cargos relacionados de nivel equivalente e incluso estudiantes de turismo u otros perfiles) que deseen conocer desde 0 cómo trabaja un hotel y cómo se interrelacionan sus departamentos.



Travel Customer Experience (CX). Travel Customer Experience (CX) abarca todo lo que vive el cliente con una empresa o una marca a lo largo de todas las interacciones que tiene con ella, durante todo el ciclo de vida de su relación y a través de todos los canales de contacto.



Fundamentos para expresar tu Rate Shopper: competencia y paridad. En este curso se analiza en profundidad las diferentes funcionalidades de un Rate Shopper, a través de Price Seeker v3, desarrollado por Paraty Tech, incidiendo en los puntos de mayor interés para explotar al máximo sus posibilidades.

Executive Program: Experto en Transformación Digital para Empresas del Sector Turístico y Destinos. Un plan de transformación y acompañamiento a las empresas turísticas y destinos con un método de aprendizaje totalmente práctico

donde los cambios comenzarán a visualizarse desde los primeros días, gracias en gran medida a la implementación de las nuevas tecnologías.



Programa avanzado de dirección hotelera. Contenido 100% especializado para la industria hotelera liderado e impartido por profesionales de prestigio con amplia experiencia en la industria hotelera. La mejor manera de acelerar el desarrollo directivo y complementar los conocimientos adquiridos en la universidad o en la escuela de hostelería.



Programa avanzado de Alimentos y Bebidas. Contenido de alimentación y bebidas 100% especializado



para la industria hotelera liderado e impartido por profesionales de prestigio con amplia experiencia en la industria hotelera. La mejor manera de acelerar el desarrollo y complementar los conocimientos adquiridos en la escuela de hostelería o con la experiencia.

Programa avanzado de Transformación Digital. Contenido 100% especializado para la industria hotelera liderado e impartido por profesionales de prestigio con amplia experiencia en la industria hotelera o en proyectos de digitalización. La mejor manera de aprender a llevar a cabo un proyecto de digitalización.



Programa avanzado de Housekeeping. Contenido 100% especializado para la industria hotelera liderado e impartido por profesionales de



prestigio con amplia experiencia en la industria hotelera. La mejor manera de acelerar el desarrollo y complementar los conocimientos adquiridos en la escuela de hostelería o con la experiencia.

Webinar Ciberseguridad: riesgos y estrategias en el sector hotelero. El webinar se llevó a cabo el 14 de mayo, a las 16:30h en formato online. Es de vital importancia no olvidarse de la ciberseguridad en el sector hotelero, y más en esta situación llena de incertidumbre, un escenario ideal para la actividad de los ciberdelincuentes. Por ello, y de cara a la progresiva reapertura del sector turístico, creímos muy oportuno celebrar este webinar con profesionales que nos aportaron las claves en materia de ciberseguridad para tener una visión clara y completa de la situación y que nos ayudan a sentar las bases de una fuerte estrategia de seguridad digital con objeto de proteger a los hoteles y establecimientos turísticos de posibles ciberataques.

Webinar: Puesta en marcha y aplicación de medidas en la era post covid-19 en sistemas de climatización e instalaciones de agua del sector hotelero. El webinar se celebró el 27 de mayo a las 17.00h online y en directo. Como consecuencia de la pandemia por COVID-19 se llevó a cabo en la mayoría de los hoteles una parada técnica durante un periodo superior a 1 mes. Se planteaba, además, un nuevo escenario con el retorno a la actividad de los establecimientos hoteleros, en el que se hacían necesarias ciertas recomendaciones para mantener la máxima

La continua innovación se produce a través de una permanente renovación de contenidos y métodos



salubridad para los clientes. ¿Ha estado parada su instalación durante el confinamiento? ¿Sabe cómo actuar para una puesta en marcha segura? ¿Cómo actuar según el RD 865/2003? En esta sesión de una hora se expusieron las pautas a seguir para un inicio de la actividad con las instalaciones más seguras para los clientes y se atendieron las dudas que se generaron al respecto.

Webinar Hoteles Inteligentes: ¿Cómo nos ayuda la digitalización a mejorar la rentabilidad? El webinar se llevó a cabo el 16 de junio a las 17:00h online. La digitalización proporciona la información necesaria para optimizar la gestión de nuestros hoteles:

Incrementar la satisfacción del huésped y su fidelización. Sin duda, ese apartado conlleva un incremento de los ingresos del hotel, tanto por la recurrencia de ese cliente como la posibilidad de aumentar la tarifa de pernoctación al tener mejor calificación online.

La sostenibilidad es un valor al que los clientes dan cada vez más importancia. La tecnología permite reducir el consumo energético, a la vez que nos ayuda a obtener certificaciones (LEED, BREEAM,..) que revalorizan nuestro activo.



EL INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO E IMF BUSINESS SCHOOL **UNIDOS POR LA FORMACIÓN ESPECIALIZADA**

El pasado mes de febrero, ITH renueva su acuerdo con IMF Business School junto con quién ofrecemos, gracias a la alta demanda, el Máster en Innovación y Marketing Turístico Digital para seguir proporcionando la formación específica que impulse las habilidades digitales de los profesionales del sector y de este modo poder tratar el perfil del nuevo turista. Este máster se encuentra disponible en ITH Academy (www.ithotelero.com/formacion).

IMF Business School pretende que sus alumnos accedan al mercado laboral con éxito y comprendiendo el nuevo entorno digital. Y por nuestra parte, ITH ve “clave la formación profesional y especializada, para la competitividad del sector turístico”.

El Máster en Innovación y Marketing Turístico Digital diseñado por ITH e IMF Business School establece unos contenidos desarrollados con el objetivo de atender unas necesidades de formación especializada en materia de adaptación del producto, comercialización y distribución, así como planificación de la comunicación y difusión de este. El programa es bonificable y existen varias becas de las que el alumno puede beneficiarse.

El objetivo general sigue siendo ayudar al alumno a:

Conocer las nuevas tendencias en cuanto al mercado, el cliente y los modelos.

Desarrollar la formulación, implantación y seguimiento de una estrategia innovadora de éxito.

Ayudar a valorar la transformación de la empresa hacia un entorno digital.

Evaluar la idoneidad del plan de marketing, decidiendo los canales de comercialización digital más adecuados, etc.



Desarrollar y dirigir proyectos de digitalización del negocio.

Incorporar la tecnología más adecuada en los procesos de negocio.

Con la creación de ITH Academy, el Instituto Tecnológico Hotelero se convierte en referente global, innovador y de calidad en formación tecnológica turística y hotelera y consigue atender la evolución y necesidades tanto de adaptación como de mejora de la industria turística. Nace como respuesta adaptada a las necesidades de las empresas del sector y sus profesionales.

Incorporar personal cualificado que cuente con habilidades digitales, tanto en puestos directivos como ejecutivos ha sido una de las razones por las cuales ITH se planteó una estrategia que contemple y distinga las necesidades y diferencias en el comportamiento de los clientes en el entorno on y off-line y conseguir la aplicación de herramientas de inteligencia turística.

NUEVAS **TECNOLOGÍAS** 

LA TECNOLOGÍA ES LA OPORTUNIDAD PARA **MEJORAR LA GESTIÓN Y CONECTAR CON EL CLIENTE**



José María Carbó Tiemeijer
Director General
Hotelero

Creo que todos somos conscientes de la dura etapa que hemos vivido durante los últimos meses, y que todos hemos pensado durante este tiempo que nuestro sector debe evolucionar hacia una Nueva Etapa. Todos hemos tenido demasiado tiempo para pensar, ahora llega el momento de implementar todas esas nuevas ideas que hagan crecer a este sector, que hagan que este sector lidere un cambio estratégico.

Nuestro sector, el sector del Turismo ha aportado mucho a la economía de este País, y a su vez, hemos visto como nuestro modelo se ha introducido en muchos países gracias al crecimiento de muchas empresas que han trasladado la importancia del Turismo en el desarrollo económico de muchos destinos.

Hoy más que nunca, todos sabemos que debemos mirar al futuro inmediato pensando en la sostenibilidad, que debemos pensar en cuidar el medio ambiente, potenciar las culturas locales y como no, generar ingresos, contribuyendo en la generación de empleo. Esto lo sabemos todos, nos hemos cansado de leerlo, nos hemos cansado de decirlo, ahora toca hacerlo, no tenemos tiempo que perder. Necesitamos un Turismo Sostenible y de Calidad.

Pensar en todas estas ideas no sería posible sin el ITH, durante todos estos años el ITH ha aportado valor a las empresas hoteleras, ayudándolas a potenciar sus niveles de servicio, sus procesos tecnológicos, aportando nuevas herramientas que han hecho posible un gran avance en los hoteles.

Las nuevas generaciones han nacido en el Mundo Tecnológico y para ello cada día más los Hoteles deben caminar buscando cómo conectar mejor con ellos. Es fundamental que la accesibilidad de la información llegue de manera rápida y ágil, siendo a su vez asumible y entendible por todos. Cada vez más, somos conscientes de que debemos trasladar nuevas experiencias, que el cliente no busca una noche de hotel, eso lo podemos llamar un commodity, hoy busca una experiencia en cada uno de sus viajes, sea un viaje corporativo o sea un viaje de placer. Una experiencia que cada día debe ser más personalizada, más dirigida, más tangible. Que aporte valor añadido en todo el proceso del viaje.

Ese nuevo valor añadido es posible gracias a todo el trabajo de investigación, de apoyo que ofrece el ITH a los hoteles, no debemos pensar en ser la mejor empresa tecnológica, no es nuestra labor. Nuestro principal objetivo son los clientes, pero gracias a ITH somos capaces de tener la tecnología a nuestro alcance, somos capaces de entender qué productos pueden mejorar nuestros servicios, o cómo tratar de mejorarlos. Con los datos de nuestros clientes podemos conocer mejor sus necesidades y expectativas y así poder ofertarles lo que buscan, lo que quieren comprar. En definitiva, podemos innovar, podemos incrementar nuestra creatividad implementándola gracias a soportes tecnológicos.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO SUSTENTO ESENCIAL DEL SECTOR TURÍSTICO

Las empresas se nutren de la innovación tecnológica como medio para sobrevivir, y en el sector turístico esta premisa se convierte en dogma. En estos días inciertos, los turistas se han vuelto más exigentes, más conscientes de las posibilidades que les ofrece el mercado. Por tanto, la tecnología enfocada a la mejora de la accesibilidad, del bienestar que proporciona un entorno cuidado al detalle, es uno de los alicientes que impulsan este sector.

El turista, criatura de naturaleza nómada y exquisita en sus preferencias, evalúa diversos factores al escoger un destino. La accesibilidad, la estancia, la oferta turística, influyen en gran medida en su toma de decisiones, y por tanto, estos elementos son susceptibles de adquirir un matiz innovador. Sin duda el nivel de desarrollo tecnológico influye positivamente en tres pilares de la consolidación como destino preferido:

- Es una herramienta fundamental en la política de comunicación
- Es decisivo a la hora de escoger el destino
- Fideliza a la base fundamental de clientes frecuentes.

De ahí que empresas como Zennio, especialistas en domótica KNX, exploremos dichas posibilidades para estimular este sector mediante la innovación que aportan nuestras soluciones. La eficacia, el ahorro energético, la minimización del impacto en el medio ambiente, y la excelencia en nuestros productos, son los principales motores que nos permiten evolucionar y apoyar a este sector.

En suma, los que participamos en este sector, debemos asumir que la innovación es un aliado indispensable que es capaz de marcar la diferencia entre el fracaso y el éxito.



Javier Giménez Vázquez
Director Desarrollo Negocio
Zennio Spain



INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ROBÓTICA Y 5G, PRESENTES EN EL FUTURO DEL TURISMO

A lo largo de 13 años, FITURTECHY se ha convertido en un punto de encuentro obligado para el sector turístico. En concreto, en el foro #techYfuturo, patrocinado por MasterCard, se habló de los retos y tendencias en innovación y sobre la tecnología que impacta al turismo, apoyado en inteligencia artificial, robótica, automatización, desarrollo del transporte y la digitalización del comercio.

Siguiendo el ejemplo del proverbio chino del efecto mariposa, el desarrollo de una determinada tecnología que se puede estar gestando hoy puede cambiar el futuro de nuestro planeta tal y como lo conocemos.

La Inteligencia Artificial, la robótica y automatización, el desarrollo de transporte avanzado e incluso la hibridación entre el mundo físico y digital, son disrupciones que sin duda irán transformando no sólo a los viajes y el turismo, sino a toda la sociedad en su conjunto. Todo ello se trató en el foro #techYfuturo.

#techYfuturo es un espacio abierto donde debatir y mostrar cómo gestionar recursos de manera más eficiente con el objetivo de contribuir a un turismo inteligente, más rentable y sostenible. Álvaro Carrillo de Albornoz realizó la apertura.

La primera ponencia versaba sobre el impacto que provoca en la sociedad la innovación, de la mano de Luis González-Blanch, co-fundador y CEO de Global Incubator. Seguidamente pudimos asistir al panel “Creatividad: innovación, disrupción, revolución” con Walter lo Faro, Senior Director, Market Management Southern Europe de Expedia Group; Juan Galiardo, Head of Spain de Uber; y, Miguel Ángel Turrado, director general de HP SCDS. Los tres participaron en el debate sobre la tecnología y la creatividad, moderados por Luis González-Blanch.

Andy Stalman, co-fundador y CEO de TOTEM Branding, explicó en el foro cómo el mundo digital facilita el día a día de las personas.

La tarde arrancó con la charla de Natalia Bayona, Senior Expert on Innovation and Digital Transformation

de la OMT, sobre innovación en turismo. Después, Manuel García Lozano, Co CEO de LeadClic de WAM Global, nos sorprendió hablando sobre la tecnología para la inteligencia de clientes. En la era digital, el consumidor no ve de forma individualizada las relaciones con ventas, marketing y atención al cliente. Lo que perciben (o quieren percibir) es una visión única de la marca y esperan que las compañías actúen de esa forma. Por ello, “la experiencia humana de atención al cliente (Human to Human) debe completar la automatización que proviene de la Inteligencia Artificial” afirmó.

Estrategia + cultura + responsabilidad + tecnología son los pilares básicos para poner en marcha adecuadamente la IA en nuestras entidades

Finalmente, la jornada terminó con el debate sobre los modelos de transformación de éxito de transporte, hospitality y destinos con Alberto Terol, gerente de Innovación de Iberia; Ignacio Ochoa, Ecommerce and Digital Marketing Director de Iberostar; Joantxo Llantada, experto en innovación, marketing y estrategia; Manuel García Lozano, Co CEO de LeadClic, part of WAM Global; y, Giorgio Ascolese, Founder & CEO de We Are Marketing como moderador.

La segunda jornada estuvo abierta por Paloma Real, directora general España de MasterCard. Acto seguido, Juliana Rueda, ingeniera de sonido, fundadora y directora de Miut Sound Recording & Miutbooks; Juan Prim, co-fundador de Nixi1; y, Ricardo Alonso, fundador y director de Gnosson participaron en el panel “Humanización de la tecnología a través de la voz”. También participaron en el debate sobre asistentes virtuales, retos y oportunidades, moderado por Borja Álvaro García, socio de Deloitte.

«Estrategia + cultura + responsabilidad + tecnología son los pilares básicos para poner en marcha adecuadamente la IA en nuestras entidades»; así Luis Montero,



director de soluciones Data, IoT & AI de Microsoft nos contó como consiguen un desarrollo exitoso de la Inteligencia Artificial. Él, junto a Miguel Granada, director de I+D de BOSCH; y, Roberto Menéndez, Digital CEO del Grupo ADD, nos dieron a conocer desde su ámbito de actividad cómo la robótica y la inteligencia artificial están transformando numerosos sectores de la economía, cómo estos desarrollos ayudan a las personas en diferentes ámbitos y el impacto tendrán en el futuro más próximo de la sociedad. Miguel Granada sembró la duda al público sobre si la implantación de robots en el trabajo es seguro.

En el panel “Accelerating Smart Tourism”, Yolanda Martínez de Turespaña tuvo una breve ponencia sobre inteligencia artificial como solución para un desarrollo del turismo sostenible, para posteriormente dar paso a Alejandro Banegas de Mastercard y Elvira Marcos de Turespaña, donde conversaron sobre casos prácticos sobre la aplicación de la inteligencia artificial en el turismo.

Para terminar la jornada, se celebró un debate en el que se trató la digitalización y la movilidad como elementos esenciales en los destinos y de servicios a disposición del turista. Participaron: Pablo Hermoso de Mendoza, alcalde del Ayuntamiento de Logroño; Francisco Sierra, director general de N26; Enrique González Lezana, gerente de Big Data de Telefónica; Bruno Espinar, Head of Mobility 4.0 and Digital Innovation de RENFE; y Yovanna Blanco, Editor in Chief de Business Insider a cargo de la moderación de tal debate.

La clausura de esta gran jornada de #techYfuturo la realizó Alejandro Banegas, VP & director de Desarrollo de Negocio de Mastercard España.

La última jornada de #techYfuturo comenzó con un panel sobre presentaciones de los últimos proyectos que se están llevando a cabo en el ámbito del 5G. Para ello, contamos con Alberto del Sol, director de Marketing

e Innovación de Vodafone Business; Luis Manuel Díaz de Terán, Managing Director de la División de Telecomunicaciones y Servicios de Altran España; y, también, con Antonio Conde, director de Innovación y Transformación Digital en Cisco España. Conde, mostró cómo Cisco ayuda a las empresas a generar nuevos modelos de negocio y experiencias inmersivas para los consumidores a través de 5G combinada con otras tecnologías como IA y realidad virtual y aumentada de CISCO. Y, por último, Adán Levy, director del laboratorio de Investigación y Desarrollo de la Fundación IFEMA – LAB.

Posteriormente, Juan Carlos Sanjuan, CEO y fundador de Casual Hoteles; Rafael Hinojosa, Guest Manager de One Shot Hotels y Willy Díaz Aliaga, CEO 2028 de ARTIEM Hotels expusieron cómo la combinación de la tecnología y el trato humano ayudan a los hoteles a ofrecer servicios cada vez más personalizados y adaptados a las necesidades de los huéspedes, conducidos por Nacho Rojas, director del Área de Hostelería &Hotel en Grupo Peldaño.

Para clausurar #techYfuturo, David Ceballos, CEO de Astroland Agency, dió a conocer cuáles son los primeros pasos de la humanidad para establecer colonias en Marte en el futuro. Astroland es una agencia que está desarrollando las tecnologías y las habilidades necesarias para establecer la primera colonia humana en Marte. “Para cumplir este ambicioso objetivo, como primer paso han construido la Ares Station, que es una estación análoga a Marte subterránea, ya que lo más compatible con la vida humana en el planeta rojo es establecerse en los tubos de lava para protegerse de la fuerte radiación estelar”, nos contaban en el foro. Este gran proyecto científico que cuenta con diversos expertos en diferentes áreas donde se potencia el desarrollo tecnológico y el psicológico, siendo la Ares Station un banco de pruebas de todas estas tecnologías de futuro.

La gran noticia es que las misiones no solo están diseñadas para profesionales del sector, si no que brinda la oportunidad a experimentar cómo será la vida en Marte en el año 2020 para cualquier aventurero que lo desee. Además, es un gran centro de formación para prepararse para los cambios disruptivos que vamos a vivir en los próximos años.

La experiencia humana de atención al cliente debe completar la automatización que proviene de la IA

#TECHYHOTEL, UNA VENTANA HACIA EL FUTURO DEL TURISMO

El ministro de Ciencia e Innovación, Pedro Duque; el ministro de Turismo y Cultura de Perú; y el Presidente de Room Mate Group, Kike Sarasola, y Martín Barreiro, presentador de “El Tiempo” en TVE1, fueron algunas de las personas que pudieron apreciar todas las innovaciones tecnológicas hoteleras que se presentaron en FITURTECHY 2020



El ministro de Ciencia e Innovación, Pedro Duque; el presentador de las ediciones del tiempo del fin de semana en TVE 1 y 24 horas, Martín Barreiro; y el presidente de Room Mate Group, Kike Sarasola aprovecharon su paso por FITURTECHY 2020 para visitar #techYhotel, el hotel del futuro, donde se pusieron al día en las últimas innovaciones en el ámbito de la sostenibilidad y las nuevas tecnologías aplicadas al sector hotelero.

#techYhotel es el showroom en el que ITH muestra junto a más de veinticinco empresas las últimas innovaciones centradas en sector hotelero. Todas estas empresas presentaron en este espacio las soluciones que probablemente veamos en los hoteles en un futuro cercano.

Veinticinco empresas líderes en el sector junto a ITH se coordinaron para integrar sus últimas novedades y poder mostrarlas en FITURTECHY 2020, en #techYhotel, lo que podre-

mos tener a nuestro alcance en los hoteles en los próximos años. Sobre seguro, no deberemos esperar muchos años más para ver cómo estas propuestas se convierten en usuales para la mayoría de los hoteles.

Bajo el título “El Efecto Mariposa: Transformación” en #techYhotel, espacio de inspiración para los agentes del sector hotelero y turístico, se pudo ver el diseño tan innovador realizado por el estudio Morph, para darle forma al showroom; precheckin con reconocimiento facial de Chapp Solutions; HP y sus dispositivos vanguardistas; el PMS moderno e intuitivo de Mews; el control de accesos o realización de pagos a través de las pulseras con tecnología NFC de Easygoband, con las que también podemos reservar una bicicleta eléctrica Littium, que pudimos encontrar en el propio showroom.

El Grupo ADD trajo a varios de sus robots que consiguen mejorar en



gran medida la experiencia de usuario realizando el checkin, como servicio de habitaciones, camarero o generando la factura a la salida; para poder tener acceso a toda la prensa a nivel mundial contamos con PressReader; Resuinsa fue el encargado de personalizar todos los textiles; la cama con sensores para reconocer el ciclo del sueño de Pikolin que este año presentó su nuevo dispositivo de elevación con motor eléctrico lineal: accionando dicho mecanismo, el elevador garantiza un control totalmente seguro y un movimiento automático sin paradas intermedias.

En #techYhotel, los profesionales del sector disponen de la oportunidad de conocer de primera mano las últimas innovaciones y de qué tecnologías disponen para adaptarse a las demandas de los viajeros

También se pudo disfrutar del espejo televisión con su novedosa plataforma de IPTV diseñada especialmente para el sector hotelero de Cerium Tecnologías; o la iluminación que se armoniza con los diferentes estados de ánimo de Signify. Zennio, por su parte, mostró cómo su solución a través de su sistema basado en un algoritmo de control de presencia es capaz de combinar iluminación, clima, cierres, aromas y audio además de medición de consumo en habitaciones y de la huella de carbono.

VELTIA presentó su nuevo secador de manos VFUSION para ofrecer una mayor rentabilidad y sostenibilidad a los hoteles. Roca mostró su lavabo de Surfex además del plato de ducha de Senceramic®, el inodoro inteligente In-Wash® y el diseño con cisterna integrada In-Tank. HP trajo sus novedosas gafas de Realidad Virtual en la zona de entretenimiento. Y es que, gracias a la Realidad Virtual, Halton, es capaz de diseñar y configurar los espacios para las cocinas de un hotel.

CM Creare consigue aportar un valor extra al lugar donde se instala, y por ello, contamos en FITURTECHY con sus pantallas led, que llaman la atención por medio de estímulos vi-

suales con un producto totalmente personalizado, ajustándose a la arquitectura de #techYhotel.

El mobiliario, con su diseño ajustado para hoteles, integra la tecnología como parte funcional en la experiencia de cliente, detrás del cual está la empresa Kaudex, que se combinó con mobiliario de Porcelanosa, grupo experto global en soluciones

para pavimentos altamente tecnológicos y pensados para resistir nuestro día a día.

Otra de las novedades de esta edición es que el propio cliente pudo comentar on line su opinión sobre

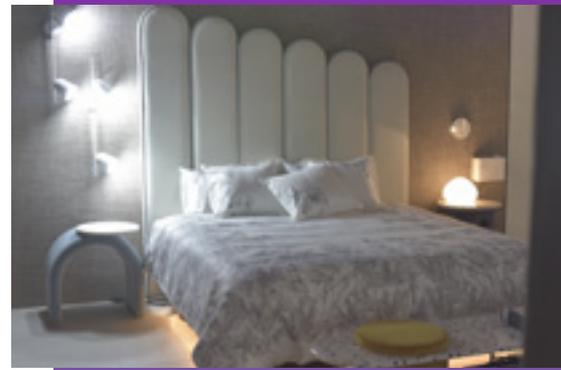
qué le ha parecido la visita a FITURTECHY y se le contesta a través de un sistema que Hotelspeaker instaló in situ.

Pudimos adentrarnos en espacios inmersivos mediante la proyección 360° que logra la empresa Broomx con quien conseguimos ese efecto WOW que se queda en la memoria del cliente.

La importancia del branding olfativo en las instalaciones de un hotel cada vez cobra más fuerza, es por eso por lo que en #techYhotel, Cleanity colaboró un año más, creando experiencias olfativas en la habitación tecnológica del futuro con un robot que permite al cliente diseñar una fragancia a medida y que se situaba en los difusores domotizados de Zennio.

Y, es que en #techYhotel está pensando hasta el último detalle, y dispusimos de cargadores para los clientes, facilitados por Chargy. Schneider Electric por su parte, nos mostró su novedoso cargador eléctrico para coches.

El 5G de Vodafone, facilitó todas las conexiones a internet de los visitantes a la Feria.



TECHYHOTEL PROJECT



TechYhotel Project es un proyecto de investigación que tiene el objetivo de conocer en profundidad el grado de implantación de tecnología en la actividad hotelera española en los ámbitos de: Soluciones y Equipamiento – Estrategia de mercado y negocio – Procesos – Organización y personas – Infraestructura y soluciones – Productos y servicios – Relación con el cliente.

Y es que vivimos en una era en la que no es posible obviar la necesidad de convivir con la tecnología y entender que quien marca el ritmo es el cliente.

Es importante partir de la base de que este estado de transformación digital no es común para todo tipo de establecimientos. Por ello segmentamos por categoría de hotel y por tipo de hotel (vacacional, urbano o interior). También se tiene en cuenta si pertenecen a cadenas hotelera o son hoteles independientes.



En 2020, se ha llevado a cabo una nueva actualización del Proyecto de investigación. En esta actualización se muestra no solo la evolución de la percepción y uso de la tecnología en los hoteles españoles, sino el contraste con las preferencias de los clientes que se alojan en estos establecimientos.

La digitalización no es una opción, es una necesidad.

En la Era de la Transformación Digital, todo evoluciona tan rápido que nos obliga a estar muy atentos a las facilidades que nos ofrece la tecnología para comunicarnos con el entorno. Nuestros Clientes, Empleados y Proveedores.

Con este estudio pretendemos poner en relieve datos sobre evolución y tendencias tecnológicas en los hoteles, abriendo con ello una reflexión a quienes se plantean hacer un autodiagnóstico y con ello la posibilidad de explorar ámbitos que le permitan crecer.

LA TECNOLOGÍA Y LAS PERSONAS EN EL TURISMO

El director general de ITH colaboró en el proyecto académico con su ponencia en la Misión PyME Fitur 2020 promovida por Procolombia y organizada por IMF Business School el 20 de enero de 2020.

La tecnología avanza cada vez más rápido. Cada día vemos en el telediarrio noticias que hace poco solo veíamos en las películas de ciencia-ficción. Coches eléctricos sin conductor, televisiones y electrodomésticos que nos escuchan... ¡¡y nos entienden y actúan!! Dispositivos móviles que son de todo ... menos un teléfono.... Y eso cambia la manera en la que las personas se comportan.

El sector turístico se ve totalmente impactado por los cambios tecnológicos. La manera en que los turistas se inspiran para buscar un viaje, un hotel, un vuelo; la manera en que buscan un restaurante, o una tienda en el destino, la manera en que el hotelero puede distribuir su producto, a través de canales que hace 5 años no existían... todo cambia; por eso, es más importante que nunca poder entender hacia dónde van las tendencias, hacia dónde va el cliente cada vez más influenciado por la tecnología. Y es ahí donde el Instituto Tecnológico Hotelero desarrolla su labor. Visualizar los cambios tecnológicos, y “traducirlos” al lenguaje hotelero para entender para qué vale la tecnología y cómo el hotelero puede sacar el máximo provecho de ella, pero teniendo siempre claro, que la inteligencia no está en las máquinas, sino las personas que las utilizan.

En el ITH, desde hace ya 16 años, y al amparo de CEHAT, se busca mejorar la competitividad de todo el sector, de las grandes cadenas y de los hoteles independientes, mediante la innovación y la tecnología. En ámbitos como las tecnologías TIC, el Big Data, la inteligencia artificial, la sostenibilidad y la eficiencia energética... un sinnúmero de tecnologías que no paran de crecer, y eso hace más necesario que nunca avanzar en la cultura de la innovación, para poder traducir y entender cómo estas tecnologías están cambiando a nuestro cliente, a nuestro huésped.



¿QUÉ MODELO DE TURISMO QUEREMOS PARA EL FUTURO?

El 6 de febrero se celebró la jornada APD “¿Qué modelo de turismo queremos para el futuro?” dentro del Ciclo para la innovación de los sectores estratégicos andaluces.



El avance de la economía andaluza se sustenta principalmente en el desarrollo de seis grandes sectores productivos: agrícola, turismo, aeroespacial, minería, biotecnología, y sector químico. Conjuntamente desde la Confederación de empresarios de Andalucía, CEA, y la Asociación para el Progreso de la Dirección, APD, organizaron a lo largo del año 2020 un ciclo de encuentros en los que definieron las claves, tendencias y perspectivas de futuro de los sectores productivos más importantes de su comunidad. De esta forma, celebraron cuatro jornadas en distintas provincias andaluzas, centrándose en los sectores productivos más significativos y que cuentan con mayor número de empresas en la comunidad. En esta ocasión se debatió sobre los retos estratégicos para el sector turístico andaluz.

La jornada se llevó a cabo en el Salón de Actos de Unicaja Banco de Málaga el 6 de febrero en la cual participó Álvaro Carrillo de Albornoz junto a Isabel Hormigo, responsable sector TIC de la Corporación Tecnológica Andaluza, moderados por Carlos Martínez, de IMF bajo el título “¿Estamos listos para aplicar tecnología de vanguardia?”.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL HOTELERA

La primera edición de TH Leaders, los debates virtuales organizados por TecnoHotel para intentar dar solución a las dudas que tiene actualmente el sector hotelero, llegaba a su fin con el debate “¿Y ahora qué? La transformación digital del hotel como necesidad real”. El debate tuvo lugar el 3 de diciembre a las 11:00h.



La crisis sanitaria ha acelerado la transformación digital en los hoteles. Pero, ¿qué formación necesitan nuestros empleados para poder llevarla a cabo de forma satisfactoria? ¿Qué herramientas son las más punteras del mercado? ¿Qué beneficios aporta a los clientes y al propio hotel? Y, para concluir, ¿qué papel juega la seguridad en todo esto?

Para poder hablar de estos temas, y algunos más, TecnoHotel reunió a cuatro grandes expertos del sector:

- Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero como moderador
- Jimmy Pons, experto en innovación turística y cofundador de RoundCubers

- Javier Anaya, director general de Alai Secure
- Carlos Díez de la Lastra, director general de Les Roches Marbella

No cabe duda de que, si bien la transformación digital ya era importante, ahora va a ser clave para reestablecer la actividad hotelera. La tecnología forma parte de nuestro día a día y la transformación digital es clave para comunicarnos con nuestro entorno, pero también con nuestros clientes, empleados y proveedores.

Obviamente, la recuperación del sector turístico no pasa exclusivamente por la tecnología, si bien la tecnología nos puede ayudar mucho a superar esta situación.

TURISMO: REACTIVANDO EL MOTOR ECONÓMICO

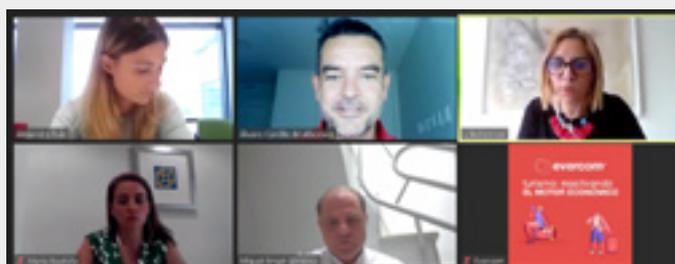
Los retos del sector turístico para su reactivación en una de las temporadas más cruciales para nuestro país fueron la temática del #evercON, organizado por Evercom y que contó con la participación de Alejandra Ruiz, Senior Communication Manager de Ryanair; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; y Miguel Ángel Giménez, director de Marketing y ventas directas para la región sur de ABG – AVIS. Todos ello, junto a María Bautista, directora de la División Life de Evercom.

La industria del turismo es el sector que más riqueza aporta en términos de contribución al PIB y al empleo, pero también el que más está sufriendo la crisis de la Covid-19. Se trata de un sector clave en nuestro país que se enfrenta a importantes retos para su reactivación.

La estimulación de la demanda, el impulso de los acuerdos entre organizaciones público-privadas y la coordinación de toda la cadena de valor para ofrecer una experiencia satisfactoria al turista que viene a nuestro país son los principales retos a los que se enfrenta el sector.

El Turismo en España encara el peor año de su historia desde la crisis económica del 2007. Tras encadenar varios años de buenos resultados, este sector, que supone el 13% del PIB español, se enfrenta este 2020 a unas pérdidas de millones de euros. Aunque algunos expertos del sector apuntan ya a una recuperación, todavía queda mucho camino por recorrer para llegar a las cifras de ocupación previas a la pandemia.

Desde el punto de vista de la oferta se puede decir que todos los agentes



del sector han hecho sus deberes, ya sea implementando medidas sanitarias o flexibilizando sus precios y políticas de cancelación. Pero existe un problema de confianza que hace

La reactivación del Turismo: una dualidad entre salud y economía

que la oferta no se cruce con la demanda y este es uno de los grandes retos a los que se enfrenta el turismo para su reactivación. “Desde el punto de vista de la oferta podemos decir que todos los agentes del sector turismo hemos hecho los deberes. Hemos reabierto adoptando todas las medidas sanitarias para garantizar la seguridad de nuestros clientes, pero existe un problema de confianza que hace que la oferta no se cruce con la demanda”, afirmaba Álvaro Carrillo de Albornoz.

La situación de incertidumbre actual, debida también a los mensajes confusos que lanzan los organismos públicos sobre cómo tiene que actuar la población, genera un estado de inseguridad entre los consumidores que

repercute muy directamente en el turismo y deriva en la necesidad urgente de impulsar la demanda. Para ello, es necesario poner en valor toda la labor que realizan los diferentes agentes de sector y, en este sentido, los profesionales de este ámbito señalan que es clave el hecho de ser transparentes, aportar claridad al usuario y ser capaces de defender y comunicar todo el esfuerzo que se está realizando para implementar medidas para un turismo seguro, al margen de las políticas de precios y flexibilización de condiciones. “En este entorno, las compañías turísticas han sabido adaptar sus mensajes en el momento de comunicar, modificando su tradicional enfoque emocional por uno más racional, centrado en la seguridad e higiene”, comentaba María Bautista, directora de Evercom Life.

LA TECNOLOGÍA: EL HOY PARA EL TURISMO Y LA HOSTELERÍA

Turijobs, junto con CEHAT e ITH, reunieron a agentes del sector turístico (escuelas formativas, empleadores, instituciones gubernamentales y profesionales en búsqueda de empleo) para definir y debatir sobre “Next Tourism Generation” y aunar la oferta formativa a las necesidades del mercado.

Turijobs, organizó junto a CEHAT, ITH y figuras clave en el sector turístico y hostelero este debate con el objeto de generar un marco colaborativo en España. En ese marco se pueden compartir, de forma recurrente, las necesidades de capacidades NTG o de la próxima generación de profesionales en turismo y donde se estructura adecuadamente la oferta formativa para alcanzarlas. Este debate se celebra de forma bianual para ir incorporando al catálogo de habilidades, las nuevas que se vayan identificando como necesarias según las tendencias profesionales del mercado.

El 25 de noviembre celebraban la primera edición de forma online. Los moderadores de este debate fueron Ana María Camps responsable de formación y estudios de CEHAT y Xavier Martín, CEO y Fundador de Turijobs. Participaron: Carlos Domínguez, jefe de proyectos de tecnología y operaciones hoteleras en ITH, y Ainhoa Raso, VP Innovación y nuevos desarrollos TDDS.

Ana María Camps explicaba que “en CEHAT estamos convencidos de que la inversión en cualificación de los profesionales mejorará la competitividad de las empresas que conforman la cadena de valor del sector turístico, a la vez que mejorará el reconocimiento social de la profesión y la retención del talento. Así mismo, las habilidades de estos profesionales harán más eficiente la innovación tecnológica presente ya en nuestro sector”.



TOURISM INNOVATION SUMMIT 2020 COMO INSTRUMENTO PARA DEFINIR LA **REACTIVACIÓN DEL TURISMO**



La industria turística, reunida en Sevilla, reclama en TIS2020 que hay formas para reactivar la actividad y el empleo del sector aportando las máximas garantías de seguridad.

El evento profesional se celebró del 25 al 27 de noviembre en FIBES con medidas adicionales de seguridad sanitarias que convirtieron a Sevilla en foco mundial de la innovación y las tecnologías aplicadas al turismo.

Su Majestad la Reina inauguró la primera edición de TIS – Tourism Innovation Summit 2020, el foro

internacional que reúne a la industria del turismo para definir las estrategias de reactivación, y que se celebra en Sevilla en el recinto FIBES - Palacio de Congresos y Exposiciones del 25 al 27 de noviembre. En la inauguración, su Majestad la Reina ha puesto en relieve el importante papel del país en el marco turístico internacional: “España es líder en la industria del turismo en el mundo. Nos avalan las cifras de visitantes, sí, pero también la dedicación y excelencia de nuestros profesionales del sector”.

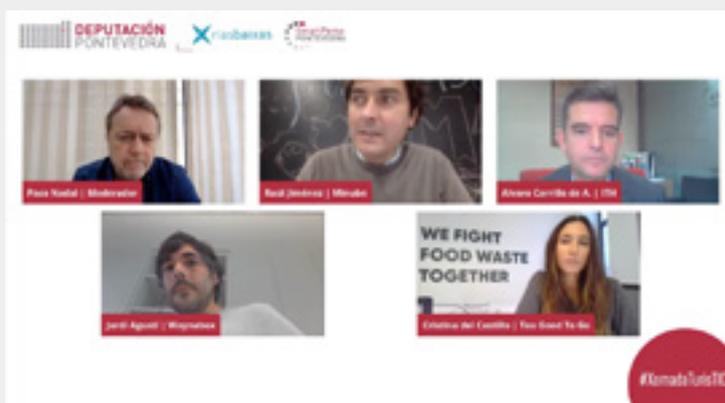
La primera edición de TIS2020 contó además con el apoyo y representación de la Administración Pública de Andalucía, con la asistencia de Juan Manuel Moreno, presidente de la Junta de Andalucía, y Juan Espadas, alcalde del Ayuntamiento de Sevilla.

Por su parte, Álvaro Carrillo de Albornoz, moderó la mesa debate “Inteligencia Artificial para Hoteles” el 25 de noviembre en el auditorium CaixaBank, junto con Carlos Becker, Director of Corporate and Public Sector de Vodafone España; Alejandro de Oleza, Onboarding Director de CaixaBank Digital Business; y, Agustín Iglesias, CEO de BeeTheData.

En un sector como el de los hoteles donde se manejan tantos datos, ¿cómo se puede aplicar la IA? En este debate pudimos ver cómo los elementos de IA también se han utilizado en otras áreas y qué aplicaciones pueden tener para el sector de la hostelería.

OPORTUNIDADES DEL USO DE LAS TIC EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Un año más, SmartPeme y la Diputación de Pontevedra organizaron la Jornada TurisTIC, evento que surge en 2018 con la necesidad de crear un encuentro en el que se analice e informe de las oportunidades del uso de las TIC en las empresas turísticas.



Este año, se celebró su tercera edición y, debido a las circunstancias que nos rodean, se llevó a cabo en formato online.

La jornada tuvo lugar el miércoles 2 de diciembre a las 9:30h y contó con la presencia de profesionales del sector turístico y de las nuevas tecnologías. Se analizaron las oportunidades y desafíos para el sector turístico, la transformación digital en el sector, retos ante la nueva era COVID, turismo sostenible, etc.

Carmela Silva, presidenta de la diputación de Pontevedra; Cesáreo Pardal, presidente del Clúster de Turismo de Galicia; y, Antonio Rodríguez del Corral, presidente del Clúster TIC Galicia realizaron la apertura de la jornada.

La ponencia inicial corrió a cargo de Natalia Bayona, gerente de Innovación, Educación e Inversiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Tras Bayona, se llevó a cabo la primera mesa redonda “Retos del turismo en la era COVID”, moderada por Nani Arenas, periodista especializada en comunicación turística, creadora de la agencia MIL Words Comunicación y coordinadora de la red Travel Inspirers, en la que participaron: Kin Martínez Silva, CEO de Esmerarte; Lucía Freitas, chef propietaria Restaurante A Tafona; Marian Gómez Alonso, gerente y propietaria de Casa A Pedreira; Ana Trevisani, directora Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos de Galicia.

A las 11.30h tuvo lugar la segunda mesa redonda “La tecnología al servicio de los nuevos modelos turísticos”, moderada por Paco Nadal, periodista especializado en viajes; y en la que participaron Raül Jiménez,

CEO de Minube; Cristina del Castillo, responsable de Horeca de Too Good To Go; Jordi Agustí, CEO de Waynabox; y nuestro director general, Álvaro Carrillo de Albornoz.

La tercera mesa redonda bajo el nombre “Buenas prácticas en turismo sostenible y responsable” estuvo moderada por Clara Soler, experta en marketing y comunicación turística, y estuvo compuesta por Marcos Pérez Gulin, director fundador Galicia Sustentable y del Mercado de la Cosecha; Natalia Rodríguez, responsable de comunicación de Bodega Señorío de Rubiós y Nande Hotel da Naturaleza; Mar Rodríguez, CEO y fundadora de Tee Travel; e, Iván Luarca, CEO de Eccocar.

La ponencia final corrió a cargo de Fernando Gallardo, periodista, escritor, conferenciante y analista de turismo.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA: LA VACUNA PARA UN TURISMO SEGURO

El sector del turismo está siendo uno de los más castigados por la pandemia del COVID-19. Uno de los pilares de la economía española, tanto por sus ingresos como por los puestos de trabajo que genera, debe enfrentarse a la mayor crisis de su historia. Al igual que en otros sectores, la tecnología se está convirtiendo en un gran aliado para ayudar a una recuperación más rápida, segura y orientada a satisfacer la experiencia del cliente. Esta “digitalización exprés” del sector turístico, junto con la “nueva normalidad”, introduce riesgos de seguridad. Por ello, los hoteles deberán protegerse tanto desde el ámbito tecnológico (seguridad TIC) como en el de experiencia de cliente (seguridad percibida).

Es obvio que la Seguridad TIC del negocio es imprescindible, no se ve, pero si es vulnerada puede producir importantes daños tanto económicos como de reputación. Por ello, es necesario disponer de una buena estrategia que garantice la protección de los sistemas e infraestructuras de la empresa, a través de una serie de medidas como pentesting, wifi segura, seguridad perimetral, protección de datos, acceso seguro cloud, seguridad desde el diseño SecDevOps, diagnósticos de seguridad que nos alerten de posibles amenazas.



El segundo ámbito es la seguridad que sí se percibe y que hace que los huéspedes se sientan protegidos “como en casa”. La tendencia nos lleva a disponer de soluciones touchless o de “Contacto Cero”, que permitan minimizar la exposición de los clientes al Covid-19, como el check-in/check-out online o la apertura automática de puertas. Será clave el desarrollo de aplicaciones con tecnologías Big Data e Inteligencia Artificial, como la visión artificial para la identificación de personas, cálculo de aforo y distancia entre personas, detección del uso de mascarillas, medida de temperatura, entre otras, para la construcción de un mapa de calor para saber quién ha estado en una determinada zona del hotel.

UN SECTOR FUNDAMENTAL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

El turismo es un sector representativo de la economía española. La producción del turismo se aproximó a los 300.000 millones de euros el pasado año. Pero la situación actual, caracterizada por la pandemia, va a trastocar el ascenso en sus cifras.

Para conocer más detalles, desde IT Digital Media Group estuvieron hablando con Álvaro Carrillo de Albornoz y Joan Antoni Malonda, Tourism Business developer en GMV, en sus “Diálogos IT”, donde apuntan al uso de la tecnología como habilitador de nuevas capacidades del sector turístico que le ayudarán a paliar la crisis.

Según ls últimas cifras, el sector turístico en España podría llegar a perder más de 130.000 millones de euros. Tal y como explica Álvaro Carrillo de Albornoz, “vemos la situación con

No hay una receta mágica, pero está claro que la combinación de la Transformación Digital, la Ciberseguridad y la Innovación tecnológica puede ser una buena vacuna para un turismo seguro.

más forma de U o de L, lo que va a ser muy duro. Las previsiones en primavera, cuando no había turistas y no volaban aviones, eran que se podían perder 90.000 millones de euros, pero, desgraciadamente, esta cifra se va a ver aumentada, porque la campaña de verano ha ido mal. El turismo nacional sí ha respondido, así como la Cornisa Cantábrica, pero el turismo de sol y playa y el turismo extranjero no ha podido llegar. El cierre del año va a ser muy duro. De momento, están los ERTES, pero ¿qué va a pasar cuando acaben estos ERTES? Porque, si no hay demanda ni turistas, no tiene sentido que haya empresas turísticas”.

El sector tiene que transformarse y transmitir la confianza necesaria, por lo que quisimos saber que ideas y tecnologías innovadoras se han puesto en marcha para ayudar al sector en esta transformación. Para Álvaro Carrillo de Albornoz, “al principio, se trabajó muy bien con la administración para asegurar que toda la oferta estuviera preparada para poder recibir turistas. Pero, lo malo es que no ha habido demanda para poner en marcha estos protocolos. Ahora las aplicaciones en los hoteles están en pleno uso, porque la tecnología tiene mucho que decir. La oferta, los hoteles, los restaurantes...hemos hecho nuestro trabajo, pero ahora necesitamos que se resuelva la problemática sanitaria para poder transmitir confianza”.

Ante esta situación, qué problemas detectan las empresas de TI y cómo pueden ayudarles a resolverlos. Tal y como señala Joan Antoni Malonda, “en esta primera fase, con implantación de medidas urgentes, hemos visto aplicaciones, tecnología de contacto cero, procesos on-line... también ha habido que implantar soluciones de teletrabajo y, en otro ámbito, aplicación de la IA para control de aforo, de uso de mascarillas, para la creación de grupos de calor para optimizar otras funciones, como las de limpieza y desinfección.

os en una nueva fase de reactivación, donde otras tecnologías pueden coger el relevo en lo que hemos venido a denominar Destinos Turísticos Inteligentes, con tecnologías como RPA, para automatizar procesos más engorrosos ahorrando tiempo y errores humanos en su gestión; y el desarrollo de otras líneas que puedan transmitir seguridad a los usuarios, como pueden ser soluciones de Telemedicina, que ayudan a los turistas sin tener que desplazarse a centros de salud, o la vigilancia digital. En todas estas líneas es donde podemos ayudar al sector”.

Esta velocidad a la hora de poner en marcha nuevos procesos, puede generar algún riesgo. Para Joan Antoni Malonda, “toda esta tecnología abre el acceso a la información tanto desde más lugares como por parte de más personas. Desde nuestra área de Ciberseguridad hemos visto un incremento de las amenazas por el Covid-19, en especial en el sector hotelero, con ataques masivos a algunos grandes hoteles mundiales. Para hacer frente a esto, es necesario un buen plan que incluya actualizaciones y cumplimiento de la normativa vigente. Otro pilar sería la educación digital, capacitando y concienciando a los usuarios, para reducir el factor humano en la inseguridad”.

mucha preocupación, porque no se está produciendo la recuperación en V que preveíamos el pasado mes de marzo. Esta recuperación tiene



gmv

SOSTENIBILIDAD



El Turismo es un acelerador para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible debido a su efecto transversal y multiplicador en otros sectores e industrias. Por ello, desde hace ya un tiempo, tanto las administraciones como los principales agentes del sector centramos nuestro esfuerzo en reorientar el modelo turístico español hacia la sostenibilidad, como un requisito indispensable para que el turismo pueda continuar siendo un motor de desarrollo económico y social para España durante muchos más años.

Una de las líneas fundamentales de trabajo de la Secretaría de Estado de Turismo es la apuesta por el destino turístico, tanto de litoral y maduro, como de interior o urbano a través de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destino con el objetivo de configurar verdaderos polos de innovación y de desarrollar estrategias de resiliencia frente a los nuevos retos del sector turístico.

Y para ello es imprescindible contar con el conjunto del ecosistema turístico específico del destino, incluyendo a las instituciones públicas que operan sobre él, pero también a entidades sociales y al sector empresarial en una agenda que nos obliga a apostar por la calidad y la sostenibilidad de nuestros destinos.

En este trabajo estratégico, el sector hotelero, que ha jugado un papel muy relevante durante los meses de pandemia, está siendo un gran aliado de esta Secretaría. La puesta a disposición de sus instalaciones durante los peores momentos de la pandemia o la colaboración en la elaboración de protocolos que han sido base para el estándar ISO europeo y mundial, son un claro ejemplo del papel fundamental que este sector tiene dentro de la industria turística española, así como en la configuración de un modelo turístico más sostenible, competitivo e innovador en el marco de la Agenda 2030.

Ana Muñoz Llabrés
Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística
Secretaría de Estado de Turismo



UNA SOLUCIÓN MULTIENERGÍA PARA MEJORAR LA EFICIENCIA

El último año no ha sido fácil para ningún sector de la economía, y uno de los que más ha sufrido ha sido el hotelero. En Repsol creemos que España debe basar su recuperación en sus principales fortalezas y entre ellas destaca, sin duda, este sector, un referente mundial en turismo vacacional, cultural, gastronómico, de negocios y de ferias y eventos.

En esta nueva etapa, uno de sus principales retos es seguir mejorando la eficiencia energética. Esto implica adoptar soluciones cada vez más sostenibles, que ayuden a los hoteles a reducir su consumo de energía y sus emisiones de CO₂ y que, sobre todo, garanticen el suministro en todo momento. Se trata de encontrar la solución adecuada para cada establecimiento, que permita cubrir sus necesidades de forma rentable.

En Repsol estamos convencidos de que esa es la clave para cumplir nuestro objetivo de ser cero emisiones netas en 2050: combinar todas las soluciones tecnológicas que pueden descarbonizar la economía, ofreciendo a cada cliente aquella que mejor se adapte a sus necesidades. En este sentido, el GLP va a seguir siendo fundamental para el sector, una solución con alto poder calorífico y respetuosa con el medio ambiente, una acertada e ideal energía de transición hasta que las renovables alcancen su pleno desarrollo.

Desde Repsol queremos seguir acompañando al sector hotelero en su apuesta por la eficiencia energética, con una oferta multienergía que nos permite suministrar a la sociedad el tipo de energía más adecuada en cada momento y para cada necesidad, de forma segura, accesible y sostenible.

D. Félix de Orduña Puebla
**Director Comercial de
GLP de Repsol**

#TECHYSOSTENIBILIDAD LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO

El foro está ligado a la introducción del concepto de sostenibilidad turística desde sus tres puntos de vista fundamentales: medio ambiente, economía y sociedad. El planteamiento de esta edición gira en torno a cómo los pequeños movimientos en pro de la sostenibilidad en los distintos puntos del mundo están dando lugar a una transformación mundial en el pensamiento global de la gente, que a su vez se traslada, con cada vez mayor fuerza, a los distintos integrantes del sector turístico, alojamientos, destinos, transportes, etc, para adoptar nuevas pautas de actuación para instaurar el concepto sostenible y la Economía Circular en el desarrollo de la actividad turística.

El sector turístico ya es consciente de que la sostenibilidad es un pilar imprescindible en su estrategia de negocio y, por tanto, analizamos aquí cual es el camino para que este concepto, en equilibrio entre sus pilares medioambiental, social y económico, y la transición hacia un modelo de Economía Circular sea una realidad en el corto plazo.

El foro, patrocinado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), a través del Departamento de Miembros Afiliados- responsable de la relación con el sector privado del turismo.

Este foro dio comienzo con la inauguración de Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH.

La primera ponencia realizada fue de la mano de Tomás Azcárate, presidente del Instituto de Turismo Responsable (Biosphere), quien nos afirmaba que sí se puede realizar un turismo sostenible y con ello nos desglosó unas pautas y una guía para conseguirlo.

El clima, nuevo reto en turismo

Kike Sarasola, presidente y fundador de Room Mate Group, participó en la jornada de FITURTECHY con la ponencia “La nueva década de Room Mate Group” en la que compartió los planes de expansión de su compañía, que incluye la apertura de 10 nuevos hoteles, ya firmados, en 2020

y 16 edificios de apartamentos en los próximos 18 meses. La compañía, que cuenta con 26 hoteles en 7 países, ha presentado recientemente su nueva marca de hoteles de playa, Room Mate Beach Hotels.

Durante su ponencia, Sarasola compartió también los datos de facturación de Room Mate Group en 2019, que ha sido el mejor año de su historia con una facturación de 107,6 millones de euros.

Posteriormente, pudimos presentar un debate sobre la metamorfosis del sector hotelero con Kike Sarasola; Jose Guillermo Díaz Montañés, presidente de Artiem Hotels, María Frontera, presidenta de la Federación de Empresarios Hote-



leros de Mallorca y Jorge Marichal, presidente de CEHAT y ASHOTEL, quienes pusieron en común cómo el sector hotelero se transforma y evoluciona a la par con el entorno y la evolución constante.

El turismo de cruceros y la gestión del destino genera pros y contras en la ecuación “Cruceros + Destinos= Sostenibilidad”. Los beneficios económicos para las poblaciones son cuantiosos en muchos casos, pero hay voces críticas llaman la atención sobre el impacto para las poblaciones locales por la saturación de infraestructuras no diseñadas para acoger el incremento repentino de la afluencia de turistas. Los críticos también indican que el entorno medio ambiental sufre, sobre todo el marino. Son algunas de las conclusiones a las que han llegado en el debate en el que participaron: Alfredo Serrano, Director General de Cruise Line International Association CLIA; Airam Díaz, Presidente de MedCruise Association; Christopher Imbsen, Director of Destination Stewardship de World Travel

Tourism Council; Jelka Tepsic, Vicealcaldesa de Ayuntamiento de Dubrovnic; y, Xavier Suñol, director de Turismo del Ayuntamiento de Barcelona, moderados por Manuel López, Consejero Delegado del Grupo Intermundial.

Para finalizar la primera parte del día, el secretario general del Instituto de Turismo Responsable (Biosphere), Patricio Azcárate, también tocó sobre el tema que está en boca de todos: cómo integrar la sostenibilidad en la cultura empresarial turística.

Durante la tarde de esta primera jornada se celebró la III Edición del Premio de Turismo Responsable Futuro-Fundación Intermundial Seguros.

En la segunda jornada, celebrada el



23 de enero, ofreció la ponencia inaugural “Data Analytics y la sostenibilidad. Demostrando la estrategia del cambio con datos” con Antonio López de Ávila, presidente de Turisfera y Clúster de Innovación Turística de Canarias/CEO de Tourism Data Driven Solutions (TDDS). Seguidamente, también moderó el face to face “Impulsa el cambio. Demuéstralo” con Xavier López, director de Operaciones de Eisi Soft e Ingrid de la Fuente, Global Technical Services Senior Manager de Meliá Hotels International.



¿Vergüenza a volar?, en esta temática se centró el debate moderado por Oscar Perelli, director de estudios e investigación de Exceltur. Debatieron sobre ello profesionales de la talla de Eduardo Carrillo de Albornoz, director de Estrategia y Desarrollo de Negocio de Boeing Research & Technology- Europe; Juan Cierco, director corporativo de Iberia; Jason Sinclair, Senior Manager, Regional Affairs and Communications, Europe de IATA; y, Manuel Panadero, director RRII de Globalia.

En este mismo foro se debatió sobre la economía azul y el impacto del turismo costero. La idea central de este debate parte del hecho de que el turismo se concentra de forma prioritaria sobre nuestras costas y genera impactos importantes tanto sobre el litoral como sobre nuestros mares (destrucción de la posidonia, saturación de plásticos, vertidos de residuos contaminantes, desplazamiento de bancos de pesca tradicionales, etc...) pero teniendo en cuenta

impulsar la economía azul. Este debate fue moderado por Javier Benayas, catedrático de Ecología en la UAM, y Miembro del Consejo Asesoren la Red Española para el Desarrollo Sostenible y compuesta por Miquel Mir, conseller Medio Ambiente del Govern de las Islas Baleares; Jérémie Fosse, presidente y cofundador, de Ecounion; Rafael Fernández Álava, director de Marketing de Costa Cruceros; y, Rafael Ferragut, director Unidad Ocio y Turismo en la Banca March.

La mañana terminó con la ponencia de Schneider Electric. Los responsa-

bles de Segmento hotelero, Alejandro Muro y Jessica Mora, explicaron que a través de sus soluciones EcoStruxure, su arquitectura y plataforma de sistemas abierta e interoperable, mejoran la experiencia del huésped, la eficiencia operativa y la sostenibilidad, con una única plataforma tecnológica integrada.

La última actividad del día de este foro vino de la mano de UNWTO: "Affiliate Members Corner: Unleashing the Power of the Private Sector" que constó de dos partes. Primero, pudimos contar con Ion Vilcu, director del Departamento de Miembros Afiliados de OMT y María Valcarce, directora de FITUR, reali-

zando la apertura y, después, la ponencia de varios miembros afiliados de la OMT hablando sobre nuevos proyectos innovadores en el ámbito del turismo sostenible.



zando la apertura y, después, la ponencia de varios miembros afiliados de la OMT hablando sobre nuevos proyectos innovadores en el ámbito del turismo sostenible.

La última jornada fue inaugurada por Glenn Mandziuk, CEO y presidente de Thompson Okanagan Tourism Association con su ponencia “Destinos sostenibles frente al cambio climático: Canadá y la región Thompson Okanagan”. Llamó mucho la atención su frase «Attracting the right type of visitor to the right location at the right time of the year, helping too complement resident desire for Authentic Experiences and Cultural Explorers». Con ella explicaba que hay que tener las medidas innovadoras adecuadas para llamar la atención al turismo sostenible que queremos traer a nuestro país.

La polémica sobre el calentamiento global, o lo que ahora llamamos “Emergencia climática” y el papel que la mano del hombre juega en ello centró la mesa debate compuesta por Martín Barreiro, meteorólogo y presentador “El Tiempo” en Radio Televisión Española (RTVE); Roberto Brasero, meteorólogo y director “Tu Tiempo”. Antena 3 Noticias – Atresmedia; Jose Miguel Viñas, comunicador científico y meteorólogo de Meteored; y, Valvanera María Ulargui, directora general de la Oficina Española del Cambio Climático, moderados por Elena Sevillano, periodista y redactora en el Diario El País. La actividad de los seres humanos tiene una influencia cada vez mayor en el clima y las temperaturas al quemar combustibles fósiles, talar las selvas tropicales y explotar ganado. Las enormes cantidades de gases así producidos se añaden a los que se liberan de forma natural en la

atmósfera, aumentando el efecto invernadero y el calentamiento global.

«Somos parte de este sistema»; Con esta frase Barreiro concienciaba al público de que, aunque nos veamos pequeños en este mundo inmenso hay que actuar porque formamos parte del entorno. Por otro lado, Valvanera María Ulargui, afirmaba que «no hay falta de información ni de criterio científico, hay que actuar y no hacer oídos sordos».

Seguidamente, se llevó a cabo otro debate moderado por Germán Po-

ble, sus retos y barreras”. Lo moderó Nuria Muñiz, directora de Marketing y Corporate Affairs, del Grupo Intermundial y participaron profesionales del sector: Arturo Pérez de Lucía, director general de AEDIVE; Pablo Pastega, director general España y Portugal de FlixBus; Rosa María Arce, directora general del Centro de Investigación del Transporte (TRANSYT) de la UPM; y, Jaime Sánchez, director general de Sostenibilidad y cambio Climático de la Consejería de Medio Ambiente, Sostenibilidad y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid.



rras, secretario general de la Mesa de Turismo; Manuel Butler, director ejecutivo de la OMT y Teresa Parejo, directora de sostenibilidad de Iberia, debatieron sobre el clima y el turismo y cómo podemos afrontar estos cambios constantes que el humano no puede controlar y a estos nuevos retos.

Este foro, finalizaba con el último debate: “Movilidad urbana sosteni-

EL CLUB DE TENDENCIAS EN SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA **THINKTUR** CELEBRA SU REUNIÓN ANUAL

El pasado 26 de febrero tuvo lugar la III Reunión anual del Club de Tendencias en Sostenibilidad y Eficiencia Energética de Thinktur donde se dieron cita importantes empresas tecnológicas relacionadas con la energía y la sostenibilidad.

A la reunión asistieron en representación de las diferentes empresas pertenecientes al Club, David Dólera de ACV España (Grupo Atlantic), Juan de Dios Díaz de Exclusivas Energéticas, Jose Antonio Alcobendas y María Ballesteros de iEnergy, Miguel Angel Garrido de Italsan, Laura Salcedo de Lumelco, Manuel

Castro de Remica, Ferrán González de Robert Bosch, Pablo Blanco y Antonio Arranz de TTR Mechanical, Adolfo Barroso y Alejandro Muro, de Schneider Electric y Ramón Gutiérrez, de Wilo Ibérica

En la reunión se abordó de nuevo la situación actual del mercado hote-

lero y sus necesidades a la hora de hacer una correcta gestión energética y abordar la rehabilitación con las tecnologías innovadoras existentes. Para ello, sirvieron de modelo los proyectos de rehabilitación de seis establecimientos hoteleros que se están acometiendo en el marco de colaboración en del ITH, y teniendo





como base el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística, subvencionado por la Secretaría de Estado de Turismo.

Se analizaron los avances realizados en cada establecimiento, detallando las distintas fases de las actuaciones acometidas y las diferentes casuísticas encontradas en cada uno de ellos. Se concluyó que una de las principales intervenciones realizadas en todos ellos es el ajuste de los términos de potencia y la negociación de los contratos de energía.

Esta primera medida genera los primeros ahorros con apenas inversión y estos se ven incrementados con la renovación de maquinaria antigua por nuevos sistemas más eficientes que hacen posible reducir el consumo y ajustar aun más dicha potencia. Las intervenciones técnicas más frecuentes se centran en la producción de frío y calor, así como la de agua caliente sanitaria. Todo ello implica la renovación de los sistemas de impulsión y de las redes de canalización y transporte de fluidos

con tuberías de última generación que contribuyen a evitar pérdidas de calor y frío innecesarias.

El primer proyecto de rehabilitación energética en un hotel de Valladolid, realizado en el marco de la colaboración ITH finalizará a mediados de este año. Una vez finalizado se publicará los resultados del mismo.

Igualmente, en el marco de dicha reunión se plantearon las líneas de colaboración para el año 2020, entre las que se se matizó la importancia de llegar al sector hotelero local a través de la difusión y formación técnica a través del ciclo de jornadas anuales organizadas por el ITH y denominadas ITH Hotel Energy Meetings.



MEDIDAS RECOMENDADAS EN SUMINISTROS ENERGÉTICOS FRENTE AL COVID-19

Dada la actual situación con la pandemia del COVID-19 y el decreto del estado de alarma, desde ITH y nuestro socio técnico Exclusivas Energéticas, el pasado 24 de marzo recomendamos las siguientes acciones para la optimización casi inmediata, de los costes operativos, de sus recursos energéticos.

AJUSTE TEMPORAL DE LOS SUMINISTROS ENERGÉTICOS:

Dada la situación de crisis originada, actualmente las 5 grandes distribuidoras (ENEL-ENDESA, IDE-IBERDROLA, UFD-GAS NATURAL, E-REDES-EDP, VIESGO) permiten llevar a cabo una modificación de las potencias a la baja, cobrando eso sí, la actuación por la bajada de las misma. (Derechos de Enganche 79€ el cambio, en un único pago)

Para todos aquellos establecimientos hoteleros con tarifas 3.0A, 3.1A, y 6.1.A que no estén realizando actividad o que prevean reducirla en breve pueden estimar desde Exclu-

sivas Energéticas, aportando datos el cliente, qué potencias mínimas serían las recomendables para reducir al máximo el coste durante este periodo de alarma.

La modificación de potencia, así como su posterior restablecimiento, no va a ser inmediata, dado que las Compañías Distribuidoras, están teletrabajando y están bastante saturadas, por lo que se debe gestionar con previsión.

En referencia al suministro de gas, se permite un ajuste de la capacidad contratada

adaptándola a las necesidades actuales, así como la suspensión temporal de contratos sin coste alguno.

REDUCCIÓN DEL COSTE DE ENERGÍA FUTURO:

Claramente si un hotel está cerrado, no consume y, por lo tanto, su coste



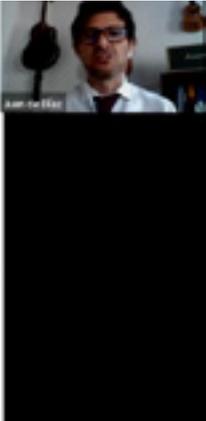
Medidas de ahorro en suministros energéticos frente al Covid19? 

El 21 de Mayo, se publica el Real Decreto-ley 11/2020 por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico, para hacer frente al COVID-19, en el que se incluyen medidas de flexibilización de los contratos de suministro de electricidad y gas natural. [Línea horizontal para la Transición Ecológica](#)



Electricidad

- **Reducción Temporal Potencias Contratadas**
 - Ahorro potencial del 15 al 20% del coste de una factura en condiciones normales
 - Transición máxima 5 días
 - Riesgos
 - Excesos de Potencias por consumo latente de las instalaciones (Cámaras frigoríficas, sistemas de bombeo ...) especialmente tarifas 5.1
 - Pérdida de ahorros potenciales en el restablecimiento de las potencias en régimen de funcionamiento



en energía es nulo (salvo impuestos y costes fijos), pero observamos una caída del precio de la energía a futuro, que supone una oportunidad en medio de este complejo escenario. Tenemos la posibilidad de mejorar los precios entre un 10% y un 20% e incluso más, el coste actual.

Lo óptimo en este momento, aunque su impacto sea posterior, es gestionar proactivamente los contratos, acciones que pueden coordinar con Exclusivas Energéticas, para una vez todo pase, que el punto de partida para remontar esta situación sea el más favorable posible.

Tratar de ajustar estos costes después, cuando haya una mejoría de la situación, no será tan rentable como ahora.

En Exclusivas Energéticas, como expertos en gestión energética, tratan cada caso de manera individualizada, aconsejando la estrategia a seguir, manteniendo siempre el objetivo de minimizar los costes energéticos.

Para ayudarnos a entender y conocer todas estas medidas y ajustes en suministros energéticos el pasado 8 de abril se celebró un webinar. En

esta jornada se han tratado principalmente tres temas:

- Posibilidad de suspensión de facturas de luz y gas para autónomos y pymes.
- Flexibilización de contratos de electricidad y gas para autónomos y empresas.
- Optimización de suministros en el corto, medio y largo plazo.

LOS HOTELEROS ESPAÑOLES SOLICITAN LA **BAJADA DE POTENCIA ELÉCTRICA Y CAUDAL DE GAS** ANTE EL NUEVO CIERRE DE HOTELES

CEHAT e ITH demandaron el 5 de noviembre que se reanudasen este tipo de medidas para pymes, que se implementaron durante la primera declaración del estado de alarma y fueron prorrogadas sólo hasta septiembre. Esto supondría un ahorro de sobrecoste energético de entre 2.000 y 3.000 € mensuales a cada establecimiento.

Ante el anuncio del nuevo estado de alarma y el consiguiente cierre de establecimientos en el sector alojativo, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Instituto Tecnológico Hoteleiro (ITH) piden al Gobierno que reactive las medidas que destinó a pymes -vigentes hasta septiembre-, como la bajada de potencia eléctrica y de caudal de gas sin penalización.

Tras la declaración en marzo de 2020 del primer estado de alarma, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico adoptó una serie de disposiciones -recogidas en el Real Decreto Ley 11/2020 de 31 de marzo- y determinó destinar medidas para pymes relacionadas con el abono de servicios básicos como la electricidad y el gas durante el estado de alarma y los tres meses posteriores. Entre ellas, se contemplaba la suspensión de pago de las facturas tanto de gas como de electricidad a pequeñas y medianas empresas y las modificaciones sin penalización de potencias en electricidad y de caudal en gas.

Estas medidas ayudaron a aliviar en cierta medida la situación del sector alojativo puesto que, con la llegada de la pandemia, muchos establecimientos se vieron abocados al cierre y a una solicitud del cambio de potencia energética. En el caso de la electricidad, la normativa general permite tan sólo un cambio al año. Así, con la llegada de la desescalada y la reapertura de algunos establecimientos hoteleros, los alojamientos que abrieron pudieron solicitar de nuevo un cambio de potencia gracias a las medidas contempladas por el Ejecutivo. Estas disposiciones dejaron de estar en vigor en septiembre de este año.

Sin embargo, con la declaración del nuevo estado de alarma -que podría durar hasta mayo de 2021-, muchos establecimientos se vieron en la obligación de volver a cerrar y, con la actual normativa, no pueden solicitar un nuevo cambio de potencia energética. Por ello, CEHAT e ITH se demandó que se mantengan o prorroguen las dos medidas especiales aprobadas durante el anterior

estado de alarma o que se consideren otras similares y que el marco legislativo aporte medidas concretas para que cada establecimiento pueda implementar soluciones particulares de forma flexible. Esto permitiría proteger la viabilidad de las empresas y la competitividad del sector también desde el punto de vista energético.

“Ante un escenario cambiante, necesitamos medidas flexibles -apuntaba Jorge Marichal, presidente de CEHAT-. La situación se complica por momentos para el sector alojativo español. No se vislumbra solución a corto plazo y muchos alojamientos siguen cerrados o están a punto de cerrar sus puertas ante la falta de clientes. Necesitamos soluciones concretas que permitan la supervivencia del sector hasta que se garantice la reactivación de la actividad turística y la consiguiente reapertura de los establecimientos hoteleros”.

Estas disposiciones son fundamentales para paliar el fuerte impacto económico que está



originando la pandemia en el sector, que se estima en unos 50.000 € por hotel al mes de los que el sobrecoste energético supone entre 2.000 y 3.000 € mensuales por alojamiento. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, apuntaba que “este tipo de medidas para pymes son esenciales para poder adaptar las necesidades de los establecimientos alojativos a las nuevas medidas tomadas desde el Gobierno para combatir la pandemia. En este sentido, en ITH contamos con socios como Exclusivas Energéticas que ofrece servicios y soluciones personalizadas para la optimización del consumo y gasto energético”.

NUEVOS RETOS DEL TURISMO EN EL ESCENARIO COVID-19

El 17 de septiembre se celebró la IV edición del Foro Turismo de Málaga organizado por el diario El Confidencial, bajo el título 'Nuevos retos del turismo en el escenario covid-19'.

“Todos los destinos turísticos luchan para recuperarse: la gente volverá a viajar”. Así de contundente se expresó Javier Gándara, presidente de ALA (Asociación de Líneas Aéreas) y director general de easyJet para España y Portugal. Gándara radiografió el 17 de septiembre el escenario covid-19 del sector con Alberto Artero, director general del diario El Confidencial, en el marco del IV foro especializado en el sector turístico que El Confidencial organizó en Málaga.

En el foro turístico de este periódico, se analizó cómo está afectando la pandemia al turismo, pero no solo hubo espacio para el presente, con

una planificación de la demanda día a día, sino también se trató de las futuras líneas de actuación, en las que el factor humano constituirá un elemento claramente diferenciador.

La presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE, Marta Blanco, explicó que las empresas quieren ser parte de la solución. “Es muy importante mantener el tejido empresarial. Es una responsabilidad de todos”, detalló Blanco justo antes de que Carlos Díez de la Lastra, director general de Les Roches Marbella, arrancara con una mesa donde participaron Matilde Almandoz, presidenta del Foro MICE; Xavier Martín, CEO de Turij-

obs, y Luis Callejón, presidente de la patronal hotelera de la Costa del Sol (Aehcos).

¿Y la sostenibilidad? Antonio López de Ávila, CEO de Tourism Data Driven Solutions (TDDS), fue el moderador de la mesa redonda en que Álvaro Carrillo de Albornoz, director de ITH, dejó claro que “por mucho covid que haya, el cliente se da cuenta de que tenemos que ser más sostenibles. Esto tiene que ser un punto de reflexión para saber hacia dónde vamos”.

Fernando Pacheco, director general de MSC Cruceros, cree que una crisis como la actual puede ayudar a ace-



lerar los procesos. La crisis vuelve a ser una oportunidad. “En la industria de cruceros, nos enfrentamos a tratar que la pandemia ayude a que los gobiernos tomen la decisión de abrir los puertos”, destacó Pacheco.

Manuel Lara, que lidera la transformación digital del destino Costa del Sol, valora la importancia de un nuevo modelo turístico que desarrolle los departamentos de inteligencia y el ‘big data’, “el 70% de lo que se recopila con esta herramienta no se utiliza para lo que fue diseñado. Lo importante son las personas”, dijo

Lara. Y en esa sostenibilidad, subrayó el directivo turístico, resulta indispensable una vacuna que ayude a ganar confianza y seguridad.

En esta mesa redonda, el sector aéreo estuvo representado por Guillermo González Valina, director de ventas de Iberia & British Airways. En la misma línea que Gándara, valoró los cambios tan rápidos que se están sucediendo. “O te adaptas a este cambio o tienes un problema. Tenemos que hacer más eficientes los procesos”. López de Ávila, expresidente de Segittur, expuso cómo el cliente y el escenario resultan ahora “distintos”. “No terminamos de ver cómo el cliente va a arrancar.

Las empresas ahora tienen que ser, sobre todo, muy eficientes en sus recursos, porque son escasos y hay que hacer caso al cliente para demandar esta sostenibilidad”.

La inauguración del encuentro corrió a cargo de Nacho Cardero, director de El Confidencial, quien señaló que el turismo afronta en estos momentos “una oportunidad para reinventarse y para buscar nuevas oportunidades”.

I CONFERENCIA IBÉRICA PARA LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Los desafíos climáticos y medioambientales actuales exigen una respuesta global, urgente y ambiciosa. El “Pacto Ecológico Europeo” presentado por la Comisión Europea en diciembre de 2019 constituye una nueva estrategia de crecimiento para la Unión Europea, apuntando a una sociedad justa y próspera, con un impacto neutral en el clima hasta 2050 y dotada de una economía moderna, eficiente en los recursos y competitivo al mismo tiempo

Conscientes de la responsabilidad del sector Turismo en el cambio climático y, a la vez, del impacto que puedan tener en el sector, es urgente adoptar mecanismos de respuesta que incorporen medidas de mitigación y adaptación al cambio climático, destacando el creciente compromiso con parte de la ciudadanía. órganos en la orientación de las inversiones en este sector y en la garantía del acceso a datos y herramientas a los distintos grupos de interés, que les permitan desarrollar la actividad de una forma más sostenible.

En este marco, esta sesión temática quiso presentar:

La contribución de la Administración Pública en el empoderamiento del sector turístico

El papel que juegan las asociaciones del sector turístico en la sensibilización sobre el tema del cambio climático.

Ejemplos de buenas prácticas en el sector turístico, cuyos resultados positivos los posicionan hacia el objetivo de la neutralidad de carbono.

Transformar los desafíos climáticos y ambientales en oportunidades

En este debate, moderado por Carla de Sousa Pinto, Dirección General de Actividades Económicas, Ministerio de Economía y Transformación Digital; contó con la participación de: Leonor Picão, Turismo de Portugal, I.P.; Cristina Siza Vieira, Asociación de Hostelería de Portugal (AHP); Carlos Alegría, Hotel Vale do Rio;

Pedro Silvestre, Campo de Golf Salgados; Coralía Pino, Instituto Tecnológico Hotelero; Soraya Romero, Grupo IBEROSTAR; y, José Guillermo Díaz Montañés, Hoteles Artiem Fresh People.



ECONOMÍA CIRCULAR, SOSTENIBILIDAD Y VALORIZACIÓN DE RESIDUOS EN EL SECTOR HORECA

El 24 de noviembre se celebró el webinar enfocado a la economía circular aplicada a la gestión, prevención y valorización de los residuos, aplicado al turismo y rutas turísticas. Búsqueda de experiencias y buenas prácticas. El evento estuvo organizado por la Fundación Finnova y se llevó a cabo en la Semana Europea de la Prevención de Residuos (21 – 29 de noviembre de 2020).

El proyecto NAPOC-TEP (Rutas Napoleónicas entre España y Portugal) tiene el objetivo de conectar los elementos patrimoniales materiales e inmateriales del itinerario en el espacio

POCTEP para ser incluidos en el Itinerario Cultural Europeo “Destinación Napoleón” del Consejo de Europa y desarrollar y comercializar un producto turístico en colaboración con las entidades del sector.

En el primer bloque, que dio comienzo a las 17h acogió la bienvenida y contextualización del webinar en la EWW-2020 y contó con Juan Manuel Revuelta, director general de la Fundación Finnova; José Manuel Requena, gestor de proyectos en la Fundación Finnova; Cláudia Monteiro de Aguiar, eurodiputada de Transporte y Turismo; Álvaro Amaro, eurodiputado de Agricultura y Desarrollo Rural y de Desarrollo Regional; y, Pedro Machado, presidente de Turismo Centro de Portugal.



El segundo bloque se centró en las fuentes de financiación para la prevención de residuos, en la que se contó con la participación de Santiago Santillán, subdirector general de la Oficina Presupuestaria del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico y representante del PCN del Programa LIFE en España; y, José Manuel Requena, gestor de proyectos en la Fundación Finnova.

Nuestra responsable de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, Coralía Pino, participó en el tercer bloque, que cerró la sesión, junto a Sandra Oliveira, técnica del Centro de Interpretación das Linhas de Torres; Óscar Longares, desarrollador de negocio en FELTWOOD Ecomateria-

les; Antonio López de Ávila, presidente de TURISFERA y CEO de Tourism Data Driven Solutions; Begoña Pérez-Villareal, directora CLC South en EIT Food (Contribución a una nutrición saludable

y a residuos cero a partir de una iniciativa solidaria); Susana Huerta Fernández, directora de área de experiencias de B the travel Brand & CATAI; y, Moisés Jorge Naranjo, director gerente de Turismo de Fuerteventura (Fuerteventura: Living Lab de residuos HORECA y buenas prácticas de economía circular y soberanía alimentaria para NAPOC-TEP). En este bloque debatieron sobre la aplicación de la economía circular para la prevención y valorización de residuos, el cual acompañaron de ejemplos de buenas prácticas.



OPERACIONES



UNA VUELTA DIGITAL A LOS BÁSICOS DE NUESTRO NEGOCIO

Tras un año 2020 plagado de desafíos e incertidumbres, pero también rico en aprendizajes y en reflexión, todos los que de una manera u otra participamos en la ecuación del turismo estamos tratando de entender y aprender cuáles serán los deseos y las principales demandas del nuevo viajero, tanto de ocio como de negocios, que saldrá de algún modo cambiado de esta pandemia global.

Están sobre el tablero de juego la seguridad y la salud, la más que acelerada digitalización, el acento en destinos más sostenibles y descongestionados y los nuevos modelos híbridos de negocio. Pero junto a estos factores nos urge sobresalir en aquello que puede marcar verdaderamente una diferencia competitiva: nuestro papel como anfitriones.

En Only YOU Hotels creemos firmemente que es importante volver a la esencia de nuestro negocio, que gira en torno a la acogida y el encuentro de quienes nos visitan. En nuestra mano está ser auténticos anfitriones y el buen anfitrión es por naturaleza acogedor.

La correcta acogida implica dar una cálida bienvenida, esbozar siempre una sonrisa, acompañar, promover el encuentro, entretener, orientar con conocimiento sobre el destino, sorprender y regalar pequeños momentos de felicidad a quienes recibimos. Es una vuelta sin complejos a los básicos de nuestro negocio.

Este nuevo humanismo operativo demanda información, conocimiento, el control, antes, durante y después de su paso por nuestros hoteles, de todo el camino de experiencia de nuestros clientes potenciales y reales. Y todo ello, a su vez, requiere de altas cotas de digitalización, de la gestión estratégica y táctica de los datos y de abundante tecnología.

En Palladium Hotel Group, consideramos a ITH un compañero de viaje indispensable en este camino de investigación, testeo, innovación y aplicación de la tecnología a nuestro negocio.

Juan Serra
CEO Only YOU Hotels
AYRE Hoteles
Palladium Hotel Group

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EN LA NUEVA REALIDAD

Nuestra industria ha vivido unos cambios enormes en estos últimos 18 meses y hemos empezado a vivir una nueva realidad, que no se parece en nada a lo que hemos vivido en años anteriores. Todas las empresas turísticas han visto la necesidad de reinventarse de alguna manera, intentando manejar la situación y desarrollando estrategias no solamente de supervivencia, sino también para salir de la crisis con nuevas ideas, conceptos, estrategias para atraer el cliente correcto al tiempo correcto.

La tecnología ha sido un ingrediente básico en estos procesos de adaptación e innovación. Las grandes OTAs han reforzado su posición en el mercado contando con nuevas adquisiciones e iniciativas, pero también han salido nuevos canales y plataformas de distribución alternativa, como por ejemplo los marketplaces, que facilitan la diversificación, seguridad de pagos, y también el mantenimiento de los canales de distribución con pocos recursos. Hubo más necesidad de Inteligencia del Mercado basada en datos futuros, para poder estimar la demanda y tomar decisiones sobre estrategias de precios y distribución. Combinando las áreas de Inteligencia del Mercado y Distribución, RateGain ha apostado por la innovación para apoyar al sector, ofreciendo acompañamiento a los hoteleros con las herramientas necesarias para afrontar una situación de inseguridad y cambios constantes.

La relación con el ITH como referente en todo lo que está relacionado con innovación y tecnología para el sector hotelero ha sido vital para entender mejor las necesidades del hotelero y poner nuestro granito de arena para ayudar a la recuperación del sector. Hemos aprendido en esta etapa que la forma de superar barreras es aliarse e ir de la mano, y por ello seguiremos trabajando con ITH para ir de la mano de los hoteles para crecer juntos.



Christiane Sieveking
Associate Vice President
Business Development &
Partnerships at RateGain

#TECHYNEGOCIO TECNOLOGÍA A FAVOR DE LAS PERSONAS Y DE LA GESTIÓN DEL NEGOCIO HOTELERO

El foro #techYnegocio constituye el espacio más grande dentro de FITURTECHY, donde las diversas temáticas, tanto turísticas como tecnológicas, atraen a multitud de stakeholders. En los tres días de conferencias y mesas de debate, los agentes referentes del sector en materia de innovación tecnológica presentaron un contenido formador e inspirador que tiene implantación directa en la industria turística.

El foro tecnología y negocio, es el espacio en el que se debate sobre el uso de la tecnología en la gestión del negocio hotelero. En la búsqueda de cómo mejorar la experiencia del cliente, se analizó la estrategia basada en la inteligencia de los datos y el neuromarketing. Los elementos en los que tendremos que enfocarnos serán el producto, su diseño y su venta. Teniendo en cuenta los cambios en las necesidades del cliente, la tecnología nos permite personalizar sus experiencias y cómo las ponemos a su disposición.

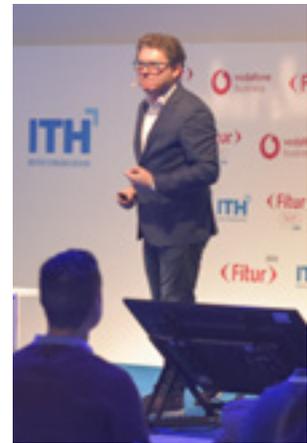


El efecto transformador que produce una idea es abrumador, especialmente en los negocios, que han ido cambiando sus modelos y las formas de hacer las cosas en base a los cambios tecnológicos, generando empresas completamente disruptivas y tecnologías que incluso a día de hoy tienen mucho por cambiar en los hábitos del consumidor y la forma de trabajar.

En la mañana del 22 de enero, Juan Molas, inauguró el foro #techYnegocio. El sponsor de este foro es Vodafone Business.

Tras una perfecta bienvenida, Lasse Rouhiainen, empezó con la primera ponencia “Dame datos y levantaré el mundo” poniéndonos al corriente de todo lo que el Big and Smart Data nos puede ofrecer y cómo se está aprovechando tal información. Hacía hincapié en cómo diferentes países usan estos datos de diversas maneras, pero siempre con la misma finalidad: Innovar. No cabe duda de que las empresas que no aprovechan los beneficios que los datos ofrecen como una manera de abrirse camino se están quedando atrás.

Para ponernos al corriente de la importancia de los datos en la gestión hotelera, tuvimos el placer de



escuchar a varios profesionales del sector como Ildefonso Moyano, Managing Director Spain & Portugal de Mews Systems; Xavi López, CCO & Consultor Senior de Eisisoft; Gaston Richter, director comercial EMEA de Alice; Neil James, VP Global Customer Success de Reviewpro; y, Javier Serrano, Country Manager Spain & Portugal de STR con Lasse Rouhiainen como moderador. En esta era tecnológica, un sector tradicional como es el turístico, también tiene que preguntarse cómo hacer para ir a la par con esta evolución. La respuesta está en crear un nuevo valor con los datos y consecuentemente la innovación se realiza al mismo ritmo.

Maarten Edelman, Associate Vide President de BCV Europe & North Africa, nos mostraba cómo sacar el mayor partido de las redes sociales. Para cerrar esta primera parte del día, contamos con la presencia de Marc Vidal, que explicaba cómo afrontar la transformación digital y los avances tecnológicos que vivimos en la Industria 4.0 y a sentar las bases de la quinta revolución industrial que se aproxima, desde un punto de vista positivo y como si todo fuera un desafío que nos obliga a rodearnos de herramientas que nos hagan mejores. Procesos, Cliente y Datos al servicio de las personas, no al revés. “El papel relevante de las personas en

esta revolución tecnológica es el elemento central y cuando afecta a un modelo económico como el nuestro la cosa está clara, la capacidad de gestionar con automatización, robótica, datos e inteligencia artificial no es optativo, y para ello hay que conocer hacia dónde va este desafío y en manos de quién debes ponerte para que el destino sea exitoso”.

Juan Molas, presidente de ITH, arrancó la segunda parte del día con una entrevista con Juan Carlos Cavero, director de Agenttravel, cuestionándonos si ya se ha inventado todo en el ámbito tecnológico-hotelero y que más nos depara el futuro. En su charla dieron una pincelada de cómo está en general el sector y cómo con la inteligencia artificial, entre otras innovaciones, ayuda a agilizar la transformación digital del turismo. También señalaron la importancia de la Sostenibilidad-ODS como valor empresarial y de los próximos pasos de la puesta en marcha del Instituto Tecnológico Hotelero en Argentina. Han finalizado la entrevista comentando la labor de la Alianza de Municipios Turísticos de Sol. Esta iniciativa nace de 8 destinos turísticos pioneros en España, como son Adeje, Arona, Benidorm, Calvià, Lloret de Mar, Salou, San Bartolomé de Tirajana y Torremolinos, cuya singularidad turística y compromiso con la digitalización del sec-

tor, la sostenibilidad, la accesibilidad, y la cooperación entre destinos, representa un conjunto de fortalezas comunes que les permitirán mantener su posición de liderazgo en el sector. También ha colaborado la Secretaría de Estado de Turismo.

Tras la entrevista, Alejandro Lista, director de Ecommerce Western Europe de Travel Click, an Amadeus Company; Sonia Molina, CEO de Hotelsdot; David Madrigal, COO de Paraty Tech; Luis Hurtado de Mendoza, Senior Director, Key and Distribution Accounts del Grupo Expedia; y Pablo Delgado, CEO de Mirai como moderador, debatieron sobre las nuevas opciones en el mercado de la distribución, subrayando la omnipresente pregunta de venta directa o indirecta.

También cabe destacar la presencia de Isabel Llorens, fundadora y CEO de Rusticae, explicando su propio caso y cómo debemos afrontar esta transformación digital tan constante en la que vivimos.

Para finalizar la primera jornada de #techYnegocio, Alberto del Sol, Management Marketing Corporate Director de Vodafone, recalca la importancia de saber innovar y estar en constante formación de nuevas tecnologías en una realidad tan cambiante como es nuestro día a día.

La segunda jornada comenzaba con la inauguración del foro a manos de Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH.

Desde Palladium Hotel Group, vino su CIO, Tomás Rodicio, para explicarnos su visión en la que el cliente es origen y objetivo en el proceso de innovación.

Teniendo en cuenta la importancia que está adquiriendo la inteligencia artificial, hemos tenido el privilegio de escuchar a Ángel Castán, Customer and Travel & Transportation Leader de IBM, que nos mostró casos de éxito en los que vimos cómo la Inteligencia Artificial como factor de éxito de la transformación digital.

Se debatió sobre robots y personas y las ventajas que nos ofrecen cada uno de ellos. Tema que trataron a Roberto Menéndez, CEO de ADD; José

Carlos Campos, director comercial de Paradores de Turismo y moderados por Juan Daniel Núñez, Editor de Smart Travel News.

El segundo debate del día lo ha moderado Jaime Chicheri. Gabriel Antúnez, director comercial de A&O Hostels; Néstor Rodríguez, CCO de Adquiver; y Sergio Gómez, Social Media Marketing de Hotel Madrid Marriott Auditorium, debatieron sobre el Marketing y la Innovación y de qué manera seducen y mantienen a los clientes.

La tecnología cambia a favor de las personas y para los puestos de trabajo

La tarde empezó con la presentación de “Techyhotel Project, autodiagnóstico del grado de digitalización” en los hoteles a nivel nacional, en los que ha participado: Carlos Domínguez,

responsable de Operaciones y NTIC del Instituto Tecnológico Hotelero; Daniel Just, CEO de Cerium Tecnologías; Pablo Soto, Innovation Manager de Vodafone; Xavier López, CCO de Eisisoft; Ildefonso Moyano, Managing Director Spain&Portugal de Mews Systems; Fernando Ramiro, Director Spain & Portugal, Expedia Group Lodging Partner Services; y, José Serrano CEO de IZO.

El segundo debate de la tarde trató sobre operaciones y procesos y la excelencia operativa como palanca de la estrategia, en el que han intervenido: Alu Rodríguez, Senior VP. Business Transformation de NH Hotel Group; Willy Díaz Aliaga, CEO Artiem 2028; César Mariel, CEO de IRISTRACE y Charo Silvia, profesora de Estrategia de IE Business School como moderadora.

Cerraron el foro Alba Ruiz, España y Portugal de Alibaba Group y Alipay; Juan Carlos Sanjuan, CEO de Casual Hotels; y, Lydia Pérez, directora de comunicación de CoolRooms, quienes han debatido sobre si los nuevos actores en el sector son una oportunidad o una amenaza, todos ellos moderados por Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH.

Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH, fue el responsable de inaugurar el foro #techYnegocio en su última jornada. La directora de Producto, Calidad y RSC de Sercotel Hotel Group, Sonia Agudo, nos explicó por qué la responsabilidad social corporativa y la economía circular están unidas para

transformar el mundo. Seguidamente, el periodista de Hosteltur, Xavier Canalis, presentó el carrusel de la innovación que ha tuvo lugar en el foro.

Esta sección estuvo dividida en 3 grupos: la enfocada al cliente, la enfocada al proveedor y la centrada en el empleado.

Hablando de clientes, Esther Rodríguez, CEO de MyStreetBook, ha desarrollado una app para los viajeros. Crea rutas turísticas únicas y se adapta a los gustos más exigentes. Miguel C. Fernández, CEO de Curie Customer Intelligence. Para los amantes de la sidra, Ángel Sierra, gestor Proyectos Tecnológicos de CTIC Centro Tecnológico, ha creado la aplicación perfecta. Gracias a la aplicación, se puede vivir la máxima experiencia de la sidra gracias a un código QR que aparecerá en las etiquetas y te explicará con detalle de dónde viene la manzana o pera, por ejemplo.

Para los proveedores, Daniela López, Global Director de PressReader, ha pensado en los fieles lectores de periódicos y revistas. Un servicio de suscripción donde te puedes abonar a más de 7.000 versiones digitales. También ha destacado que se asocia con hoteles, cafés y otras empresas que quieren mejorar el acceso al servicio para sus

clientes. Paloma Cambero, directora comercial de Rev Ctrl Data, explicó cómo ayudan a ver las ventas y presupuestos de cada empresa, también ver la evolución anual. Félix Martí, director general de Resuinsa, vino a explicarnos cómo su empresa puede ayudar al recuento de sábanas gracias a un chip que incorpora en los textiles.

El último grupo de empresas estaba centrado en buscar el bienestar del empleado. Josué García, explicaba que NominaPress ayuda al director de cada empresa en relación con el departamento de recursos humanos y sus previas gestiones. HappyForce, desarrollada por Sergio Cancelo entre otros, ayuda a la comunicación entre la empresa y sus empleados midiendo sus constantes, etc. La última solución, presentada por Antonio Ferrá, director de proyectos en Máster Data 360 sirve para el desarrollo de sistemas de Analítica de Datos, Inteligencia de Negocio y Big Data. Alejandro Gómez, de exploorer 00001 explicaba su propio caso aplicado: «Exploory: tecnología, transformación y personas».

Finalmente, Ana María Camps, Formación y Estudios de CEHAT, dió por terminado este foro, demostrando que la tecnología cambia a favor de las personas y para los puestos de trabajo.



BALANCE ENTRE **TECNOLOGÍA E INVERSIÓN, SENTIDO COMÚN Y PERSONAS**, CLAVE EN ITH HOTEL VIRTUAL INNOVATION **LAB**

El Instituto Tecnológico Hotelero lanza el laboratorio de soluciones innovadoras para hoteles y alojamientos turísticos. ITH crea este espacio a modo de charla entre hoteleros con el objetivo de compartir las medidas que han tomado cada uno de ellos y las que están implementando para afrontar el restablecimiento del servicio.

ITH Hotel Virtual Innovation Lab tuvo lugar de forma virtual el 7 de julio de 12:00 a 13:15h a través de la plataforma Zoom. En este espacio se conversó de aquello que más le preocupa al hotelero y de cuál es la mejor manera de afrontarlo acorde con su experiencia. Esta charla tuvo la intención de ser de gran utilidad para todos aquellos hoteleros que se encuentran en esta misma disyuntiva en el momento de reapertura. La finalidad era la de ver qué están haciendo los hoteleros que participaron en la charla para que sirva de ejemplo y sirvan de referencia.

Con este laboratorio de soluciones innovadoras para hoteles, ITH quiere dar respuesta a preguntas como: ¿Qué soluciones pueden ayudarme más allá de los protocolos?; ¿Qué les funciona a otros hoteleros?; ¿Algún experto puede resolverme alguna duda?

En el evento virtual, que tuvo gran éxito de convocatoria y despertó mucho interés entre el sector, pudimos escuchar las opiniones de hoteleros en

una mesa debate moderada por Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH. Los invitados que compartieron su visión y experiencia fueron: Charo García Silgo, Hotel Manager en Apartahotel Jardines de Sabatini; César Pérez Araque, director de Calidad en Vincci Hoteles; Alejandro Rodríguez Gutiérrez, director general en Hotel Bécquer y Hotel Kivir; e, Ingrid de la Fuente, Global Technical Services Senior Manager en Meliá Hotels International.

Te tienes que reinventar para ir saliendo al paso

La primera temática que salió a debate fue sobre qué procesos se deben cambiar sustancialmente

a raíz de la época que estamos atravesando y dónde han tenido que implementar esos cambios. En la encuesta que realizó ITH para saber qué preocupaba al hotelero, realizada en época de emergencia sanitaria, los resultados apuntaban a el checkin y el checkout como esos procesos en los que inicialmente necesitaban un cambio, también destacaba la atención al cliente y el servicio de botones.

Charo García Silgo, aportó valiosas conclusiones teniendo en cuenta que fue uno de los hoteles de emergencia que estuvo abierto durante toda la pandemia de la Covid-19. Nos comentaba que como lo único que se conocía del virus es que no debía haber contacto físico, lo primero en lo que pensó es en “aquellos puntos calientes, que en un hotel se produce en muchas áreas”. “Te tienes que reinventar para ir saliendo al paso” afirmaba.

dos nos pasa lo mismo, seamos grandes, pequeños, individuales o de cadena”. El director de Calidad en Vincci Hoteles añadía que “con los procesos de digitalización lo que ha pasado es que los hemos acelerado, pero ahora hay una mayor complejidad en los procesos de comida y bebida y en limpieza y desinfección en habitaciones” y, agradecía que la gente está siendo mucho más comprensiva y colaborativa de lo que pensaban en un principio.



Todos los participantes coincidían que lo que más les ha servido es el momento operativo, el día a día que marca aquellos nuevos procesos que son más necesarios que otros, poder ver qué requerimientos de forma natural se van imponiendo.

Lo que más llamó la atención a César Pérez del estudio realizado, según nos confesaba, es que “a to-

Se sumó a esta idea el director general del Hotel Bécquer y Hotel Kivir, quién reforzaba diciendo que “los clientes están llegando muy mentalizados de esta nueva realidad y todo son felicitaciones por parte de ellos por los esfuerzos que se están realizando”. Donde ellos encuentran el mayor reto es en el desayuno, “la conceptualización del desayuno tan especial que teníamos la hemos te-

nido que cambiar y ahora los ofrecemos en unas cajitas”.

Por su parte, Ingrid de la Fuente, nos comentó “la importancia que le dieron desde Meliá Hotels International a la formación de personal en estos momentos por ello crearon una plataforma de e-learning para todos los empleados”.

Otro de los temas destacados de los que estuvieron comentando fue los problemas que se han encontrado en la zona de recepción a nivel tecnológico. Charo García Silgo afirmó que: “el primer problema con el que me encontré fue mi PMS (Sistema de gestión hotelera). Es muy importante que a la hora de elegir un PMS sepas que es un partner, porque si no tienes esa ayuda, digitalmente no puedes avanzar”. Añadía que hay que “poner en una balanza para tomar decisiones a la hora de invertir, estamos en un momento donde los gastos deben estar muy justificados”.

“No debemos perder de vista que el cliente debe estar informado y saber qué se va a encontrar” apuntaba Alejandro Rodríguez, y destaca la importancia del momento de antes de la llegada de los clientes mandándoles información para que sepan qué medidas se están tomando.

En el caso de Meliá, Ingrid de la Fuente nos adelantaba que, a nivel de operativa, han creado “una figura de bienestar emocional, una persona

encargada en el hotel de informar a los clientes para que se sientan seguros y para verificar que se están implantando todos los procedimientos y protocolos que se han establecido”.

“Hemos evitado matar moscas a cañonazos” manifestaba César Pérez, “hemos procurado darle prioridad a aquello que pensábamos que servirá para más cosas y que se quedará, pero ya veníamos trabajando desde antes en digitalización”.

Pérez, comentaba que “debemos evitar el contacto en ciertos puntos, pero lo importante es librar a los empleados de tareas repetitivas que puede hacer una máquina ya que ese tiempo se puede dedicar a otras tareas que aporten un mayor valor añadido”. “Tecnología sí, en su justa medida porque somos un sector de servicios y siempre que tenga aplicación a futuro, ya que debemos tener las empresas suficientemente preparadas y flexibles, que podamos seguir manteniendo el negocio”.



En cuanto a innovación tecnológica todos comparten la idea de que hay que invertir pensando en qué está aquí para quedarse y qué no. Hay que ofrecer seguridad, pero con sentido común.

Otro de los puntos en los que coincidían es la relevancia de la comunicación, de saber hacer que los futuros clientes vean qué es lo que la empresa está haciendo para que puedan reservar con confianza, hay que contarlo, bien sea a través de videos, de redes sociales, a través del email o enseñándolo en el propio hotel, incluida la señalética y cartelería en los establecimientos. La parte comunicativa es fundamental, no solo en la página web a través de las imágenes sino poniendo la información de las medidas que se llevan a cabo a disposición de los clientes. Hay que transmitir seguridad y confianza.

Es el momento de estar con las personas

Todavía se está evaluando el equilibrio entre la inversión y la efectividad de las soluciones tecnológicas que hay disponibles y probando muchas opciones de las diferentes soluciones que existen en el mercado.

A modo de conclusión García Silgo, hablaba del personal como el pilar más importante, que son quienes “dan imagen constantemente”, “he notado un cambio bestial en la mentalidad de mi personal, todo el equipo ha tirado para adelante, este cambio ha sido gracias a mi personal”, y finalizaba

diciendo que “se acabó el personal rígido, en mi caso estoy viendo mucho apoyo y compañerismo entre unos y otros”.

De la Fuente apelaba al sentido común y seguir las recomendaciones de la OMS, formación de empleados y saber transmitir al cliente todo lo que estás haciendo son los puntos que destacaba a modo de cierre.

César Pérez, aludía a ver las cosas con perspectiva para filtrar las necesidades, y un personal que esté formado además del sentido común.

El consejo de Alejandro Rodríguez es el de que “ahora sí es el momento de estar con las personas, con el huésped, la RSC, es el momento de dar un paso hacia delante”, finalizaba.

Debido al gran debate que se generó, ITH se puso a disposición para que quien lo necesitase le remitiera todas las dudas que surgieran para reforzarlas con la opinión de expertos en cada una de las materias.

Con la inscripción, se hizo llegar el enlace para descargar el estudio resultado de la encuesta sobre “Procesos y Tecnología para afrontar la recuperación” al que aludieron en el debate.

LOS DESTINOS TURÍSTICOS PIONEROS DE LA AMT LIDERAN LA GESTIÓN DE LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR

La Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa (AMT) nace de la iniciativa de ocho destinos turísticos pioneros en España, como son Adeje, Arona, Benidorm, Calvià, Lloret de Mar, Salou, San Bartolomé de Tirajana y Torremolinos, cuya singularidad turística y compromiso con la digitalización del sector, la sostenibilidad, la accesibilidad, y la cooperación entre destinos, representa un conjunto de fortalezas comunes que les permitirán mantener su posición de liderazgo en el sector.

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS, LOS PREMIOS A LAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

La tarde del 23 de enero, en el foro #techYdestino de FITURTECHY, en el marco de FITUR, se galardonaron las mejores herramientas y soluciones tecnológicas que contribuyen a afrontar los retos que supone la puesta en marcha de un destino turístico inteligente (DTI).

Las soluciones y herramientas tecnológicas clasificadas como finalistas, en cada una de las cinco categorías contempladas para esta edición de los premios, se incluyen en el catálogo online de soluciones tecnológicas, al que tienen acceso los destinos pioneros que conforman la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa (AMT) y otros destinos interesados.

En esta nueva edición el jurado estuvo compuesto por los representantes de la AMT, ITH, SEGITUR, e INVATTUR.

Por un lado, el premiado dentro de la categoría “Accesibilidad” fue ILUNION Hotels. Entregó el premio David Giner, director de proyectos de Invattur, y Alejandro Marichal, concejal de Turismo de San Bartolomé de Tirajana.

El premio “Interacción turista y ciudadano” lo recibió Travelest de la mano de Aida Blanes, concejal de Turismo de Torremolinos y Héctor Maiquez, VP patronato Turismo y concejal de Dinamización Turística de Salou.

Yarr TV obtuvo el premio “Promoción y Marketing”. El premio lo entregaron Alfonso Rodríguez, alcalde de Calvià y Alfonso Alonso, concejal de Turismo de Adeje.

Por otro lado, el galardón dedicado a “Sostenibilidad” lo consiguió Envirosuite. El premio lo entregaron Antonio Pérez, alcalde de Benidorm, y José Julián Mena, alcalde de Arona.

Finalmente, Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, entregó el premio a Tecnalia y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), que fue galardonado con el premio “Gobernanza”.

LA ALIANZA DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE SOL Y PLAYA PLANTEA A LA MINISTRA DE TURISMO, REYES MAROTO, SIETE MEDIDAS PARA REACTIVAR EL TURISMO

El 25 de abril, los alcaldes de los municipios de Sol y Playa manifestaron en una reunión su preocupación por la reactivación del turismo, motor de sus municipios y de la economía española. La ministra de Industria, Turismo y Comercio, Reyes Maroto, mantuvo una reunión con los alcaldes de los 8 municipios que conforman la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa, y la secretaría técnica de ITH.

Durante la reunión, el presidente de la AMT, Toni Pérez, alcalde de Benidorm, expuso de manera general las siete iniciativas que se demandan desde la AMT para reactivar el sector turístico. Posteriormente, cada uno de los alcaldes fueron detallando las mismas, haciendo hincapié en los aspectos más relevantes, que comparten todos los municipios de la Alianza en los ámbitos:

- 1.-Sanitario-Protocolo-Fecha reapertura.
- 2.-Comunicación.
- 3.-Coordinación y Colaboración.
- 4.-Laboral.
- 5.-Financiero.
- 6.-Fiscal.
- 7.-Transporte-Conectividad.

Así, desde el punto de vista sanitario, se reclamó a la ministra que se determinara, en la medida de lo posible, un calendario con fechas para el desescalado de las medidas de confinamiento, y la posterior reapertura del sector turístico y los destinos. Así mismo, se señaló la importancia de contar cuanto antes con protocolos y guías comunes en toda España, validadas y consensuadas con los principales mercados europeos, que podrían incluir certificaciones (o pasaportes) sanitarios.

En esta complicada crisis sanitaria, social y económica, todos los ayuntamientos reclamaron más herramientas de financiación, tanto para los propios municipios, flexibilizando la regla de gasto, de tal manera que les permita usar no solo la totalidad del superávit del ejercicio 2019 sino también una parte importante del remanente actual, o permitiendo la capacidad de endeudamiento. Las empresas y autónomos también

tienen que tener planes específicos para poder flexibilizar y/o posponer cargas financieras y alquileres o hipotecas, así como poder acogerse y prolongar los ERTES en curso desde el punto de vista laboral.

La coordinación con Europa es muy importante en todo el proceso de desescalada; las medidas a adoptar en cuanto la liberalización del tráfico de personas, y el apoyo a las compañías aéreas para reactivar conectividad y la economía europea en su conjunto son muy importantes para todos, pero en especial para los destinos insulares. También Europa es importante desde un punto de vista de apoyo financiero, ya que, entre otras medidas, se podría plantear la creación de fondos DUSI específicamente Turísticos.

En el plano más operativo, la incertidumbre ligada al uso de las playas en cada municipio, que a día de hoy no se ha aclarado, así como, por ejemplo, los impuestos y tasas que debe hacer frente cada ayuntamiento, asociados a la utilización de dichas playas según marca la ley de Costas son temas que se pusieron de manifiesto en la reunión.

La ministra Reyes Maroto se mostró muy interesada en todas las aportaciones realizadas; manifestó que sí estaban trabajando a nivel europeo en la coordinación de las medidas, y que saben de la necesidad y la urgencia de tomar decisiones, pero siempre siguiendo criterios sanitarios para poder aportar seguridad al sector y a los turistas, ya que es la clave para restablecer la confianza en el destino. Por ello, conminó a los alcaldes de la AMT, a poder celebrar este tipo de reuniones de manera periódica, cada dos o tres semanas, para seguir de manera conjunta la evolución de



las iniciativas que finalmente se lleven a cabo y su idoneidad.

En palabras del presidente de la AMT y alcalde de Benidorm, Toni Pérez: “Por contundente que

parezca, hay que entender que la crisis que vivimos se va a superar a través de la recuperación de la industria turística, o no se va a superar. España históricamente ha significado un modelo a nivel internacional en dos ámbitos: el turístico y el sanitario, hoy es el momento de revalidar ese liderazgo uniendo ambos caminos”.

“SOLUCIONES PARA LA SEGURIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: SAFE BEACH”

El pasado 28 de mayo a las 12:00h tuvo lugar el encuentro online: “Soluciones para la seguridad de los destinos turísticos inteligentes: Safe Beach” con la participación de SEGITTUR y de los representantes de la AMT.

Durante esta sesión se quiso identificar algunos de los desafíos a los que se enfrentan los municipios costeros en materia turística, para presentar las soluciones tecnológicas que contribuyen a resolver los retos de la nueva realidad.

Un espacio abierto para el debate y el intercambio de opiniones y experiencias, donde los asistentes podrán debatir online con representantes de las administraciones públicas e instituciones que lideran las iniciativas de turismo inteligente, seguro y sostenible. Se profundizó en las siguientes cuestiones:

-Cómo se están enfrentando las administraciones municipales, provinciales y regionales al impacto del COVID19 en el turismo

-Cómo la tecnología Smart contribuye a resolver los retos de la nueva realidad

-Cómo abordar técnica y operativamente un proyecto de Playa Segura, Sostenible e Inteligente

-Cómo pueden financiarse estas actuaciones con fondos públicos o privados

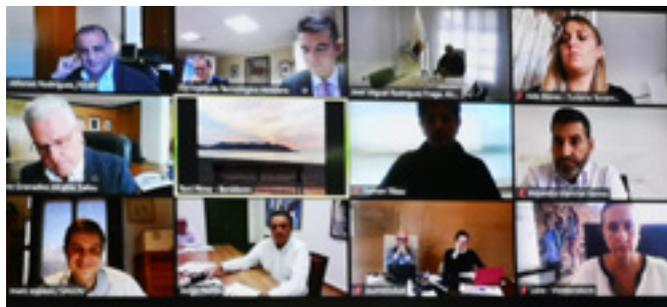
El panel de expertos, estuvo moderado por Enríque Martínez, presidente de SEGITTUR, y participaron:

Antonio Cabello, Andalucía Smart, Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Junta de Andalucía.

Toni Pérez, alcalde del Ayuntamiento de Benidorm.

Pere Granados, alcalde del Ayuntamiento de Salou.

Pedro Aurelio Gasané, concejalía de Turismo del Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana (En representación de Alejandro Marichal Ramos, concejal de Turismo).



Javier Pascuet, director general de Turismo, Comercio, Litoral y Proyectos Estratégicos Ayuntamiento de Calviá.

JORNADA AMT SOL Y PLAYA “LIDERANDO LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS DESTINOS PARA LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR”

El 21 de julio nos encontrábamos en plena “temporada alta” en España y ante las circunstancias que se daban en ese momento debido a la incertidumbre provocada por el COVID-19, las vacaciones y la apertura de fronteras colaboraban a una mejora de las previsiones del sector turístico.

La AMT celebró online la “Jornada AMT Sol y Playa: Liderando la gestión turística de los destinos para la recuperación del sector”, abierto y gratuito.

El objetivo de tal evento digital fue el de exponer cómo se estaban poniendo en marcha estos destinos que son líderes en sol y playa en España, para que sirviese de inspiración y guía a otros destinos similares y con las mismas problemáticas, a otras administraciones públicas (diputaciones, CCAA o el gobierno central) y a empresas privadas para poder alinear su oferta de servicios en la coyuntura actual poscoronavirus. Se profundizó en las siguientes áreas:

-Colaboración público-privada

-Sostenibilidad social, económica y ayudas financieras

-Cultura y gestión de eventos

-Comunicación de crisis y promoción

-Plan de formación

-Peatonalización de espacios

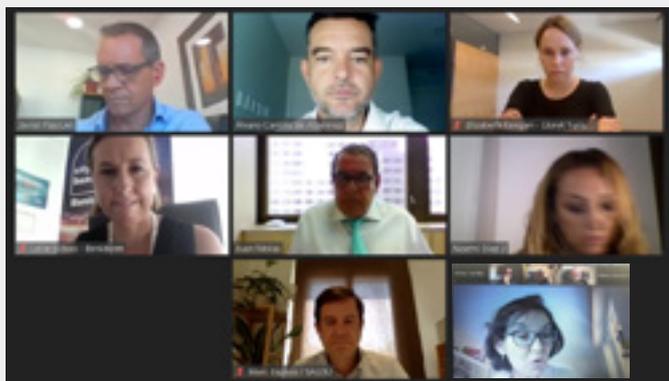
-Gestión de playas

-Protocolos

Participaron: Noemí Díaz, técnico Patronato de Turismo Ayuntamiento de Arona; Elizabeth Keegan, directora gerente del Patronato de turismo de Lloret de Mar; Javier Pascuet, director general del área de Turismo del ayuntamiento de Calvià; Marc Espasa, director del Patronato de Turismo de Salou; y, Leire Bilbao, directora gerente de Visit Benidorm. La jornada estuvo moderada por Álvaro Carrillo de Albornoz.

Carrillo de Albornoz, fue el encargado de dar comienzo al evento. Tras su presentación, el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, hizo una breve presentación de la AMT y de la actual coyuntura turística.

Molas explicaba que: “se estima, desde el 13 de marzo hasta ahora en 5 mil millones de euros semanales y llevamos aproximadamente 14 semanas, esto son ya 70 mil millones de pérdida que tiene el sector turismo”. Continuaba añadiendo: “estamos ante un momento de una emergencia absoluta, hemos de seguir trabajando desde la AMT y el ITH en la búsqueda de soluciones y con todo lo que podamos aportar desde cada uno de los municipios turísticos. El 20% de las pernoc-



taciones hasta el año 2020 se centran en los 8 municipios que conforman la AMT y hemos de seguir luchando en estas circunstancias anómalas hasta que tengamos una vacuna”.

De nuevo, Carrillo de Albornoz tomó la palabra para dar pie a la ronda de intervenciones.

1.- Colaboración público - privada

Elizabeth Keegan, directora gerente del Patronato de turismo de Lloret de Mar, mostró las acciones que están tomando en relación a la colaboración público-privada. Keegan afirmaba que: “Es evidente que no solo los municipios pertenecientes a la AMT, sino, el resto de destinos en el ámbito global habrán tenido que gestionar esta crisis sumando esfuerzos y tanto de la mano del sector privado como de todos los agentes turísticos correspondientes, agentes sociales, vecinos, comunidad...”.

2.- Sostenibilidad social, económica y ayudas financieras

“Para mí ha sido un honor recopilar el trabajo de tantos compañeros y tantas personas involucradas en sacar esta situación adelante, y creo que se debe reconocer esta valiosa labor de los ayuntamientos adheridos a la AMT”, quiso destacar Noemí Díaz, técnico Patronato de Turismo Ayuntamiento de Arona. La técnico Patronato de Turismo Ayuntamiento de Arona, explicó las medidas de los diferentes ayuntamientos en lo que se refiere a sostenibilidad tanto social como económica y ayudas financieras.

3.- Cultura y gestión de eventos

Noemí Díaz, fue, también, la persona que expuso las medidas que están llevando a cabo los ayuntamientos miembros de la AMT en asuntos relacionados con la cultura y la gestión de eventos.

4.- Comunicación de crisis y promoción

El encargado de explicarnos las iniciativas tomadas para la gestión de la comunicación de crisis y de promoción fue Marc Espasa, director del Patronato de Turismo de Salou, quien resaltaba que “la comunicación de crisis como la de la promoción es un tema muy complejo y sensible”, y añadía: “estamos en una fase de reactivación e implementación de las actividades que hemos estado preparando. La comunicación de crisis ha hecho frente a un objetivo muy claro, que era el de la lucha contra la incertidumbre, a la cual se le ha hecho frente con información. Esta incertidumbre nos venía por dos partes, por una parte, una crisis nueva que nunca nos habíamos encontrado y con una evolución constante que implicaba ir adaptando esta comunicación, y, por otra parte, un entorno comunicativo muy complejo”.

5.- Plan de formación

Javier Pascuet, director general del área de Turismo del ayuntamiento de Calvià, exhibió los planes de formación que están abordando los

ayuntamientos parte de la AMT. “En esta nueva realidad tenemos que usar la formación para adaptarnos como destino, también internamente y con la relación con los ciudadanos”, destacaba.

6.- Peatonalización de espacios

Para explicarnos lo llevado a cabo por los municipios de la AMT volvimos a contar con el director general del área de Turismo del ayuntamiento de Calvià. “Tras habernos quedado confinados en casa nos hemos encontrado con una situación en la que nos han ido dejando salir de una manera muy expansiva, pero con unos requerimientos que nos obligaban a mantener distancias de seguridad, y esto nos ha llevado a los municipios a peatonalizar espacios, repensar las ciudades”, indicaba Pascuet.

7.- Gestión de playas

Una de las principales preocupaciones de los turistas era saber qué iba a pasar con las playas. Es un tema donde la casuística es diversa según el municipio. “Nuestro gran caballo de batalla era los aforos, teníamos una demanda y la oferta se ha reducido en todos los municipios” comentaba Leire Bilbao, directora gerente de Visit Benidorm. La directora gerente de Visit Benidorm tomó la palabra para explicar las medidas elaboradas.

8.- Protocolos

Asimismo, Leire Bilbao, continuaba poniendo en común los pasos que han llevado a cabo cada uno de ellos en cuanto a los protocolos se trata.

Álvaro Carrillo de Albornoz quiso cerrar la jornada con dos noticias positivas que se publicaron esa misma mañana, como son la aprobación de ayudas financieras para intentar solventar la crisis, y la posibilidad de tener vacunas a partir de septiembre de 2020, que esa misma mañana confirmó la farmacéutica AstraZeneca de Oxford.

EL PLAN DE RECUPERACIÓN TURÍSTICA ES LA OPORTUNIDAD DE REPOSICIONAR LOS DESTINOS PIONEROS

En la mañana del 16 de noviembre tuvo lugar la Asamblea Anual de la Alianza de Municipios Turísticos de forma virtual.

En el Plan de Modernización y competitividad para la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad que está desarrollando la Secretaría de Estado de Turismo, se va a destinar un total de 1.905 millones de euros, con el objetivo de avanzar hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible que permita a España mantener su posición de liderazgo mundial; por eso, desde la AMT se valora este Plan como una gran

oportunidad de reposicionamiento para los destinos pioneros. El objetivo es el de mejorar la competitividad y rentabilidad de la industria, de los destinos turísticos, y de las empresas, en su mayoría pymes, que los conforman.

Desde su creación, la AMT reclama la necesidad de un sistema específico de fi-

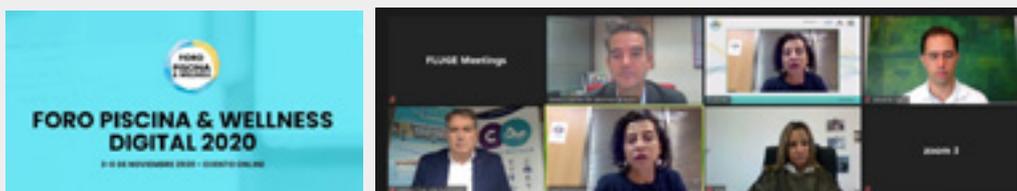
nanciación que se plasme en un mayor soporte financiero por parte de la Administración Pública, de cara a poner en marcha proyectos orientados a mejorar la competitividad de los destinos, y, por tanto, los positivos resultados económicos que España viene registrando en los últimos años en materia turística. Y, con mayor fuerza en este año, que la pandemia deja una situación especialmente dura en estos destinos, y en concreto, en el sector turístico.

Los alcaldes de los municipios de Sol y Playa manifestaron nuevamente su preocupación por la reactivación del turismo, motor de sus municipios y de la economía española, como ya hicieron saber a la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, el pasado mes de abril, en una reunión telemática en la cual le presentaron siete medidas para la reactivación del sector turístico.

Estamos ante un momento de una emergencia absoluta, hemos de seguir trabajando desde la AMT y el ITH en la búsqueda de soluciones y con todo lo que podemos aportar desde cada uno de los municipios turísticos.

LAS PISCINAS DE USO PÚBLICO SE SUMERGEN EN NUEVOS RETOS Y SOLUCIONES

Los retos sectoriales a debate del 3 al 6 de noviembre en un foro online, en los que se aborda los retos de presente y de futuro en las piscinas de uso público, entendiendo por tales parques acuáticos, piscinas de alojamientos turísticos y centros y clubes de natación.



Cuatro días de jornadas online sobre innovación, buenas prácticas para conseguir piscinas sostenibles, el impacto del nuevo contexto sanitario en las piscinas de uso público tanto de centros deportivos como de establecimientos hoteleros, así como en soluciones para la gestión de piscinas comunitarias.

La participación de Álvaro Carrillo de Albornoz fue clave para aportar el punto de vista y todas las necesidades y dudas al respecto del sector hotelero, en este ámbito que tanta importancia tiene para el turismo de nuestro país.

El Foro Piscina & Wellness Digital 2020 fue la primera edición 100% online, un éxito de convocatoria con más de 1.000 acreditados y una audiencia con un 30% de internacionalidad.

A través del Foro Piscina & Wellness Digital 2020, los organizadores; Piscina & Wellness Barcelona, Fira Barcelona y Asofap, pretenden dar voz a todos aquellos proyectos y productos desarrollados de cara a ayudar al sector de la piscina a evolucionar hacia una mayor sostenibilidad medioambiental, y así alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

RED DTI: GUÍA PARA LA PREVENCIÓN DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTICO

En el contexto de la crisis del COVID 19, la secretaría técnica de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes organiza una serie de videos de webinars y tutoriales para los miembros de la Red DTI. El objetivo de estos videos es presentar soluciones que puedan ayudar de alguna forma a los destinos a contrarrestar los efectos de esta crisis.

Se ha diseñado un plan de formación y capacitación para los miembros de la Red DTI -centrado en herramientas digitales, cuestiones de higiene, análisis de segmentos y capacidades analíticas- que permita reforzar capacidades en el entorno post COVID-19. Además, se ha creado un canal “Red DTI COVID-19” para compartir información y buenas prácticas, organizado webinarios y tutoriales, entre otras acciones.

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, participa en el webinar: “Guías para la prevención del COVID-19 en el sector



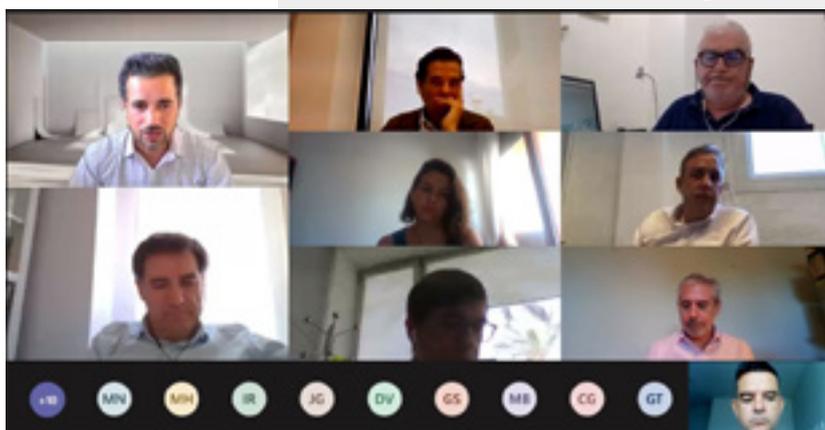
turístico” que se celebró el 20 de mayo, junto a Víctor Badorrey , director de Relaciones Institucionales de SEGITTUR; Ignacio Angulo Ranz, subdirector General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; y, Miguel Mirones, presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

RELANZANDO EL TURISMO

El pasado junio, el Gobierno de España presentó el Plan de Impulso al sector turístico con una serie de medidas de diversa índole que tienen como objetivo apoyar a las empresas del sector y reforzar su competitividad a través de la digitalización y la sostenibilidad. Se abre un período de reflexión sobre cuáles son las prioridades y las medidas que mejor pueden ayudar a la recuperación y también de acción.

En este contexto, ITH intervino en una serie de mesas redondas junto con la participación de representantes del sector privado y del sector público para debatir sobre estos temas y construir juntos una serie de recomendaciones concretas con el objetivo claro de contribuir a acelerar la recuperación del sector y de la economía española en torno a dos ejes estratégicos y prioritarios: la digitalización y la sostenibilidad del sector.

ro para que inicie de su viaje 'touchless' en un entorno COVID-19, tuvo lugar el 14 de julio. En esta sesión se plantearon una serie de preguntas tales como: ¿Qué herramientas tenemos a nuestra disposición para crear confianza en el consumidor? ¿Cómo podemos responder a las nuevas expectativas del consumidor? ¿Qué conclusiones se sacan de iniciativas como el despliegue de corredores seguros a nivel europeo? ¿Qué debemos priorizar para que España sea puntera en el turismo sostenible y digital?



Juan Jesús García, Head of Industry Affairs Amadeus, realizó la presentación de la sesión. Tras él, Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, presentó el Plan de Impulso del Sector Turístico. La puesta en escena corrió a cargo de Zurab Pololikashvili, secretario general Organización Mundial del Turismo.

Este foro se estructuró en torno a tres sesiones de debate siguiendo el ciclo del viaje en el nuevo entorno COVID-19 y culminaría con una sesión dedicada a la presentación de las principales conclusiones obtenidas:

La primera mesa de debate: Atraer al viaje-

Álvaro Carrillo de Albornoz participó en el debate que siguió a la introducción, junto a Gabriel Perdiguero, Head of Transformation en Iberia y moderados por Juan Jesús García, donde se plantearon qué papel juega la industria en las nuevas exigencias del consumidor.

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS CLAVE PARA LA REAPERTURA

El responsable de proyectos de tecnología y operaciones hoteleras de ITH, Carlos Domínguez, participó en la mesa redonda online, moderada por Xavier López, director de operaciones de EISI SOFT, y en la que también contaron con la participación de Mateo Ramón, director corporativo de IT del Grupo Piñero; José Carrillo, director de sistemas de FERGUS & tent Hotels; y, José Antonio Moreno, director de gestión hotelera de Bahía Príncipe Hotels & Resorts.

Con el fin de analizar si el nuevo escenario en el que nos encontramos inmersos servirá como un catalizador en la implantación de tecnología en el sector hotelero, EISI SOFT lanzó este seminario online para compartir puntos de vista con distintos profesionales del sector.

En éste, se puso de manifiesto que en la reapertura hotelera será clave adaptarse a las nuevas prioridades que van a exigir tanto los clientes internos como externos. En ese sentido, la tecnología jugará un factor determinante, dado que el paradigma actual nos ha obligado a acelerar la digitalización en muchos ámbitos de nuestra vida cotidiana.

Debemos entender la estrategia digital como un proceso cíclico en el que es imprescindible llevar a cabo una correcta gestión

del cambio, implicando a las personas durante todo el proceso de digitalización. Para ello, es necesario crear “Key Users”, además de implantar y formar al personal.

Sin embargo, el factor diferencial para que una estrategia digital tenga éxito, pasa por estar alineada con el negocio. Además, ahora más que nunca gana importancia contar con datos de calidad, Smart Data, con los que poder analizar y llevar a cabo un proceso de mejora continua para ofrecer, en definitiva, mejores productos.

En este nuevo escenario, en el que primero habrá que convencer al cliente para que acuda al destino, ganan importancia las medidas higiénico-sanitarias y cómo transmitimos confianza tanto al empleado como al cliente para que ambos se sientan seguros en el hotel.

Aceleración de la estrategia digital

#EISITechTrends



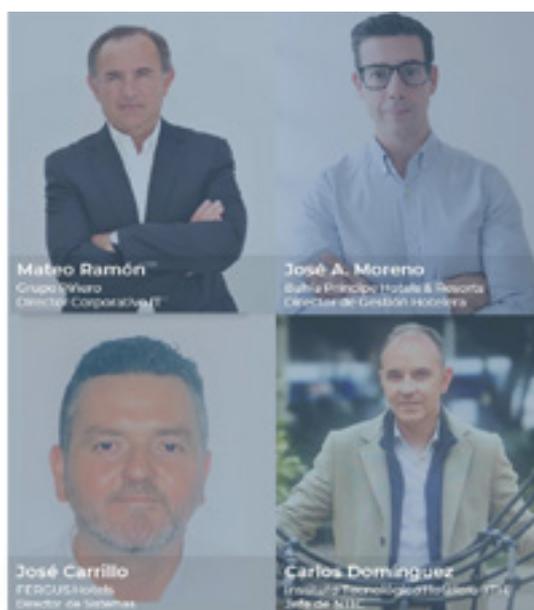
EISISOFT

GRUPO FERRO

ANALYTICS

FERGUS

ITH



Por ello, cobran especial interés herramientas que nos ayuden a llevar un registro de las acciones de obligado cumplimiento para demostrar que estamos haciendo las cosas bien.

La situación actual ha acelerado la utilización de la tecnología, incluso muchas personas que no estaban familiarizadas con las herramientas digitales se han visto forzadas a adaptarse a ellas, ya que la necesidad ha acelerado el tiempo de adaptación. En ese sentido, el usuario es el que hace que la tecnología se adapte, y no al revés.

RECOMENDACIONES PARA LA REAPERTURA

Prudencia, fue la palabra más repetida, en cuanto a la implantación de nuevos sistemas e incidieron en decantarse por productos homologados, que no sean nocivos ni perjudiciales tanto para las personas como para los materiales con los que vayan a estar en contacto.



Para equilibrar la balanza entre cumplir con las nuevas exigencias y seguir siendo eficientes, apostaron por implantar herramientas tecnológicas en departamentos clave como housekeeping y mantenimiento.

Resulta especialmente útil contar con herramientas digitales que nos permitan disponer de la trazabilidad de todos los procesos, trabajos de limpieza, desinfección y control para que de forma rápida y ágil se pueda comprobar todo lo que ha sucedido en el hotel. Pues, dicha trazabilidad será clave para transmitir seguridad de cara al cliente tanto interno como externo.

REINVENTANDO EL LUJO

El proceso transformador del hotel en esta nueva normalidad comenzará desde la propia llegada del huésped: con el check in. Seguirá con la forma de solicitar el servicio de habitaciones, de visitar el spa o, sin ir más lejos, de desayunar. Los espacios y servicios del hotel tendrán que adaptarse a nuestras nuevas formas de socializar. Creatividad y tecnología serán claves en la diferenciación.

¿Podremos viajar este verano? Y, si es así, ¿Cómo lo haremos? ¿Qué ha pasado con la industria hotelera durante este tiempo? ¿Qué podemos esperar cuando llegemos a un hotel?

La gente quiere andar, respirar y mirar al cielo

Para contestar a estas preguntas, en la mañana del 16 de junio se celebró el seminario Hoteles: ¿jaulas de oro? Reinventando el lujo sin perder el toque dentro de las Conversaciones Condé Nast Traveler. En el evento participaron: Eduardo Seisdedos, subdirector de Anantara Villapadierna; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Diego Ortega, presidente y propietario de Fontecruz Hoteles y Xavier Rocas, delegado para España y Portugal de Relais & Chateaux. Moderando, Arantxa Neyra, periodista de Condé Nast Traveler.

¿QUÉ HA PASADO CON LOS HOTELES DURANTE EL CONFINAMIENTO?

Aunque la mayoría de hoteles se han visto obligados a cerrar sus puertas o readaptar sus servicios,

no han estado de brazos cruzados. Carrillo de Albornoz explicaba que han tenido hoteles medicalizados, por lo que no han parado durante estas semanas. Y, también, desde ITH hemos realizado estudios sobre la tecnología necesaria en la nueva normalidad y hemos ejecutado las guías de los protocolos de reapertura que fuesen de ayuda para los hoteleros.

Eduardo Seisdedos, por su parte, se ha dedicado a colaborar con la ONG World Central Kitchen, del chef José Andres, cediendo su cocina para que se elaboraran 900 comidas diarias a familias de la Costa del Sol.

Casi todos han tenido que tomar medidas drásticas: echar a los clientes a toda prisa y hacer un ERTE de la mayor parte de la plantilla. Ahora están en una nueva fase: la de adaptación. Pero nos llevamos algo bueno de todo ello.

“La crisis ha dado lugar a interacciones muy honestas que hemos podido apreciar por mail con los clientes. Hemos visto un espíritu de comunidad más fuerte entre los empleados. La mayoría se han visto afectados económicamente y ha habido una hermandad reseñable”, explicaba Seisdedos.

con
ver
sa
cio
nes.



¿CÓMO ABRIRÁN LOS HOTELES PARA QUE PODAMOS VIAJAR ESTE VERANO?

En cuanto a qué nos vamos a encontrar al viajar en verano, nos explican que ni va a ser exactamente como lo recordamos ni va a haber un cambio tan drástico como se esperan algunos. Habrá, por supuesto, más atención a la limpieza y se impondrán medidas de distanciamiento social.

Se volverá a una industria más verde

En cuanto a la forma de viajar en verano que tendremos nosotros, los gerentes han notado dos tendencias importantes. La primera, que la gente tiene pocas ganas de pasar tiempo reclusa. Los clientes piden suites y habitaciones con terrazas grandes, y priorizan las actividades que pueden hacer en el destino, como montar en bicicleta.

“El lujo será salir y hacer lo que no hemos podido hacer en esta situación dantesca”, explicaba Diego Ortega.

La segunda diferencia son los tiempos. En lugar de ir a varios destinos durante poco tiempo, esta temporada los viajeros irán a un solo sitio más tiempo.

Así, las reservas medias son de 5 a 10 días.

¿QUÉ PASARÁ CON EL VIAJAR EN VERANO EN UN FUTURO MÁS LEJANO?

Algunas de las medidas que se están tomando ahora, explican, se mantendrán para siempre. En este sentido,

son especialmente importantes los cambios tecnológicos que se están implantando ahora, desde los menús con código QR al check-in sin contacto. Otro cambio que probablemente permanecerá es un servicio personalizado y cercano al cliente. Los hoteles se encargarán de preguntar al viajero si quiere desayunar, si necesita parking o si quiere reservar algún tratamiento.

Hay que aprovechar el avance en el aspecto digital y darnos cuenta del valor del capital humano

Pero no todo permanecerá igual. Por ejemplo, esta situación ha obligado a dar un paso atrás en materia de sostenibilidad, ya que el consumo continuo de guantes y mascarillas, así como de productos individuales, hace que aumente mucho el consumo de plástico. No obstante, sí que se volverá a una industria más verde.

En cuanto a lo que le depara al futuro del viaje, “hemos visto que somos muy vulnerables. Hay que aprovechar el avance en el aspecto digital y darnos cuenta del valor del capital humano. Entre todos hemos pasado este mal sueño”, señala Xavier Rocas.

INNOVACIÓN 

2020, UN AÑO INSÓLITO E HISTÓRICO



No hay dudas de que este pasado 2020 quedará grabado en nuestra memoria de por vida. Un año difícil de olvidar en el aspecto personal, pero también en el profesional, con una pandemia que ha influido sobre nuestras emociones, libertades y economía.

Nos enfrentamos los primeros meses de 2020 con una sonrisa, unas previsiones estupendas que pronosticaban otro año de récord, pero poco después las primeras noticias provenientes de China hacían presagiar lo que poco después fue una realidad. El mundo se paralizó durante varios meses, los hoteles echaron el cierre y el turismo se enfrentó a la mayor crisis que jamás había conocido. No obstante, teníamos ante nosotros una gran oportunidad, momentos de reflexión que nos han permitido reinventarnos con nuevos modelos de negocio y aplicaciones tecnológicas.

En el caso de hotel Bécquer y hotel Kivir, durante este parón, hemos visto interesante realizarnos las siguientes preguntas: ¿Hacia dónde vamos? ¿Tenemos ante nosotros un nuevo mundo? ¿Como imaginamos nuestros hoteles en unos años? Son momentos de asentar las bases de nuestra cultura empresarial, nuestra forma de ser, sentir y actuar ante este reto que se nos presenta.

Si echamos un vistazo a otros sectores, la revolución on line ha cambiado sus modelos tradicionales de negocio, ¿y la hotelería? ¿ha llegado la pandemia para acelerar ese proceso de transformación en nuestro sector? Sin lugar a dudas, ya estamos viendo un cambio de hábito en las formas de comunicarnos, de experimentar en el hotel, en los procesos de reserva, etc... Solo aquellos que sepan realizar una correcta lectura de lo que está ocurriendo hoy, serán capaces de sobrevivir. Ahora más que nunca, conocer a los huéspedes, sus gustos, preferencias, miedos y canales de comunicación, marcarán las claves de nuestro futuro. La tecnología está avanzando a pasos agigantados y la hotelería debe aprovecharla para adaptarse a estos nuevos tiempos.

Alejandro Rodríguez
Gutiérrez
Director General
Hotel Bécquer y
hotel Kivir (Sevilla)



Juan Carbajal
**Director Desarrollo
de Negocio**
García Alamán
Mediadores de Seguros

“LO ÚNICO CIERTO ES **EL AHORA**”

Como diría el gurú espiritual Eckhart Tolle lo único cierto es el “Ahora”. Los hechos pasados ya han dejado de existir y el futuro no es más que un conjunto de pensamientos que distan mucho de la realidad.

Al igual que fuimos incapaces de predecir la llegada de una pandemia mundial, el hecho cierto es que no tenemos posibilidad de conocer las consecuencias reales que esta situación tendrá en el negocio hotelero. Por otra parte, tampoco sirve de nada quedarse anclado en el pasado pensando en cómo podías haber hecho las cosas de manera diferente, y lamentarse por todo lo perdido. La situación y el entorno actual han cambiado.

Ante esta situación de gran incertidumbre cobra aún más sentido el maldito término INNOVACIÓN como proceso que nos permite introducir novedades, modificando elementos ya existentes para adaptarnos al continuo cambio que el “Ahora” exige. Debemos aceptar lo que el presente nos ofrece como si lo hubiésemos elegido y no ir en su contra, trabajando con los recursos que tenemos hoy.

Encontremos la fórmula para extrapolar esta filosofía de vida a nuestro trabajo. Probablemente, innovando “Ahora” seremos más capaces de abrazar el inevitable cambio, y estar mejor preparados para afrontar lo que el presente nos trae.

CÓMO HACER DE UN TERRITORIO UN DESTINO TURÍSTICO DIFERENCIAL

El aleteo de una mariposa que provoca un huracán en el otro lado del mundo es el perfecto símil que explica como nuevos comportamientos asimilados por el turista, la incorporación de nuevas tecnologías e incipientes herramientas innovadoras pueden llegar a determinar la reconfiguración de un destino turístico a través de su transformación y adaptación al nuevo sistema turístico que emerge.

Para ello, #techYdestino, abordó temas como cuál es la relación del cliente con la tecnología y su comportamiento, mostró productos diseñados ad-hoc, mejores prácticas en destinos y todos aquellos elementos que hacen de un territorio un destino turístico diferencial.

El foro de la Tecnología y los Destinos, #techYdestino, se celebró en el marco de FITURTECHY 2020, en el Pabellón 10 B de FITUR, los días 22, 23 y 24 de enero bajo el lema “El Efecto Mariposa: Transformación”.

Esta sala la inauguró Jesús Gatell, vicepresidente de ITH, quien subrayaba la importancia de lo local, ya que al fin y al cabo los turistas quieren visitar las ciudades por su oferta cultural, natural, gastronómica, eso es lo que nos mueve a visitar una ciudad en lugar de otra, y es por esto, donde radica la importancia de la promoción de las ciudades o países. La secretaria de Estado de la España Global del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Irene Lozano, daba comienzo a las ponencias hablando también del “poder de lo local”.

La idea principal de la mesa debate que le seguía fue la de cómo la autenticidad de los recursos y productos locales de un destino son un reclamo para los turistas, siendo en muchas ocasiones, el

motivo principal de la visita. Estuvieron debatiendo la directora del Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España, Mónica Brías; David Mora, coordinador Máster Turismo Gastronómico de Basque Culinary Center; Manuel A. Ruiz, director general de Hotel Mayorazgo; Jesús Romero, cofundador de Feel the city Tours; Annika Lucien, Chief Sales Satisfaction Officer de Evaneos, y como moderador Isidro Tenorio, CEO de Bequest, I+D.

Hablando sobre las prioridades que tiene un viajero cuando compra de manera online, tuvimos el privilegio de contar con el director comercial, Online Travel Companies, Souththern Europe, Sergio Vargas, de Amadeus.

Los nuevos comportamientos asimilados por el turista, la incorporación de nuevas tecnologías e incipientes herramientas innovadoras pueden llegar a determinar la reconfiguración de un destino turístico a través de su transformación y adaptación al nuevo sistema turístico que emerge

El siguiente debate del día moderó Edgardo Tettamanti, Senior Vice President Multicultural & Cross-Border Marketing Officer de Mastercard. Fue de la mano de Lisa Dinh, International Tourism Director de Via Outlets; Luis Llorca, Managing Director Spain de Global Blue; Jennifer Zhang, CEO de Asian-linkSpain- Ctrip Spain; y,

Antonio Santos, Director de World Shopping Tourism Network. Destacaban la idea de que el turismo de compras es una de las principales motivaciones de millones de viajeros, de este modo, impulsa a la promoción de destinos turísticos en todo el mundo. Hay que saber cómo adaptar este sector y de qué manera sacar el mayor provecho.

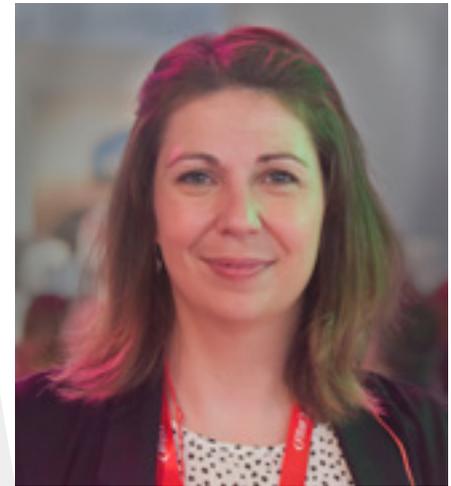
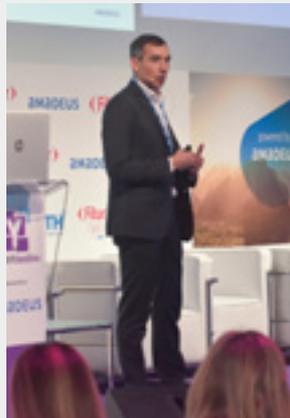


Joantxo Llantada, experto en innovación, marketing y estrategia hablaba sobre los ODS como estrategia de crecimiento para las empresas turísticas. Cómo incorporar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades hoteleras y estrategias de negocio. También destacaba los retos y las oportunidades que ha supuesto este cambio cultural.

Tras él, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de la Plataforma Tecnológica del Turismo – Thinktur e ITH presentó el Ebook «Sistema de Inteligencia Turística» elaborado por el Grupo de Centros Tecnológicos de Turismo. A lo largo del ebook, los centros tecnológicos en turismo expusieron las diversas oportunidades que ofrece la definición, desarrollo y puesta en marcha de los sistemas de inteligencia turística, aplicados a destinos turísticos y a empresas, con objetivos muy diversos (conocimiento del cliente, predicción de la demanda, desarrollo de nuevos productos, búsqueda de nichos de mercado, etc.), mostrando casos de éxito de carácter nacional e internacional que sirvan para la puesta en marcha de este tipo de sistemas en otros destinos. Han participado en la elaboración del documento: SEGITTUR, Invat-tur, ITREM – Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Eurecat, Tecnalia, Turistec e ITH. Por su parte, el presidente de Bodegas Familiares Matarromera, Carlos Moro, presentó el barómetro de enoturismo.

Este foro acabó con el II Encuentro Internacional de Centros Tecnológicos de Turismo con participantes tales como Ramón Enrique Martínez, director general de ICTUR; Patricia Miralles, gerente general de CETUR UNAB; Enrique Padrón, coordinador de OTD Ashotel; y, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH y Thinktur.

La segunda jornada del foro #techYdestino, estuvo inaugurada por Juan Molas, presidente de ITH. Seguidamente debatieron sobre la transformación del modelo turístico tras la caída de Thomas Cook,



Pere Granados, alcalde del Ayuntamiento de Salou; Jaume Dulsat, alcalde del Ayuntamiento de Lloret de Mar; José Ortiz, alcalde del Ayuntamiento de Torremolinos; Toni Pérez, alcalde del Ayuntamiento de Benidorm; Alejandro Marichal, concejal de Turismo del Ayuntamiento de San

Bartolomé Tirajana; José Miguel Rodríguez alcalde del Ayuntamiento de Adeje; José Julián Mena, alcalde del Ayuntamiento de Arona; y, con Juan Molas como moderador. La idea esencial de este debate fue la de hablar sobre la situación turística de cada ciudad después de la caída de Thomas Cook. Cada zona reaccionó con una unidad de acción fuerte y eficaz para consolidar el destino turístico. La transformación digital es un efecto que todos los destinos de Sol y Playa tienen en mente ya que no solo introduce nuevos riesgos y oportunidades, si no también es necesaria esta digitalización de destinos para una mayor información del turista.

Celia Romero, CEO y cofundadora de Inteligencia Turística, compartió con todos nosotros su visión sobre inteligencia turística. Hizo hincapié en cómo se ha ido normalizando y ha logrado una transformación en un destino turístico inteligente.

El debate Vis a Vis: “Tecnología y transformación, impulsando los destinos” estuvo moderado por Àlex Villeyra, Chief Operating Officer de Mabrian Technologies. Debatieron profesionales del sector como Gema Igual, alcaldesa del Ayuntamiento de Santander; Benjamín Pedormo, consejero delegado de Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo de Lanzarote; Enrique Martínez, presidente de SEGITTUR; y, Mario Vilar, director de Inteligencia Turística de la Generalitat Valenciana.

Elisabeth Villalba, Intendente Turismo del ayuntamiento de Montevideo y José Garín, director del Súbito Red Desarrollos nos mostraron cómo se puede usar la Inteligencia Artificial para planificar las visitas a Montevideo.

Por parte de Amadeus, Ramón Sánchez, Head of Strategic Projects, nos explicó paso a paso cómo desarrollar un destino de forma inteligente.

Para finalizar, se entregaron los esperados AMT Smart Destination Awards 2020. Se premió las mejores soluciones y herramientas tecnológicas que ayudan a afrontar los retos de la puesta en marcha de un destino turístico inteligente (DTI).

En la tarde del 23 de enero, se galardonaron las mejores herramientas y soluciones tecnológicas que contribuyen a afrontar los retos que supone la puesta en marcha de un destino turístico inteligente (DTI).

Las soluciones y herramientas tecnológicas clasificadas como finalistas, en cada una de las cinco categorías contempladas para esta edición de los premios, se incluyeron en el catálogo online de soluciones tecnológicas, al que tienen acceso los destinos pioneros que conforman la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa (AMT) y otros destinos interesados.

ILUNION Hotels, Tecnalia y Diputación Foral de Gui-

puzkoa (DFG), Travelest, Yarr TV, y Envirosuite fueron los ganadores de la tercera edición de los AMT Smart Destination Awards.

En esta nueva edición se presentaron más de cincuenta aspirantes a los premios, que cada año cuenta con más candidaturas.

Por un lado, el premiado dentro de la categoría “Accesibilidad” fue ILUNION Hotels, que ofrece al cliente un viaje totalmente accesible y adaptado a todas las personas, con y sin discapacidad, siendo más competitivos añadiendo un plus con la accesibilidad. Entregó el premio David Giner, director de proyectos de Invattur, y Alejandro Marichal, concejal de Turismo de San Bartolomé de Tirajana.

El premio “Interacción turista y ciudadano” lo recibió Travelest de la mano de Aida Blanes, concejala de Turismo de Torremolinos y Héctor Maiquez, VP patronato Turismo y concejal de Dinamización Turística de Salou. Travelest, que cuenta con una aplicación móvil que proporciona la mejor manera de organizar una ruta turística urbana, optimizando el recorrido de forma que permite ver los lugares más destacados teniendo en cuenta el tiempo disponible, las preferencias del usuario y el lugar de inicio y fin de la ruta.

Yarr TV obtuvo el premio “Promoción y Marketing”. La plataforma Yarr TV #So-

La transformación digital es necesaria en todos los destinos ya que aporta diferentes oportunidades y una mayor información al turista.



cialDestination consta de distintas soluciones para mejorar la comunicación e interactividad del destino u hotel con el visitante o huésped. Solución web que permite crear Socialwalls, Social widgets, Quizzes, encuestas y concursos de redes sociales. El premio lo entregó Alfonso Rodríguez, alcalde de Calviá y Alfonso Alonso, concejal de Turismo de Adeje.

Por otro lado, el galardón dedicado a “Sostenibilidad” lo consiguió Envirosuite quien quiere conocer los niveles de contaminación que respiran ciudadanos y turistas, mitigar el impacto de los mismos sobre la población, conocer el cumplimiento de la legislación aplicable a la calidad del aire, y prevención impactos futuros. A causa de ello, ha desarrollado una plataforma software basada en la nube que permite monitorizar en tiempo real la calidad del aire y pronosticar episodios de contaminación. El premio lo entregaron Antonio Pérez, alcalde de Benidorm, y José Julián Mena, alcalde de Arona.

Finalmente, Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, fue el responsable de entregar el premio a Tecnalía y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG), que fue galardonado con el premio “Gobernanza”, queriendo centralizar con su proyecto HODEIAN, la información turística de diferentes fuentes y formatos para caracterizar con la máxima fiabilidad la situación actual y ayudar a la toma de decisiones, a partir de entender la distribución del turismo, el comportamiento del turista y su impacto socioeconómico en el territorio. Recogieron el galardón el director de turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa, Iker Goiria, y Jesús Herrero, gestor de mercado Turismo de Tecnalía.

Los finalistas por categoría fueron:

Accesibilidad:

ILUNION Hotels

Gobernanza:

Tecnalía y Diputación Foral de Guipuzkoa (DFG)

Itop Consulting

Interacción con turista y ciudadano:

Travelest

Smartvel

Centros de Arte, Cultura y Turismo Cabildo de Lanzarote

Promoción y Marketing:

FEDESOFTE

Cohosting

Yarr TV

Sostenibilidad:

Park Here Now, S.L

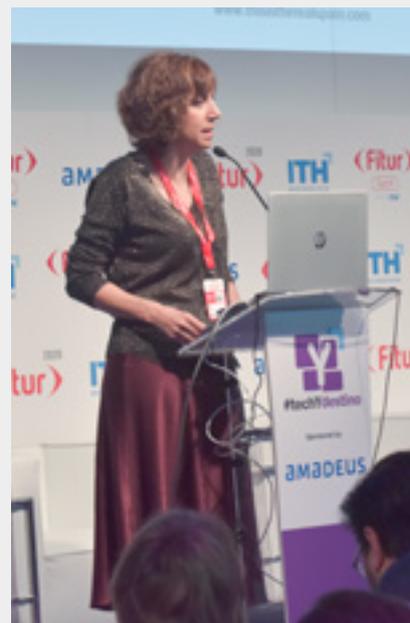
Aquavida Iberia

Envirosuite

El sponsor de #techYdestino, Amadeus, abrió la última jornada con Luc Viguié, Head of Partnership & Strategy de la compañía. Y, le siguió Andrea Wolleter, directora nacional de Servatur Chile, con su ponencia “un lugar para seguir”. Leire Bilbao, directora gerente de Visit Benidorm, explicaba cómo el Storytelling se puede plantear en el sector turístico para presentar y conceptualizar la información.

El primer debate de este foro lo moderó Sara Pastor, Managing Director Destinations EMEA de Adara, con los siguientes participantes: Diego Rodríguez, CEO y fundador de Passporter; Paula Schluelter, técnico responsable de Marketing y Publicidad del Patronato de Turismo de Gran Canaria; Pablo

García, director fotográfico de Wander People; y, Rafael de Jorge, fundador de Growtur.



Brad Dean, CEO de Discover Puerto Rico, explicó cómo su país ha vuelto al punto de partida tras los desastres naturales y cómo han conseguido recuperar la actividad turística que se vio afectada.

#techYdestino, finalizaba su jornada con un debate de expertos sobre las campañas publicitarias más exitosas en turismo. Hugo Marcos, secretario general de CIFFT; Chris Pomeroy, CEO de Interface Tourism Spain; Manu Guedes, COO y Cofundador de Influniversity; y, Juan Antonio Ruiz, jefe del Área de Publicidad y Redes Sociales de Turespaña, participaron en esta mesa redonda, moderados por Joantxo Llantada, experto en innovación, marketing y estrategia.



EL GRUPO DE CENTROS TECNOLÓGICOS DE TURISMO PRESENTA EL E-BOOK “SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA”

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur presentó en FITURTECHY el ebook “Sistema de Inteligencia Turística”, elaborado por el Grupo de Centros Tecnológicos de Turismo.

La presentación tuvo lugar el miércoles 22 de enero en el foro #techYdestino de FITURTECHY. A lo largo del documento, los centros tecnológicos en turismo han expuesto las diversas oportunidades que ofrece la definición, desarrollo y puesta en marcha de los sistemas de inteligencia turística, aplicados a destinos turísticos y a empresas, con objetivos muy diversos (conocimiento del cliente, predicción de la demanda, desarrollo de nuevos productos, búsqueda de nichos de mercado, etc.), mostrando casos de éxito de carácter nacional e internacional que sirvan para la puesta en marcha de este tipo de sistemas en otros destinos.

Asimismo, para esta nueva edición del ebook, se ha querido hacer un repaso de cuáles serán las principales tecnologías con mayor impacto en el ciclo de viaje del turista (customer journey), incorporando un apartado final, a modo de ranking, con breves descripciones de la relevancia de estas tecnologías en alguna de las etapas del ciclo del viaje.



En el ebook participaron SEGITTUR, Invatur, ITREM – Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Eurecat, Tecnalia, Turistec e ITH.

Durante su presentación, Carrillo de Albornoz destacó el papel de Thinktur como un ecosistema de agentes proveedores de tecnología, bienes y servicios del sector turístico que pretende mejorar su competitividad y establecer alianzas.

AGENDA ESTRATÉGICA DE I+D+I DEL TURISMO

La Plataforma Tecnológica del Turismo, Thinktur, publica la nueva Agenda Estratégica de I+D+I del Turismo, y revisa el documento de forma anual, junto a los coordinadores de los grupos de trabajo, para actualizar el contenido y sea un documento dinámico.

La Agenda Estratégica de I+D+I del turismo, elaborada en el marco de la Plataforma Tecnológica del Turismo – Thinktur, tiene como objetivo definir, impulsar e incorporar la tecnología, junto con la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación que requiere el sector turístico español para alcanzar la máxima competitividad, mejorar la productividad, la sostenibilidad y contribuir al bienestar de nuestra sociedad, mediante la construcción de un entorno dinámico de colaboración entre sus agentes y empresas y el Sistema Español de Ciencia y Tecnología.

La agenda se ha construido en base a los grupos de trabajo temáticos de Thinktur, tanto transversales como sectoriales, que componen la cadena de valor del sector turístico. En su elaboración, han participado: Eurecat (coordinador del grupo estratégico sectorial de destinos y recursos turísticos); TravelThink by Dr. Javier González – Soria (coordinación del grupo estratégico sectorial de distribución y agencias de viajes); Instituto de Economía internacional – Universidad de Valencia (coordinador del grupo estratégico sectorial de transporte); ITH – Instituto Tecnológico Hotelero (coordinador de los grupos estratégicos sectoria-



les de hoteles y alojamientos turísticos y del grupo de trabajo transversal de energía y sostenibilidad); Universidad de Deusto (coordinador de grupo de trabajo sectorial de restauración); INVAT·TUR (coordinador del grupo de trabajo sectorial de actividades turísticas); Red Estable – Red Española de Turismo Accesible (coordinador del grupo de trabajo transversal de accesibilidad); Vicomtech y Tecnalía (ambos coordinadores de grupo de trabajo transversal de TICs) y; UNEX – Asociación empresarial del Hábitat, su internacionalización y el contract (coordinador del grupo de trabajo transversal de arquitectura, diseño y contract).

En el prólogo del documento han participado M.^a Ángeles Ferre, jefa de la subdivisión de programas temáticos científico-técnicos de la Agencia Estatal de Investigación, y José

Guillermo Díaz-Montaños, presidente de la Plataforma Tecnológica del turismo – Thinktur. Ferre destacó en el documento que “las Plataformas Tecnológicas son un agente imprescindible para impulsar el diálogo y la colaboración público-privada, y constituyen un instrumento de la política de I+D+I; traccionadas por el tejido empresarial, son un importante actor

en la definición de prioridades de I+D+I tanto sectoriales como intersectoriales”. Por su parte, Díaz-Montaños remarcó que “el Covid-19 nos ha detenido durante meses, obligando a muchos de nosotros a reinventarnos, adaptarnos, a darle mil vueltas a la cabeza para aprovechar el parón y diseñar nuevas estrategias basadas en ideas innovadoras y decidiendo qué soluciones tecnológicas implementar que nos facilite retomar la actividad turística acorde a las nuevas necesidades”.

Desde la publicación de la Agenda, Thinktur revisará el documento de forma anual junto con los coordinadores de los grupos de trabajo temáticos para estudiar la incorporación de nuevo contenido en cada área correspondiente, en función del avance de la tecnología y la innovación turística, de tal forma que se haga de la Agenda un documento vivo.

TRANSFORMANDO EL TURISMO PARA LUCHAR CONTRA LA INCERTIDUMBRE

La Plataforma Tecnológica del Turismo – Thinktur celebró, la mañana del 16 de diciembre, su asamblea anual – VII Thinktur Technology Transfer. La jornada se llevó a cabo por primera vez en formato virtual de la mano de representantes de la industria turística, empresarios, startups, agentes sectoriales y entidades público-privadas.

A las 10.00h (CEST) comenzaba el evento a cargo de M^a Ángeles Ferre, jefa de área de subdivisión del programa científico-técnico de la Agencia Estatal de Investigación, junto con Juan Molas, presidente de ITH y de la Mesa del Turismo. Ambos lanzaron un mensaje de optimismo y esperanza para el sector, teniendo presente que la innovación nos ayudará a salir adelante, a posicionar el sector donde se merece, y, sobre todo, a sobrepasar esa incertidumbre después de esta “fatídica etapa”. Además, han remarcado la necesidad de la colaboración público – privada en el marco de las ayudas europeas para la recuperación del turismo reconociendo el significativo papel de las plataformas tecnológicas españolas.

A continuación, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH y Thinktur, se encargó de exponer las iniciativas que se han llevado a cabo desde la plataforma en el último año, entre ellas, la publicación de una nueva versión de la Agenda Estratégica de I+D+i del Turismo; la elaboración del ebook de “Sistema de Inteligencia Turística” o la participación en grupos interplataformas como el de economía circular, ciudades inteligentes, y Big Data e inteligencia artificial, así como la colaboración con diferentes eventos turísticos de gran importancia. Para concluir, también ha mostrado los proyectos que abordará en 2021.

Carrillo de Albornoz también destacó el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística; el proyecto en el que ITH junto a SEGITTUR han trabajado para paliar los efectos de la quiebra de Thomas Cook en los desti-



nos españoles; el proyecto europeo NTG que tiene el objetivo de definir las capacidades necesarias en todas las posiciones del sector turístico; y por último, el proyecto de estudio de viabilidad de implantación de robótica, para estudiar aquellos procesos hoteleros donde la robótica puede mejorar la rentabilidad y la eficacia, así como la confianza e imagen de clientes y empleados en hoteles.

Posteriormente, tuvo lugar el VII Thinktur Technology Transfer, un panel de breves exposiciones en el que se mostraron soluciones innovadoras que ayuden a empresas y entidades turísticas a mejorar su competitividad y reforzamiento del turismo. En éste, los participantes fueron los siguientes:

Jorge Portillo, CEO de GreeMko, nos contó que desde su entidad ofrecen una solución SaaS de gestión y de movilidad para calcular y gestionar la huella ambiental y huella de carbono, dirigidas a todo tipo de entidades independientemente de su tamaño y actividad.

Antonio Tapia, CEO de HotelDataFlow, nos explicó cómo implementan la inteligencia artificial aplicada al Upselling Hotelero, Financial Management System para el Sector Hotelero, y un RMS 360º incorporando Machine Learning Predictivo para Forecasting.

Teresa de Pablo, Sales Manager de España de hotelkit nos mostró cómo gestionan la digitalización de la operativa diaria del hotel y comunicación interna.

Francisco Javier Gómez, Co-founder de PayThunder, quien explicó la plataforma turística de PayThunder, vinculada a la tarjeta ciudadana bancaria (VISA/Mastercard) recargable que permite pagar en cualquier TPV del mundo con dicha tarjeta turística, que también se puede virtualizar en el móvil para pagar y ser recargada desde la APP ciudadana.

Óscar Izquierdo, COO de QUESTRAVEL, nos desarrolló la idea de cómo gracias a la inteligencia artificial y APIS de

Thinktur tiene más sentido que nunca, ya que compartir el conocimiento es una palanca fantástica para transformar la incertidumbre en oportunidades



integración con principales proveedores consiguen dar respuesta a 8 mil preguntas de forma gratuita y se alimentan de los usuarios durante su viaje. Ahorran tiempo y dinero en la solicitud de nuevos servicios en viaje, y obtienen rentabilidad gracias a sus acuerdos preferentes. Son un Travel Concierge Profesional en una sola APP.

Eloy Calatayud, socio director de Wireless Galicia, nos presentó iViewPoint, un producto tecnológico para la promoción de los destinos a través de la puesta en valor de sus miradores. Una mesa panorámica tecnológica permite al visitante reconocer los recursos visibles y

acceder desde su móvil (Web, QR o NFC) a contenido de los recursos patrimoniales o naturales más destacados a través de textos y contenido multimedia, animándolos a compartir la experiencia en sus redes sociales.

Tras “las apuestas en turismo by Thinktur”, tuvo lugar la mesa debate “Transformando el turismo para la lucha contra la incertidumbre” moderado por Víctor Badorrey, director de relaciones institucionales de SEGITUR, y en la que participaron: Héctor Coronel, director de turismo de Madrid Destino, quien explicó la importancia de reactivar el flujo turístico a nivel nacional e internacional para recuperar la actividad y la normalidad, y además también hizo referencia a la “importancia de la suma de todos los sectores para una mejor recuperación”; Yolanda de Aguilar, directora general de Foro Transfiere y FYCMA, que afirmó: “más que nunca hay que ser líderes innovadores, con mucha visión, y dedicándole tiempo y trabajo a la creatividad”, además, resaltó la importancia de los eventos presenciales, ya que según comentó “las herramientas digitales serán un complemento pero no sustituirán a los eventos presenciales”.

En este debate también participó Juan Serra, director general de Ayre Hoteles y Only YOU Hotels. Serra mencionó la importancia de tomar ventaja de los cambios para convertirlos en oportunidades, y planteó una reflexión acerca de la manera en la que los hoteles pueden tener un mejor impacto social en el entorno que nos rodea. Por su parte, José Serrano, CEO de IZO España, trató el tema de la necesidad de adaptarse al consumidor, y, por lo tanto, de la importancia de “saber escuchar, medir y analizar la voz del cliente de forma constante, con la metodología y herramientas adecuadas”. Finalizó subrayando que “las empresas necesitan ser más ágiles para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes”.

Al finalizar el debate, José Guillermo Díaz-Montañés, presidente de Thinktur, clausuró la asamblea anual agradeciendo a todos los miembros de la plataforma por el trabajo realizado durante un año complicado. Dejó claro que Thinktur tiene “más sentido que nunca, ya que compartir el conocimiento es una palanca fantástica para transformar la incertidumbre en oportunidades”, y aseguró que “el 2021 será un año de optimismo, donde volveremos a ser una industria fuerte, resiliente y competitiva”.

THINKTUR E ITH EN LA IX EDICIÓN DEL FORO TRANSFIERE

Thinktur, la Plataforma Tecnológica del Turismo y el Instituto Tecnológico Hotelero participaron, como cada año, en el Foro Transfiere 2020, el gran foro profesional y multisectorial para la transferencia de conocimiento y tecnología que se celebró en Málaga los días 12 y 13 de febrero, un espacio único para impulsar la innovación entre los grupos de investigación y las empresas, además de contribuir a mejorar la competitividad del sector empresarial.



En el programa de conferencias, Álvaro Carrillo de Albornoz, director de la plataforma Thinktur y del ITH, participó en el panel «Estado del arte de la investigación española: transformación digital, energía y transporte», que tuvo lugar el 12 de febrero en el Yellow Point. Carrillo de Albornoz compartió panel con Alberto de Laorden, director de Ingeniería I+D de SISTEM (Grupo CPS); Mario Castaño, CTO del Centro de Investigación y Desarrollo en tecnologías de la información y las comunicaciones (CINTEL) de Colombia; y, Andreas Mihalovits, Co-Founder Global Super Angels Club.

Además, durante la celebración de Transfiere, representantes de Thinktur e ITH mantuvieron reuniones con empresas, entidades y grupos de investigación con el objetivo de estudiar posibles vías de colaboración en el ámbito de la innovación turística.

Como en años anteriores, Thinktur e ITH forman parte del comité organizador del Transfiere, con el objetivo de representar y promover la participación del sector turístico en el Foro que, en su novena edición, Canadá fue el país invitado. De esta manera, el ecosistema de I+D+i canadiense estuvo presente en las distintas áreas de actividad del Foro.

COLABORACIÓN CON LA FUAM PARA FORTALECER EL TEJIDO INNOVADOR DEL SECTOR TURÍSTICO

Este acuerdo tiene el objeto de impulsar la colaboración de ambas instituciones en el marco del proyecto COMPITTE Madrid Norte para fortalecer las relaciones del tejido innovador e investigador en materia turística.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid (FUAM) firman un convenio de colaboración a través del que acuerdan realizar de manera conjunta actividades de interés común en el marco del proyecto “Compitte Madrid Norte: programa de competitividad e impulso a la innovación y transferencia tecnológica empresarial de Madrid Norte” en el sector turístico.

Las entidades han formalizado dicho convenio de colaboración con el objetivo de realizar actividades en materia de innovación y transferencia de conocimiento y de valor para ambas partes.

Entre las actividades a realizar de manera conjunta se encuentra la realización de una campaña de Retos de innovación abierta que involucre a empresas del sector turístico y a grupos de investigación de la Universidad Autónoma de Madrid y que conecte los retos del sector y las soluciones basadas en el conocimiento de la UAM; la elaboración y presentación de forma conjunta de un catálogo de oferta científico-técnica orientado a dar respuestas a las necesidades y oportunidades del sector turístico. Y, por último, contribuir a fortalecer las relaciones del tejido innovador e investigador en materia de industria turística.

Han suscrito este acuerdo D. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), asociación sin ánimo de lucro cuya misión es la de mejorar la competitividad, rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas a la industria hotelera y turísti-

ca; y D. Fidel Rodríguez Batalla, director general de la Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid (FUAM), institución sin ánimo de lucro que tiene entre sus fines prioritarios cooperar al cumplimiento de los fines de la UAM, dotando a la Universidad de un ágil y eficiente instrumento de gestión y apoyo a la investigación, docencia, el estudio, la formación continua y las relaciones de la Universidad con la sociedad.

Carrillo de Albornoz quiso destacar la importancia de este acuerdo, el cual “facilitará e impulsará la comunicación y coordinación entre el sector turístico y la Universidad, generando un flujo de transferencia de conocimientos en este ambiente colaborativo, de crecimiento y desarrollo” para ambos en materia de innovación turística.

Por su parte, Rodríguez Batalla ha remarcado “la importancia de la colaboración entre la Universidad Autónoma de Madrid y los sectores económicos más importantes del país, siendo el sector hotelero, representado por ITH, un buen ejemplo de ello”.



CIBERSEGURIDAD EN HOTELES: EL ELEMENTO CLAVE DEL QUE NO TE PUEDES OLVIDAR

El pasado 14 de mayo ITH celebró el webinar “Ciberseguridad: riesgos y estrategias en el sector hotelero” para poner sobre la mesa cuál es la situación actual del sector hotelero en materia de ciberseguridad desde el inicio de la crisis del Covid-19 y, a su vez, poder facilitar soluciones y estrategias de cara a la progresiva reapertura del sector turístico.



Francisco García Lázaro, CISO y director de ciberseguridad de Palladium Hotel Group, abrió el debate preguntando a los participantes si particularmente en el sector turístico se ha notado un aumento en el número de ciberataques. Melchor Sanz, director de tecnología y preventa de HP declaraba que “ha aumentado ligeramente los ciberataques, pero sobre todo lo que ha cambiado es el vector del ataque, aprovechando la alarma social de la pandemia originada por el coronavirus, utilizando excusas sobre salud y haciéndose pasar por entidades gubernamentales y proveedores de este sector”.

Daniel Just, Business Hospitality Director de CE-RIUM Tecnologías añadía que “debido a la pandemia y el aumento del teletrabajo, hemos tenido que securizar en tiempo récord el número de conexiones VPN para evitar posibles ciberataques”. Por su parte, Juan Carbajal, director de desarrollo de negocio de García Alamán, afirmó que “en los últimos meses el interés y contratación de ciberpólizas de seguros se han multiplicado por cinco en base a lo que estaba previsto inicialmente”.

Por otro lado, Joan Antoni Malonda, Tourism Business Developer de GMV, manifestó que “si bien el número de ciberataques ha aumentado considerablemente en el ámbito sanitario, los ciberdelincuentes están a la espera de que el sector turístico

se reactive y utilizar esta situación para realizar nuevos ataques digitales aprovechando las campañas de marketing turísticas”.

La seguridad digital pasa por la concienciación y formación de todo el personal, ya que el 90% de las incidencias tienen que ver con las personas

Posteriormente, García Lázaro preguntó qué medidas debería abordar el sector del alojamiento en materia de seguridad digital. Malonda afirmaba que, “con la nueva normalidad, en el sector hotelero se abre un paradigma touchless, o contacto cero, en el que se van a dar diversos procesos que eviten el contacto físico como son el check-in y check-out online o la apertura de puertas a través de dispositivos”. Ante este panorama, “es de vital importancia tener en cuenta la ciberseguridad en el diseño de estas aplicaciones y soluciones, con acciones como, por ejemplo, el pentesting (test de penetración) para mejorar su seguridad, realizar auditorías y consultorías de manera expés, o implementar aplicaciones de detección de presencia y accesos para controlar flujos y aforos en hoteles”. También destacó la importancia de la “vigilancia digital” a través de algoritmos para observar cuál es la per-



cepción que se expresa en las redes sociales sobre nuestro destino en materia de seguridad y sanidad antes de viajar.

Desde CERIUM, Daniel Just quiso destacar que “el modelo de custodia de los datos de los huéspedes ha cambiado y, por ello, es de vital importancia contar con redes wifi e infraestructuras seguras tanto de cara al huésped como al personal y terceros”. Bajo esta premisa “hay que tener en cuenta, además de las responsabilidades legales, el daño reputacional que puede sufrir nuestro establecimiento tras un ciberataque”. Para evitarlo “hay que tener una estrategia equilibrada entre seguridad y usabilidad basada en tres reglas básicas: mínima exposición, mínimos permisos y protección en profundidad”. Sistemas como portales cautivos que identifiquen a los huéspedes y que cuenten con servicios de seguridad añadidos, infraestructuras de antenas con medidas seguras, redes corporativas con protección perimetral o sistemas de protección endpoint son soluciones asequibles, necesarias y adaptadas a todo tipo de hoteles y establecimientos turísticos.

En los últimos meses el interés y contratación de ciberpólizas de seguros se han multiplicado por cinco en base a lo que estaba previsto inicialmente

A todo esto, Melchor Sanz añadía que “en cuanto a dispositivos como ordenadores e impresoras, es necesario protegerlos por capas, incluyendo en ellas sistemas que eviten posibles brechas o intrusiones de forma remota, sistemas de filtro de privacidad en pantallas, así como soluciones de detección de ataques o intentos no autorizados en el caso de impresoras”. Además de estas propuestas, “es importante contar en hoteles con mecanismos y procedimientos resilientes, capaces de bloquear intentos de accesos no permitidos, que puedan notificar al personal de forma inmediata lo que está pasando en tiempo real, así como elementos de recupera-

ción automática del sistema tras un ciberataque. Un ejemplo de ellos son los SOC (Centro de Operaciones de Seguridad), es decir, agentes de ciberseguridad que vigilan y monitorizan información de muchos puntos para poder detectar posibles vulnerabilidades y evitar así posibles ataques”.

Ha cambiado es el vector del ataque, aprovechando la alarma social de la pandemia originada por el coronavirus, utilizando excusas sobre salud y haciéndose pasar por entidades gubernamentales y proveedores de este sector

En el caso de que los sistemas del hotel hayan sido atacados o se haya producido una pérdida de información sensible, Juan Carbajal aclaraba que “es importante contar con una póliza de ciberseguridad que ayude al hotel o establecimiento turístico a gestionar estas situaciones, evitando los costes asociados de un ciberataque o pérdida de información, que cubra las responsabilidades que tiene el propietario o responsable legal del establecimiento frente a reclamaciones de terceros”. Además, añadía que “otros de los mínimos que debe cubrir un ciberseguro son los costes de recuperar los sistemas de gestión del hotel, asistencia externa disponible para pymes y establecimientos turísticos con pocos recursos, así como cubrir el impacto de un ciberataque que afecte a los canales de comercialización y proveedores del establecimiento”.

Por último, todos coincidieron en que un valor fundamental de la seguridad digital pasa por la concienciación y formación de todo el personal en ciberseguridad, que sea un elemento común y de carácter transversal a todas las empresas, ya que el 90% de las incidencias tienen que ver con las personas.

REDISEÑEMOS LOS VIAJES JUNTOS

La pandemia del COVID-19 está teniendo fuerte impacto en todo el mundo y ha sido devastadora para la industria de viajes, ya que las restricciones de viaje globales y regionales han paralizado los viajes en muchas partes del mundo.

La situación actual que enfrenta el sector de viajes es compartida, por lo que requiere una respuesta conjunta. Por eso, Amadeus, como empresa que ha impulsado los viajes durante más de treinta años, y, como vemos tendencias positivas en algunos lugares del mundo, organizó una sesión sobre el camino a la recuperación y el rediseño de la industria de viajes en la que participó el presidente de ITH, Juan Molas.

Molas, apuntaba que “Habrà 3 claves para la recuperación del Business Travel: digitalización, talento y personalización. Hay que innovar con soluciones tecnológicas de vanguardia que supondrà la diferencia entre resistir o evolucionar. Tiene que haber una implantación de propuestas basadas en inteligencia artificial y, por otra parte, una focalizada en las personas”. Finalizaba señalando que “Debemos recuperar 50 millones de visitantes para el año 2021 con todos los protocolos y seguridad”.

El presidente de ITH participó en la sesión junto a: Luis Dupuy, vice presidente, director general España e Italia en American Express GBT; Guillermo González, director de ventas de Iberia; Rubén Casas, Commercial Senior Director Europe & USA, NH Hotel Group; Christian Boutin, Vice Presidente, RTA WE y director general España en Amadeus; Francisco Farrás, director general en Avis Budget Group España; David Vidal, Commercial Director Retail, Spain en Amadeus; Sara Amaro, socio asociado en McKinsey & Company; Bertrand Poey, director comercial, BTA WE en Amadeus; Fernando Puelles, Head of Business Travel España en Amadeus; Juan Carlos González, presidente de GEB-TA; Ángel Gallego, EVP Travel Channels en Amadeus; y, Bernhard Steffens, SVP BTA, en Amadeus.

Habrà 3 claves para la recuperación del Business Travel: digitalización, talento y personalización

FONDOS DE COHESIÓN: AYUDANDO AL SECTOR HOTELERO A SUPERAR LA CRISIS DEL COVID-19

El 9 de diciembre de 10 a 11:30 se celebró el webinar: “Fondos de cohesión: ayudando al sector hotelero a superar la crisis del COVID-19” organizado por HOTREC Hospitality Europe

El director general de ITH participó en el webinar que llevó a cabo HOTREC Hospitality Europe el 9 de diciembre de 10 a 11:30h.

Dio comienzo a la jornada Laurent de Mercey, Deputy Director-General, DG Regio, European Commission, quien nos explicó los mecanismos a corto y largo plazo que el sector hotelero utilizará a nivel nacional para superar la crisis a través de los Fondos de cohesión.

Por su parte, Álvaro Carrillo de Alborno, junto a Maarika Liivamägi, de EHRL (Estonia), bajo el título: “Fondos de cohesión: la experiencia a nivel nacional” explicaron las mejores prácticas y las compartieron, como miembros de HOTREC, incluyendo dudas como: ¿A quién contactar?, ¿Qué tipo de proyectos pueden presentar las Asociaciones?, ¿Cómo presentar un proyecto ganador?, ¿Se benefició su Asociación del despliegue de Fondos de Cohesión durante la crisis del COVID-19?



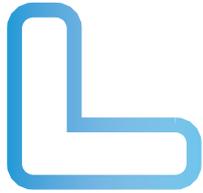
Next Generation EU

The Recovery and Resilience Facility. Europe

- 672.000 mil. €
- 312.000 mil. € grants – 360.000 mil. € loans.
- Period: 2021-2024
- Public- private collaboration
- 140.000 mil € for Spain

The Recovery and Resilience Facility. Spain

- 140.000 mil. € for Spain
- 67.000 mil. € grants – 73.000 mil. € loans.
- Public- private collaboration. Period: 2021-2024
- 27.000 mil. € grants in 2021



INNOVACIÓN PARA EL CLIENTE, LA CLAVE PARA LA RECUPERACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL

El diario El Español celebró la mesa redonda titulada: Tejido empresarial español: “España como motor de la economía en Europa”, que tuvo lugar el 30 de septiembre, en formato 100% online contando con la participación de Juan Molas.

La crisis del coronavirus ha obligado a todas las empresas a replantearse la manera de preservar su actividad en un entorno volátil. Cada sector se ha enfrentado a unos retos específicos en función del impacto recibido, el perfil del cliente y su capacidad para adaptarse al cambio. Transmitir confianza a los clientes, recuperar el volumen de negocio e incrementar la capacidad de innovación son tres pilares fundamentales a la hora de situar a las empresas españolas a la cabeza de la recuperación en Europa.

Reflexiones que deben servir de base para los próximos meses, después de lo sufrido por la pandemia de la Covid-19. “En abril y mayo no veíamos la luz, pero ahora la situación es totalmente distinta, hemos tocado fondo. Ahora empezamos a ver una cierta recuperación en el sector del automóvil”, analiza Leopoldo Satrústegui, director general Hyundai Motor España.

El director financiero de Securitas Direct para España, Portugal y Latinoamérica, Germán Larrea, comparó la crisis actual con la vivida en 2008. Estima que, a diferencia de la actitud de algunas empresas que optaron por reducir la calidad del servicio, la nueva crisis se debe afrontar ahondando en el conocimiento de los propios clientes.

En este sentido, Larrea apuesta por “seguir monitorizando y entendiendo qué buscan los clientes para anticipar sus necesidades”.

Los panelistas coincidieron en la importancia de transmitir confianza a los clientes y avanzar en el conocimiento de sus necesidades

Sobre este punto también llamó la atención el consejero delegado de Tous, Carlos Soler-Duffo: “Nadie puede negar lo drástico que es este golpe para la economía del país a nivel micro y a nivel macro, pero hemos constatado que la gente tiene ganas de interactuar de nuevo y no tiene miedo como se podía haber pensado”.

Esa sensación es la que ha notado el sector turístico durante este verano, aunque de forma muy desigual. El presidente del Instituto Tecnológico Hotelero explicaba que julio fue un mes relativamente positivo. Una sensación que se extendió hasta mediados de agosto cuando comenzaron los rebrotes.

Sus cálculos hablan de pérdidas por valor de 5.000 millones de euros a la semana. Por eso, Molas ani-



mó a “comunicar que el cliente es bienvenido, y que España cuenta con una gran tradición turística”, algo crucial para la recuperación del sector.

LA LLAVE DE LA INNOVACIÓN

En lo que todos los ponentes coincidieron es en que España sí tiene posibilidades reales de encabezar la recuperación económica de Europa, pero para ello es imprescindible acudir a la innovación. “Hay que trabajar ese I+D, ese desarrollo de talento e innovación, hay que creérselo. Es un trabajo del medio-largo plazo, pero hay que seguir invirtiendo en esa gestión de intangibles”, subrayó Rafael Fuertes, director general de El Pozo.

El turismo es política de Estado, es una empresa en la que todos somos accionistas

“Tiene que hacer una actitud de innovación permanente. Innovar en lo que se espera de ti, pero también innovar para sorprender. Esto pasa por apostar por el talento”, quiso destacar Soler-Duffo al respecto.



MEJORAR LAS PREVISIONES

Unos avances que no se limitan solo a ampliar el conocimiento que se tiene sobre el cliente y sus potenciales necesidades, sino también en ser capaces de aportar valor en otros segmentos de la cadena, algo que Fuertes considera que debe seguir ganando terreno: “Es importante tener en cuenta la economía circular. Y lograr ser rentables para todos los grupos de interés durante todo el proceso: desde el cliente hasta el inversor”.

Los panelistas se mostraron optimistas y coincidían en señalar que la toma de decisiones y medidas inmediatas puede favorecer esa entrada en la ‘nueva economía’.

En concreto, la situación del sector turístico pasa por cambiar la manera de entenderlo. “El turismo es política de Estado, es una empresa en la que todos somos accionistas”, señaló Molas al enfatizar en la importancia de tomar medidas inmediatas.

PROGRAMA CONJUNTO DE TRABAJO PARA **PALIAR LOS EFECTOS DE LA QUIEBRA DE THOMAS COOK EN LOS DESTINOS ESPAÑOLES**

Tras la quiebra en septiembre de 2019 del turoperador Thomas Cook, la Secretaría de Estado de Turismo puso en marcha un programa cuyo objetivo era paliar los efectos del cese de actividad del operador turístico en los destinos españoles, un programa de trabajo en el que colaboraron Segittur y el Instituto Tecnológico Hotelero.

Este programa, analizó la incidencia que ha tenido la quiebra de Thomas Cook, cuáles fueron las consecuencias y cómo la transformación digital del sector podría ayudar a paliar los efectos de esta situación y de posibles sucesos similares, centrándose, principalmente, en los destinos que más se han visto afectados, los destinos de sol y playa de Baleares y Canarias, donde la presencia de demanda internacional de Reino Unido y Alemania operada por Thomas Cook tenía un fuerte peso en la actividad turística.

Una gobernanza turística inteligente permite centralizar la información y automatizar procesos entre los agentes implicados, generando un ecosistema de colaboración abierta que permita acometer la transformación digital público-privada permitiendo una visión integral del destino.

Entre las principales consecuencias derivadas de esta situación, y que más temían los diferentes profesionales del sector por su gran incidencia en la actividad turística, se encuentran la pérdida de gran número de turistas internacionales de los principales mercados emisores, Reino Unido y Alemania, y de las rutas aéreas que les conectaban. Sin embargo, estos efectos se han visto reducidos en el corto plazo debido a la aparición de otros opera-

dores turísticos que han adquirido gran parte de la oferta turística dejada por Thomas Cook.

Por el contrario, el mayor impacto y el que ha resultado ser el más devastador para el sector turístico ha sido el gran volumen de impagos que dejaba la compañía sobre los servicios ya prestados y las ventas de la temporada siguiente ya comercializada lo que, unido a tener que seguir pagando los impuestos correspondientes a unas facturas de ingresos de la actividad que ni siquiera habían sido pagados por el operador turístico, supuso estar al borde de la quiebra de algunas empresas turísticas, mayoritariamente hoteleros, teniendo alguno de ellos que cerrar la temporada antes de lo previsto. El sector concluyó que los impagos se posicionan como el principal efecto negativo y más difícil de solventar, aspecto por el cual las empresas del sector siguen luchando, aunque con poca esperanza, para que se resuelva.

Los agentes del sector turístico fueron conscientes, más que nunca, de la importancia y los beneficios que supone la inteligencia turística, el análisis exhaustivo de una ingente cantidad de datos de diferentes fuentes para ayudar en la toma de decisiones, para establecer predicciones y tendencias en el sector; pudiendo haber sido una de las herramientas que les hubiera aportado conocimiento sobre la situación del mercado y de la repercusión que tendría la confirmación del cese de actividad de Thomas Cook. Por ello, tener un mayor conocimiento sobre los mercados, los competidores, proveedores y, como no, sobre el propio cliente/turista, ayuda



en la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones y en la política turística.

Diferentes estudios dirigidos a analizar el estado de transformación digital de las empresas y entidades turísticas indican que al sector turístico aún le queda camino que recorrer en la adopción de nuevas tecnologías que puedan hacer de este un sector más competitivo y sostenible. Además, se ha observado que el nivel de digitalización es mayor cuanto más grande es el tamaño de la empresa y que dentro de esta digitalización, las tecnologías más empleadas por el sector hotelero son aquellas relacionadas con la gestión operativa (PMS, RMS, CMS, CRM, etc.), gestión energética, administración, marketing y comunicación (web, redes sociales, herramientas SEO, etc.). En esta adopción tecnológica, aspectos como el talento en nuevas habilidades digitales y la ciberseguridad son asignaturas pendientes del sector, sin embargo, es importante recalcar que el sector turístico es uno de los sectores más amenazados junto con la banca y la administración pública, por ello, la formación en materia digital debe contemplar la ciberseguridad como uno de sus pilares fundamentales.

Por otro lado, la mejora de los procesos y de la operativa diaria, tener acceso a información de valor sobre clientes y el mercado, disponer de redes e infraestructuras más rápidas y obtener mayor rentabilidad económica y sostenible son, en resumen, las principales motivaciones del sector a la hora de abordar la transformación digital del sector. No obstante, el sector turístico se encuentra con importantes barreras a la hora de digitalizar su negocio, principalmente los costes de implantación de la tecnología y el no tener claro el retorno económico sobre su inversión.

Atendiendo a la gestión de los destinos turísticos, aún está presente la complejidad para interactuar con el turista en el destino, lo que provoca una incompleta integración de la oferta turística de valor para el viajero y la consecuente dificultad para atraer segmentos estratégicos. Para una gestión inteligente del territorio turístico, es necesario una gobernanza participativa capaz de adoptar soluciones que permitan acceder a información en tiempo real sobre todo lo que ocurre en el destino, generando una serie de ventajas para conocer mejor a sus turistas y potenciales visitantes, así como



orientar acciones de promoción personalizadas. La gestión de los flujos turísticos permite además una coordinación con los servicios públicos disponibles para turistas y ciudadanos, permitiendo mitigar la congestión de determinados atractivos turísticos y la capacidad de ofrecer alternativas en tiempo real para evitar esta masificación. Además, la gestión inteligente está ligada a una gestión de la movilidad urbana sostenible e intermodal, así como una administración más respetuosa con los recursos naturales. Estos aspectos podrán medir el nivel de satisfacción tanto de la población como de los turistas, de vital importancia para conocer la reputación de un destino a nivel global.

En resumen, una gobernanza turística inteligente permite centralizar la información y automatizar procesos entre los agentes implicados, generando un ecosistema de colaboración abierta que permita acometer la transformación digital público-privada permitiendo una visión integral del destino.

**Se creó la web
“Observatorio Turístico TC”
(www.ObservatorioturisticoTC.org),
en la cual se pueden encontrar
las principales conclusiones del
programa, un catálogo de soluciones
tecnológicas y los diferentes
informes del Observatorio Turístico**

Bajo este pretexto, se lanzó la web “Observatorio Turístico TC” (www.ObservatorioturisticoTC.org), en la cual se pueden encontrar las principales conclusiones del programa, un catálogo de soluciones tecnológicas y los diferentes informes del Observatorio Turístico.

Se trata de una web intuitiva, ágil y dinámica que sirve de punto de información para, además de conocer las consecuencias de lo ocurrido, permita disponer de un listado de soluciones tecnológicas que ayude a empresas y destinos a mejorar su capacidad de conocimiento del sector y del mercado de cara a que pueda existir algún suceso similar.



INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

EN LOS MEDIOS

LARAZÓN

Viajes

«España es líder en lo que la tecnología aporta al viajero»

Carlos Domínguez, jefe de proyectos y operaciones del Instituto Tecnológico Hotelero, asegura que nuestro país juega en primera división en cuanto a tecnología turística se refiere



“REPORTAJES Y ENTREVISTAS EN MEDIOS ECONÓMICOS Y GENERALISTAS COMO RTVE, LA SEXTA, EL MUNDO, EUROPA PRESS, EL PAÍS, ABC, ETC...”

Memoria anual 2019



Las tendencias en turismo, presentes en los cuatro foros de FiturTechY 2020

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) en el espacio de FiturTechY, que ocupará una superficie de 2.000 metros cuadrados en el pabellón 30 de Fitur, dedica cuatro foros para debatir y conocer en profundidad las tendencias más vanguardistas relacionadas con negocio, destinos, futuro y sostenibilidad, en todas ellas con la tecnología y la transformación como hilo conductor. Los cuatro foros que enmarcan el espacio FiturTechY son:



Los hoteleros españoles contarán con protocolos de seguridad el 15 de mayo

ESPAÑA REDACCIÓN TOURINEWS MARTES, 28 DE ABRIL DE 2020

El ICTE, el ITH y la CIHAT están trabajando en un documento conjunto donde se unifican las normas higiénico-sanitarias



El sector hotelero español está trabajando en una guía con los protocolos de seguridad que deben seguir los establecimientos, para cuando puedan reanudar sus puertas. El documento estará disponible

HOSTELTUR | HOTELES Y ALIMENTOS | DISTRIBUCIÓN | ECONOMÍA | TRANSPORTES | INNOVACIÓN

Edición España. Gestionando la crisis

El ITH reúne las iniciativas gratuitas de las empresas del sector

La industria turística se pone a trabajar para ayudar a los que peor lo están pasando

25 MARZO, 2020

- Carriño recomienda "venir todos en su misma sesión, porque las personas están deseando disfrutar de su tiempo y el turismo se recuperará"
- Tecnología predictiva, geolocalización, marketing turístico, inteligencia de datos y el internet de las cosas pueden ayudar a las empresas
- Empresa como Madrias Technologies, Parazy Tech, Certum Technologies, Pressleader, Nivius y Nony ya ofrecen sus servicios de manera gratuita.

Ya lo decíamos el pasado fin de semana: **ante la crisis del coronavirus, es el momento de demostrar la fortaleza del sector**, según publicó HOSTELTUR noticias de turismo. Y cada vez nos llegan más ejemplos de **iniciativas solidarias** con las que las empresas ofrecen sus servicios de manera **totalmente altruista** para ayudar a los que peor lo están pasando, que son muchos en uno de los sectores más afectados por este parón en todos los órdenes. Pero es

Mel Miralles
Presidente de ITH

MÁS SOBRE:
Comida y Alojamiento
Turismo y Tecnología



ÚLTIMA HORA >>> HIJOS LO SON TODO*. EL PALACIO DE HIELO DE MADRID
MEDIDAS DE SEGURIDAD CONTRA EL VIRUS EN HOTELES

Alvaro Camilo de Albormoz
Director general del Instituto Técnico Hotelero

"PODER HACER CHECK-IN ANTES DE LLEGAR, LA LLAVE EN EL TELÉFONO Y PODER HABLAR A LA HABITACIÓN"

“ENTREVISTAS, COLABORACIONES Y PARTICIPACIÓN EN ARTÍCULOS Y REPORTAJES EN MEDIOS ESPECIALIZADOS DEL SECTOR COMO **HOSTELTUR, SMART TRAVEL NEWS, TECNOHOTEL, NEXOTUR, PREFERENTE, AGENTTRAVEL, ALIMARKET, ETC.**”

NexoHotel.com

El clima y el 5G, claves en la clausura de FiturTechY 2020

La versión tecnológica de la Feria Internacional del Turismo, **FiturTechY 2020** se ha celebrado durante los días 22, 23 y 24 de octubre en Ifema (Madrid).

Carlos Domínguez, responsable de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH, ha sido el responsable de inaugurar el área 4thFlooring. La directora de Producto, Calidad y BSC de SmartHotel Group, Susana Aranda, con la colaboración de la responsabilidad social

epiurismo

La innovación como fórmula para afrontar la coyuntura actual turística

Juan Molas, presidente del ITH -GTM- anuncia

MADRID, 23 Oct. (EUROPA PRESS) -

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) celebrará los próximos 18 y 19 de noviembre el ITH Innovation Summit, un evento que este año se realizará de forma virtual y que reunirá a diferentes agentes del sector turístico para compartir experiencia y conocimientos en el difícil momento de actual coyuntura turística.

ULTIMAS NOTICIAS TURISMO >

Aehcos presenta a la Junta cinco proyectos para recuperar el turismo en la Costa del Sol a incluir en fondos europeos



Foto de archivo del Hotel Puerto Romano de Málaga - PUERTO ROMANO HOTEL - HOTEL MÁLAGA, 22 Dic. (EUROPA PRESS)

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) ha elaborado un informe en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la consultora PwC con propuestas para proyectos tracción que permitan la salida de la crisis del sector empresarial hotelero derivada de la pandemia de la COVID-19. Se trata de cinco

SOLO CON LOS TECNOPRECIOS

Financiar

Halton FoodService se une a ITH como nuevo socio

NEOXOTUR | jueves 23 de Abril de 2020 08:50h

Like Us Share

Twitter YouTube

ITH suma a Halton FoodService en el área de cocinas profesionales, que, gracias a sus nuevas tecnologías, ofrece soluciones innovadoras mejorando la eficiencia energética, la sostenibilidad y la seguridad.



Imagen del evento

Uníendose al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) el objetivo de Halton Foodservice es la eficiencia energética de cada proyecto, así sus conocimientos beneficios en la sección de los conductos y potencia de los extractores.

Halton comparte la pasión de sus clientes por experiencias gastronómicas emocionantes y suma además la innovación como motor creativo, así los ingredientes claves para hacer de las cocinas su mejor lugar de trabajo. Con las campanas y techos filtrantes de Halton, los chefs y su personal disfrutarán de un ambiente creativo mientras los comensales disfrutan placidamente de su experiencia culinaria, especialmente en los modernos conceptos de cocina vista donde la

Halton comparte la pasión de sus clientes por experiencias gastronómicas emocionantes y suma además la innovación como motor creativo, así los ingredientes claves para hacer de las cocinas su mejor lugar de trabajo. Con las campanas y techos filtrantes de Halton, los chefs y su personal disfrutarán de un ambiente creativo mientras los comensales disfrutan placidamente de su experiencia culinaria, especialmente en los modernos conceptos de cocina vista donde la



ITH Innovation Summit: tecnología para la adaptación a un nuevo cliente



Edición España. Se celebrará online los próximos días 18 y 19 de noviembre de 10:00 a 13:00 horas

ITH Innovation Summit acoge últimas novedades en innovación y tecnología

Reyes Marosa, ministra de Industria, Comercio y Turismo, inaugurará la jornada

4 NOVEMBRE 2020

- Trasladamos nuestra amplia experiencia y conocimientos, para compartir mejor estos momentos tan difíciles, según Corbelli
- Conferencia Especial, con la presencia de José Ángel Preciado, ministro por José María Ascaso, ministro sobre cómo ministerio el turismo tras la crisis
- ¿Dónde encontrar al cliente, B2C, segmentar, transformación del modelo de negocio, automatización y gestión y nuevas formas de servicio a través

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, **Reyes Marosa** dará el pistoletazo de salida al **ITH Innovation Summit 2020**, evento de referencia en el ámbito hotelero para dar a conocer las últimas novedades en innovación y tecnología aplicadas al sector. Acompañada por **José María Ascaso**, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y **José María Ascaso**, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Marosa inaugurará esta nueva edición que se celebrará de forma virtual el 18 y 19 de noviembre de 10:00 a





“MÁS DE **510** MILLONES DE PERSONAS DE AUDIENCIA”



REDES SOCIALES



5.007 SEGUIDORES



22.599 SEGUIDORES



9.795 SEGUIDORES



957 SEGUIDORES



833 SUSCRIPTORES



WWW.ITHOTELERO.COM

MÁS DE **220.500** VISITAS

MÁS DE **97.500** USUARIOS

70.52% DE NUEVAS SESIONES

agurismo

Publicado: 13/07/2020 10:58:01

ITH y CEHAT facilitan el protocolo para la reapertura de los hoteles



Anuncio cerrado de **crisisol**

¡Reserva este anuncio!

¡Clic aquí para anunciar!

Una habitación de hotel de Pamplona - [ver más fotos de esta misma zona](#)
 Listado práctico de utilidad para cualquier establecimiento alojativo

MADRID (EUROPA PRESS). El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), junto a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), tiene ya disponible el documento con las pautas concretas para la reapertura del sector alojativo.

Turismo *de economía*

42

Declaro de ITH

Pagar más por un hotel si cumple sus expectativas tecnológicas

Los clientes pagarán más por un hotel si cumple sus expectativas tecnológicas. En concreto, un 25,5% más, según las conclusiones del informe del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) sobre implantación tecnológica en los hoteles.

La última actualización del proyecto de investigación *TechyHotel Project 2019* sobre la implementación y uso de la tecnología en el sector hotelero, muestra que el 37% del sector considera importante a largo plazo invertir parte de su presupuesto en digitalizar sus hoteles. Entre otros, los hoteles de menor son los más preocupados por la digitalización y planean invertir un 17% de sus beneficios.

Por su parte, las tecnologías que el viajero considera más relevantes a la hora de seleccionar un hotel para su viaje y que más impactan en la experiencia que vive cuando se aloja en un hotel son: wifi gratis y de calidad en todas las áreas del hotel, servicios que respetan con el medio ambiente, soluciones de domótica para adaptar su habitación y, por último, una aplicación para la gestión de reservas y los servicios.

El estudio del ITH también muestra cómo aumentan la preferencia por hoteles de categorías superiores frente al precio anterior, siendo las opciones de cuatro estrellas las preferidas del viajero en opciones más económicas y con encanto.

OSTELTUR

RECURSOS Y ALICIAMIENTOS | INFORMACIÓN | ECONOMÍA | TURISMO | NAVEGACIÓN

RESERVES CORONAVIRUS | CORONAVIRUS

Edición España. El ITH Hotel Virtual Innovation Lab se celebra el 7 de julio

ITH convoca un laboratorio de soluciones innovadoras para establecimientos

El 7 de julio, 2020

- De la charla, moderada por Carlos Domínguez, participarán Charo García Noguera, César Pino Aragón, Alejandro Rodríguez e Iñaki de la Fuente.
- De él momento de la investigación los asistentes podrán descargar el estudio sobre "Procesos y tecnologías para afrontar la reapertura".
- Para el estudio se ha trabajado con un grupo de hoteles los cuales se han que han previsto que recibirán visitantes para la reapertura.

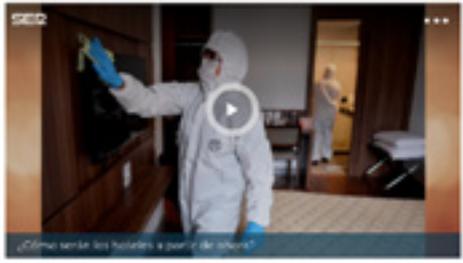
El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha organizado para el próximo 7 de julio "una charla entre hoteleros que hablarán de las medidas que han tomado y las que están implementando para afrontar el restablecimiento del servicio. Hablaremos de aquello que más les preocupa y de cuál es la mejor manera de afrontarlo acorde con su experiencia. Reforzaremos el debate con la opinión de expertos en cada una de las materias para poder aclarar dudas en el caso de que surgieran". La cita es en la plataforma Zoom de 12.00 a 13.15 horas.



SE2

Así se preparan los hoteles para recibir turistas

El plan de limpieza incluye acciones en cada una de las zonas de mayor uso y de mayor tránsito. Además, se han realizado pruebas de desinfección en áreas de mayor uso y de mayor tránsito. Para la explicación en SE2 el consumidor Álvaro Carrión, director general del Instituto Tecnológico Hotelero.



¿Cómo serán los hoteles a partir de ahora?

El sector alojativo español lanza una guía de pautas básicas para atender a clientes con discapacidad

El sector alojativo español ha presentado este lunes la Guía de pautas básicas de atención a clientes con discapacidad en el entorno hotelero, elaborada por Turion Hotels, como un primer paso para avanzar hacia el turismo mundial en accesibilidad turística.

El manual está enfocado en la atención a clientes con discapacidad sensorial, física, motora y limitaciones en la comprensión desde los diferentes departamentos de un hotel. La guía ha sido presentada en una rueda de prensa virtual en la que han participado el consejero delegado de Turion Hotels, José Ángel Prietas, el presidente de CEHAT, Jorge Martínez, y el secretario general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Ramón Estrella.

Durante el acto, las tres entidades han señalado en que el primer paso de la Guía de pautas básicas de atención a clientes con discapacidad en el entorno hotelero es la accesibilidad.

Para ver este anuncio

El ITH Innovation Summit se celebrará el 18 y 19 de noviembre de forma virtual

El centro de estas jornadas será la innovación como fórmula para afrontar la coyuntura turística

20/10/2020 14:07 hora

AUTOEMISIÓN BILLETES **servi** **vuelo**

Time to Fly
¿Has planeado tu viaje?
Reserva ahora para aprovechar al máximo tu presupuesto de verano.
¡Reserva!

Último comentario
Kakuli
21/10/2020 06:13 hora
Cada día se añaden las estadísticas de un año más en las áreas de negocio.
Mientras en los anteriores en caso de 2020 el ITH, se actualizarán las...

Top noticias
Lecturas | Comentarios | Faltas

1. **Luisa Mallén: "Con la virtualidad de nuestras agendas seguimos activos y nos adaptamos a 2020"**
2. **Wales Carrefour mantendrá 18 agendas online con el ITH**
3. **Las agendas de viajes continúan una transformación para dar un valor añadido a España**
4. **Los agentes de viajes están fuentes de información imprescindible, según Statista**
5. **Medios Antón: "Hoy seguimos por el futuro trabajando en la tecnología, la innovación y la sostenibilidad"**

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) celebrará los próximos 18 y 19 de noviembre el ITH Innovation Summit, un evento que este año se realizará de forma virtual y que reunirá a diferentes agentes del sector turístico para compartir experiencia y conocimientos en el "difícil momento de actual coyuntura turística".

La inauguración, que será a las 10:00 horas, correrá a cargo del presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Jorge Marichal y del presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molés, los cuales estarán previsiblemente acompañados de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.



“MÁS DE 6,60 MILLONES DE VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS IMPACTOS GENERADOS EN TV, RADIO Y PRENSA ONLINE Y ESCRITA”.



agenttravel.es
El mundo de tu viaje profesional

Agencias y TPA | Business | MICE | Aeronaves | Destinos | Eventos | Alojamiento | Más... **Buscador**

Noticias & MICE

Ifema y el ITH renuevan su acuerdo de colaboración para la próxima edición de Fitur

Organizarán un programa de jornadas articulado en cuatro áreas especializadas: negocio, sostenibilidad, destinos y futuro

Actualizado 20/10/2020 10:07 hora - Actualizado 20/10/2020 10:07 hora

Consolidador Aéreo **servi** **vuelo**
Volar en España

Último comentario
Kakuli
21/10/2020 06:13 hora
Cada día se añaden las estadísticas de un año más en las áreas de negocio.
Mientras en los anteriores en caso de 2020 el ITH, se actualizarán las...

Top noticias
Lecturas | Comentarios | Faltas

1. **Luisa Mallén: "Con la virtualidad de nuestras agendas seguimos activos y nos adaptamos a 2020"**
2. **Wales Carrefour mantendrá 18 agendas online con el ITH**
3. **Las agendas de viajes continúan una transformación para dar un valor añadido a España**
4. **Los agentes de viajes están fuentes de información imprescindible, según Statista**
5. **Medios Antón: "Hoy seguimos por el futuro trabajando en la tecnología, la innovación y la sostenibilidad"**

El recinto ferial de Madrid, Ifema, y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) han renovado su colaboración para la organización de la sección especializada Futurecity, en el marco de la próxima Feria Internacional de Turismo, Fitur, que se celebrará del 19 al 23 de mayo de 2021 en Feria de Madrid.

El objetivo, según las organizaciones, es continuar potenciando relaciones para la creación de espacios de innovación, tecnología y conocimiento para el sector turístico.

JUNTA DIRECTIVA⁷



Juan Molas
Presidente

Presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Nacido en Barcelona en 1952, cursó estudios de Marketing Turístico y Dirección Hotelera y después de un proceso de formación profesional, dirigió el Hotel Reina Elisenda en la Costa Brava, siendo este su primer cargo como director a la edad de 22 años. Con posterioridad ocupó la responsabilidad de dirigir varios establecimientos siendo nombrado director comercial de Unión Hoteles Independientes a partir de 1975. En 1987 fundó la sociedad de gestión hotelera H10 Hotels de la que fue consejero delegado hasta el año 2002. Fue presidente de la Confederación Catalana de Hostelería del 2002 al 2014 y presidente de CEHAT del 2007 al 2019.

En la actualidad, es presidente de la Mesa del Turismo y consejero de diversas sociedades turístico hoteleras, y forma parte de las siguientes organizaciones empresariales: presidente de Confederación Empresarial de Hostelería, Restauración y Apartamentos turísticos de Cataluña; miembro del Consejo Asesor de Turespaña. En el año 2012, recibió la Medalla al Mérito Turístico.



José Guillermo Díaz-Montañés
Presidente de Honor y Vocal

Presidente de honor de ITH. Es presidente y propietario de Artiem Fresh People Hotels, presidente de la plataforma tecnológica del turismo Thinktur y ha sido presidente del ITH y de CEHAT. En el año 2013, se le concedió la Medalla de Oro al Mérito Turístico de Innovación.

Es Ingeniero Superior Industrial titulado por la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de la Universidad Pontificia de Comillas y Diplomado en Dirección de Empresas por el Instituto de Perfeccionamiento y Desarrollo Empresarial; aunque en este campo ha reforzado su conocimiento con estudios en IESE y Andersen Consulting.

Ha sido miembro del Consejo Español de Turismo y consejero del Instituto Balear de Turismo. Así como miembro de la Junta Directiva del ICTE y de la Comisión de Turismo de la CEOE. Además, en 2007 se responsabilizó del grupo de trabajo del Área de Innovación del Plan de Turismo Español Horizonte 2020.



Jesús Gatell
Vicepresidente

Es vicepresidente del ITH y Miembro del Comité Organizador de Fitur. Asimismo, fue miembro de la Junta Rectora de Ifema, y ha desempeñado funciones como vicepresidente primero del Madrid Convention Bureau del Ayuntamiento de Madrid, presidente de la Comisión de Turismo, Ferias y Reuniones de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y Presidente de Honor del Consejo de Turismo CEIM-CEOE, miembro del Consejo de Turismo de CEOE, vocal electo de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de la Comunidad Autónoma de Madrid, miembro de la Comisión Asesora Empresarial de Turismo de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid y destacado conferenciante sobre temas de interés para la industria turística

Fue, entre 1997 y 2011, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) y durante más de 30 años consejero del Patronato de Turismo de Madrid. Gatell recibió la Medalla de Plata al Mérito Turístico en 1990 y la Medalla de Oro en 2010.



Ramón Estalella
Secretario General

Secretario general de CEHAT y del ITH.

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



Alvaro Carrillo de Albornoz
Director General

Ingeniero Aeronáutico, MBA en el Instituto de Empresa. Comenzó su vida profesional en el mundo aeronáutico, para pasar casi inmediatamente a ENDESA, donde dedicó 4 años a la consultoría estratégica y otros 4 a la Tecnología y la Innovación, como responsable de Financiación y Relaciones externas de I+D+i de la compañía a nivel corporativo. En enero de 2008, pasa a formar parte del ITH como director general.

Compagina esta labor con la de director de la Plataforma Tecnológica del Turismo, ThinkTur, presidente de la asociación eAPyme y como profesor asociado al área de estrategia del Instituto de Empresa. Así mismo, colabora como experto con la Comisión Europea en la definición de un estándar europeo de sistema de gestión de I+D+i en el CENT/TC 389. Es vocal del Consejo de Turismo, de la comisión de Agenda Digital y de I+D+i de CEOE y de la Comisión de Turismo de la C. de Madrid.



Valentín Ugalde
Tesorero

Tesorero del ITH, secretario general de la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas (ACHE), ex gerente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Es Licenciado en Derecho por la Universidad San Pablo/CEU.

Entre otros cargos destacan el de ex vicepresidente del Instituto para la Calidad Turística (ICTE), ex vocal de la Junta Directiva de Clúster de Turismo de Salud (SPAINCARES), ex consejero del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO- Ministerio de Sanidad y Asuntos Sociales), vocal en el Consejo de Turismo de la CEOE, vocal en la Comisión de Relaciones Laborales de CEOE y representante permanente español ante la Organización Internacional del Trabajo, con sede en Ginebra, por el sector de hostelería, por la parte “empleadora”.



Domènec Biosca
Vocal

Es coordinador general de la Confederación Empresarial de Hostelería de Cataluña, presidente de la Asociación Catalana de Periodistas y Escritores de Turismo, presidente fundador de Consulting Asesoramiento y Servicios S.L., presidente fundador de Educadores y Asesores Turísticos S.L. (EDUCATUR), presidente fundador de la Asociación de Directivos de Empresas Turísticas (ADETUR) y presidente fundador de la Asociación de Expertos en Empresas Turísticas. En el año 2012, recibió la Medalla al Mérito Turístico.



Fernando Panizo
Vocal

Expresidente de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur. Ha sido director general de Operaciones Internacionales de Telefónica España, subsecretario del Ministerio de Industria y Energía, secretario general de Turismo, presidente de la Oficina de Patentes y Marcas de España y director general de la EOI.



Javier García-Cuenca
Vocal

Vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts (cadena reconocida con el Premi Turisme Comunitat Valenciana 2014 en la modalidad "Excelencia Turística"), vicepresidente de Hosbec (Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca).



Martí Sabrià
Vocal



Emilio Gallego
Vocal



Miguel Ángel Fernández Torán
Vocal

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

Es secretario general de Hostelería de España. Es Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, además de Diplomado en Derecho de la Unión Europea por la misma universidad. Gallego es, además, miembro de la Directiva del Instituto para la Calidad Turística Española y Presidente de la Comisión Paritaria del Acuerdo Laboral Estatal de Hostelería, y miembro de la Junta Directiva Nacional de la Asociación Española de Profesionales del Turismo.

Es Licenciado en Medicina por la Universitat de València. Es presidente del Grupo Balnearios de Montaña. Es vicepresidente primero de la Asociación Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV). Es delegado territorial de la provincia de Valencia de la Federación de Golf de la Comunidad Valenciana. Anteriormente fue presidente de la Federación Hotelera de la Comunidad Valenciana. Además es vocal de la Junta Directiva del Instituto Tecnológico Hotelero y vocal de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Balnearios. En el año 2012 se le concedió por parte del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Medalla al Mérito Turístico en Sostenibilidad y Calidad.



Luis del Olmo
Vocal

En representación de Passionality Group LLC. Luis del Olmo es especialista en marketing turístico y hotelero, formado en la escuela de Turismo de Bruselas. Lleva más de 35 años involucrado en la creación y desarrollo de proyectos turísticos y hoteleros a nivel nacional e internacional. Perteneció al equipo directivo de Meliá Hotels International y en el año 2000 lideró la e-transformación de la empresa, que en 2007 vio la externalización de la totalidad de su tecnología de distribución y la creación de la joint venture: Idiso, siendo uno de los fundadores y Presidente. Actualmente es Presidente de Balears.t (clúster de tecnología e innovación turística de las Islas Baleares)



Bruno Hallé
Vocal

Hotelero de tercera generación, con una formación en hostelería y turismo, ampliada con estudios posteriores en gestión (MBA en gestión hotelera y turística internacional en Cornell - Groupe Essec, PDD por el IESE en Barcelona), tras experiencias en grupos hoteleros como Occidental Hoteles o el grupo Accor, se incorpora a la consultoría turística con MTR-Horwath Consulting en 1995, posteriormente tras la fusión de MTR con Mazars en el año 2000, desarrolla la actividad en Mazars Turismo como socio y posiciona la marca en el ámbito de la consultoría hotelera nacional. Desde noviembre de 2004 es socio cofundador de CUSHMAN & WAKEFIELD SPAIN SUC.



José Javier Sánchez Lacuesta
Vocal

Doctor Ingeniero Industrial por la Universitat Politècnica de València. Se incorpora al IBV en 1988. Acumula una extensa experiencia en el desarrollo y gestión de proyectos de I+D+i nacionales e internacionales, tanto públicos como privados, así como en el desarrollo y gestión de planes estratégicos y acciones de dinamización empresarial. Sus líneas de investigación incluyen todo tipo de productos, tecnologías y servicios para mejorar la calidad de vida de las personas. Es autor / coautor de más de un centenar de publicaciones y coinventor de 9 patentes. En la actualidad desempeña el cargo de Director Gerente del Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV).



Nuria Montes
Vocal



Manuel Otero Alvarado
Vocal



Manel Casals
Vocal

Actualmente es la secretaria general de la Asociación Empresarial Hostelería de Benidorm, Costa Blanca (HOSBEC), cargo que desempeña desde 1995. De 2003 a 2004 también fue directora del Área de Producto de la Agència Valenciana del Turisme.

Licenciada en Derecho por la Universidad de Alicante; especialista en Dirección y Administración de Empresas, por la Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante; y, especialista en Asesoría Laboral de Empresas, Nuria es además, vocal de la Junta Directiva de CEOE; vocal de la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana CEV; secretaria de la comisión negociadora del Convenio Colectivo para Empresas de Hostelería de la Provincia de Alicante y vocal miembro de la mesa del ALEH; miembro del Consejo de Turismo de la Comunidad Valenciana; patrono-secretario de la Fundación Turismo de Benidorm de la Comunidad Valenciana; patrono-tesorera de la Fundación Cultural FRAX de la Comunidad Valenciana.

Técnico de Empresas y Actividades Turísticas por EUSA, Master en Empresas Turísticas por CEA y Master en Dirección y Administración de Empresas por el Instituto San Telmo. Es Consejero Delegado y Director General del Hotel Inglaterra desde el año 1993.

Ha revestido distintas responsabilidades representativas en organizaciones de naturaleza empresarial. Actualmente es miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Vicepresidente de la Comisión de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía y miembro de la Mesa del Turismo de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. Miembro de la Junta Directiva de ITH. Además es el Delegado Nacional en España de la prestigiosa organización European Hotel Manager Association (EHMA), que reúne a directores de establecimientos hoteleros de lujo de toda Europa. Presidente del Comité de Calidad Turística Internacional ISO "TC 228 Tourism and Related Services".

Secretario general del Gremi d'Hotels de Barcelona desde el año 2008. Director de expansión del Gremi d'Hotels de Barcelona desde el año 2003 hasta 2008. Secretario general de la Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració de Catalunya, ConfeCat desde el año 2011. En el decurso de su trayectoria profesional al frente de la gestión del Gremi d'Hotels de Barcelona, trabaja con especial implicación en el desarrollo económico y crecimiento turístico de la ciudad condal en los ámbitos socioeconómicos y de innovación.

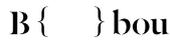
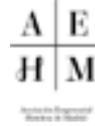
Debido a su gran interés y seguimiento por la de Innovación, pone en funcionamiento junto a la Fundación Mobile World Capital el Innovation Hub Travel Edition con el fin de convertir Barcelona en la cuna de la innovación turística, así como mentorizando diferentes start up. Se ha convertido en pieza clave del fomento del lobby impulsando entidades de relevancia en el ámbito socioeconómico de Barcelona como Barcelona Oberta, y participando en los órganos de gobierno de diferentes entidades como Fomento del Trabajo.

SOCIOS COLABORADORES

Memoria anual 2020



APARTO-SUITES
MURALTO
MADRID
www.muralto.es



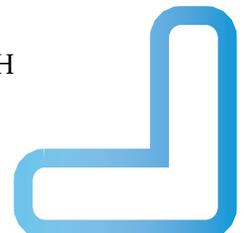


EL EQUIPO DE CEHAT

Laura Bernal, Departamento Comercial de CEHAT e ITH
Carlos Cámara, Departamento Comercial de CEHAT e ITH
Ana María Camps, Formación y Estudios de CEHAT
Raquel Delgado, Comunicación y Prensa de CEHAT
Ramón Estalella, Secretario General de CEHAT e ITH
Victoria Fito, Secretaria de Dirección de CEHAT
Jorge Marichal, Presidente de CEHAT
Miguel Mirones, Tesorero de CEHAT
Carmen Venegas, Administración de CEHAT

DE ITH

Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de ITH
Carlos Domínguez, Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras de ITH
José Carlos Fabra, Administración y Finanzas de ITH
Pedro Fernández, Innovación de ITH
Jesús Gatell, Vicepresidente de ITH
Carla Méndez, Comunicación y Marketing de ITH
Paula Miralles, Innovación de ITH
Juan Molas, Presidente de ITH
Coralía Pino, Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH
Gonzalo Sartorius, Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH
Valentín Ugalde, Tesorero de ITH



www.ithotelero.com
C/ Orense, 32 28020 Madrid
telf:+34 914 171 246
info@ithotelero.com

