Memoria Anual 2013



ITH

INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO


cada
tecnológica
modelo
gestión
hoteles
ITH
Fiturtech
Vodafone
Cosentino
Hostel
dispositivos
Glass
proyecto
prototipo
hacia
España
hecho
permite
marco
GateRoom
Asturias
tecnología
Barcelona
dificultades
Además
pueden
firmas
podrán
tecnologías
aún
sector
general
movilidad
Philips
diseño
M2M
consumos
equipamiento
Tecnológico
inversión
social
The
conectada
Google
CEO
sistema
destino
clientes
Hotel
hotel
habitaciones
espacios
FITUR
analizarán
través
energética
first
instalaciones
software
ahorro
hostels
criterios
Samsung
Instituto
Broomx
optimizado
sistemas
eficiencia
red
experiencia
habitación
última
Brothers
total
stand
eficientes
soluciones
aplicaciones
canales
redes
co-fundadora
edificio
post
Kvadrat
Twentytú
nuevas
disponible
tendencias
Hotelero
presidente
conectado
Hi-tech
cuenta
puede
sostenibilidad
facilitan
Hotels
wearable
director
Gateroom
cliente
Serrano
empresa
colaboración
desarrollando
appeared
hotelero
incluye
objetivo
industria
potencial
generación
hotelería
forma
vez
inteligentes
SerranoBrothers
distribución
Generación
Internacional
parte
Pikolín
huéspedes
CEHAT
realidad
turística
enero
futuro
Microsoft
primera
oferta
machine
empresas
negocio
cualquier
claves
políticas
Roca
devices
entorno
uso
Ignasi
Príncipes
alojamiento
papel
Uñó
primer
B-Interactive
turismo

ÍNDICE

MEMORIA ANUAL 2013

VOLVIENDO AL FUTURO 05
Por Juan Molas, presidente de ITH

AVE FÉNIX 06
Por Jesús Gatell, vicepresidente de ITH

CÓMO ABRIRSE PASO AL VIAJERO DEL FUTURO 07
Por Ramón Estalella, secretario general de ITH

TURISMO + INNOVACIÓN: DIEZ TENDENCIAS 08
Por Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH

UNA DÉCADA DE INNOVACIÓN 10

UNA HISTORIA DE ITH 12
Por José Guillermo Díaz-Montañés, presidente fundador de ITH

LÍNEAS ESTRATÉGICAS ITH: INFORME DE ACTIVIDADES

TECNOLOGÍAS TIC 15
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA 39
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

OPERACIONES HOTELERAS 61
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

INNOVACIÓN 81
Gestión del Conocimiento (Formación, Eventos y Publicaciones)
Proyectos Innovadores

ITH EN LOS MEDIOS 106

WHO IS WHO 112
Junta Directiva ITH
Nuestros Socios
Nuestro Equipo

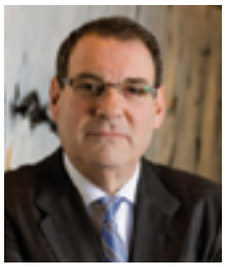


“Los nuevos hábitos de los viajeros y la influencia de las nuevas tecnologías están transformando la industria turística.

Si en España somos capaces de ver en estos cambios oportunidades y no amenazas, seremos imbatibles.

Para ello, es necesario que pongamos todas las herramientas que nos proporciona la innovación y la tecnología en la mejora del sector y lo combinemos con la enorme riqueza de recursos turísticos de nuestro país. Todo ello creará un marco único para el desarrollo de nuestros emprendedores y de las empresas innovadoras”.

ISABEL BORREGO
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
GOBIERNO DE ESPAÑA



Volviendo AL FUTURO

JUAN MOLAS

Presidente de ITH

El sector turístico ve **la salida al final del túnel,** tras años difíciles en los que la economía complicó un escenario ya de por sí desafiante, a la luz de los cambios que la tecnología ha traído a nuestro sector. Curiosamente, **en este viaje, algunas reivindicaciones parecen orbitar en una dimensión paralela, en la que no pierden actualidad y vigencia.**

El turismo necesita a la innovación tanto como necesitamos agua cuando tenemos sed. Si no destinamos recursos a la aplicación de nuevas tecnologías, básicas para conseguir una óptima promoción, comercialización y comunicación, perderemos el tren. De hecho, **el sector ha hecho un esfuerzo por adaptarse** a los nuevos clientes, a las nuevas demandas, a las nuevas formas de trabajar y hacer negocios; pero la velocidad de las empresas, **su apuesta por la innovación, ha encontrado un eco apagado en las Administraciones.**

Somos un país al que nos falla la vocación en formación y conocimiento en todos los ámbitos: empresarial, profesional, laboral y también por parte de la Administración. Las pymes turísticas, esqueleto de nuestro sector, sometidas a los vaivenes financieros y con menores recursos materiales y económicos, compiten en condiciones desiguales que sólo pueden nivelar las instituciones públicas.

Muchos son los objetivos en los que la hotelería y el turismo está trabajando: los programas de turismo senior, la Ley de Costas y la Ley de Propiedad Intelectual, la colaboración público-privada, la titularidad de los aeropuertos, la regularización de la oferta ilegal asociada a la economía colaborativa... En todos intervienen elementos vinculados a las nuevas herramientas tecnológicas y a la innovación en productos y servicios. **Lo que esperamos es que las reglas de juego sean homogéneas, y respalden a quien asume el riesgo empresarial que, a la postre, es la chispa que enciende el motor del turismo.**

El sector necesita más apoyo a la innovación, las nuevas tecnologías y la sostenibilidad. **Es una demanda que no se puede retrasar,** ni puede postergarse a una esperada recuperación económica, porque **si el turismo es el principal sector económico español, la innovación y la tecnología son las garantías de su futuro.**



Ave FÉNIX

JESÚS GATELL

Vicepresidente de ITH

El 2013 ha sido un año de arduo trabajo. Un año de transición, de esperanza, de dificultades, de decepciones y alegrías. Un año de aniversario (el décimo para ITH), de cifras prometedoras y previsiones preocupantes. **Un año que abrió con promesas y cerró con certezas, en algunos casos para celebrar y otras para olvidar.**

En 2013 perdimos también a un gran filósofo español, Eugenio Trias Sagnier, quien una vez dijo: **"En esta vida hay que morir varias veces para después renacer. Y las crisis, aunque atemorizan, nos sirven para cancelar una época e inaugurar otra".**

Esta reflexión viene a cuento **de la energía y el tiempo malgastado en lamentarse sobre lo perdido, y no celebrar lo que tenemos. Y con celebrar lo que tenemos quiero decir sacar los mejor de cada recurso disponible, de cada persona de nuestro equipo, de cada propuesta y de cada fracaso.** Por ejemplo, Madrid, la ciudad que me ha adoptado, en la que he cosechado grandes logros profesionales, ha sido protagonista de dos momentos penosos, por tristes y muy anticipados, del año 2013: la elección de Tokio como capital olímpica para el 2020 en detrimento de Madrid y la cancelación definitiva del proyecto Eurovegas.

Estos hechos nos han obligado a mirarnos en el espejo de nuestro propio futuro: **¿Cómo queremos que sea la industria turística española? ¿Cómo debemos construir un destino? ¿Qué nos hace mejores que nuestros competidores?** Muchos destinos nacionales e internacionales han hecho este ejercicio, y han dado con la fórmula del éxito. **Reinventarse, superarse y sorprender.**

En esta fábula, Madrid, el turismo tradicional, las empresas turísticas, han comprendido que, **en el renacimiento hay futuro, y en éste, los elementos necesarios para construir una industria turística capaz de adaptarse a cuanto reto se le ponga por delante.** A veces, como el Ave Fénix, **hay que dejar morir lo viejo para que se abran caminos antes no contemplados, para dejar aire y espacio a la innovación, a la creatividad y a la pasión.** Una lección que ha aprendido Madrid, y en la que toda España y su industria turística están trabajando con total abnegación y dedicación.



Cómo abrirse paso AL VIAJERO DEL FUTURO

RAMÓN ESTALELLA

Secretario general de ITH

El turismo es una industria basada en las emociones. Los hoteles, los destinos, las líneas aéreas, y todas las empresas y entidades públicas trabajan intensamente por diseñar experiencias capaces de dejar una huella indeleble en cada viajero.

El tiempo que nos ha tocado vivir nos plantea un desafío importantísimo en una industria que, como la nuestra, está basada en la experiencia: **estamos rodeados de estímulos sensoriales, de canales a través de los que recibimos y compartimos muchísima información,** por lo que conseguir atraer la atención de los clientes, llevarles a nuestra casa, no es nada fácil. **Una vez que lo conseguimos, comienza la carrera por ser inolvidables.**

Cada hotel, cada experto, cada profesional de nuestro sector, tiene una teoría sobre cómo grabar nuestra huella en el viajero. Yo también la tengo, y de hecho, todas coinciden en una cosa: **se trata de llegar al corazón de nuestros clientes. Y el camino más rápido a su corazón está en sus manos (y en las nuestras), va con nosotros a todas partes, y es ya una extensión de nosotros mismos: el móvil.**

El móvil no es más que un símbolo de cómo la tecnología está omnipresente, de cómo todo gira en torno al individuo, de cómo los viajeros han cambiado, y siguen cambiando al ritmo en el que **los Millennials toman el relevo de los treintañeros del siglo XXI: estos son los clientes que ya están diseñando su futuro,** y cambiando sin nosotros saberlo, la tecnología que ahora nos parece tan común.

Las marcas hoteleras más tradicionales en todo el mundo y en nuestro país han diseñado nuevos productos y servicios en sus hoteles pensados en la experiencia, en las emociones de los Millennials, en el viajero conectado, y el que busca personalizar su viaje hasta el más mínimo detalle. Y **es en esos detalles en donde está la clave del éxito de nuestra industria turística, y sobre todo, el futuro de nuestras empresas.**

La tecnología nos acerca, pero las emociones fidelizan. **Los turistas no son sólo quienes se suben ya a los aviones y se hospedan en los hoteles de todo el mundo, son los jóvenes que aspiran a hacerlo en pocos años, a los que la tecnología nos ha dado la oportunidad de acceder años antes de que siquiera piensen en nosotros.** Si se consigue fidelizar este mercado, habremos conseguido la sostenibilidad del modelo a medio y largo plazo.



Turismo + Innovación: DIEZ TENDENCIAS

ÁLVARO CARRILLO DE ALBORNOZ

Director general de ITH

Vivimos **una era de innovación.** Todo evoluciona con mucha rapidez, y estamos inmersos en los cambios, que cada vez tienen una orientación menos definida: **lo apasionante es que no hay una meta, sino una sucesión de descubrimientos constantes** que nos hace replantearnos el mundo tal y como lo conocemos.

En ITH **tenemos la suerte de ser testigos de cómo el turismo se ha convertido en el laboratorio de innovación más interesante y osado.** En nuestros diez años de vida, hemos visto muchas caras de la innovación, y nos quedamos con la faceta aventurera: Y es que la innovación es la inquietud por entender cómo el progreso y la tecnología hacen que los turistas cambien; lo que hace a los consumidores felices. La continua búsqueda, por crear soluciones y dar alternativas a lo que necesitarán, a lo que les pueda preocupar o les pueda fascinar en el futuro.

¿Qué está por venir? Diez son las tendencias que están transformando nuestra vida, y que afectan directamente al turismo. El **Internet de las Cosas,** sistemas de conectividad y movilidad que crearán redes inteligentes de datos entre personas, objetos y entornos, **Big Data**, que permitirá predecir la demanda y crear ofertas más segmentadas; que serán posibles gracias a la **Tecnología en la Nube;** la **educación globalizada,** que nos acerca a otras civilizaciones y culturas, abriendo nuevas fronteras a nuestra concepción del mundo; la **innovación para el desarrollo,** que marcará la agenda de inversiones y proyectos en países emergentes y que puede cambiar el equilibrio geopolítico mundial; la **tecno-sociología** o las nuevas reglas de interrelación humanas, cada vez más amplias, horizontales y heterogéneas; lo que da lugar a la **economía creativa y participativa,** en la que los emprendedores son los grandes protagonistas, colocando las ideas al mismo nivel del capital y ampliando las posibilidades de nuevos negocios; el **well-being,** que se traduce en nuevos productos y servicios pensados para la **silver economy** y otros colectivos con necesidades concretas; la **sostenibilidad** como apuesta no sólo por el medioambiente sino también por la viabilidad integral de los negocios; y el **eGovernment y Open Data,** que mejorarán la trazabilidad institucional, la seguridad jurídica y la transparencia de los gobiernos.

En ITH **sabemos que la innovación no está encerrada en cuatro paredes, ni rodeada de científicos ni batas blancas,** no es una fórmula matemática, ni un misterio químico, **es la alquimia de la experiencia, del descubrimiento,** que está en todas partes, y de la que **todas las personas, empresas y países pueden sacar provecho. ¡Incluyéndote a ti!**



“Siendo imprescindible el conocimiento e implementación de las nuevas herramientas tecnológicas en nuestra actividad, lo es aun más la constante y diaria gestión innovadora que realicemos con ellas, para ser más resolutivos y eficaces”.

ANA LARRAÑAGA
DIRECTORA
FITUR

UNA DÉCADA DE INNOVACIÓN

ITH es la respuesta del sector hotelero a los desafíos que los avances tecnológicos suponen para los empresarios de la industria turística.

Con diez años de historia, este centro de innovación, adscrito a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), **tiene como misión promover el uso de nuevas tecnologías y sistemas de gestión, que contribuyan a mejorar la competitividad, la rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas la industria hotelera y turística.**

ITH en cifras

- Más de **50 proyectos** innnovadores.
- Más de **400 jornadas propias,** y presencia en más de **500 eventos nacionales e internacionales.**
- Más de **4.000 profesionales** inscritos en los **programas de Formación de ITH.**
- Más de **10 millones de euros destinados a promover la innovación turística** en España.

ITH trabaja para y por los intereses de los hoteleros, buscando soluciones prácticas y sencillas que optimicen su gestión **en cuatro líneas estratégicas: Nuevas Tecnologías, Operaciones Hoteleras, Eficiencia Energética y Medio Ambiente e Innovación.**





Proyectos nacionales

ITH ha firmado **40 convenios marco y 51 específicos,** ha desarrollado seis grandes proyectos y seis productos propios. Además, ha desarrollado **cerca de 50 proyectos piloto** en diversas áreas:

- **Nuevas Tecnologías: 10 proyectos, concluidos o en ejecución,** sobre medición de la reputación online hotelera y la satisfacción del cliente, geolocalización, marketing turístico, conectividad, usos de las redes sociales para la gestión hotelera, email marketing, oferta complementaria.

- **Operaciones Hoteleras: 12 proyectos** sobre diversas áreas de interés para la gestión hotelera, como armonización europea de las categorías hoteleras por estrellas (Hotel Stars Union); gestión especializada de instalaciones y servicios; software de gestión hotelera; monitorización y control de consumos; atención al cliente; guías sobre descanso saludable, seguridad contra incendios o gestión operativa, restauración; y nuevos modelos de gestión e integración de nuevas tecnologías a través de un prototipo de habitación de hotel conectada, sostenible y eficiente.

- **Eficiencia Energética y Medio Ambiente: 15 proyectos realizados o en marcha** sobre calidad del aire, gestión y monitorización energética, climatización e iluminación interior y exterior eficientes, aislamientos térmico en fachadas, acristalamiento inteligente, bombas de calor y sistemas de bombeo eficiente, uso de fuentes de energía renovables como solar térmica, geotermia y microcogeneración.

- **Innovación: 15 proyectos, ejecutados o en desarrollo,** sobre comercialización y distribución, accesibilidad, seguimiento de tarifas, CRM y software de gestión, modelos de gestión hotelera, inteligencia emocional, gestión de la innovación en empresas hoteleras.

Proyectos internacionales

• **TOURISMlink: ITH lidera el área tecnológica del consorcio que desarrolla el estándar europeo de distribución online turística,** que conectará la oferta y demanda turística europea en una plataforma única.

• **Estándar Europeo de Gestión de la Innovación: El director general de ITH coordina el grupo responsable de la elaboración Sistema de Gestión de la Innovación,** la CEN/TS 16555-1, desarrollado por el Comité Europeo de Normalización (CEN), que ofrece una **guía práctica para que las organizaciones puedan identificar y promover los factores desencadenantes de la innovación, desarrollar los procesos para su correcta gestión,** y evaluar y mejorar la eficiencia del Sistema de Gestión de la Innovación.

• **Elaboración del libro "Experimentando el Éxito"** - Paquetización de experiencias turísticas (2013), elaborado en colaboración con el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y Turespaña.

Estudios, jornadas y formación sectorial

• **ITH ha llevado a cabo más de 400 eventos sectoriales** y ha elaborado más de **20 estudios sobre tecnología y sostenibilidad en turismo.** Además, **ha participado en más de 500 jornadas, congresos y encuentros nacionales e internacionales.**

• **ITH organiza, en colaboración con FITUR, Fiturtech, el foro más importante de tecnología y turismo en España,** que en 2014 llegará a su octava edición; **y FiturGreen, foro de sostenibilidad y turismo.**

• **ITH ha co-organizado, con Turespaña-SEGITTUR, las Jornadas de Sensibilización sobre Innovación en Turismo,** que durante cuatro años han recorrido toda la geografía española.





Liderazgo

• **ITH lidera el área de Sostenibilidad de Intelitur,** proyecto del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, y define y diseña un modelo de eficiencia energética para instalaciones turísticas.

• **ITH dirige y es miembro fundador de la Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur,** y coordina los grupos de trabajo de Alojamiento y Sostenibilidad.

• **ITH cuenta con socios y colaboradores entre los principales actores tecnológicos a nivel mundial, como Google, Microsoft, Amadeus, MICROS Fidelio, TÜV Reinhland, Schneider Electric, HOTREC, ECTAA, Vodafone, entre otros.**

ITH en la red

www.ithotelero.com

www.facebook.com/institutotecnologicohotelero

www.linkedin.com/company/instituto-tecnologico-hotelero

www.twitter.com/ithotelero



Una historia de ITH

JOSE GUILLERMO DÍAZ-MONTAÑÉS

Presidente Fundador del Instituto Tecnológico Hotelero

Apenas hacía medio año que había asumido la presidencia de la entonces Agrupación de las Zonas Turísticas de España (Zontur), que nos habíamos trasladado a Madrid y Ramón Estalella se había incorporado como Secretario General cuando sucedieron los desgraciados atentados del 11 de Septiembre de 2001. Hechos que evidenciaron la vulnerabilidad de nuestra industria.

Más allá de este impacto, **en aquel entonces se estaba produciendo un cambio estructural, del cual el sector no era consciente y más importante no contaba con los instrumentos para no sólo hacerle frente ni transformarlo en oportunidad.**

Este cambio estructural se podría resumir en la transformación de la sociedad y sus hábitos, la aparición de una oferta mucho más competitiva en costes y nuevos competidores, el impacto que ya empezaba a tener la tecnología y la tremenda inflación legislativa transversal que empezaba a asfixiar al sector. El resultado de éste estaba suponiendo, año a año, una lenta pero continua pérdida de competitividad.

La única demanda como patronal que teníamos por parte del sector, era que de una forma o de otra argumentáramos y defendiéramos sus intereses frente a una legislación hecha por administraciones de distintos ámbitos impulsados por distintos lobbies mucho más poderosos y organizados que nosotros.

Algunas voces hablaban de que la solución pasaba por la innovación, pero el cómo era la pregunta. Fue entonces cuando Ramón y yo **empezamos a trabajar en cómo lograr crear una herramienta desde el sector para desarrollar la cultura de innovación para que éste fuese capaz de transformar esas amenazas en oportunidades.** Y en ese momento nació la idea de crear un Instituto Tecnológico como habían hecho otros sectores que se vieron en la misma situación algunas décadas antes.

Teniendo clara la idea, empezamos a investigar si había iniciativas similares en esta industria en otras partes del mundo y no las encontramos. Visitamos distintas iniciativas, estudiamos distintos planteamientos, retos que habían superado, casos de éxito... **Un denominador común que tenían las iniciativas que habían tenido éxito era que habían nacido de los sectores con un concepto muy claro y donde la inversión inicial era para crear el conocimiento.**

Una vez tuvimos clara nuestra propuesta, nos empleamos a fondo en conseguir la adhesión del sector. No fue fácil, pero eso nos estimulaba ya que nos reafirmaba la urgente necesidad que existía. Primero logramos la adhesión de la entonces Junta Directiva de Zontur y meses después con la creación de la CEHAT el refrendo de su junta directiva y su asamblea. Sabíamos que una los condicionantes que teníamos era, que su creación y desarrollo no costase dinero a la patronal, tampoco lo tenía. En el *roadshow* que hicimos para lograr el apoyo de empresas y administraciones públicas fue definitivo el apoyo de la Comunidad de Madrid y de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid. Personas como Antonio Nieto y Jesús Gatell, sin duda, jugaron un papel clave.

Una vez conseguidos los apoyos iniciales, eran clave la ubicación y las personas que formarían el equipo inicial que lo impulsara. La ubicación teníamos claro que tenía que ser un lugar que transmitiera la proyección nacional, próximo a los centros de conocimiento y empresas, bien comunicado, y que naciera con el respaldo pero independiente de la CEHAT. Fue entonces cuando nos instalamos en la calle Alcalá de Madrid.

Tuvimos la suerte de encontrar un equipo muy ilusionado, preparado y motivado en personas como Mar de Miguel, Coralía Pino, Jose Carlos Fabra, Jaime Pons y Rebeca J. Cirujano. Personas que dejaron sus empleos seguros

y se vinieron a crear el ITH. **También fue muy importante lograr componer una junta directiva con personas que propusieran, apoyaran, estimularan y evangelizaran en sus ámbitos de influencia,** como Jesús Gatell y Valentín Ugalde. Así mismo contamos con personas que nos asesoraban y nos ayudaban a dar forma a nuestra hoja de ruta, personas vinculadas al sector como Alberto Marín...

Durante los primeros años, fue una lucha sobrevivir día a día. Había que convencer a nuestros empresarios, así como lograr la confianza de las distintas administraciones para que los fondos destinados a innovación que existían, y de los que otros sectores se beneficiaban, vinieran a nuestro sector. Era importante demostrar a las empresas proveedoras nuestro papel como elemento de interlocución con las empresas hoteleras españolas para probar, desarrollar o introducir nuevas tecnologías, formas de gestión... **Fueron años donde la ilusión y la fe nos hacían avanzar. Hacíamos buena la frase de Einstein "en los momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento... el conocimiento es limitado. La imaginación circunda el mundo".**

En estos años, con esa ilusión y pocos medios iniciamos caminos que hoy se han demostrado claves en la transformación de nuestra industria. Fuimos los primeros que, en 2006, empezamos a hablar de la fuerza de las redes sociales y de cómo podríamos aprovecharlas, en desarrollar herramientas para reducir el impacto medioambiental de nuestra industria, ...

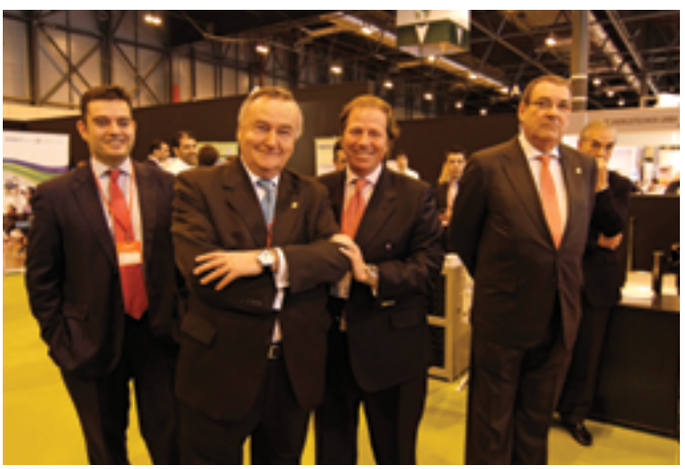
Cuando empezábamos a ver consolidado el proyecto, tuvimos que hacer frente a la sustitución de la persona que ostentaba la dirección general, fue entonces cuando volvimos a tener la fortuna de encontrar una persona como Álvaro Carrillo de Albornoz, con una sólida y extensa formación que como ocurrió en los otros miembros del equipo, dejó un puesto de trabajo bien remunerado y "fiable" para asumir el reto de impulsar el ITH. Y también por ventura, finalizados los cuatro años que, por estatutos, ostenté el cargo de presidente, una persona de la experiencia y valía de Juan Molas asumió el liderazgo del proyecto que hoy, a diez años de su nacimiento es una sólida realidad.

Hoy son diez las personas que impulsan el ITH. Gracias a ellas y a todas las personas que en su día creímos que la competitividad del sector pasa por desarrollar la cultura de la innovación ha sido posible el Instituto Tecnológico Hotelero, que es fiel a su misión "soluciones sencillas para cuestiones importantes".

José Guillermo Díaz-Montañés recibió, de la Secretaría de Estado de Turismo, la Medalla al Mérito Turístico a la Innovación en el año 2013.



(De izq. a der., en el sentido del reloj), Convención FEHR CEHAT, Encuentro AEIs Madrid en marzo 2012, Jornadas Segittur Benidorm en mayo 2009, Navidad 2006.



(De izq. a der.) El director general, el vicepresidente, el secretario general, el presidente y (al fondo) el tesorero de ITH, unos instantes antes de la inauguración de Fiturtech 2013.



10 años de #HISTORIADEITH

Me gusta

Lo más destacado

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Los fundadores de ITH: Mar de Miguel, Valentín Ugalde, Jesús Gatell, Pepe Díaz-Montañés...en #Fiturtech12.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha compartido un enlace.

@ithotelero: D. Jesús Gatell, vicepresidente de ITH en los talleres #Segittur en Zaragoza.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Pedro Duque en #Fiturtech13.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Juan Molas, presidente de ITH con Andy Stalman en #Fiturtech12.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha compartido un evento.

@ithotelero: Tourismlink en Valencia, Feb. 2012. #PICTURISM.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha compartido un enlace.

@ithotelero: Trabajando duro en nuevos proyectos. #EquipoITH #MuchaIlusión.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Jornadas Eficiencia #BCN Nov, 2010



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha compartido un enlace.

@ithotelero: Foro #Fingerplus, Oct. 2010.



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Equipo ITH!



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Convención #FEHR, Abril 2009



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Equipo ITH!



A 360 personas les gusta esto.

ITH ha subido una foto.

@ithotelero: Patricia y Coralía en la Asamblea Anual de ITH de 2012.



A 360 personas les gusta esto.

Bienvenidos a ITH!

Nuestros nuevos **socios hoteleros**

bed4U HOTELS

Smart Cost: un hotel con todo lo necesario para descansar, al mejor precio!

Villa Magna

Historia, tradición y vanguardia... Hotel Villa Magna, el alojamiento más emblemático de Madrid

ruralka HOTELES

Buscas una escapada única? Descubre los tesoros de la red de hoteles con encanto Ruralka

Reciente
2014
2013
2012
2011
2010
2009
2008
Fundación



“La tecnología es un mundo en constante evolución.

Los productos que nos rodean son cada vez más sencillos de utilizar y se conciben como herramientas para hacer la vida de los usuarios más sencilla, tanto en el trabajo como en nuestro tiempo libre”.

DAVID ALONSO
RESPONSABLE DE B2B
SAMSUNG ESPAÑA



Un universo de tecnologías para CONECTAR CON EL CLIENTE

HÉCTOR CORONEL

Director of Sales - ME MADRID REINA VICTORIA

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) han revolucionado el mundo de los negocios y la economía, y la industria del turismo no es una excepción. Las TICs han transformado la hotelería, han modificado las reglas establecidas que hemos adoptado para acercarnos a los clientes; también se traducen en ventajas, en cuanto a incremento de la competitividad, la reducción de errores y la creación de nuevas oportunidades, fundamentales en cualquier sector productivo.

Son, por tanto, herramientas extremadamente valiosas en la comercialización de productos y servicios, que obligan a una permanente actualización por parte de aquellas empresas que pretendan ofrecer una experiencia de calidad y vanguardia.

Una empresa con larga tradición y experiencia en la hotelería como Melia Hotels International ha abrazado estos cambios con entusiasmo, apostando por ofrecer tecnología de vanguardia a sus huéspedes y por crear entornos de gestión más competitivos. Por ejemplo, y desde su apertura en 2006, en el Hotel Me Madrid Reina Victoria nuestros clientes han disfrutado de diversos gadgets y dispositivos, con el objetivo de combinar conectividad y novedad con la experiencia de alojarse en este emblemático hotel.

Somos testigos de una segunda fase de esta revolución tecnológica en el turismo, en la que la instantaneidad y la inmediatez ganan terreno, gracias a las aplicaciones que corren en dispositivos más potentes y con más funcionalidades: todos podemos contar, y queremos que nos cuenten. Y dependemos, irremediablemente, de la “línea de la vida”, o lo que es lo mismo de Internet.

Tras idas y venidas, hoy en día es incuestionable que los hoteles deben buscar opciones para ofrecer WiFi gratuito y de calidad, y si además podemos hacerlo con dispositivos móviles, mejor aún: por eso, nuestro Me Madrid se convirtió, en 2013, en el primer hotel en España en ofrecer WiFi móvil 4G gratuito a sus clientes. Para Melia Hotels International, la tecnología es una aventura que hemos abrazado con intensidad, pasión y con objetivos claros, innovando en servicios y en productos, como el #SolWaveHouse, el primer Twitter Hotel, que empezó a operar en verano de 2013.

Innovar no sólo implica crear un producto nuevo, también implica mejorar lo que ya hacemos: así, en el Me Madrid, contactamos con antelación a los huéspedes de las Suites, por el canal que ellos elijan, para conocer sus expectativas, gustos y planes, y preparar su estancia. Además, medimos la calidad de nuestros servicios usando herramientas como TripAdvisor, lo que nos obliga a trabajar con más perseverancia en la calidad del producto y del servicio.

¿Por qué hacemos todo esto? Porque ya no es suficiente con lo que los hoteles cuenten sobre sí mismos: los viajeros usan las nuevas tecnologías para darnos su feedback. Saber escucharles y ser flexibles para reaccionar ante sus necesidades y demandas es el secreto para que las nuevas tecnologías se traduzcan en beneficios y competitividad.

LA TECNOLOGÍA ES EL PRINCIPAL ALIADO PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Fiturtech 2013, el foro más importante de turismo y tecnología, en FITUR

Más de 4.500 personas pasaron en 2013 por las sesiones de la séptima edición de Fiturtech, organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero y FITUR, y en la que el astronauta Pedro Duque fue la principal atracción, junto a las sesiones del chef Paco Roncero, y los representantes de cadenas hoteleras españolas de primer nivel como Melia Hotels International, RoomMate Hotels, Hospes Infinite Places, Palladium Hotel Group, Axel Hotels y NH Hoteles, que analizaron, con firmas como Google, SAP España, PhoCusWright, Leading Hotels of the World y Microsoft Ibérica, el papel de las nuevas tecnologías como motor para innovar en experiencia del cliente, en distribución y en gestión hotelera.

Los expertos y ponentes que intervinieron en las mesas redondas, conferencias y talleres de Fiturtech 2013, insistieron en la necesidad de crear experiencias diferenciadas que respondan a las necesidades del cliente, y en este contexto, l**a tecnología debe contribuir no sólo a mejorar la experiencia, sino a establecer relaciones próximas con el cliente; por lo que lejos de considerarla un gasto, es una inversión en fidelización.**

Creando experiencias únicas

La jornada inaugural, el 30 de enero, dio comienzo con la **visita de los Príncipes de Asturias, don Felipe de Borbón y doña Letizia Ortiz, quienes pasaron por el stand de Fiturtech 2013, guiados por Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT; Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT; Jesús Gatell, vicepresidente de ITH; entre otros miembros de ambas entidades.**

La comitiva inaugural, encabezada por los Príncipes, también incluía al ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, y a la directora de la feria, Ana Larrañaga, entre otras autoridades, que fueron "completando etapas" en un itinerario que priorizó la presencia de las empresas españolas en FITUR. Don Felipe de Borbón se interesó especialmente por el showroom ITH Room Xperience, prototipo de habitación que cualquier hotel puede reproducir en sus instalaciones, y que combina los últimos avances tecnológicos en un revolucionario espacio, que responde a las necesidades del huésped y de la gestión hotelera. El Príncipe probó algunos de los dispositivos incluidos en el modelo de hotel del futuro, y recogió las palabras del ministro Soria, que hizo especial hincapié en la importancia de incorporar a la industria turística la tecnología y la innovación como parte fundamental de las estrategias de negocio de las empresas españolas del sector.

Al concluir la visita de los Príncipes de Asturias, **el secretario general de ITH y de CEHAT, Ramón Estalella, y Eugenio de Quesada, propietario y editor de Nexotur, inauguraron el evento, subrayando la importancia que tiene la tecnología y la innovación para la hotelería,** como factor para mejorar la competitividad del sector.

La conferencia de Paco Roncero, chef ejecutivo y director del Casino de Madrid y del Gastrobar Estado Puro, giró en torno a las posibilidades de la gastronomía para crear experiencias de cliente únicas y diferenciadas. "Queríamos dar la oportunidad al cliente de disfrutar del plato con los seis sentidos, los cinco básicos y el sentido de las emociones", dijo Roncero, quien se hizo acompañar de varios miembros de su taller, que calificó como "la máquina inteligente para generar experiencias", y un "centro de investigación", dedicado a la creación.



El chef Paco Roncero juega con los sentidos durante su presentación en Fiturtech 2013.



(De izq. a der.), El director de ITH, el presidente de ITH y CEHAT, SAR El Príncipe de Asturias y el Ministro de Industria, Energía y Turismo, durante su visita a Fiturtech.



El astronauta Pedro Duque posa con la mascota de Fiturtech, Tico.

Tras Roncero, Ignacio Ducasse, director del Instituto de Estudios Turísticos de Turespaña, presentó el eBook "Experimentando el éxito: Creación y Paquetización de Experiencias Turísticas", destinado a poner el acento en cómo la creatividad y la innovación, el impulso local y la capacidad de cooperación e integración, son capaces de generar nuevos productos y servicios turísticos.

Posteriormente, **Sonia Sánchez, de la Cadena SER, en compañía de Kike Sarasola, presidente de RoomMate Hotels; Antonio Pérez Navarro, consejero delegado de Hospes Infinite Places; Carlos Velázquez, Senior Marketing Director de Roca; Pere Ripoll, Business Development Manager en Telefónica; Javier Arzac, responsable de la División Hoteles España y Portugal de Bang & Olufsen; Alex Hugot, Area Vicepresident Europe de ME Hotels & Resorts en Melia Hotels International; y Gema Vicedo, directora general en España de Leading Hotels of The World;** reflexionaron sobre cómo construir la experiencia del cliente y su papel como factor diferenciador de la oferta de alojamiento, que debe superar la idea de lujo, para crear conexiones emocionales entre el cliente y el producto.

En la sección **"Al Paredón", Andrés Fernández Rubio, redactor jefe de El Viajero de El País,** fusiló a preguntas a Fernando Gallardo, periodista y crítico de hoteles del diario El País, quien aseguró que, aunque en los próximos años, los hoteles estarán "robotizados", serán la "creatividad, la imaginación y el factor humano" lo que diferenciará la oferta hotelera.

La jornada de la tarde se dedicó al primer taller, que presentó el **director de AgentTravel, Juan Carlos Cavero, quien insistió en el valor de la intermediación, que "resulta comparativamente barata, permite forjar alianzas duraderas y obtener sinergias". Genís Roca, socio director de RocaSalvatella, ofreció un taller práctico, titulado "Claves para mejorar la venta directa online en hoteles",** que analizó cómo los hoteles pueden "acceder directamente al cliente final a través de Internet", en un contexto en el que la intermediación es cada vez más común.

Nuevas experiencias para el nuevo turista

La segunda jornada, del jueves 31 de enero, se dedicó a explorar el turismo que viene, y prestó especial atención al turismo espacial, analizado desde la perspectiva de la industria turística y desde un enfoque técnico, **con la valiosa aportación del astronauta español Pedro Duque.**

Esther Mascaró, redactora jefe de Hosteltur, apuntó las claves de esta sesión, que giró en torno al "turista de tercera generación, hiperconectado, tecnológico y diverso", que además estará marcado por la irrupción de los nuevos mercados emisores, que exigirán "un mayor esfuerzo" para conocerlo y entenderlo. Con este objetivo, **Ana**

Bru, propietaria de Bru&Bru Barcelona y primera turista espacial española, y José Mariano López-Urdiales, CEO y Fundador de Zero2Infinity; abordaron el turismo espacial y sus posibilidades en el marco de la industria turística.

Bru insistió en que "ya no se trata sólo de irse de viaje, sino de cómo se vive la experiencia", y fue este carácter exclusivo la razón por la que fue elegida por Richard Branson, propietario de Virgin Galactic, para ser agencia acreditada en España para comercializar los viajes suborbitales que promueve esta firma. Técnicamente, el turismo espacial es posible, aunque aún esté reservado a una minoría, tal y como explica López-Urdiales, quien apuntó que es "la tecnología de base lo que encarece el viaje espacial", y, aún falta mayor explotación a nivel comercial para que esto se refleje en el cliente final.

Las tendencias y la oferta hotelera de los próximos años se analizaron en una mesa redonda, moderada por **Mar Abad, redactora jefe de Yorokobu; en la que José Luis Lopez de Ayala, Sector Lead Travel de Google Spain; Francisco Zinser, Chief Strategy & Development Officer NH Hotels; Juan P. Julia, presidente de Axel Hotels; y Abel Matutes Prats, director general de Palladium Hotel Group, que concluyeron que la tecnología debe estrechar los lazos entre hotel y cliente, sin ser disruptivo ni invasivo.**

La sesión titulada "Innovation: Shaking Up the Travel Marketplace", profundizó en estas ideas, en la que fue la primera conferencia que PhoCusWright ofreció en un evento sectorial en España. César de la Cruz, socio director de Asesores de Relaciones Públicas y Comunicación presentó a **Florence Kaci, directora de la región EMEA y especialista en el mercado europeo de PhoCusWright, quien insistió en que "el móvil es el futuro para la distribución del turismo",** y su combinación con las redes sociales son la clave para la comercialización turística, y en este sentido, "las OTAS deben extender servicios más allá de la reserva para cubrir todo el ciclo del viaje".

Para entender el valor que las redes sociales aportan a los procesos del viaje, **Jaime Estévez, CEO&Founder de Agora News "fusiló" a preguntas a Sebastián Muriel, VP Corporate Affairs de Tuenti, quien aseguró que los entornos sociales en internet son seguros y ofrecen garantías a sus usuarios,** y que son una plataforma publicitaria muy segmentada, que ofrece muchas posibilidades, siempre que no sea "intrusiva" y que sea "relevante" para el usuario.

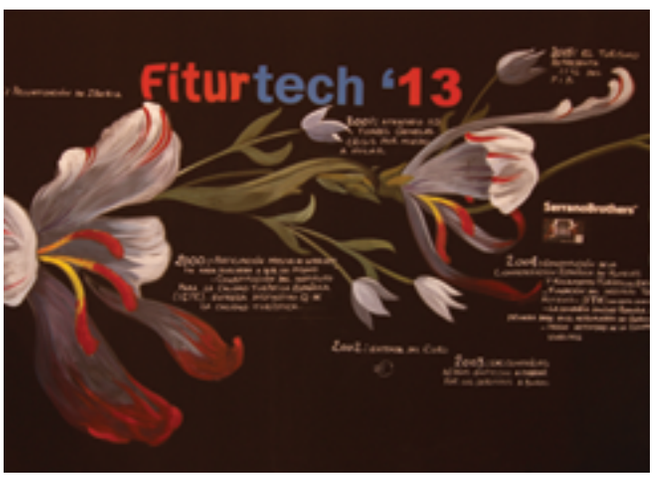
Durante la tarde, en un taller, presentado por **Juan Daniel Núnez, redactor jefe de Tecnohotel, Yahya Fetchati, COO de BookAssist, y Patricia Diana Jens, consultora de *revenue management*,** repasaron los elementos imprescindibles para diseñar una buena estrategia de *revenue management* y de pricing hotelero.



Fiturtech es uno de los eventos más concurridos de FITUR.



Florence Kaci, de PhoCusWright, en un instante de su ponencia en Fiturtech.



El artista Philip Boonen pintó la historia del turismo español durante las tres jornadas de Fiturtech, en las paredes del recinto.



Gonzalo Die, director de Desarrollo y Plataforma de Microsoft Ibérica, en Fiturtech.



La seguridad informática es fundamental en un entorno conectado, explicó Chema Alonso, consultor de Seguridad de Informática 64.

Pros y contras de la nube para la gestión hotelera

La jornada final de Fiturtech 2013, el viernes 1 de febrero, fue presentada por el r**edactor de Turismo de Cinco Días, Carlos Molina, quien señaló que "la gestión en la nube es un sistema virtual que genera grandes cantidades de datos, y que permite ahorrar recursos económicos y humanos",** y que, por lo tanto, ofrece muchas posibilidades para el negocio hotelero.

"El 30% de la población mundial está ya conectada a internet y el 77% de la población ya tiene móvil; y en este escenario, la frontera entre un turista, un profesional y un consumidor se va difuminando con las nuevas tecnologías", aseguró **Gonzalo Die, director de Desarrollo y Plataforma de Microsoft Ibérica, quien se mostró convencido de que la consolidación de la nube es una tendencia "imparable";** y para la hotelería, supondrá evolucionar hacia un CRM social "que recoja toda la información que dejan los clientes, para analizarla y tomar decisiones inteligentes en tiempo real".

Una de las principales preocupaciones que los hoteles afrontan a la hora de optar por herramientas de gestión en la nube es la seguridad. **Chema Alonso, consultor de Seguridad de Informática64, aseguró que estos problemas no son mayores que en los servicios tradicionales;** pero la clave está en tener claro "qué exigir al proveedor para poder estar satisfecho y seguro con el servicio que me preste".

La seguridad, y otras preocupaciones relacionadas con la gestión hotelera en la era de la nube, fueron abordadas en una mesa redonda, moderada por la **redactora de Preferente, Natalia Blanes, y en la que participaron Javier Blanco, director de marketing de Paradores; Javier Matas, Chief Organization & Technology Officer en NH Hoteles; Fernando Paccini, Senior Account Executive GCO Cloud Solutions en SAP España; Francesc Pons, director financiero de Artiem Fresh People Hotels; Borja Calle, Senior Consultant en Telefónica; y Ana Cortés, Business Unit Director en España de MICROS Fidelio. Escalabilidad, flexibilidad y servicios adaptados a los hoteles fueron los principales retos planteados a la nube, que ofrece costes tecnológicos reducidos y mayores garantías de seguridad, especialmente a las pymes.**

Finalmente, **Luis Dorado, socio director de Asesores de Relaciones Públicas y Comunicación, y Luis M. García, director de Estrategia de Plataforma de Microsoft Ibérica, explicaron cómo la nube permite a las empresas relacionarse con clientes y proveedores de una forma "más inmediata y más sencilla",** con un nivel de seguridad de "9 sobre 10", y que supone grandes oportunidades para las pymes.

EL HUÉSPED, EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA Y LA TECNOLOGÍA

#TravelTrends, Jornadas de Nuevas Tecnologías para el Turismo de ITH

Para aumentar la competitividad de las empresas turísticas hay que aportar valor a los clientes, y esto les obliga a especializarse y diferenciarse, a través de la innovación constante, que requiere de plataformas colaborativas de innovación en el seno de la industria turística, que pongan en común la inteligencia colectiva de los usuarios y del mercado, para diseñar experiencias únicas, diferenciadas y segmentadas que sitúen al turista en el centro de las estrategias y la tecnología para la industria turística.



Fabricio Titiro, Opera Product Manager de MICROS Fidelio, durante su presentación en #TravelTrends

Barcelona, Benidorm, Sevilla y Madrid acogieron en 2013 las Jornadas sobre Nuevas Tecnologías en Turismo del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) - #TravelTrends, que dedicaron su edición de 2013 a definir las tendencias en Marketing, Gestión y Herramientas para el turismo y la hotelería, que se resumen en tres grandes claves: **los turistas como protagonistas de las estrategias y la tecnología, innovación colaborativa, ultrasegmentación y búsquedas inteligentes.**

La serie de #TravelTrends, organizadas en colaboración con el Gremi d'Hotels de Barcelona, INVATTUR, la Asociación de Hoteles de Sevilla, y la Asociación de Empresarios Hoteleros de Madrid (AEHM), tuvo lugar entre los meses de junio y octubre de 2013, y contó con ponentes de primer nivel, como Carlos Esteve, Online Marketing Director de Atrapalo.com; Enrique Burgos, Consumer Digital Manager en Coca Cola Iberia; Chema Herrero, Revenue Manager, e-commerce & Comunity Manager de Hoteles Zenit; Héctor Coronel, Sales Director del Hotel Me Madrid Reina Victoria (Melia Hotels International); Laura Garrido, responsable de Hoteles de trivago; Nuria Suárez, directora asociada en Altia Consultores (DocAssistant); y Fabricio Titiro, Opera Product Manager de MICROS Fidelio; entre otros.

Nuevos formatos y estrategias

Según explicó Carlos Esteve, de Atrapalo.com, cuatro son las tendencias online para el marketing turístico: la orientación hacia lo local, los usos en pantallas múltiples, la saturación de oferta y la sobrecarga de impactos publicitarios. Así, **la geolocalización y la realidad aumentada son tendencias que tienen sentido en un entorno de búsquedas locales a través de dispositivos móviles, lo que supondrá un aumento de la atracción hacia el punto de venta, y la necesidad de crear contenidos multipantalla, que respondan a criterios de "responsive design".**

Geolocalización, "responsive design" y contenido generado por usuarios son, para Enrique Burgos, Relational Manager en Coca Cola Iberia, las claves del marketing online en general. Para Burgos, que intervino en la sesión de Madrid, **"el contenido generado por el usuario tiene cada vez más valor y los usuarios lo aprecian más"; razón por la que las recomendaciones son fundamentales en la estrategia de marketing de los hoteles,** que deben "establecer diálogo abierto y transparente con sus clientes". La tecnología móvil facilita esta comunicación tan directa y personal, por lo que "la presencia e interacción a través de plataformas móviles será crítica" a corto y medio plazo.

Cliente, centro de la estrategia

Laura Garrido, responsable de trivago Hotelero, considera muy importante contar con información precisa de los clientes para mejorar



Mesa de debate de la sesión celebrada en Benidorm, en 2013.



Hoteleros, expertos y profesionales del turismo asistieron a las jornadas #TravelTrends en toda España.

su experiencia, para lo que **hay que ofrecerles canales en los que opinar activamente sobre nuestros productos y servicios, lo que proporciona información muy valiosa sobre nuestros clientes y permite mejorar la oferta.**

La adecuada gestión de la información sobre los huéspedes, potenciales clientes, competencia y destino son fundamentales para garantizar ingresos sostenidos, niveles de ocupación y rentabilidad; en este sentido, el *Revenue Management* permite contextualizar la información para hablar "en el idioma del cliente", como indicó Chema Herrero, Revenue Manager de Zenit Hoteles, que participó como ponente en Madrid.

Esta información es clave para segmentar los mensajes, personalizar los productos, explotar nichos de mercado y crear experiencia únicas y diferenciadas, para targets muy definidos de turistas, como se demostró en los casos de estudio que se analizaron en cada una de las regiones en las que se celebró #TravelTrends: el Hotel Curious de Barcelona (en el que la tecnología facilita la experiencia en un destino que ofrece múltiples opciones), el Hotel del Juguete en Alicante (el favorito de las familias y nostálgicos de los juguetes), el Hotel Bécquer de Sevilla (en el que los clientes disfrutan de una experiencia tecnológica con sabor tradicional), y el Hotel Me Madrid Reina Victoria (que apuesta por la conectividad 4G como factor de diferenciación de cara a sus clientes).

El software de gestión hotelera pone en perspectiva de negocio todos estos datos, y para Fabricio Titiro, Opera Product Manager de MICROS Fidelio, **todo hotel debería contar, de base, con software integrado, que funcione en diversos dispositivos, capaces de recopilar información relevante de los clientes, escalables y flexibles,** que dispongan de utilidades novedosas y diferenciadoras, que permita gestionar mercados globales, que sean fiables y seguras, que ofrezca opciones para evaluar la operativa del hotel, y que esté en permanente proceso de mejora e innovación.

Innovación colaborativa: herramientas transversales para el turismo

El saber hacer de la industria turística y hotelera española es un valor que se debe poner en común para garantizar el crecimiento sostenido de todas las empresas del sector. Para Javier García-Cuenca, CEO de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts, quien intervino en la sesión de Benidorm, todas **las empresas turísticas deben colaborar en desarrollar plataformas para la innovación turística que mejoren la actividad del destino** y de todo el sector, a través de soluciones que permitan hacer auténtica "minería de datos", y desarrollar productos más atractivos para el cliente.

Ejemplos como el proyecto eDocAssistant, desarrollado por la cadena hotelera Artiem Fresh People Hotels, Altia e ITH, es un ejemplo de tecnología que responde a una necesidad de la industria turística, y que es extrapolable a otras empresas hoteleras. Para Francesc Pons, director financiero de la cadena impulsora del proyecto eDocAssistant resume las principales tendencias de la gestión hotelera de nuestro tiempo: **la necesidad de convertir los servicios en experiencias diferenciadas,** la necesidad de **hacer un seguimiento integral de la calidad y la reputación online de los establecimientos,** la necesidad de **sacar mayor provecho de todos los recursos del negocio** (especialmente los profesionales), la necesidad de **aumentar el valor intangible de la empresa mejorando su operativa y su calidad,** y la necesidad de **evolucionar hacia una gestión electrónica del negocio, más productiva y más creativa.**

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN E INTERMEDIACIÓN: EL DESAFÍO DEL TURISMO CONECTADO

ITH organiza #TourisMKT, en OMExpo 2013, la principal feria de marketing online en España

Distribución turística, intermediación y los retos que plantean nuevos mercados turísticos fueron los principales asuntos que hoteles como Occidental Hotels & Resorts, RoomMate Hotels, AC Hoteles By Marriot, Hoteles Elba y Hoteles Santos pusieron en común con actores de la industria turística online como RocaSalvatella, Atrapalo.com, minube.com y Kanlli, entre otros, en la primera edición de #TourisMKT, el foro especializado en turismo, celebrado en abril de 2013 en OMExpo y Expo E-commerce.

OMExpo es la feria especializada en marketing online más relevante en España, que cada año cuenta con la presencia de representantes de algunos de los principales actores del marketing y del e-commerce a nivel mundial. En 2013 se dieron cita, entre otros, Irene Cano, Country Manager, Facebook Spain; Frank Hattan, Head of LinkedIn Sales Solutions EMEA; Stephen McIntyre, EMEA Online Sales & Operations de Twitter; Rosa Almarza, Media Manager & Digital de Procter&Gamble; Juanjo González López-Huerta, marketing manager de Xbox 360 España; José Antunes, Content Excellence & CRM 2.0 Manager Integrated Marketing Communications de Coca-Cola Spain; Eulalia Higueras, directora de Medios para España y Portugal de GSK Consumer Healthcare; Ezequiel Triviño, presidente del Club de Creativos; y Ana Díaz Medio, directora de Media Products de Yahoo! EMEA.

Dada la importancia de la industria turística en la economía española y su estrecha relación con el marketing online y el e-commerce, OMExpo, y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), organizaron #TourisMKT, encuentro en el que participaron más de 100 hoteleros y expertos en marketing online para analizar conjuntamente opciones, herramientas y experiencias que les permita tomar decisiones estratégicas adecuadas en materia de marketing, comunicación y venta online para sus negocios.

Genís Roca, socio director de Roca Salvatella, presentó un estudio elaborado por esta firma, en el que avanza las tendencias tecnológicas que influirán en la industria turística. Dijo que estamos en medio de una "guerra de integración", en el que los "llaneros solitarios", o players independientes (fuera de grandes grupos como Google, Facebook, etc.) "lo tienen más difícil", y anticipó que su destino es ser adquiridos para formar parte de grupos de servicios integrados online. Roca avanzó que **el siguiente gran avance es el internet de las cosas, junto a otras diez tendencias en tecnología para el turismo, que pasan por el crecimiento en las reservas de móviles, la irrupción de Google Flights y Hotel Finder en la distribución online, el aumento de las reservas de último minuto, la gestión del big data, el marketing de proximidad, el crecimiento de los CRMs sociales, el turismo *Peer-to-Peer* o la economía colaborativa, la tecnología NFC, y el turismo de negocios 2.0.**

Roca hizo hincapié en que la desintermediación no existe, porque cada vez "aparecen nuevos intermediarios, con una agresividad pasmosa", y advirtió que "hacerles el juego nos banaliza y penaliza"; y en este sentido, afirmó que "nuestra obsesión debe ser atraer al cliente a nuestra base de datos", para lo que hay que "localizar audiencias, conseguir sus datos y hacer push a través de canales propios". En este sentido, los hoteles deben ser capaces de gestionar la información de sus clientes, y **contar con "tecnología al servicio de la captura de datos para una comunicación segmentada y desintermediada".**



De izq. a der. Iñaki Susilla, de Hoteles Elba; Alejandro García-Andrade, de Bookassist; Juan de Pedro, director de IT de Occidental Hotels & Resorts; José Ignacio Cámara, de Hoteles Santos; y Pedro Antón, de Informática El Corte Inglés.



Posteriormente, en la mesa redonda **#Distribution4Travel, Iñaki Susilla, director comercial y de marketing de Hoteles Elba; José Ignacio Cámara, director comercial de Hoteles Santos; Juan de Pedro, director de IT de Occidental Hotels & Resorts; Alejandro García-Andrade, Sales Manager de Bookassist; y Pedro Antón, director de desarrollo de Negocio de Informática El Corte Inglés,** debatieron sobre las estrategias de distribución más habituales en la industria turística, los cambios impulsados por los canales online, las nuevas tecnologías y los nuevos usos de los viajeros; las dinámicas que influyen en la situación actual del mercado de distribución turística y los retos que plantea la comercialización en el futuro.

Para estos expertos es fundamental trabajar los canales propios desde el punto de vista de análisis de los datos, desarrollar y planificar las acciones y estrategias (especialmente: en la web propia) para poder recopilar y posteriormente analizar esta información. Se trata de desarrollar criterios, comparar los datos y ponerlos en valor en una estrategia online basada no sólo en la paridad de oferta y tarifas o en vender en varios canales con una distribución inteligente, sino también en **sacar provecho y convertir más en la web propia,** induciendo a la compra del cliente. Además, los ponentes apuntaron que **el futuro de la distribución digital se centrará en la especialización ante las OTAs, que venden a volumen y no al nicho; y en considerar a los dispositivos móviles como canales de venta.**

La jornada concluyó con la sesión **#Marketing2Engage, en la que se analizaron las estrategias más adecuadas para llegar a sus potenciales clientes de forma innovadora, cómo diseñar y difundir estos mensajes,** y cómo diferenciarse de su competencia, desde la singularidad y la originalidad; a través de una serie de presentaciones encadenadas de especialistas en marketing turístico, como Ícaro Moyano, DIRCOM de Kuapay; Carlos Esteve, Online Marketing Director de Atrapalo.com; Pablo Gago, director comercial de RoomMate Hotels; Juan Carlos Milena, director de Comunicación de minube.com; y Jonathan Liege, Account Manager en Kanlli.

OMWeek 2013: el proceso de compra del turista

Tras el éxito de OMExpo, en la primera semana de noviembre de 2013, la organización celebró **OMWeek 2013, una serie de conferencias en Barcelona y Madrid, para abordar diversos aspectos relacionados con el marketing online, en cinco áreas clave: marketing móvil, marketing de buscadores, performance marketing, e-commerce, y redes sociales.**

En el marco del día dedicado al marketing de buscadores, ITH organizó la mesa redonda **#TrendsInSearch,** que analizó las distintas estrategias de comercialización turística y las técnicas que ponen en marcha las empresas de toda la cadena de valor turística (desde hoteles, intermediarios tradicionales y online, metabuscadores, buscadores) para influenciar en el proceso de compra del usuario. **Actores clave de la industria turística como Sebastián Pérez, Country Manager Spain de Teliad; Beatriz Oficialdegui, Marketing Director de Destinia; Javier Delgado, Head of travel, Global TA, Google; Laura Garrido, Hotel Relations Spain, trivago; Marcos Franco, Chief Marketing Officer de Transhotel; Koldo Sagastizábal, eCommerce Manager de AC Hotels by Marriott; Jorge Madrid, Portal Channel Manager de Bing Travel; y Ángel Luis Rivera, Senior Manager de Accenture Interactive,** participaron en esta mesa redonda, moderada por Fabián González, responsable de Proyectos de Nuevas Tecnologías de ITH.

¿CÓMO LIDIAR CON LOS COMENTARIOS DE MIS CLIENTES EN LAS REDES SOCIALES? ITH RESPONDE

Taller de Reputación Online ITH-AEHM

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) organizó, junto al Instituto Tecnológico Hotelero, los Talleres de Reputación Online, que se celebraron con la ocasión de la Asamblea Anual de Socios de ITH, en el Hotel Villa Magna de Madrid, en junio de 2013. Con esta jornada, AEHM e ITH respondieron a la preocupación de los hoteleros madrileños, preocupados por la gestión adecuada de su reputación online, factor determinante en sus estrategias de marketing y comercialización, especialmente en un entorno económico conectado y orientado a la red.

Según el estudio elaborado por INITEC de finales de 2013, titulado "Impacto del Marketing Digital en los consumidores", **dos de cada tres consumidores tiene en cuenta las opiniones de otros usuarios antes de realizar una compra; y recopilan esta información en las redes sociales, especialmente en Facebook.** Además, las redes sociales también se están convirtiendo en un canal de atención al cliente crítico, que ofrece una clara oportunidad de fidelización, y es que el 65% de los consumidores estaría dispuesto a volver a comprar tras una buena experiencia con la empresa en redes sociales, especialmente en Twitter.

De hecho, los consumidores, y muy especialmente los viajeros, eligen empresas, productos y marcas a partir de los comentarios de otros usuarios y de la experiencia de otras personas de sus viajes y la atención recibida por las empresas, lo que tiene un impacto directo en las ventas, especialmente en el comercio online, canal preferente para la industria turística. Además, **el posicionamiento orgánico en buscadores online, fundamental en la fase de planificación de un viaje, también se ven afectados por una mala reputación online,** ya que los motores de búsqueda clasifican por relevancia y pertinencia, y no sólo por su calidad o veracidad.

Teniendo en cuenta que los hoteles y demás servicios y productos turísticos deben entender bien las claves de la gestión de la reputación online, **ITH y AEHM aprovecharon la celebración de la Asamblea Anual de Socios de ITH para convocar a los empresarios hoteleros madrileños a ponerse al día, de la mano de expertos en la materia, sobre las técnicas y estrategias que les pueden ayudar en la gestión de la reputación online de sus establecimientos.**

Los Talleres de Reputación Online ITH-AEHM, inaugurados por Antonio Gil, presidente de AEHM y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, contaron con ponentes como Mercedes Sánchez, Sales manager en TripAdvisor; quién ofreció recomendaciones para **gestionar los comentarios de los clientes;** Jordi Franquesa, Sales Manager Iberia de TrustYou, que aportó su visión sobre **cómo gestionar en su conjunto la reputación on-line;** Luis Cisneros, abogado especialista del bufete Código Legal, que repasó las circunstancias y **posibles actuaciones legales ante comentarios falsos o intencionadamente dañinos;** y Fernando Escudero, fundador de Imagen Social, que repasó varios **casos de éxito en la gestión de una crisis de reputación en medios online.**

NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA PYMES TURÍSTICAS: FLEXIBILIDAD ESCALABILIDAD

ITH debate con expertos del sector las mejores soluciones para las pymes hoteleras

Más del 70% de las empresas turísticas en España son pymes o establecimientos independientes, sometidas no sólo a la presión del mercado, sino también a los cambios que afectan a las empresas de mayores dimensiones. Las nuevas tecnologías y herramientas pueden parecer diseñadas sólo para grandes empresas, o estar al alcance de compañías multinacionales, con muchos recursos materiales y humanos para adaptarse a las exigencias del mercado. Pero si las pymes no quieren quedarse en el camino, deben correr a la misma velocidad que sus competidores: las firmas que desarrollan tecnología para los alojamientos turísticos son conscientes de este fenómeno y procuran escalar, flexibilizar y ajustar sus soluciones para satisfacer las necesidades de este tipo de empresas.

Muchas asociaciones sectoriales, entidades y centros educativos se han dado a la tarea de abonar el terreno de los profesionales y del mercado para **acercar la tecnología a las pymes, para que las herramientas innovadoras no se desarrollen a espaldas de este 70% el sector turístico, que representa un volumen importante de operaciones y de negocio en el turismo español.** El Instituto Tecnológico Hotelero ha acudido a la llamada de varias instituciones, que han volcado estas preocupaciones en varios eventos celebrados en diversas localidades españolas.

Siendo la misión de ITH mejorar la competitividad del sector hotelero español, sus expertos han participado, durante 2013, en eventos cuyo principal público objetivo son las pymes turísticas, como la **Jornada: La Gestión del Canal Directo: Nuevos retos en un camino sin retorno,** organizada en mayo por la Asociación Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda; las I Jornadas de Turismo de la Facultad de Derecho y Economía de la Universidad de Lleida: **Nuevas Tecnologías Aplicadas Al Turismo y PROCAMPING 2013** (celebradas, respectivamente, en marzo y octubre, en Lleida); y la Jornada **Claves para potenciar el e-Commerce en el sector turístico,** que tuvieron lugar en Alicante, en septiembre, gracias a INVATTUR y a la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo de la Comunidad Valenciana.

La gestión del canal directo en el turismo, a debate

La Asociación Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda, junto a la Facultad de Turismo y Geografía de la Universidad de Rovira i Virgili (URV), Asociación d'Empresaris d'Hostaleria de la provincia de Tarragona (AEH), y la Federació Empresarial d'Hostelería y Turismo de Tarragona (FEHT), organizaron la Jornada La Gestión del Canal Directo: Nuevos retos en un camino sin retorno, que acogió la Facultad de Turismo y Geografía de la URV en Vila-seca (Tarragona).

En este evento se ofreció una **visión general de aspectos concretos y fundamentales para la gestión del canal directo, y propuso estrategias y herramientas innovadoras para el canal online que aprovechan la dinámica multidireccional de la web 2.0,** en la que el usuario interactúa y genera contenido.

Durante este evento, en el que participaron expertos y hoteleros, **ITH explicó cómo poner los dispositivos y las tecnologías móviles al servicio del canal online.** Además, participaron Luís Tormo, de la Agència Valenciana de Turisme, quien incidió en los elementos que influyen en la distribución turística en Internet, a partir de las claves de Travel Open Apps, tecnología desarrollada por la Agència Valenciana de Turisme y por ITH, que es el punto de partida del estándar europeo de distribución turística online B2B, TOURISMlink.

Tendencias y tecnología para pymes hoteleras y campings, en Lleida

El Instituto Tecnológico Hotelero también asistió como ponente a las I Jornadas de Turismo de la Facultad de Derecho y Economía de la

Universidad de Lleida: Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo, celebradas en marzo en las instalaciones de la universidad, y en la que se reunieron expertos como Miquel Alabern, director de Promoción de la Agència Catalana de Turisme; Víctor Oliver, socio director de RocaSalvatella; Lorenzo Ballesteros, director de Comunicación de RoomMate Hotels; Juan Carlos Milena, director de Comunicación de minube; y Fabián González, del Área de Nuevas Tecnologías de ITH, entre otros.

En este evento, **ITH avanzó varias tendencias en tecnología para el turismo,** como el empleo cada vez más común de herramientas de **business intelligence** para plantear las estrategias de marketing más adecuadas a cada establecimiento y perfil de cliente; la **accesibilidad** entendida como turismo para todas las personas, incluyendo turistas senior; el **marketing transmedia y la tecnología semántica;** la **oferta integrada de ocio y alojamiento en destino** impulsada por las propias empresas locales; las **redes sociales como factores clave en la reputación y en la creación de expectativas,** pero no para la venta directa; la **personalización de las experiencias turísticas;** la gestión de empresas turísticas a través de **herramientas cloud,** especialmente para las pymes; la **sostenibilidad y la responsabilidad social** como criterio de gestión empresarial en el turismo; el **outsourcing de servicios;** la **irrupción de turismo emisor desde mercados emergentes,** que obliga a replantearse estrategias, productos y servicios; la concurrencia de **nuevos competidores de la economía colaborativa** e intermediarios no profesionalizados; los **viajes más frecuentes y menos largos;** y la **interactividad** y la **movilidad.**

También en Lleida, en octubre de 2013, ITH asistió a la VIII Edición PROCAMPING, celebrada en la Fira de Lleida en el marco de INNOCAMPING (Salón Nacional y Profesional de Servicios y Equipamientos para los Campings y Empresas al Aire Libre), organizada por la editorial ePeldaño, y dirigida a profesionales del camping, hoteles, parques temáticos y clubes deportivos que pudieron conocer qué tecnologías pueden mejorar su conectividad, seguridad y gestión.

Claves para potenciar el e-Commerce turístico

La Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Comercio de la Comunidad Valenciana, INVATTUR y ecommaster.es organizaron la Jornada Claves para potenciar el e-Commerce en el sector turístico, que tuvo lugar en septiembre, en el Club Información de Alicante.

ITH fue invitado a esta cita, a la que también asistieron David Vicent, de la agencia DinamicBrain; Carlos Esteve, Online Marketing Manager de Atrápalo y Luis Tormo, de la Agència Valenciana del Turisme, para explicar los principales retos y tendencias que una empresa o destino turístico debe de contemplar para potenciar sus ventas online. El director general de Turismo, Sebastián Fernández, que inauguró la sesión, destacó el papel del e-commerce en el turismo, que calificó como "una oportunidad, en tanto que permite alcanzar nuevos segmentos de demanda y contribuye a promocionar la imagen de nuestro destino".



Fabián González, de ITH, durante su intervención en INNOCAMPING.





Sebastián Fernández, director general de Turismo de la Comunidad Valenciana, presidió la jornada sobre e-Commerce de Alicante.

EL TURISTA HIPER CONECTADO: CÓMO ES Y QUÉ ESPERA DE LOS HOTELES

ITH analiza el perfil del nuevo turista en Barcelona, Madrid y Zaragoza

La movilidad y el turismo están unidos por un eslabón: el viajero conectado, que ya no concibe hacer turismo sin sus dispositivos móviles y las utilidades que le proporciona. Entender al turista hiperconectado, comprender cómo se distribuyen los contenidos digitales a través de las redes, y adaptar las plataformas y las interacciones a los mercados, segmentos y perfiles, son las claves para que el sector hotelero saque mayor partido las nuevas tecnologías, y una de las principales prioridades estratégicas de este sector. Para analizar en profundidad los desafíos y las posibilidades que ofrece la tecnología para fidelizar a los turistas de este nuevo siglo, varias entidades han invitado a ITH a participar, durante 2013, en varios eventos y foros en diversas ciudades españolas.

Comprender las dinámicas y las tendencias de los viajeros de nuestro tiempo y del futuro, los llamados Millennials, es el primer paso para diseñar servicios y productos que realmente atiendan a sus demandas, e incluso se anticipen a sus deseos o conecten con sus emociones, factores fundamentales en la oferta turística. **Los turistas se mueven en ecosistemas online personalizados, en los que asumen papeles diversos, como líderes de opinión, como prescriptores, como intermediarios, e incluso como proveedores;** en un mercado competitivo, en cambio constante y en el que hay mucha información.

La interacción entre tecnología y turismo ha sido el tema central de varios eventos en los que el Instituto Tecnológico Hotelero ha participado en 2013, como el Forum TourisTIC (en el mes de mayo, en Barcelona); la jornada **e-turismo: Turismo, Tecnología e Innovación** (celebrada en junio en Madrid); y **MoTUR, el seminario de marketing online para el turismo incluido en el Internet Forum** (que también tuvo lugar en junio, la ciudad de Zaragoza).

Forum TourisTIC, de Barcelona Digital

El Fórum TurisTIC, congreso sobre la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector turístico, giró en torno a herramientas de conectividad y movilidad que pueden fortalecer la industria de los viajes, haciéndola más productiva y competitiva. Celebrado en mayo de 2013 en el CaixaForum de Barcelona, se convirtió en el punto de encuentro entre la oferta y la demanda turística, que aprovecharon la cita para mostrar tendencias, casos de éxito y soluciones tecnológicas que cubren las necesidades tanto de la gestión empresarial como del viajero. La primera edición del congreso, organizada por Barcelona Digital, fue impulsada por la Generalitat de Catalunya, en el marco del plan idigital, y cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona, "la Caixa", Arsys y Microsoft, en el marco de la Mobile World Capital.

Fabián González, del Área de Nuevas Tecnología del Instituto Tecnológico Hotelero, moderó la mesa redonda **Soluciones Tecnológicas para el Mercado Hotelero**, en la que se repasaron algunos de los **principales retos a los que debe enfrentarse la cadena de valor del sector hotelero en materia de tecnología, desde la estrategia hasta las aplicaciones reales en el sector y la gestión de su back office. En este debate participaron Humbert Torroella, fundador y CEO de Hotelerum,** quien insistió en la importancia de que la tecnología contribuya a incrementar las reservas directas; **Ángel Garrido, Business Development Manager de BaVel-Voxel Group,** quien explicó qué deben ofrecer las herramientas de back office hoteleras; **Meritxell García, fundadora y blogger de Tourismwithme,** que habló del papel de los bloggers como nuevos prescriptores en turismo; **Christian Enestrom, CEO de Hotel Ninjas,** que ofreció las claves de la tecnología cloud para hoteles; y **Joan Ribas, CEO de GNA Hotel Solutions,** cuya intervención se centró en la inteligencia de negocio aplicada al turismo.

e-turismo: Turismo, Tecnología e Innovación, de eTourmarket

Redes sociales y movilidad fueron los temas centrales de la jornada e-turismo: Turismo, Tecnología e Innovación, organizada por eTourmarket, y que se celebró en mayo de 2013 en Madrid.

Este evento reunió a expertos y empresas de reconocido prestigio en materia de tecnología, hotelería y turismo, como Inma Quirante, blogger y asesora freelance en Social Media para el sector turístico, que explicó el papel de las redes sociales, la comunicación online y la revolución de la tecnología móvil en el sector turístico; **Iván Burgos, consultor de marketing móvil,** que centró su presentación en el desarrollo de aplicaciones móviles, la geolocalización y la interacción social aplicadas al turismo; y **Fabián González, del área de Nuevas Tecnologías de ITH,** quien describió las posibilidades de la tecnología móvil para el turismo, las tendencias, así como ejemplos de buenas y malas prácticas.

La jornada cerró con una mesa de debate que puso en común las posiciones y experiencias de Ana Escurín, Social Media Manager de NH Hoteles; Lorenzo Ballesteros, director de comunicación de RoomMate Hotels; y Pedro Jareño, cofundador de minube; a los que se sumaron Iván Burgos y Fabián González.

MoTUR@InternetForum, de Congreso Web Zaragoza

ITH también participó en Internet Forum, congreso celebrado en junio de 2013 en el Palacio de Congresos Expo Aragón (Zaragoza), en el marketing online, internet y e-commerce eran los protagonistas centrales, y por el que pasaron más de 4.000 asistentes y más de 100 ponentes expertos en internet y las nuevas tecnologías.

Internet Forum incluyó una feria especializada y 15 eventos paralelos (Google Academies, MovilidAPP, MoTUR, EmprendeRed, BloggerDay, Tener éxito en eCommerce, Conversion Thursday, Jornada ATVA (Asociación de Tiendas Virtuales de Aragón)-IDiA, Jornada de comercio Electrónico, Business Show, eTopia, Tapas and Tweets, Networking, Redes y Recursos de Empleo, y talleres de marketing online), en los que participaron grandes, medianas y pequeñas empresas como Mozilla Foundation, Adrenalina, SEUR, Celeritas, Cámara de Zaragoza, Serotonina Films o Caixa Catalunya, entre otras.

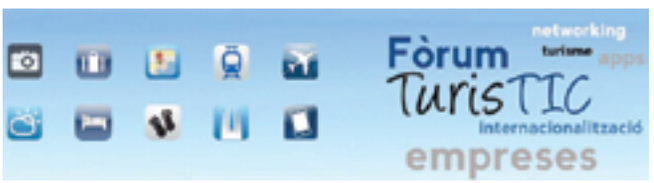
La industria turística tuvo un espacio en exclusiva en este congreso, y es que según el más reciente estudio sobre Comercio Electrónico B2C del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones (ONTSI), los billetes de transporte y reservas de alojamiento siguen siendo los productos líderes en las compras online en España.

Así, MoTUR uno de los 15 seminarios especializados se dedicó exclusivamente a la industria de los viajes: MoTUR se dedicó **a analizar el marketing online para el turismo desde diversas perspectivas, y mostró técnicas, estrategias y acciones online que han conseguido buenos resultados en el sector turístico. ITH intervino junto a otros expertos y empresas del sector, como NH Hotels, minube, Territorio Creativo y Señor Muñoz,** para hablar sobre el viajero social y conectado, la geolocalización en destino, la captación de clientes en redes sociales, el proceso de la inspiración a la transacción en las webs turísticas, y las claves del SEO en las páginas web de los hoteles.



Fabián González, de ITH (der.) moderó la mesa en la que participaron, entre otros ponentes, Humbert Torroella, fundador y CEO de Hotelerum (izq.)







EL TURISMO EN LA NUBE: TECNOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DEL BIG DATA Y LA MOVILIDAD

Smart Tourism 2013, de Microsoft Ibérica

Tendencias tecnológicas como el Cloud Computing, el Big Data y la creación de plataformas digitales, cobran cada vez mayor protagonismo en la modernización del sector turístico junto al auge de las redes sociales, el desarrollo de las apps turísticas y la utilización de dispositivos móviles, fenómenos que han transformado la experiencia del viaje. Estos asuntos fueron los temas centrales de Smart Tourism 2013, celebrado en Madrid en el mes de febrero, y organizado por Microsoft Ibérica, en colaboración con la Comisión Europea, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Esta jornada, que tenía como objetivo analizar los avances tecnológicos que están transformado la industria turística, contó con la presencia de la **Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego; el Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo y la presidente de Microsoft Ibérica, María Garaña,** así como un gran número de directivos de las principales empresas y entidades turísticas del país.

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, destacó durante su intervención que "uno de los grandes ejes de su departamento es el desarrollo de los "Destinos Turísticos Inteligentes", que recoge el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT). Se trata de introducir las tecnologías de vanguardia en los destinos turísticos españoles para mejorar la experiencia del turista antes, durante y después del viaje. De esta forma, la tecnología contribuye a mejorar la gestión del destino, a potenciar el emprendimiento y a aumentar la calidad de vida de los residentes", aseguró Isabel Borrego. El proyecto que impulsa el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de SEGITTUR, aunará los conceptos de sostenibilidad, conocimiento e innovación tecnológica en torno a los destinos turísticos.

Durante la clausura de la jornada, **el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, pronosticó que el turismo del siglo XXI en España será digital, y subrayó que "la diferenciación tecnológica constituye la base para seguir atrayendo turismo de calidad a nuestro país".** Las nuevas tecnologías ya están jugando un papel muy importante tanto en este sector como en otros.

María Garaña, presidente de Microsoft Ibérica, destacó que "la tecnología está jugando un papel fundamental como motor de innovación en muchos frentes y el sector turístico no es una excepción". Además, identificó cinco tecnologías que están colaborando a la transformación del sector turístico: el **cloud computing**, que permite mejorar la flexibilidad y escalabilidad de las organizaciones, reduce los costes asociados a la tecnología; el **big data,** que puede convertirse en conocimiento específico de los clientes y sus preferencias; las **plataformas digitales,** que permiten ajustar la oferta a las demandas concretas de los clientes; las **apps,** que suponen un nuevo modelo de servicios y de consumo de contenidos; y, por último, las **interfaces naturales,** que están transformando la experiencia de viaje mediante dispositivos que son utilizados a través de gestos, movimientos del cuerpo o la voz.

Durante el evento se han analizado los profundos cambios que se han producido en la gestión empresarial y el sector turístico, de la mano de expertos como Vicente Moreno, presidente de Accenture; Luis Gallego, CEO de Iberia Express; Emma Fernández, directora de Innovación, Alianzas e I+D de Indra; Luis Martín, CEO de Barrabes Next; Tomeu Bennasar, director general de Logitravel. Además, el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz moderó una mesa redonda en la que se debatió cómo usar la tecnología para gestionar experiencia del cliente, en la que participaron Alejandro Forcades, director general de SM2 Baleares; José María Sánchez, director general de Qurius; Alfredo Rivela, CEO y socio fundador de Nomaders.com y Félix Gil, director general de Suitech.

TECNOLOGÍA, SOSTENIBILIDAD Y GESTIÓN INNOVADORA PARA LAS PYMES DE L'ALT EMPORDÀ

II Congrés de l'Empresa Familiar d'Hostaleria

L'Associació d'Empresaris d'Activitats d'Hostaleria de L'Alt Empordà, en plena fase de profesionalización y crecimiento de su actividad asociativa, organizó en noviembre de 2013 el II Congrés de l'Empresa Familiar d'Hostaleria en Figueres (Lleida), con el objetivo de analizar las necesidades del sector y del empresario turístico, especialmente en el caso de las empresas familiares, que son mayoría en la región, y cuya filosofía de gestión ha sido determinante en la historia del turismo español. La entidad que dirige Carles Tubert, gerente de l'Associació d'Hostaleria de l'Alt Empordà, invitó al Instituto Tecnológico Hotelero a participar en este evento, en consonancia con la principal misión de ITH: mejorar la competitividad de las empresas turísticas, especialmente las pymes turísticas y establecimientos independientes.

El Castillo de San Fernando de Figueres acogió el **II Congrés de l'Empresa Familiar d'Hostaleria (CHEF '13), dedicado a analizar los retos y las particularidades que las empresas turísticas familiares deben afrontar y manejar para garantizar su viabilidad y su crecimiento,** ante una competencia intensiva y en un escenario en el que las nuevas tecnologías han irrumpido con fuerza para cambiar las dinámicas de negocio. Este congreso fue organizado por **l'Associació d'Hostaleria de l'Alt Empordà,** entidad sectorial del sector hotelero y turístico que agrupa a la mayoría de empresas del sector en la comarca de l'Alt Empordà.

El Instituto Tecnológico Hotelero fue invitado a participar en este congreso en las secciones dedicadas a la tecnología, la eficiencia energética y la sostenibilidad. De esta forma, Fabián González, responsable del Área de Nuevas Tecnologías de ITH compartió debate con Montse Ferrer, directora de Social Media de MiniMilks; y Albert Alemany, consultor web especializado en e-commerce en Alterego Web; para analizar la utilidad de las herramientas, apps y tecnología 2.0 para la hostelería familiar; y explicó el trabajo que ITH desarrolla en materia de sostenibilidad hotelera, en un bloque dedicado a cómo las empresa turísticas pueden conseguir una reducción real de costes a través de la gestión sostenible, en el que también participaron Xavier Gay de Liébana, psicólogo organizacional, David Castillo; director de Activo Grupo; y Philippe Verddodt, técnico de turismo de Llançà.

El programa de este evento también incluía ponencias sobre la gestión de destinos (centrado en el caso de Empordà y Costa Brava), que ofrecieron Pau Canaleta, consultor en comunicación y experto en proyectos de comunicación y marca; Manuel Toro, concejal de Hacienda y Promoción Económica de Figueres; Ramón Ramos, director del Patronato de Turismo Costa Brava Pirineu de Girona. La gastronomía como atractivo turístico fue, también, uno de los asuntos que se abordaron en este evento, dada su importancia para la comarca del Empordà y su potencial como atracción que atrae a viajeros y visitantes, de la mano de expertos de la Agencia Catalana de Turismo; y restauradores como Jean Plouzenac, presidente de las Toques Blanches del Rosellón; y José Vilella, crítico gastronómico.

La clausura del II Congrés de l'Empresa Familiar d'Hostaleria estuvo a cargo de Vicente Montfort, profesor y técnico especialista en turismo, quien dio a conocer los datos que avalan la importancia de las empresas familiares en el sector turístico, recogidos en el libro "La competitividad de la Empresa Turística familiar en España", en cuya elaboración participó, junto a César Camisón, presidente de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universitat de València (CEF-UV).

LA MAYORÍA DE LAS OPINIONES ONLINE DE LOS CLIENTES SUPERAN SUS EXPECTATIVAS PREVIAS

Estudio Mystery Guest 2.0 de ITH y trivago

Según los datos obtenidos del estudio Mystery Guest 2.0, lanzado en mayo de 2013, el temor de los hoteles a las críticas negativas en canales online no responde a la realidad; porque la mayoría de los clientes recomendarían el hotel en el que se han alojado, y su opinión supera sus expectativas previas. Esta es una de las principales conclusiones de este informe, realizado por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y trivago, a partir de una herramienta desarrollada por el comparador online.



Para los "clientes misteriosos" o huéspedes reales, evaluar un hotel y su estancia en profundidad no sólo es positivo, sino que también genera una actitud favorable respecto al alojamiento. **El piloto Mystery Guest 2.0 permitió a los hoteles conocer, a través de una plataforma online, el grado de satisfacción de los clientes en base a las expectativas previas a su visita y al valor real percibido tras disfrutar de la experiencia,** para adaptar la oferta de productos y servicios a la demanda real de los clientes.

En este estudio, realizado entre marzo de 2012 y septiembre de 2012, participaron **5.474 evaluadores europeos, es decir, clientes que se prestaron a valorar los hoteles en los que se estaban hospedando, de los cuales 1.544 eran españoles.** Estos "clientes misteriosos" analizaron un total de 250 hoteles (96 en España), de diversos perfiles y tipologías: quince pymes hoteleras enfocadas al turismo de negocios, siete pymes hoteleras enfocadas al turismo de interior, doce pymes hoteleras enfocadas al turismo sol y playa, cinco cadenas hoteleras enfocadas al turismo de negocios, una cadena hotelera enfocada al turismo de interior, y tres cadenas hoteleras enfocadas al turismo sol y playa.

Un perfil del Mystery Guest 2.0

El perfil del Mystery Guest 2.0, elaborado a partir de los evaluadores que participaron en el proyecto, es el de **un hombre (63%), de entre 30 y 39 años (42%), que vive con su pareja (39%) o que está casado (40%), sin hijos (64%), con educación universitaria (77%) y empleado (43%), con ingresos por encima del salario medio (42%).**

El Mystery Guest 2.0 viaja con asiduidad, usa hoteles de forma habitual (en los últimos tres años han estado entre 10 y 20 veces en hoteles un 62% de los evaluadores), entre 1 y 10 noches, **principalmente durante sus vacaciones (54%) o por motivos privados (71%) y utiliza los canales online para reservar.** Se trata de un evaluador exigente, que aprecia, (por orden de importancia) los buenos modales y el trato cortés del personal; la comodidad de las instalaciones; la tranquilidad y el relax, la limpieza, y la oferta gastronómica, entre otros aspectos. **Los evaluadores, que estaban satisfechos con su elección de alojamiento (59%), llegaron al hotel en coche (50%), para disfrutar de un viaje privado (82%) y en pareja (61%), para descansar.** Eligieron el hotel principalmente por su situación (céntrica o cercana a un lugar concreto, 73%), y en su mayoría no conocían el hotel evaluado (86%) antes de participar en este proyecto.

Evaluar la estancia, un plus

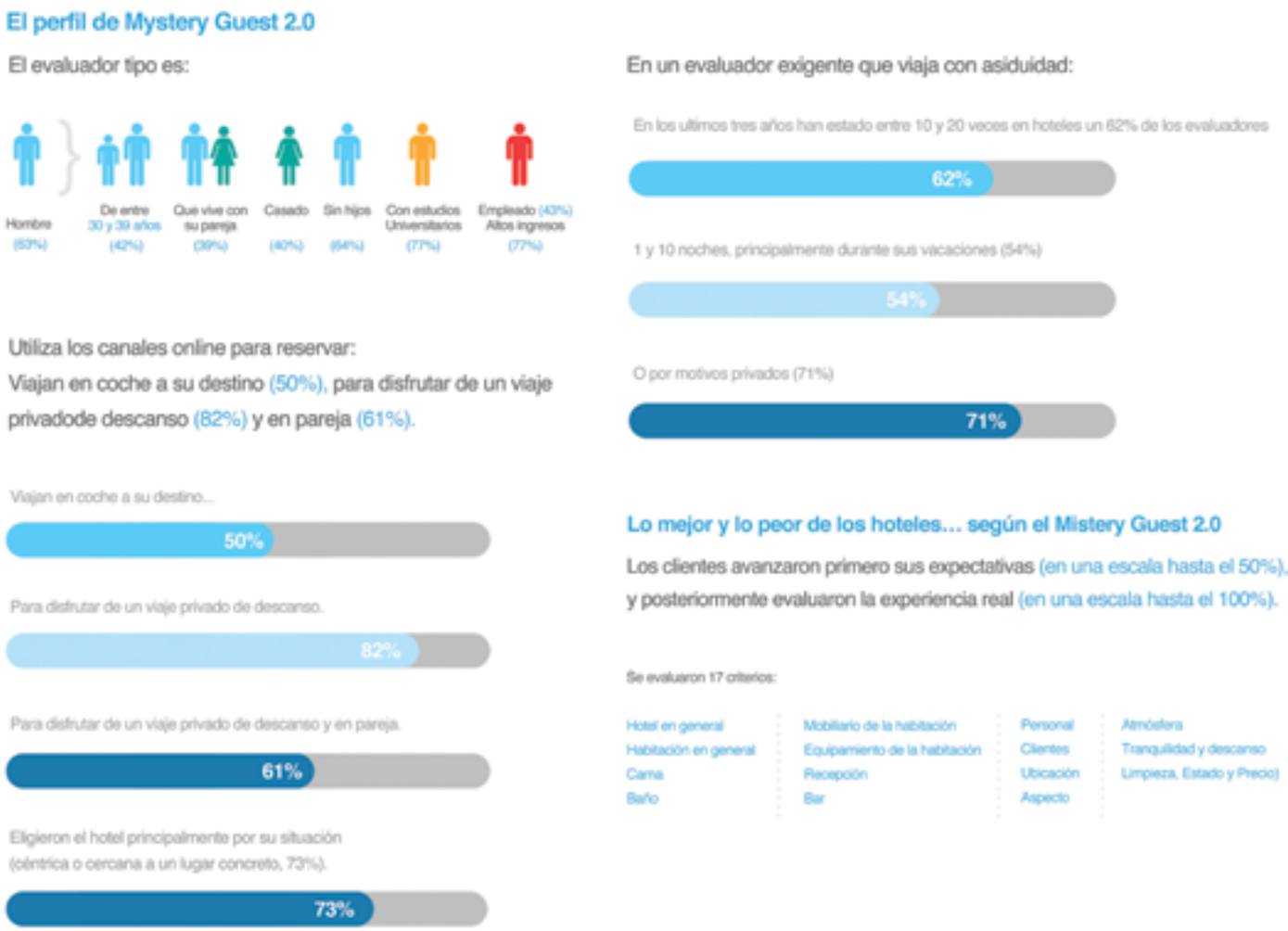
Por otra parte, **el estudio muestra que los clientes aprecian que los hoteles pidan la opinión del cliente, independientemente de sus respuestas, que suelen ser mejores que lo esperado por los hoteles; así, el 86% de los Mystery Guest 2.0 recomendarían el hotel evaluado y el 45% lo harían de forma espontánea.**

Los clientes y evaluadores analizaron 17 criterios (Hotel en general, Habitación en general, Cama, Baño, Mobiliario de la habitación, Equipamiento de la habitación, Recepción, Bar, Personal, Clientes, Ubicación, Aspecto, Atmósfera, Tranquilidad y Descanso, Limpieza, Estado y Precio), primero avanzando sus expectativas y posteriormente evaluando la experiencia real (en una escala hasta el 100%).

En cuanto a la valoración, y en líneas generales, **los hoteles superaron las expectativas de los evaluadores, y alcanzaron una valoración del 72%, al igual que las habitaciones que, con una valoración del 71%, sobrepasaron las expectativas de los evaluadores.** Los aspectos que consiguieron superar en mayor medida las expectativas de los huéspedes son el personal (con una valoración del 73%), la ubicación (puntuada con un 74%) y la limpieza (con un 75% de valoración). Por otro lado, las áreas peor puntuadas, donde se han cumplido las expectativas en menor medida, han sido el precio (con una nota de 67%), el mobiliario de las habitaciones (valorado con un 67%), y el bar (que consigue 66% de valoración). El único aspecto que no supera las expectativas (por un punto) es el aspecto general del hotel que, en cualquier caso, consigue una puntuación del 72% sobre 100.

Auditorías reales a costes más bajos

El Mystery Guest 2.0 ofrece la oportunidad de conocer, de primera mano, y de forma muy detallada, la opinión de clientes reales del hotel. Este servicio, que tiene un coste mucho menor (entre 30-60 euros por evaluación) que el de una auditoría interna de calidad (de 300 a los 1.000 euros por auditoria, en función de la tipología de hotel y aspectos a valorar), sin embargo, lo complementa, porque compara expectativas previas a la estancia con las valoraciones posteriores, profundizando en la evaluación sobre criterios específicos. **No se trata de dar una opinión aislada sobre aspectos más o menos subjetivos, sino puntuar aspectos concretos de la estancia en base a la experiencia real del cliente respecto a la oferta propuesta,** lo que además de aportar información sobre la calidad de los productos y servicios ofrecidos, permite disponer de información sensible para adaptar esta oferta a la demanda real del cliente.



TODA LA TECNOLOGÍA, LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN, A UN CLICK

ITH presenta su nueva web corporativa

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) tiene, desde finales de octubre, nueva web corporativa, diseñada con el objetivo de hacer más accesible la información sobre la actividad de esta entidad, compartir de forma más eficaz el conocimiento entre socios, colaboradores y profesionales y empresas del sector hotelero y turístico. La nueva web acerca de forma más sencilla, práctica e intuitiva, y en cualquier soporte móvil, la ingente actividad de ITH a socios, colaboradores y a toda la industria. Adema, refleja el espíritu y filosofía de ITH: compartir conocimiento de valor para toda la industria turística.

La web tiene cinco áreas. La primera, es un **área de información institucional, dedicada a presentar ITH, su junta directiva y su equipo, incluyendo una lista completa de los socios;** además, esta sección explica las ventajas de sumarse a ITH como socio y ofrece la posibilidad de enviar la solicitud de registro como nuevo miembro.

La segunda sección presenta las **cuatro líneas estratégicas de ITH (Nuevas Tecnologías, Innovación, Sostenibilidad y Operaciones Hoteleras), y permite acceder a los pilotos en marcha o a los resultados de proyectos ya concluidos,** consultar las condiciones para participar en los proyectos, y ofrece vías de contacto directas para ampliar información.

En la tercera área los visitantes de la web podrán encontrar un **calendario de eventos de interés para el sector hotelero y turístico,** tanto organizados por ITH como por otras entidades públicas o privadas relevantes. La cuarta sección está dedicada a la **oferta de formación profesional de ITH,** mientras que en la sección dedicada a Prensa, los visitantes podrán encontrar las **últimas noticias sobre ITH y sus socios, el blog institucional, en el que se abordarán tendencias que influyen en el negocio turístico y hotelero, y un centro multimedia,** en el que se podrán encontrar publicaciones, videos o audio con contenido relevante para los profesionales hoteleros y turísticos. La sección **Tendencias ITH presenta tecnologías y novedades de última generación que mejoran la gestión hotelera.**

La web, desarrollada por Altia (socios de ITH), tiene como principal cometido dar cabida a más información sobre tendencias en tecnología e innovación, incluyendo valoraciones sobre nuevas herramientas y propuestas.



Una vista general de la nueva home de la web de ITH.

ME MADRID REINA VICTORIA, PRIMER HOTEL 4G DE ESPAÑA

Proyecto de WiFi Portátil de ITH, WiFiMotiON y VODAFONE

New Ignition Business, proveedor de soluciones tecnológicas de conectividad a internet para hoteles, se sumó a ITH como socio tecnológico en julio de 2013, para poner en marcha un proyecto piloto pionero para ofrecer a los clientes del hotel routers móviles autónomos (MiFis), con conectividad 4G y Vodafone, con el objetivo de estudiar las posibilidades de upselling y la percepción de valor de los clientes. Se trata de atender una necesidad planteada por los viajeros contemporáneos, tal y como recogen estudios como el publicado por IHG (InterContinental Hotels Group), que afirma que la falta de conexión a internet es uno de los factores que genera mayor estrés a los viajeros.

Gracias al piloto que ITH y WiFiMotiON 4G y Vodafone, **el ME Madrid Reina Victoria se convirtió en el verano de 2013, el primer hotel 4G de España,** lo que permitió a este hotel madrileño ofrecer WiFi 4G a través de un dispositivo móvil autónomo, que permitía a sus clientes disponer de la conexión a internet de más alta velocidad disponible en España, dentro y fuera de las instalaciones del hotel. **El piloto, que sumó durante el segundo semestre de 2013, al Hotel Hospes Madrid,** se llevó a cabo en colaboración con la firma WiFiMotiON 4G, ofrece a los clientes del hotel routers móviles autónomos (MiFis), con la conectividad 4G de Vodafone, sin coste para los clientes.

Cuatro veces más velocidad de conexión

El turista actual no concibe sus viajes sin conectividad: **los dispositivos móviles, y muy especialmente los smartphone, se han convertido en navegador GPS, centro multimedia, guía turística, mapa interactivo, entre muchas otras utilidades, que han relegado su uso como teléfono a un segundo plano,** y en este sentido, los usuarios, necesitan disponer de alternativas de conexión sencillas y eficientes, como las que se testaron en este piloto. La conexión 4G multiplica al menos por cuatro la velocidad de conexión; por ejemplo, la velocidad de descarga y de subida de datos desde un terminal 3G es de entre 7 y 42Mbps; con 4G, alcanza 150Mbps.

El MiFi utilizado en el piloto de ITH y WiFiMotiOn 4G es compatible con cualquier dispositivo con tecnología WiFi, ya sean *smartphones*, portátiles, o incluso los modelos más recientes de cámaras de foto o vídeo. La ventaja es que, aunque el móvil del huésped no esté preparado para este tipo de conexión, WiFiMotiOn 4G transmite la señal 4G por WiFi para cualquier dispositivo; además, esta tecnología permite conectar hasta diez terminales distintos a la vez.

Un servicio indispensable para el huésped

Según un estudio de la firma Single Point, el **64% de los viajeros elegirían un hotel con conexión WiFi sobre uno que no lo tenga, y el 65% de los huéspedes usa las zonas comunes del alojamiento que ofrecen WiFi gratuito.**

Precisamente, **este proyecto piloto tiene como objetivo realizar un estudio que ofrecerá información sobre la calidad percibida y los usos que los clientes hacen de este dispositivo,** lo que permitirá diseñar productos y servicios turísticos que mejoren la experiencia del cliente. El informe completo se presentó en el primer trimestre de 2014.

OCIO Y ATRACCIONES EN DESTINO INTEGRADAS EN LAS WEBS DE LOS HOTELES

Kuotus e ITH ponen en marcha un piloto para integrar y automatizar la oferta complementaria en los hoteles

Kuotus, startup española que ha diseñado un sistema de gestión de reservas y distribución para proveedores de ocio en destino, se asocia al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con el objetivo de desarrollar un proyecto piloto que permitirá integrar y automatizar las actividades complementarias en la oferta hotelera, y evaluar el potencial de la herramienta para diseñar estrategias de venta cruzada, upselling y paquetes turísticos.

Una de las principales ventajas de Kuotus es que en lugar de desarrollar un nuevo canal de venta directa al turista, o buscar canales como OTAs que vendan producto turístico, **se optimizan los canales de venta que los turistas ya utilizan para contratar este tipo de producto: los hoteles. Kuotus ofrece a los hoteles la posibilidad de profesionalizar la venta de producto complementario,** como tours y actividades de hasta un día de duración, accediendo así a una nueva fuente de ingresos que les ayude a aumentar su revPAR.

Para ello, esta firma ha desarrollado un sistema de fácil integración, que permite a los hoteles conectarse a las actividades en el sistema central de Kuotus, y conocer en tiempo real la disponibilidad para cada una de ellas. De esta forma, **el hotel puede ofrecer estas actividades a sus clientes desde su propia página web (ya sea en el momento de la reserva, o con un enlace en el email de confirmación o recordatorio unos días antes de la llegada del turista) o desde una aplicación específica,** lo que ofrece al hotel la posibilidad de conocer en todo momento disponibilidad y realizar la reserva por sus clientes sin necesidad de confirmarlo por teléfono con el proveedor. El principal objetivo es que el cliente del hotel disponga de un servicio de alto valor añadido, que complete la experiencia de la estancia.

El proyecto piloto, que se puso en marcha a inicios de 2013, se está llevando a cabo en dos hoteles de la ciudad de Barcelona, el Hotel Curious y el Hotel Axel, para aprovechar el amplio inventario de actividades locales de los que Kuotus dispone en la capital catalana. Durante el piloto, se ha integrado la herramienta en las webs de ambos hoteles, se ofrece formación a los equipos para promocionar la venta cruzada de actividades en ambos hoteles, y se está midiendo el impacto desde el punto de vista económico y de percepción de calidad en el hotel.



Hotel Curious, socio de ITH, participa en este piloto.

CÓMO APROVECHAR LA IMAGEN PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO ORGÁNICO DE LAS WEBS HOTELERAS

ITH pone al alcance de sus socios la tecnología de Google Business Photos

Gracias a este piloto, los socios de ITH podrán disfrutar de precios especiales y exclusivos para llevar a cabo este proyecto, a cargo de un profesional acreditado por Google que se encargará de hacer fotografías de las zonas comunes, habitaciones y atracciones del hotel y de desarrollar el tour virtual interactivo por sus instalaciones, usando tecnología Google Street View. Además, los hoteles participantes en este piloto podrán analizar cómo esta herramienta contribuye a mejorar su posicionamiento en este buscador.

El Instituto Tecnológico Hotelero puso en marcha, a finales de noviembre de 2013, el **proyecto Google Business Photos, que da a los hoteles la posibilidad de incorporar en sus web corporativas un tour virtual interactivo basado en tecnología Google Street View,** con precios especiales.

Business Photos es un servicio de Google que ofrece la posibilidad de realizar un recorrido tour virtual fotográfico interactivo en 360º mostrando a los clientes los detalles del interior de cada negocio, con la misma sensación de estar dentro del establecimiento. Se usa la misma técnica que en Google Maps (Street View), **pero la visita virtual se realiza dentro del hotel, lo que crea un vínculo entre "recorrido virtual" y "recorrido mental".** Desde abril de 2010, Google Business Photos de ha probado e implantado en Estados Unidos, Japón, Australia y Nueva Zelanda; y hace casi un año se ha ampliado el programa a cuatro países más: España, Italia, Dinamarca y Suecia.

Este proyecto pone a disposición de los hoteles participantes al fotógrafo Miguel Rosán, profesional acreditado por Google, que se encargará de hacer fotografías de las zonas comunes, habitaciones y atracciones del hotel y de componer el tour virtual interactivo que permitirá a los clientes recorrer y conocer las instalaciones del hotel como si estuviesen caminando en ellas, sin llevarse sorpresas.

Además, **los hoteles participantes en este piloto no sólo mejorarán la experiencia de navegación web de tus clientes** (que podrán anticipar las características de las instalaciones del hotel que visitarán, en un formato similar a la realidad), además, podrán analizar cómo esta herramienta contribuye a mejorar su posicionamiento en este buscador, gracias al seguimiento y análisis del posicionamiento web usando la herramienta Google Analytics.

Ventajas del tour virtual de Google

Una vez que el hotel disponga de este tour virtual, las imágenes aparecerán en la búsqueda de Google, en Google Maps y en la página de Google+ Local; además, **los alojamientos podrán disponer de las imágenes para su uso comercial, o para insertar fotos panorámicas en la web, en páginas de redes sociales y otras plataformas de interés.** El piloto distingue dos modalidades de reportaje fotográfico en función de la complejidad de la producción: Premium y Básica.

El tour ofrecerá una ruta coherente y lógica por las instalaciones del hotel, una visión homogénea y real de la iluminación de cada zona, y mostrará los colores reales de los elementos de cada área, sin zonas oscuras alrededor de ventanas, ventanales, puestas o paredes acristaladas, errores recurrentes en reportajes fotográficos no acreditados por Google que, en cambio, son claves para la calidad del tour virtual.

SERVICIOS DE CONECTIVIDAD QUE RENTABILIZAN EL WIFI PARA LOS HUÉSPEDES

Imagar e ITH exploran nuevos modelos de conectividad WiFi en hoteles

Imagar, firma especializada en servicios tecnológicos avanzados de capital 100% español, se suma al Instituto Tecnológico Hotelero para desarrollar nuevos modelos de conectividad WiFi para hoteles que permitan sacar el máximo partido de las infraestructuras de las que ya disponen los hoteles, evaluar las soluciones que deben incorporar para mejorar su servicio, y diseñar modelos de conectividad Freemium que permitan a los alojamientos rentabilizar sus inversiones en este tipo de soluciones

Según el estudio "Winning Customers' Hearts Starts With A Great Guest WiFi Service" de Forrester y Motorola publicado en mayo de este año, **el 90% de los huéspedes consultados responden que desearían que el WiFi gratuito estuviera presente en todos los hoteles;** además, el 60% responde que el WiFi es el extra más importante, y **el 34% no reservarían si no hubiera WiFi en el hotel.** Precisamente, para atender esta demanda de los huéspedes de nuestro tiempo, y facilitar a los hoteles modelos de negocio que les permitan ofrecer y rentabilizar este servicio, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) incorporó, en diciembre de 2013, a Imagar, firma especializada en servicios tecnológicos avanzados, como socio tecnológico para estudiar **nuevas soluciones y modelos de conectividad WiFi para hoteles.**

Imagar dispone de un departamento de I+D muy activo, tanto en el desarrollo de software como en el área de sistemas, que les ha permitido desarrollar **herramientas avanzadas como un dispositivo propio que gestiona y administra los anchos de banda maximizando la seguridad perimetral de la red,** y que proporciona más servicios que contribuyen a optimizar el coste de infraestructura de conectividad para los hoteles.

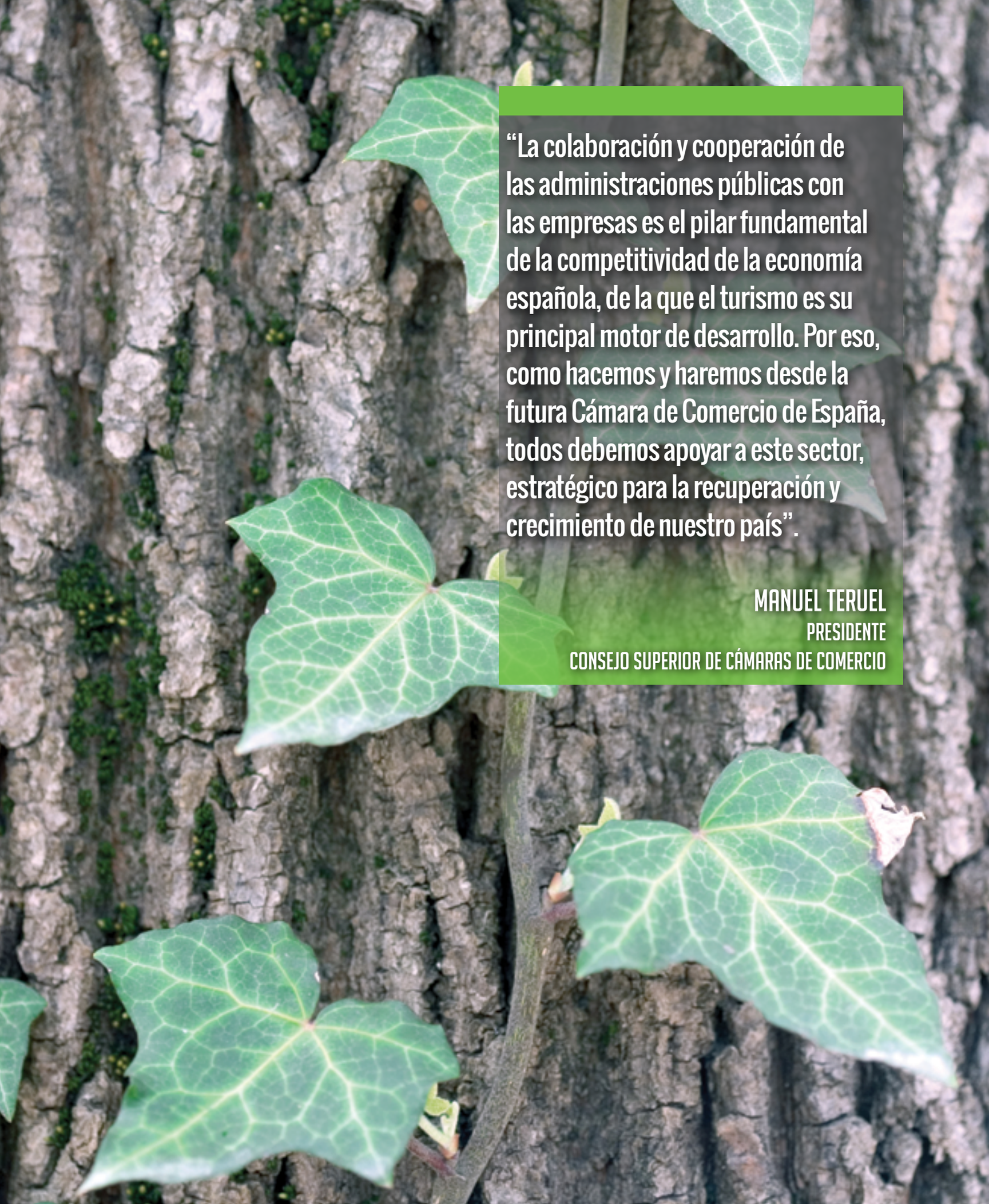
Modelos Freemium: rentabilizar la conectividad

El coste de las infraestructuras necesarias para ofrecer un buen servicio WiFi es muy elevado, pero los hoteles son conscientes de que es un factor determinante en la decisión de compra de sus clientes. **Para equilibrar la relación coste-calidad del servicio, muchos hoteles están estudiando y probando modelos Freemium, que ofrecen una conexión básica y gratuita para todos sus clientes, y servicios de conectividad de pago, más amplios y con mejores prestaciones.**

La tecnología dual, que permite gestionar dos canales, en dos bandas de frecuencia distintas, para las redes WiFi, lo que duplica la capacidad de la red inalámbrica; y por otra, los dispositivos periféricos que ayudan a gestionar el ancho de banda, la seguridad y la conexión WiFi de forma personalizada, lo que maximiza el nivel de calidad del servicio y, por ende, la satisfacción del huésped del hotel. El proyecto piloto está previsto que concluya a finales de 2014.



De izq. a der. César Gómez, director comercial de Imagar, junto a Carrillo de Albornoz, de ITH, tras la firma del acuerdo.



“La colaboración y cooperación de las administraciones públicas con las empresas es el pilar fundamental de la competitividad de la economía española, de la que el turismo es su principal motor de desarrollo. Por eso, como hacemos y haremos desde la futura Cámara de Comercio de España, todos debemos apoyar a este sector, estratégico para la recuperación y crecimiento de nuestro país”.

MANUEL TERUEL
PRESIDENTE
CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO



EFICIENCIA ENERGÉTICA: Competitividad y Calidad del Servicio en la Industria Hotelera

RAMÓN SILVA BURGOS

Responsable de Innovación y Desarrollo de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa

El sector hotelero, junto al de la restauración, supone el 7,8% del consumo energético en España y aporta más del 10% del PIB nacional, siendo uno de los sectores más eficientes de la industria española. Pero todavía tiene un amplio potencial de ahorro, en torno al 20%, que podría alcanzarse con la aplicación de medidas de eficiencia energética, principalmente por mejora de equipamientos y control de las instalaciones. Así lo demuestran los análisis que realizamos, lo que inexorablemente implica que, para ser aún más competitivo, sea necesario invertir en nuevas tecnologías que permitan reducir su consumo energético.

El 10% de los gastos producidos en los hoteles derivan de los costes de energía y agua, es decir sería posible reducir los costes totales de los hoteles en un 2% aplicando medidas de eficiencia energética. El potencial de ahorro medio varía en función de la tipología de hoteles, atendiendo a los indicadores de consumo de energía o agua por habitación observamos que los ratios de consumo son mayores en hoteles de 3 y 4 estrellas que en los de 5. Los hoteles españoles de 5 estrellas, aunque ofrecen un mayor número de servicios que los de categoría inferior tienen un alto nivel de eficiencia, permitiéndoles ser más competitivos a pesar de ofrecer más servicios a sus clientes. En los de menos categoría todavía queda camino por recorrer.

La innovación y los avances tecnológicos son fundamentales en la industria hotelera pero no hay que olvidar que no son su negocio principal. En Gas Natural Fenosa apostamos, desde hace más de una década, por la eficiencia energética como la principal herramienta para garantizar el suministro energético, contribuir a la competitividad y mejorar la sostenibilidad medioambiental. En este sentido, las empresas de servicios energéticos se convierten en un factor clave a la hora de decidir implementar mejoras de eficiencia energética, ya que permiten aplicar soluciones de forma ventajosa, sin interferir en la operativa del hotel ni distrayéndolo de su negocio real, aportando además tres factores claves: financiación, garantía de las medidas y el know-how necesario para la optimización de la instalación.

EL HOTEL EFICIENTE ES EL PRIMER PASO HACIA LA INDUSTRIA TURÍSTICA SOSTENIBLE

La Energía del Turismo: Conclusiones de FiturGreen 2013

FiturGreen2013 cerró su cuarta edición, dedicada a las políticas de gestión sostenible y a las certificaciones y estándares energéticos, con más de 700 visitantes que asistieron a las sesiones que tuvieron lugar entre el 30 de enero y el 1 de febrero, en el marco del programa profesional de FITUR. El principal foro de turismo y sostenibilidad, organizado por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y FITUR, en colaboración con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Grupo Habitat Futura, presentó casos de éxito en materia de gestión energética y sostenible en hoteles y destinos de países como España, México, Argentina y Portugal, entre otros; y debates en las que compañías tecnológicas explicaron las diversas opciones para financiar las políticas de eficiencia energética y las tecnologías disponibles.

Con el lema "La Energía del Turismo", FiturGreen 2013 se detuvo en tres áreas clave de la sostenibilidad hotelera y turística: cómo ser más eficientes con la mínima inversión, cómo diseñar y vender una política de gestión sostenible integral en hoteles, y cómo extender las políticas de gestión sostenible a toda la cadena de valor de la industria turística.

Eficiencia a coste cero

La primera jornada, que se celebró el miércoles 30 de enero, fue inaugurada por **Luigi Cabrini, director del Departamento de Desarrollo Sostenible de la OMT, y por el presidente de ITH y CEHAT, Juan Molas,** quienes repasaron la evolución de la industria turística hacia la sostenibilidad, un factor determinante en la oferta turística actual, que cada vez exige más a promotores de proyectos hoteleros y gestores turísticos.

José Revert, Product Manager SSEE de Prosolia; Ana Climente, directora del Hotel Sun Palace Albir, y Rosa María Sánchez Gracia, jefa de Proyectos de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa, abordaron las diversas opciones que ofrecen las Empresas de Servicios Energéticos (ESEs), que posteriormente se detallaron en una mesa redonda, a la que se sumaron Eduardo Olano, director general de Balantia Consultores; Ferrán González, director Nacional de Ventas de Bosch-Buderus, y Coralía Pino, responsable del Área de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de ITH.

Los ponentes explicaron los diversos modelos de financiación de la eficiencia a través de Empresas de Servicios Energéticos (ESEs) que asumen el riesgo de la inversión y garantizan los ahorros, en función del acuerdo que se alcance con cada hotel. Rosa María Sánchez, de Gas Natural, insistió en la necesidad de **estudiar las necesidades de cada establecimiento "para diseñar la solución óptima en cada proyecto"; y de esta forma se pueden obtener ahorros relevantes,** como los conseguidos en distintos hoteles de la cadena de Iberostar Hotels & Resorts, cuyos contratos ESE "han supuesto un ahorro medio sobre su presupuesto energético del 20%", apuntó. Revert, de la firma Prosolia, dio un paso más allá, y propuso un cambio de escenario, el de la "descentralización energética", preguntándose si realmente es necesario comprar la energía primaria para luego generar los servicios que presta el hotel (como calefacción, agua caliente, iluminación, spa), "si podemos invertir, directamente, en eficiencia energética y ahorrar".

Durante la sesión de tarde, se ofrecieron dos talleres sobre "Tecnologías Eficientes", vinculados a proyectos piloto llevados a cabo con ITH. Grupo CIAT explicó los ahorros conseguidos en el Hotel Capri, de la cadena Artiem Fresh People Hotels, tras la instalación de equipos de climatización eficientes, que consiguieron disminuir hasta un 42% los consumos de climatización. Por su parte, el Hotel Ibis Malasaña de Madrid explicó su caso de éxito en iluminación externa, que fue sustituida por opciones eficientes, ahorrando cerca del 80% en costes

La Energía del Turismo 2013

Fitur Green

Foro de Sostenibilidad y Turismo iTH

UNWTO



Luigi Cabrini, director del Departamento de Desarrollo Sostenible de la OMT, y Juan Molas, presidente de ITH y CEHAT, durante la inauguración de FiturGreen.

energéticos en esta partida. Finalmente, Grupo Euroconsult y Schneider Electric mostraron las posibilidades de monitorización y control de consumos de sus respectivas herramientas, iGreen y StruxureWare, y los resultados conseguidos en el Hotel de Las Letras y Accor Hoteles.

De la construcción sostenible a la hotelería

El segundo día, jueves 31 de enero, se dedicó a definir las claves del "Hotel Sostenible 360º", jornada en la que **Rafael Ausejo, socio director de Ruralka Hoteles,** explicó cómo materializar, desde el punto de vista comercial, la sostenibilidad, "diferenciándose", atendiendo a los detalles más visibles para los clientes, sin descuidar la gestión eficiente y equilibrada de los recursos.

Para conocer el alcance de las medidas y planes de gestión sostenible en el turismo, es necesario medir para conocer el punto de partida, y determinar, así, las medidas que se deben adoptar. Con este objetivo, **Manuel Clar, del área de Eficiencia Energética y Sostenibilidad de ITH, presentó la herramienta Intelitur de Eficiencia Energética, desarrollada por ITH e impulsada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio.**

Posteriormente, **Paula Rivas, responsable de certificación de Green Building Council España – LEED; Nuria Díaz, arquitecto miembro de PEP Passivhaus; Mara Rodríguez, del Instituto Tecnológico de Galicia y representante de BREEAM España; Tomás Azcárate Bang, presidente del Institute for Responsible Tourism - Global Sustainable Tourism Council; y Gonzalo de Castro, director general de TÜV Rheinland Ibérica,** ahondaron en los principales modelos destinados a legitimar y avalar las políticas medioambientales y energéticas desde el punto de la industria turística, representada por **Mónica Chao, Environment Manager de NH Hotels y Javier Arce, director de la cadena mexicana Hoteles City Express.**

Los participantes en esta mesa redonda insistieron en la necesidad de que el sector hotelero, como parte fundamental de la cadena de valor de la industria turística, realice un esfuerzo por integrar, en sus políticas de calidad, los conceptos de sostenibilidad y eficiencia energética, dado que, como apuntó Gonzalo de Castro, de TÜV Rheinland, "los hoteles que trabajan en esta línea, ofrecen no sólo un mayor valor añadido hacia sus clientes y potenciales clientes, sino también a los mayoristas", a la hora de decidir los alojamientos más apropiados para comercializar en cada destino.

Los representantes de las diversas certificaciones y estándares de construcción subrayaron que "un proceso de certificación bien desarrollado también aporta un valor diferencial a los hoteles", razón por la que LEED, PEP Passivhaus y BREEAM, entre otras, están desarrollando sistemas de certificación específicos para hoteles.

Durante la tarde, se analizaron dos áreas críticas que contribuyen a mejorar los niveles de sostenibilidad hotelera: la gestión del agua y la envolvente térmica. **Marina Palacios, directora del Segmento Ho-**

teles, de Aqualogy; y Miguel Ángel Amézqueta, ingeniero de Proyectos del Área de Building Services de Grundfos España, repasaron los aspectos más relevantes que un hotel debe tener en cuenta para implantar tecnologías y sistemas para gestionar este valioso y muy necesario recurso para los hoteles. Además, **María Dolores Sánchez, jefa de Producto de Baumit España; y Ramón Egido, director de Ventas e I+D de Guardian Glass España,** explicaron ambos sistemas de Envolvente Térmica, capaces de maximizar otras medidas de eficiencia energética, especialmente si se combinan estas tecnologías de aislamiento de fachadas y acristalamiento inteligente.

Sostenibilidad como política global de gestión turística

La jornada de cierre, del viernes 1 de febrero, se detuvo en la "Sostenibilidad en el Sector Turístico", y se analizaron modelos, herramientas, sistemas y casos de éxito, tanto nacionales como internacionales, para la gestión sostenible de destinos y hoteles, independientemente de su tamaño y volumen de negocio.

Cláudia Lisboa, responsable de Relaciones Institucionales y Corporativas de OMT, y Carlos Montaldo, de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT), presentaron sendas experiencias y programas de Gestión sostenible: Hotel Energy Solutions (OMT), y el Programa de Hotelería Sustentable y Hoteles Verdes en Argentina (AHT), respectivamente.

Los siguientes pasos y las tendencias vinculadas al turismo sostenible que la industria hotelera debe atender en el futuro cercano se debatieron ampliamente en una mesa redonda en la que intervinieron **Luis Ortega Cobo, Senior Energy & Sustainable Expert de IHP International Hospitality Projects; Thomas Meller, director de Initiative Mesoamerican Reef Tourism (MARTI); Arantxa García, responsable de Desarrollo Sostenible de TUI Travel Accommodations & Destinations y representante de Tour Operators´ Iniciative for Sustainable Tourism Development; Daniel Frey, Preferred Partner & Auditor para la Península Ibérica de Green Globe, Lourdes Ripoll, responsable de Estrategia y Sostenibilidad de Melia Hotels International, José Luque, CEO de Responsible Hotels del Grupo Fuerte Hoteles; y Carlos Montaldo, vicepresidente segundo de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina.**

Para los participantes en esta mesa "la sostenibilidad es un atributo que no solo no resta, sino que aporta diferenciación, especialmente en los destinos en desarrollo". Países como Argentina o México, y cadenas hoteleras internacionales mostraron algunos de sus iniciativas, basadas en criterios de eficiencia y sostenibilidad, que refuerzan los resultados del proyecto que la Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development está desarrollando con el objetivo de impulsar los destinos sostenibles, y cuyos datos permiten concluir que la sostenibilidad es uno de los principales valores que un turista tiene en cuenta a la hora de tomar su decisión en la reserva de su destino vacacional.



Representantes de Prosolia, ITH, Hotel Sun Palace Albir, Gas Natural Fenosa, Balantia Consultores y Bosch-Buderus, analizaron las opciones que ofrecen las ESEs a los hoteles.



Hoteleros, profesionales y especialistas en turismo sostenible, llenaron el espacio de FiturGreen.



Entidades como Green Building Council España – LEED, PEP Passivhaus, BREEAM España, Institute for Responsible Tourism, NH Hotels, Hoteles City Express y TÜV Rheinland Ibérica, analizaron las posibilidades de las certificaciones energéticas.

DISEÑO Y MANTENIMIENTO PUEDEN AHORRAR HASTA EL 40% DE LOS COSTES ENERGÉTICOS DE LOS HOTELES

V Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero de ITH

Más de 450 personas participaron en esta serie de jornadas, que visitaron ciudades como Zaragoza, Barcelona, Marbella, Granada y Gran Canaria, y en las que hoteleros, profesionales del turismo y especialistas estudiaron cómo elaborar un plan de gestión energética integral. Las V Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero de ITH contaron con el patrocinio de Gas Natural Fenosa, y el co-patrocinio Bosch-Buderus, TÜV Rheinland, Banco de Sabadell, Schneider Electric, Aqualogy y Bombas Grundfos España.

Más de 450 profesionales de la industria turística, hoteleros y empresarios de toda España participaron en 2013 en las **V Jornadas de Eficiencia Energética en el Sector Hotelero: "Gestión energética integral, Certificación Energética y Seguridad", organizadas por el Instituto Tecnológico Hotelero, en colaboración con la Asociación de Hoteles de Zaragoza (HORECA), el Gremi d'Hotels de Barcelona, la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), la Federación Provincial de Empresas de Hosteleria y Turismo de Granada, y la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT).**

Costa Meloneras, en Gran Canaria, acogió a finales de noviembre la sesión de clausura de la edición de 2013, presidida por el alcalde-presidente del Ayuntamiento de la Villa de San Bartolomé de Tirajana, Marco Aurelio Pérez, y Fernando Fraile, presidente de la FEHT. **El éxito de convocatoria de las jornadas de sostenibilidad de ITH demuestra no sólo el interés de la industria hotelera por mejorar en materia de eficiencia energética y sostenibilidad, sino también el potencial de ahorro de costes del que pueden beneficiarse los hoteles españoles, siempre que incorporen medidas, herramientas y tecnologías que respondan a sus necesidades reales en materia energética.**

Las jornadas de sostenibilidad de ITH contaron, en 2013, con autoridades, ponentes y profesionales del turismo, la gestión energética y la sostenibilidad como el consejero de Economía y Empleo de Gobierno de Aragón, Francisco Bono Ríos; Antonio Presencio, presidente de la Asociación de Hoteles de Zaragoza (Horeca Zaragoza); Coralía Pino, responsable de Proyectos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero; Miguel Ángel Rodríguez, Jefe de Proyectos Grandes Cuentas, Soluciones Integrales de Servicios Energéticos de Gas Natural Fenosa; Manel Casals, secretario general del Gremi D´Hotels de Barcelona; Gerardo Estalrich, director de Desarrollo de Negocio Iberia y Responsable de Proyectos de Venta Cruzada de Bosch Security Systems; Gerardo García, jefe de Mantenimiento del Hotel Cordial Mogán Playa; Rodrigo Radovan, director de Negocio de Servicios Industriales de TÜV Rheinland; Gonzalo de Castro Albero, director general de TÜV Rheinland; Alfredo Giménez Aísa, director de Ingeniería y Servicios Técnicos de Palafox Hoteles; Ferrán González, director nacional de Ventas de Bosch Buderus; Salvador Rey Marin, gestor de Grandes Cuentas Segmento Hoteles y Hospitales de Schneider Electric; Christophe de Smaele, responsable de Proyectos de Eficiencia Hídrica de Aqualogy Canarias; Miguel Ángel Amézqueta, responsable Sector Hoteles de Bombas Grundfos España y Javier León Fernandez, director de BansabadellRenting de Banco de Sabadell, entre otros.

Desde junio y hasta noviembre de 2013, hoteleros, profesionales del turismo, y especialistas en gestión y eficiencia energética repasaron los aspectos fundamentales que los hoteles deben tener en cuenta en el diseño de un plan de gestión energética integral, sus distintos

modelos de servicios, y las opciones que mejor se adaptan a cada alojamiento. También se abordaron las implicaciones que para los alojamientos de toda España tiene la legislación aprobada durante el segundo semestre de 2013 sobre Certificación Energética de edificios; las líneas de financiación disponibles (PIMASOL e IDAE, entre otras); las últimas tendencias en tecnologías y equipos; los requisitos que los establecimientos hoteleros deben considerar en materia de seguridad; la aportación de la tecnología para cumplir con la normativa vigente y contribuir a la sostenibilidad y eficiencia del negocio hotelero; y casos de éxito de alojamientos de la zona que están consiguiendo buenos resultados en materia de sostenibilidad y eficiencia energética.

Incentivos a la eficiencia hotelera en Andalucía

Los hoteles andaluces se volcaron en las **dos jornadas celebradas en esta comunidad autónoma, en Marbella y Granada,** interesados por conocer las novedades en equipamiento de climatización e iluminación, nuevas tecnologías en la gestión energética, o alternativas de energías renovables para satisfacer la demanda térmica de los edificios para, así, reducir drásticamente su consumo energético.

De esta forma, **Vicente Fernández Guerrero, secretario general de Innovación, Industria y Energía de la Junta de Andalucía,** aprovechó su intervención en las jornadas de Marbella para citar algunos de los incentivos que la administración autonómica ha puesto a disposición de los hoteleros para mejorar la eficiencia energética de sus instalaciones. **La Agencia Andaluza de la Energía, que depende de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, "ha apoyado, hasta la fecha, 367 proyectos a las empresas del sector turístico para la realización de actuaciones energéticas, que han permitido movilizar una inversión de 17,7 millones de euros, con una subvención global de 4,5 millones de euros",** señaló Fernández Guerrero.

Finalmente, el secretario general de Innovación, Industria y Energía de la Junta de Andalucía afirmó que, según datos de la Agencia Andaluza de la Energía, los hoteles de esta comunidad conseguirían ahorros de 5,3 millones de euros cada año si incorporasen medidas de eficiencia energética. De hecho, Fernández Guerrero se mostró convencido de que **"el potencial de ahorro existente en el sector de la edificación hotelera en la fase de diseño y mantenimiento se estima en un 40%",** siempre que se apliquen tecnologías y nuevas formas de gestión que contribuyan a ser más eficientes.



En 2013, las V Jornadas de Sostenibilidad de ITH visitaron Zaragoza, Barcelona, Marbella, Granada y Gran Canaria.

GHB
GREMI D'HOTELS DE BARCELONA
BARCELONA HOTEL ASSOCIATION

Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada

Aehcos

FEDERACION DE EMPRESARIOS DE HOSTELERIA Y TURISMO DE LAS PALMAS

Hoteles de Zaragoza
ASOCIACIÓN PROFESIONAL

EFICIENCIA ENERGÉTICA, CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD HOTELERA

Jornadas ASOLAN - Red CIDE en Costa Teguise (Lanzarote)

¿Qué factores se deben tener en cuenta en la planificación y ejecución de un plan de eficiencia energética en un hotel? ¿Cómo se pasa de la implantación a la participación del cliente en el ahorro energético? Estas y otras preguntas fueron respondidas durante la Jornada La Eficiencia Energética es la Clave de la Competitividad Hotelera, celebrada en abril de 2013 en el Sands Hotel Beach Resort (Costa Teguise). El evento, organizado por CIDE Turismo – ASOLAN, contó con la colaboración del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y algunos de sus socios tecnológicos como Schneider Electric, Grundfos, Aqualogy y TÜV Rheinland.

El objetivo de este encuentro, dirigido a responsables de mantenimiento, instalaciones, servicios técnicos y directivos hoteleros, era **analizar los diferentes factores que influyen en la planificación de acciones y planes de eficiencia energética en hoteles, elemento imprescindible en la definición del modelo de negocio de los alojamientos españoles.** Además, los expertos y hoteleros reunidos en esta jornada explicaron los criterios que determinan la elección de equipos, tecnologías y sistemas, que pasan por estudiar el consumo energético y las necesidades de cada establecimiento. **Las novedades e implicaciones relacionadas con la normativa vigente y las certificaciones energéticas, soluciones tecnológicas para la gestión del agua, para el ahorro energético, y para otras instalaciones, como calefacción y climatización, fueron los principales temas abordados durante el evento.**

La jornada fue **organizada por ASOLAN; miembro de la Red CIDE en Lanzarote, en colaboración con ITH.** La Red Canaria de Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial (Red CIDE) es un proyecto coordinado por el Instituto Tecnológico de Canarias y cofinanciado por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la información y por fondos FEDER; cuya labor es orientar a las empresas canarias en materia de I+D+i, a través de la difusión de herramientas y capacidades existentes en Canarias que permiten aumentar su competitividad a través de la innovación y el uso racional de las nuevas tecnologías.

En el programa de este evento figuraban representantes institucionales, expertos y técnicos, como **Susana Pérez, presidenta de ASOLAN; Héctor Pulido, vicepresidente de ASOLAN; Antonio Miguel Rodríguez Hernández, de Mesa Rufino Ingenieros; Christophe Smaele, de AQUALOGY; Miguel Ángel Amézqueta Virgós, que representaba a Bombas Grundfos España; Pablo Aledo y Javier Fernández, en nombre de Dalkia Canarias; Salvador Rey Marín, de Schneider Electric; y Rodrigo Radován, de TÜV Rheinland.**

ITH aprovechó su intervención para explicar cuáles son las oportunidades de ahorro energético en hoteles. De esta forma, Coralía Pino, jefa de Proyectos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH, repasó las diez recomendaciones que contribuyen a mejorar los niveles de sostenibilidad y la eficiencia en un hotel: formar al equipo humano y establecer procedimientos, revisar los contratos de suministro de energía; utilizar herramientas avanzadas para hacer un seguimiento exhaustivo de los consumos; reducir el consumo de agua instalando sistemas que contribuyan al ahorro sin afectar al confort del cliente, o incluso aumentándolo; optar por iluminación eficiente; instalar calderas más eficientes asociadas a cambios de combustible (como gas natural o biomasa); elegir equipos de climatización eco-friendly con enfriadoras más eficientes y con refrigerantes menos contaminantes; usar sistemas de bombeo que sacan mayor partido a la energía que consumen; renovar el mix energético, incluyendo energías renovables y fuentes naturales; y actuar sobre la "piel" (envolvente y acristalamiento) en el exterior del edificio.

GESTIÓN ENERGÉTICA INTEGRAL: EQUILIBRANDO AHORROS Y CONFORT DEL CLIENTE

ITH aporta la visión del sector hotelero en varios encuentros sobre gestión de la energía

Ser eficiente ya no es suficiente para los hoteles; el siguiente paso es incorporar criterios de gestión energética para mejorar el rendimiento de las instalaciones, optimizar costes, sin penalizar el confort del huésped. El Instituto Tecnológico Hotelero y sus socios tecnológicos han abogado, a través del Programa Hotel Sostenible, por la gestión energética integral, que incluye auditorías y diagnósticos energéticos, y un programa de gestión con acciones concretas trazables que contemple, además, la formación del equipo en contacto con las instalaciones del hotel. Precisamente, para difundir las ventajas de la gestión energética integral, ITH participó, durante el año 2013, en varios eventos verticales centrados en este asunto.

La gestión energética supone trabajar con procedimientos organizados de previsión y control del consumo de energía, destinados a **obtener el mayor rendimiento energético posible sin disminuir el nivel de prestaciones,** ya que toda reducción del coste energético redunda en una mejora de la vida económica de la empresa. Y uno de esos aspectos, cada vez más extendido en las ciudades y edificios contemporáneos, son los puntos de recarga de vehículos eléctricos, en los que los hoteles juegan un papel relevante.

De esta forma, **ITH participó en la mesa redonda "Gestión de carga del vehículo eléctrico: El nuevo escenario a partir de 2013", organizada en febrero de 2013 en Madrid por la Agrupación de Empresas Innovadoras de la Infraestructura de Recarga del Vehículo Eléctrico (AEDIVE), en colaboración con el IDAE y con el apoyo de FCC.** Este evento reunió a más de un centenar de profesionales, que acudieron para arrojar luz sobre las incertidumbres que a nivel normativo y de mercado existen en torno a la recarga de vehículos eléctricos en España.

Ponentes como el director gerente de AEDIVE, Arturo Pérez de Lucia; David García-Pardo, de Movilidad Verde de Iberdrola; José Manuel Álvarez, por parte de E.On; Gabriel Tevar, subdirector de Regulación de Endesa; Enrique Monasterio, director General de IBIL; Luis Maqueda, subdirector de Transporte, Distribución y Calidad de Servicio de la Dirección de Energía Eléctrica de la Comisión Nacional de la Energía (CNE); Eduardo Peña González, técnico de la Red Española de Ciudades por el Clima, de la Subdirección de Coordinación Territorial de la Federación Española de Municipios y Provincias; Juan Manuel Rodríguez Cárcamo, socio y abogado en Pérez-Llorca; intercambiaron impresiones con Coralía Pino; jefa de Proyectos de Sostenibilidad y Eficiencia Energética de ITH; Jaime López de Aguilar, presidente de la Asociación Española de Aparcamientos y Garajes (ASESGA); Víctor García Nebreda, secretario general de la Asociación de Empresarios de Estaciones de Servicio de Madrid (AEESCAM); Fernando Ortuño, secretario general de la Asociación Española de Centros de Negocios (ACN Spain); Salvador Díez Lloris, presidente del Consejo Superior de Colegios de Administradores de Fincas (CGCAFE); y Elena González, gerente de (ANESE), Asociación de Empresas de Servicios Energéticos.

Además de las posibles modificaciones a la legislación vigente para los gestores de carga de vehículos eléctricos; los asistentes **abogaron por conseguir un equilibrio entre la legislación y la prestación de servicios, para garantizar la calidad, la disponibilidad y los costes de producción de la energía necesaria para recargar los vehículos eléctricos;** sin olvidar la necesaria regulación de la figura del gestor de recarga, que requiere de un marco regulatorio estable que facilite la inversión y el desarrollo de la tecnología asociada.



La CEOE acogió las Jornada de la AEDIVE, en las que participó Coralía Pino, de ITH.



Posteriormente, **en marzo de 2013, ITH formó parte del programa del III Encuentro de Gestores Energéticos, organizado por iiR España. En este foro se dedicó especial atención a la industria hotelera, no sólo analizando sus desafíos y avances,** sino también estudiando las opciones, tanto técnicas como de gestión, que están disponibles para el sector. De esta forma, **Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, fue invitado a explicar las particularidades técnicas y de negocio del sector hotelero en la gestión de la energía, y las soluciones tecnológicas disponibles para los hoteles.** Asimismo, Mónica Chao, Environment Manager de NH Hotels, explicó, junto a Elena González, gerente de ANESE; Jesús Guijarro Valladolid, Manager de Responsabilidad Social Corporativa de Orange; y Silvia Guzmán, directora de Reputación y Sostenibilidad de Telefónica; el valor de la eficiencia energética como argumento comercial, de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos. Antonio Núñez Tirado, consejero delegado del Hotel Mercure Santo Domingo, demostró cómo una reforma singular, como la acometida por este establecimiento, se puede llevar a cabo sin dejar de lado la eficiencia energética.

A este encuentro también asistieron empresas de telecomunicaciones, producción, distribución y comercialización (como como Grupo Leche Pascual, CIRCE y DIA), junto a asociaciones profesionales y entidades públicas (como la Asociación de Consumidores de Electricidad); A3e – Asociación de Empresas de Eficiencia Energética; y los Ayuntamientos de Madrid, Alicante, Soto del Real, Alcobendas, Alcalá de Henares), que abordaron las dificultades que han encontrado en su camino hacia la eficiencia energética, y cómo han conseguido prever, controlar y reducir el consumo energético en sus empresas y localidades. **También se trataron asuntos como las nuevas medidas sobre fiscalidad energética, requerimientos de medida y verificación de la norma ISO 50001, o cómo elaborar un Plan Integral de Eficiencia Energética para una empresa, entre otros.**

Finalmente, **en noviembre de 2013, ITH participó en Egética – Expoenergética y Novabuild, cita anual de los profesionales de eficiencia energética, construcción y rehabilitación sostenible que operan en España.** Este evento, celebrado en Valencia y formado por dos ferias sectoriales, contó además con un completo programa de conferencias que analizaron asuntos clave en materia de eficiencia energética, construcción y rehabilitación sostenible, como tarificación; depuración; gestión de residuos; rehabilitación, impermeabilización y aislamiento; infraestructuras, edificios, modelos urbanos y paisajismo sostenible; alternativas de autoconsumo; vehículo eléctrico y movilidad sostenible; gestión del agua; y herramientas de financiación de equipamiento sostenible; entre otros.

ITH, representado por **Óscar Alonso, técnico del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, fue invitado a explicar el modelo de alojamiento eficiente en el que el Instituto Tecnológico Hotelero está trabajando, a través de su Programa Hotel Sostenible,** y que incluye recomendaciones en materia de gestión y equipamiento para conseguir mayores niveles de sostenibilidad.

LOS VIAJEROS DEMANDAN TRAZABILIDAD PARA LAS ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD EN TURISMO

Jornada Turismo responsable: Beneficios y oportunidades de la sostenibilidad en las empresas turísticas, del IE Tourism Alumni Club

Aunque en España seguimos haciendo grandes esfuerzos en el área de sostenibilidad en el sector turístico, aún queda mucho por hacer. La sostenibilidad sigue sin ser un criterio de elección para los clientes al momento de reservar, coincidían los expertos y parte de la audiencia de la Jornada Turismo Responsable: Beneficios y oportunidades de la sostenibilidad en las empresas turísticas. Casos de éxito, organizada por el IE Tourism Alumni Club, que tuvo lugar en la sede de IE Business School en Madrid, en junio de 2013.

El programa de este evento incluyó una **mesa debate moderada por Maribel Rincón, presidenta del IE Tourism Alumni Club y Marketing Manager en Amic Hotels; en la que participaron Marta Martin; VP Corporate Responsibility en NH Hotels, Coralía Pino, Responsable de sostenibilidad y Eficiencia Energética en el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); Celina Álvarez, Gerente de la Red de Hoteles Sostenibles de Baleares; Julia Ramos, Socia Fundadora de La Agroteca; y Rafael Cobo, co-fundador de Nee-Meaningful Labs.**

Durante la celebración del evento, Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), presente entre la audiencia, afirmó que "los clientes quieren criterios de sostenibilidad creíbles". **Estalella subrayó que "en muchos casos, los hoteles sólo aplican medidas para reducir costes y mejorar la cuenta de resultados", y se requiere más compromiso por parte de las empresas del sector, para validar y generalizar las prácticas sostenibles.**

Precisamente, **Coralía Pino, del área de Sostenibilidad de ITH, señaló que, para conseguir este nivel de trazabilidad, es recomendable incorporar un plan de gestión sostenible liderado por la dirección de las empresas turísticas, que involucre tanto al cliente externo como interno, apoyado por estrategias de comunicación efectivas.** Durante sus intervenciones, Celina Álvarez, de la Red de Hoteles Sostenibles de Baleares; y Marta Martin, de NH Hotels; expusieron buenas prácticas llevadas a cabo en sus respectivas empresas. En el caso de la Red de Hoteles Sostenibles de Baleares, se presentó un proyecto piloto que está facilitando el ahorro de costes y logrando una considerable reducción de huella de carbono en el sector hotelero balear; mientras que NH Hotels abordó las claves de la política de responsabilidad social corporativa de la cadena, en la que la innovación y la sostenibilidad son pilares fundamentales.

Por otra parte, **Dirk Glaesser director del Programa de Desarrollo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT), definió al consumidor como el principal tractor de la sostenibilidad,** y recordó que, según los principios recogidos en el Green Economy Report, elaborado por OMT y Naciones Unidas, el turismo es uno de los sectores económicos clave para la economía sostenible.

Finalmente, Julia Ramos de La Agroteca y Rafael Cobo, de Nee-Meaningful Labs coincidieron en que "es el momento de ver la sostenibilidad como parte de la cultura empresarial alineados con la visión de la empresa", y que es necesario trabajar de forma conjunta, desde la administración pública y la empresa privada, para conseguir resultados a corto-medio plazo.

EL CICLO HÍDRICO EN LOS HOTELES: DE LA FUENTE AL CLIENTE

La gestión del agua, prioridad para los alojamientos sostenibles

Para comprender las dimensiones de negocio hotelero vinculadas a la gestión del agua, hay que plantearse tres aspectos: coste, disponibilidad y calidad; que tienen su reflejo en cada establecimiento hotelero, y a los que hay que añadir el factor geográfico, que determina en gran medida el acceso a los recursos hídricos y su precio, bajo pero en ascenso en España, aunque aún fuera de los rangos de países como Francia, Reino Unido y Alemania, que ya en 2010 doblaban la media española. Con este escenario, las empresas preparadas para auditar su consumo de agua tendrán una ventaja competitiva muy clara frente a una industria que todavía no ha tomado medidas firmes para evaluar y gestionar convenientemente el agua que consume.

Durante el año 2013, el Instituto Tecnológico Hotelero ha prestado especial atención al agua. ¿A qué se debe esta preocupación por este recurso? La razón es que **la gestión del agua y la disponibilidad de recursos hídricos son factores cada vez más determinantes para la industria turística a nivel mundial,** tanto en la planificación como en el desarrollo, y en el caso de los hoteles, es un elemento indispensable para ofrecer un servicio de calidad a los huéspedes.

Gestión del agua: medir para actuar

Desde el punto de vista de un hotel, **reducir y hacer más eficiente el consumo de agua requiere desarrollar un Plan de Gestión de Agua,** que considere tres entornos complementarios: **el cambio en la organización y la adopción de planes de gestión integrales; la inclusión de equipos y sistemas más eficientes; y el esfuerzo por involucrar al cliente,** reorientándole hacia el consumo responsable de agua, a través de tecnología y con la ayuda de campañas de concienciación. Además, es importante considerar la infraestructura disponible, las particularidades climáticas del entorno, y la estacionalidad o picos de uso de agua en temporadas altas.

La gestión experta, a través de planes integrales para el agua, aporta a los hoteles y empresas turísticas herramientas que permitirán cumplir estrictamente la normativa legal, en materia sanitaria, medioambiental y de prevención de riesgos laborales, dejando en manos expertas los procesos que intervienen en el ciclo integral del agua. Por eso, **para Francisco Lucas, director del Área de Hoteles de Aqualogy, "los planes de gestión para la optimización del consumo son una opción recomendable para todos los establecimientos turísticos, independientemente de sus dimensiones o tipología".** La legislación vigente en el destino y las tasas e impuestos que puedan aplicar por el uso no controlado del agua son también factores a tener en cuenta.

El bombeo, el núcleo del consumo eficiente del agua

La inclusión de **equipos y sistemas más eficientes aumentará la productividad, la eficiencia y la fiabilidad, y a la larga, reduce los costes operativos, tanto energéticos como de agua;** de hecho, un aspecto crítico para la gestión del agua en hoteles y el consumo energético, es el bombeo. Es fundamental dimensionar correctamente los requerimientos en esta área, porque influyen, de forma directa o indirecta, en el consumo eficiente de agua. **Miguel Ángel Amézqueta, del Área de Building Services de Grundfos, asegura que "el 15% de los gastos de explotación de un edificio son imputables al consumo de**

AQUALOGY GRUNDFOS Roca

energía y el 10% de la energía generada en el mundo es consumida por bombas y sistemas de bombeo".

Ahorro de agua, en las manos del cliente

En este sentido, es necesario considerar el papel que el equipamiento que está en contacto con los huéspedes y usuarios del hotel juega en la gestión eficiente del agua. Los hoteles deben hacer un esfuerzo por involucrar al cliente, reorientándole hacia el consumo responsable de agua, ayudándose de campañas de concienciación y de la tecnología disponible. Precisamente, uno de los puntos críticos de consumo de agua en los hoteles son los espacios de baño, en donde, en opinión de Carlos Velázquez, Senior Managing Director Marketing de Roca, hay mucho por hacer.

"Los hoteles pueden ahorrar en todos los aspectos relacionados con el uso de agua y de energía en el baño, ofreciendo la información necesaria al cliente del hotel para que pueda ser un usuario responsable, o poniendo a su disposición los productos precisos para hacer un uso racional del agua y la energía". **Desde el punto de vista de los espacios de baño, la tecnología y el diseño ofrecen muchas posibilidades.** "Existen numerosas soluciones y productos que permiten ahorros importantes de agua y energía, lo que conlleva un beneficio económico asociado; especialmente en el sector hotelero", explica Carlos Velázquez de Roca.

La gestión sostenible del agua en el turismo exige una visión global en la que la gestión operativa, el equipamiento eficiente y los usuarios respondan a las necesidades del negocio hotelero sin perjudicar a los demás eslabones de la industria turística, especialmente al medio ambiente. Con esta filosofía, **ITH y Aqualogy presentaron, en septiembre de 2013 y con motivo de la celebración del Día Mundial del Turismo 2013-Turismo y Agua, la Guía de Recomendaciones para la Gestión Sostenible del Agua, una hoja de ruta para el ahorro de agua en hoteles, propone estrategias de ahorro en seis áreas del hotel:**

1. Habitaciones: en el uso sanitario en duchas, lavabos e inodoros se pueden implantar elementos de reducción de consumo, como perlizadores, duchas reductoras de caudal y cisternas de doble descarga.

2. Cocina: para la preparación de alimentos y limpieza, además de sistemas reductores de caudal, es fundamental transmitir al equipo estrategias para ahorrar agua y usarla de la forma más eficiente.

3. Mantenimiento de zonas verdes (especialmente en jardines y campos de golf): estableciendo horarios de riego adecuados a la climatología, y adaptados a las condiciones de las estaciones, y sistemas de riego con aguas recuperadas y/o recicladas. Los jardines deben incluir especies que adapten a las condiciones naturales de la zona, para racionalizar el uso de agua en el riego y el mantenimiento.



Hoteles como el Magic Aqua Rock Gardens deben contar con planes de gestión del agua.

4. Instalaciones complementarias y ocio: las piscinas, SPAs, vestuarios y gimnasios son las instalaciones que consumen más cantidad de agua, que se puede recuperar y tratar para emplearla en otras tareas.

5. Operaciones de limpieza: en habitaciones, zonas comunes y lavanderías, además de usar el agua reciclada y tratada de otras áreas del hotel, se puede evaluar la externalización de servicios. Una de las medidas más eficaces y de probado éxito es hacer partícipe al cliente de su consumo hídrico (sustitución de ropa de cama y toallas), lo que reduce de forma significativa el consumo de agua en esta tarea.

6. Climatización: es fundamental controlar las posibles pérdidas de las soluciones de climatización basadas en agua, evitando los sistemas de circulación abiertos (torres de enfriamiento), causantes de las pérdidas por evaporación.



Aqualogy recomienda adoptar un Plan de Gestión Integral del Agua en hoteles que atienda a varias áreas clave.

EL AÑO DE LAS CERTIFICACIONES Y PLANES DE FINANCIACIÓN A LA SOSTENIBILIDAD EN TURISMO

Certificaciones, planes y ayudas en el sector hotelero, a debate

El sector turístico y hotelero entiende que la eficiencia energética y la sostenibilidad contribuyen no sólo a ahorrar costes, sino también a optimizar la gestión operativa y a atraer clientes que demandan un ocio más equilibrado con el entorno y más respetuoso con los recursos naturales. ¿Qué falta entonces para que la sostenibilidad se generalice en el sector? Planes de gestión y financiación. Las administraciones públicas han intentado durante 2013, con mayor o menor acierto, impulsar programas que faciliten el acceso a ayudas y créditos, generando un debate generalizado en la industria turística.

El primer gran hito en materia de eficiencia energética y sostenibilidad en hoteles lo marcó la Certificación Energética de los Edificios, una exigencia derivada de la Directiva Europea 2002/91/CE, que afecta a la certificación energética. Esta Directiva y la Directiva 2010/31/UE, de 19 de mayo, relativa a la eficiencia energética de los edificios, se transpuso parcialmente al ordenamiento jurídico español a través del **Real Decreto 235/2013 de 5 de abril, por el que se aprueba el Procedimiento básico para la certificación de eficiencia energética de edificios, tanto de nueva construcción, como existentes.**

Según este Real Decreto, que entró en vigor el 14 de abril de 2013, se exigirá que los compradores o arrendatarios de un edificio dispongan de este documento para celebrar cualquier contrato de compra-venta o arrendamiento, a partir del 1 de junio de 2013. **En este certificado, y mediante una etiqueta de eficiencia energética, se asigna a cada edificio una Clase Energética de Eficiencia, que variará desde la clase A, para los energéticamente más eficientes, a la clase G, para los menos eficientes.**

Del análisis de la ley se desprende que **los edificios de nueva construcción deben certificarse obligatoriamente; al igual que los edificios o partes de edificios existentes que se vendan o alquilen a un nuevo propietario/arrendatario,** siempre que no dispongan de un certificado en vigor; y los edificios o partes de edificios en los que una autoridad pública ocupe una superficie útil total superior a 250 m2 y que sean frecuentados por el público. Por otra parte, **si el establecimiento se encontraba en régimen de alquiler previamente a la entrada en vigor del Real Decreto, únicamente habrá que certificarlo si se cambia de arrendatario;** y si se renueva el alquiler con el mismo arrendatario no es obligatorio certificar el establecimiento. Además, será el promotor o propietario del edificio o parte del mismo el responsable de encargar la realización de la certificación de eficiencia energética del edificio, que tendrá una validez de 10 años, y cuyos costes dependen el tamaño del edificio y las partes que se auditen y del precio del registro en la autoridad competente, en torno a 35 euros de media.

Financiar la sostenibilidad: planes y programas

Los detalles del muy anticipado **Plan PIMASOL** se dieron a conocer a principios del mes de septiembre de 2013, con la publicación del Real Decreto RD 635/2013. **Este programa, auspiciado por Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), no es sólo un plan de compra de emisiones de CO2 para hoteles,** de hecho, **lo más relevante de PIMASOL es que es un plan destinado a promover y financiar la adopción de medidas de eficiencia energética para los alojamientos españoles, en dos frentes: la mejora de sus instalaciones a partir de un proyecto de eficiencia energética global,** cuyo objetivo es incrementar su nivel de eficiencia energética según los criterios de clasificación CE3/CEX3 en, al menos, dos letras;

y la reducción de emisiones, que resulta de la adopción de estas medidas, y que se incentiva mediante la ya citada compra de emisiones.

El plan destina hasta 400 millones de euros a financiar medidas de eficiencia energética en hoteles, de los que 200 son aportados por el Banco Europeo de Inversiones (BEI), mientras que el resto proviene del Banco Santander, que gestionará los fondos destinados a este fin. Los pasos a seguir para participar en este programa pasan por que el hotel prepare un proyecto de eficiencia energética global, que incluya la estimación de ahorros de CO2, basados en el programa CE3/CEX3 de certificación de eficiencia energética, y que incorpore otras medidas de eficiencia energética que ayuden a mejorar el nivel de eficiencia de las instalaciones del hotel en al menos dos letras. Los proyectos se pueden presentar hasta el 1 de diciembre de 2014 ante el MAGRAMA, y la obra deberá estar terminada antes del 31 de diciembre de 2016.



El Plan PIMASOL sólo adquirirá los derechos de emisiones de CO2, equivalentes a 15 años, aquellas que resulten de ahorros directos vinculados al consumo de combustibles fósiles, a razón de siete euros por tonelada ahorrada. **El fondo aportado por el MAGRAMA para las adquisiciones de derechos de emisiones son de algo más de cinco millones de euros lo que, según estimaciones de esta entidad, supondrá una media de 10.000 euros para cada uno de los aproximadamente 500 hoteles que esperan se acojan al plan.** Por lo tanto, la incorporación de sistemas de control, mejora en el aislamiento (tanto fachadas como acristalamiento), cambios en equipos de climatización y generación de ACS, iluminación, y la implantación de sistemas de energías renovables, son algunas de las actuaciones que ITH recomendó a sus socios y al sector, incluidas en el marco de varios proyectos pilotos del Programa Hotel Sostenible.



Pilar Pereda, secretaria general del COAM (centro), presidió la Jornada: La eficiencia energética en hoteles: PLAN PIMASOL, en la que participó ITH.

Tras el lanzamiento del Plan PIMASOL, **el director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz, señaló que "es siempre positivo que la administración pública contribuya con el esfuerzo que el sector hotelero español está haciendo para ser más eficiente y sostenible, aunque es importante que, a la hora de diseñar este tipo de planes y, sobre todo, de determinar sus condicionantes, se cuente con la opinión del sector".**

Programa PAREER
Ayudas para la Rehabilitación Energética de Edificios
IDAE

Se trata de "responder a las necesidades de los hoteles españoles, en su gran mayoría pymes y hoteles independientes, poniendo en marcha planes que tengan un alcance amplio"; y es que, "la complejidad de algunos requisitos y las garantías exigidas, nos hace temer que, al final, sean pocos los hoteles que puedan beneficiarse de estas ayudas, tal y como sucede con otros planes similares como Jessica-FIDAE y las líneas de crédito del ICO", señaló.

Para debatir sobre las implicaciones de este plan, ITH, en representación del sector hotelero, participó en la Jornada La eficiencia energética en hoteles: PLAN PIMASOL, organizada por el Colegio de Arquitectos de Madrid (COAM) y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en el que se analizaron los aspectos que se pueden mejorar para aumentar la participación de pymes hoteleras en este programa.

En este encuentro, celebrado en septiembre de 2013, se reunieron la directora general de la Oficina Española de Cambio Climático (OECC) perteneciente al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Susana Magro; Pilar Pereda, secretaria general del COAM; Eduardo González, subdirector general de la OECC, Begoña Beneytez, directora de Medio Ambiente de la OECC perteneciente a Banco Santander; el director general de Green Building Council España (GBCE), Luis Álvarez-Ude; Maite de Diego, responsable del Área de Rehabilitación Urbana de Ferrovial; Marcos Tejerina, Manager Ingeniería, Energía y Medioambiente de Meliá Hoteles; **y Coralía Pino, responsable de Proyectos del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), que aporvechó su intervención para incidir en la importancia de "contar con la opinión del sector para diseñar planes como éste", con el objetivo de que el mayor número de hoteles pueda beneficiarse de este plan.**

Semanas más tarde, a finales de septiembre de 2013, la **Secretaría de Estado de Energía y el IDAE** presentaron el **nuevo plan nacional destinado a mejorar la eficiencia energética de los inmuebles** de uso residencial y hotelero **con un presupuesto total de 125 millones de euros.** Del **Programa de Ayudas para la Rehabilitación Energética de Edificios Existentes del Sector Residencial,** se pueden beneficiar edificios de viviendas y para uso hotelero, que deseen acometer mejoras o renovación de equipos o instalaciones que afecten a la **mejora de la envolvente térmica,** la **optimización de los sistemas térmicos y de iluminación,** y cambios a energías alternativas como **biomasa** y **geotermia.**

El presupuesto total se reparte a partes iguales, lo que implica que se destinan **31,5 millones de euros a cada una de sus cuatro líneas de actuación** (envolvente térmica, instalaciones térmicas y de iluminación, biomasa y geotermia). Precisamente, a través de este plan, también se podrán financiar proyectos del Programa Hotel Sostenible de ITH que se están llevando a cabo en algunas de estas cuatro áreas, y que ya ofrecen **condiciones económicas ventajosas que, sumadas a estas ayudas, los harán aún más atractivos y económicos.**

Al contrario que otros planes (como el caso de PIMASOL), este programa pone como condición mejorar **en una letra la calificación energética del establecimiento,** lo que aumenta las posibilidades de los hoteles de acogerse a este programa, ya que el volumen de financiación será menor y más manejable desde el punto de vista de las finanzas de la mayoría de los establecimientos de nuestro país. No obstante, **el programa exige que los cambios en calefacción y/o climatización se hagan sobre equipos cuya potencia térmica nominal total sea mayor de 100kW.**

El proceso para solicitar las ayudas es sencillo y concluirá el 30 de octubre de 2015. **Además, el plan ofrece condiciones especialmente beneficiosas para llevar a cabo mejoras en la envolvente térmica del edificio, partida para la que el programa contempla sufragar, a fondo perdido, el 30% del coste de las obras.**

200 MILLONES DE EUROS PARA FINANCIAR PROYECTOS DEL PROGRAMA HOTEL SOSTENIBLE DE ITH

Acuerdo ITH-Banco Sabadell para financiar la sostenibilidad en hoteles

A través de un convenio de colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), esta entidad financiera apoyará y financiará proyectos y nuevas inversiones destinados a mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad, en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH. Además, en el marco de este acuerdo, Banco Sabadell ofrecerá herramientas de pago electrónico o e-commerce; y asesoramiento sobre expansión internacional a los socios de ITH, poniendo a su disposición su red exterior de más de 2.000 corresponsales y los acuerdos que esta entidad financiera ha suscrito en el extranjero, además de formación específica y apoyo personalizado.

Banco Sabadell y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) firmaron, en octubre de 2013, un convenio de colaboración en virtud del cual esta entidad financiera ofrece una línea de crédito de 200 millones de euros para financiar la innovación y la sostenibilidad en hoteles, a través de proyectos que ITH está llevando a cabo en materia de eficiencia energética y sostenibilidad.

Banco Sabadell pondrá a disposición de los socios de ITH las líneas de financiación subvencionada disponibles en el mercado, tanto a nivel nacional como en el ámbito de autonómico, y facilitará el acceso a nuevas tecnologías, financiando iniciativas o nuevas inversiones en activos fijos mediante préstamos y renting, con especial atención a los proyectos que contribuyan a mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad, en el marco del Programa Hotel Sostenible de ITH.

Para el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, Juan Molas, la firma de este acuerdo supone "abrir una nueva ventana para financiar la innovación y la tecnología en el sector hotelero español, que tan necesitado de encuentra de apoyos financieros y económicos para enfrentar los desafíos actuales".

Por su parte Blanca Montero Corominas, Subdirectora General de Banco Sabadell considera que la colaboración con ITH pretende ofrecer a las empresas hoteleras un catálogo completo de productos y servicios específicos que les permita la financiación de proyectos de eficiencia energética, renovación de equipos, adaptación de imagen corporativa, en definitiva, un apoyo decidido a la innovación y sostenibilidad del sector turístico.

Por otro lado, la propuesta de valor se completa con productos enfocados al desarrollo tanto nacional como internacional de las empresas turístico-hoteleras.

Planes de Eficiencia Energética llave en mano

Uno de los principales atractivos de este convenio es que, gracias a esta línea de crédito, ITH y Banco Sabadell estudiarán y desarrollarán planes de Eficiencia Energética "llave en mano", en modalidad de renting, de los que se podrán beneficiar todos los participantes en proyectos piloto del Programa Hotel Sostenible de ITH.



(De izq. a der.) Juan Molas, de ITH y CEHAT; Blanca Montero y Jose María Martín-Rigueiro, de Banco Sabadell, formalizaron el acuerdo.

ITH AVANZA CON LOS PROYECTOS PILOTO EN SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Monitorización y control (Schneider Electric), bombas circulatorias (Grundfos) y climatización eficiente (Grupo CIAT)

Con el objetivo de mejorar la calidad y la cantidad de información disponible en materia de eficiencia y sostenibilidad, ITH ha puesto en marcha, en el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética, el Programa Hotel Sostenible, que integra una serie de tecnologías y equipamientos que, aplicados a un hotel, pueden conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. En 2013 se ha avanzado en la ejecución de varios proyectos, entre los que destacan los impulsados por Grundfos y Schneider Electric; y se ha concluido el proyecto de climatización eficiente, llevado a cabo con Grupo CIAT.

Optimizar el bombeo en hoteles puede ahorrar hasta un 60% en el consumo eléctrico de estos equipos, claves en el ciclo del agua del hotel. Por esta razón **ITH y Grundfos ampliaron el piloto de bombas circuladoras con equipos de última generación en el mes de noviembre, para incluir opciones de bombeo de última generación, más eficientes y probadas en escenarios de rendimiento muy exigentes,** como la industria y el retail.

El piloto "Optimización del Rendimiento y Ahorro Energético en Sistemas de Bombeo para Hoteles" permite a los hoteles participantes incorporar, a precios especiales, los equipos de la línea MAGNA3 de Grundfos, de probada eficacia en otros establecimientos internacionales, que han logrado recortar el consumo eléctrico de sus equipos en un 80%.

Con este proyecto, ITH y Grundfos ofrecen a los hoteles participantes tecnología de última generación, que cumple los requerimientos técnicos de la nueva directiva comunitaria a este respecto. El piloto incluye, como novedad, mejoras de la línea MAGNA3 con bombas que disponen del mejor coeficiente de eficiencia energética, lo que garantiza tiempos de retorno de la inversión más reducidos y que incorporan nuevas utilidades como por ejemplo el contador de energía y el limitador de caudal hidráulico entre otras aplicaciones que simplifican la instalación y reducen los componentes de la misma; estas y otras utilidades de la gama MAGNA3 son controladas a través de dispositivos móviles.

Los equipos que se probarán en este piloto no sólo consiguen reducir el consumo energético, e incrementar los ahorros en sus costes fijos, sino que, además, ayudará a reducir el consumo de CO2 y, por tanto, a minimizar la huella de carbono. De hecho, han sido ya probadas en escenarios de rendimiento muy exigentes, como distintas instalaciones del sector terciario; hospitales, colegios e instalaciones deportivas entre otras y una cantidad representativa en el sector residencial donde los excelentes resultados obtenidos están siendo ponderados por los distintos profesionales del sector.

Por su parte, **en septiembre, ITH relanzó el Proyecto de Control para la Gestión Técnica-Energética en Instalaciones Hoteleras, que lleva a cabo en colaboración con Schneider Electric. Este piloto da la oportunidad a los hoteles de instalar el sistema de monitorización y control SmartStruxture,** con ventajas especiales para los socios de ITH, que **da lugar a ahorros de hasta el 30% de los costes de explotación de los establecimientos que participan en este estudio.** El proyecto piloto está abierto a hoteles de dos, tres y cuatro estrellas, de en torno a 100 habitaciones, en los que se implantará esta solución y se medirán los resultados obtenidos, para elaborar un caso de estudio que se difundirá en toda la industria hotelera.

Climatización eficiente: ahorros de casi el 50%

En el reparto de consumos energéticos típico de un establecimiento hotelero, y asumiendo que en función de factores como la ubicación o el periodo de apertura se pueden dar diferencias relevantes, la climatización y la producción de ACS representan, conjuntamente, más del 50% de la energía consumida por el hotel.

Puesto que tanto **la tendencia de los costes de electricidad y gas de los últimos años, como la que razonablemente se puede adelantar en estos momentos, es invariablemente ascendente, y estos establecimientos son grandes consumidores, es adecuado plantear mejoras tendentes a limitar el consumo energético y reducir su gasto asociado,** contribuyendo así al mantenimiento o consecución de la mejor posición competitiva posible.

Además, la aplicación del reglamento 1005/2009 sobre las sustancias que agotan la capa de ozono, que impedirá la utilización de refrigerante R22 desde el 01/01/2015, y la reciente Ley 16/2013 sobre medidas de fiscalidad en materia medioambiental, que pone en vigor un impuesto sobre los refrigerantes desde el 01/01/2014, hacen más necesaria que nunca la renovación de equipos frente al retrofit.

Con el objetivo de responder a las necesidades que se plantean en los hoteles ante este escenario, ITH y CIAT pusieron en macha, en 2011, el proyecto "Sustitución de la producción de climatización con opción de recuperación de calor", que concluyó su fase de evaluación y análisis de datos en el segundo semestre de 2013. El proyecto tenía como cometido demostrar el potencial de mejora de la eficiencia energética y la reducción de su factura asociada en climatización y producción de ACS, para lo que **se llevó a cabo la sustitución de equipos de producción de climatización en dos hoteles de la cadena menorquina Artiem Fresh People Hotels (Hotel Capri y Hotel Audax), por enfriadoras-bombas de calor con la más alta clasificación energética de su categoría** (clase B); y además, se probó un circuito opcional de recuperación de gases calientes que produce agua caliente gratuita para su utilización en ACS (en el hotel Audax).

La actuación en ambos hoteles ha sido un éxito rotundo, con reducciones del consumo energético que van del 33,7% al 47,3% en función de la aplicación instalada. Dado que los equipos retirados precisaban bien sustitución o bien reparación profunda, la decisión de renovarlo fue la más acertada, a la luz de los resultados y del retorno de la inversión. Con este cambio, el equipamiento se ajusta a las necesidades actuales, reduce y concentra las necesidades de mantenimiento; permite intensificar el uso de un tipo de energía, lo que abre la puerta a la renegociación de precios unitarios con el proveedor, y se consiguió reducir significativamente la contaminación acústica.

EL CANAL DE SOSTENIBILIDAD DE INTELITUR PONE EN MARCHA SU HERRAMIENTA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Difusión y lanzamiento del Canal de Sostenibilidad de Intelitur

2013 es el año en el que la Herramienta de Autodiagnóstico de Eficiencia Energética del Portal Intelitur se puso a disposición de los hoteles. Su desarrollo técnico, a cargo de ITH, está disponible de forma gratuita en www.intelitur.es. También durante este año, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Turespaña, e ITH, presentaron la herramienta y sus utilidades en varios talleres prácticos celebrados en mayo, en Oviedo, Zaragoza, Alicante, Toledo, Valencia y Las Palmas; y los resultados del estudio sobre eficiencia energética en el turismo de Andalucía, elaborado a partir de las auditorías hechas a empresas del sector en el marco del proyecto Intelitur

El Consejo Superior de Cámaras de Comercio y Turespaña lanzaron oficialmente, en abril de 2013, la **"Herramienta de Autodiagnóstico Energético y de Agua" del Canal de Sostenibilidad del Portal Intelitur, aplicación desarrollada por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), que permite a los establecimientos turísticos realizar una evaluación de su rendimiento energético a través de un sistema tutorizado.**

La información sobre los contenidos del Canal de Sostenibilidad de Intelitur y de la Herramienta de Autodiagnóstico y el sistema de apoyo tutorizado, fue explicada por Manuel Clar, en representación de ITH, **en demostraciones prácticas celebradas durante el mes de mayo en Oviedo, Zaragoza, Alicante, Toledo, Valencia y Las Palmas. Coralía Pino, del Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética del el Instituto Tecnológico Hotelero, y Manuel Clar, aprovecharon su participación en el III Congreso Nacional de Innovación en el sector hotelero de la Unión Hotelera de Asturias** (celebrado en Oviedo, en noviembre de 2013), **para explicar cómo pueden los alojamientos ahorrar energía y ser más sostenibles, y cómo puede la herramienta de Intelitur contribuir a este objetivo.**

El objetivo del portal **"Intelitur, Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística del Consejo Superior de Cámaras de Comercio", es ayudar a los empresarios turísticos a innovar y ser competitivos, a través de conocimiento, la tecnología y la innovación, ofreciendo servicios específicos para pymes y empresas españolas y al resto de agentes relacionados con el turismo**. La plataforma, gestionada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de Turespaña, y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, cuenta con la financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

¿Son eficientes los hoteles andaluces? Intelitur responde

Finalmente, **en diciembre de 2013, se presentó el Informe de Eficiencia Energética del sector turístico de Andalucía, elaborado a partir de las auditorías elaboradas para el proyecto Intelitur.** Según este estudio, los establecimientos con mayores consumos de energía por pernoctación son los hoteles de cinco estrellas (48,79 kWh/pernoctación), casi el doble que los hoteles de tres y cuatro estrellas (27,10 kWh/pernoctación), aunque la media de categoría es inferior a la media de los hoteles europeos. Los hoteles de tres y cuatro estrellas son los menos eficientes en consumo de agua, aunque los resultados son mayores que la media europea.

La principal conclusión que arroja este estudio es que las categorías que ofrecen las mayores oportunidades y posibilidades para la implantación de medidas de ahorro de energía son los hoteles de una a dos y de tres a cuatro estrellas, con grandes potenciales de ahorro, que aumentarán en función del plan de gestión energética que pongan en marcha.

ITH AMPLÍA LA LISTA DE SOCIOS EN MATERIA DE EQUIPAMIENTO Y GESTIÓN SOSTENIBLE

Seis nuevas empresas y entidades se suman a ITH en 2013

Jaga, multinacional pionera en el desarrollo de sistemas de calefacción y renovación de aire que combinan diseño y sostenibilidad; la firma de origen belga ACV, especialista en la fabricación de sistemas de agua caliente y calefacción de alto rendimiento; Italsan, compañía especializada en la fabricación de sistemas eficientes para canalización de fluidos con materiales termoplásticos; Inova Ingenieros, expertos en consultoría energética para hoteles y edificios de grandes colectivos; la Iniciativa de Turismo del Arrecife MesoAmericano (MARTI); y Philips, empresa tecnológica diversificada en el negocio de la salud y el bienestar, se han convertido, a lo largo de 2013, en socios y colaboradores de ITH, para llevar a cabo proyectos comunes en el área de sostenibilidad y eficiencia energética.

El Instituto Tecnológico Hotelero dio en 2013 la bienvenida a nuevos socios y colaboradores, interesados estudiar el impacto de tecnologías eficientes, sistemas innovadores, equipamiento sostenible, y estrategias de gestión y planificación de la sostenibilidad turística y hotelera.

Así, **en marzo de 2013, se formalizaron la asociación de Philips a ITH, y la firma de un convenio de colaboración con la Iniciativa de Turismo del Arrecife MesoAmericano (MARTI por sus siglas en inglés).** Philips se asoció a ITH con el objetivo de poner en marcha un proyecto piloto destinado a implantar iluminación eficiente LED y probar su rendimiento en una serie de hoteles españoles de diversas tipologías, que podrían ahorrar hasta un 90% de la energía, si además se incluyen sistemas de control, con plazos de recuperación de la inversión muy cortos.

En el caso de MARTI, el acuerdo prevé compartir el conocimiento y la experiencia que ambas entidades gestionan y promueven en materia de turismo sostenible, gestión medioambiental de destinos turísticos, y equilibrio entre los recursos naturales y la oferta turística. Esta entidad reúne a una serie de socios y entidades vinculadas a los sectores ambiental, privado y público, con el objetivo de diseñar acciones, políticas y planes integrales que aseguren y protejan las riquezas naturales que cada año atraen a millones de turistas a la región del Arrecife MesoAmericano, conservándolas y preservándolas para el beneficio de las generaciones presentes y futuras, y en el mayor interés de todos los grupos de interés, incluyendo la industria turística.

Nuevos socios para diseñar el ciclo eficiente del agua

Por otra parte, **los nuevos socios tecnológicos de ITH son figuras clave en el desarrollo del esquema del ciclo eficiente del agua en hoteles,** esto es, el proceso desde que se bombea y calienta el agua hasta que llega al usuario final.

De esta forma, **Jaga con más de 50 años de experiencia en tecnología de calefacción, refrigeración y ventilación se convirtieron en socios de ITH en junio de 2013,** con el objetivo de estudiar el impacto que, en los hoteles españoles, tienen las nuevas tecnologías de calefacción sostenible y calidad del aire, tanto desde el punto de vista de la eficiencia energética como de los niveles de confort de los huéspedes.

Fruto del trabajo conjunto, **en octubre de 2013, ITH y Jaga publicaron la Memoria Técnica de Calor Eficiente y Calidad del Aire,** que incluye propuestas de alto valor tecnológico destinadas a optimizar los sistemas de calefacción de los establecimientos y a mejorar las condiciones de aire interior, y demuestran que el diseño (fundamental para la estética y la experiencia de cliente en los hoteles) no están reñidos con la innovación y la I+D. Este manual técnico aborda dos tipos de









De arriba a abajo y de izq. a der.: El director general de ITH firmó los convenios y asociaciones de los nuevos socios con Thomas Meller, director de MARTI; Jerry Vinkesteyn, director general de Jaga España; Rafael Ferradáns, director general de ACV; y Miguel Ángel Garrido, director comercial de Italsan.

tecnologías, sistemas de calefacción de respuesta instantánea, y equipos de renovación de aire interior, descentralizados y sin conductos.

Con el objetivo de mejorar el diseño y la ingeniería de instalaciones de los edificios destinados a usos hoteleros, tanto en proyectos de nueva construcción como de rehabilitación, **Innova Ingenieros se convirtió en miembro de ITH, también en octubre de este año, tras participar en el proyecto piloto de climatización eficiente impulsado por Grupo CIAT e ITH, en colaboración con Artiem Fresh People Hotels. ITH e Innova promueven el uso razonable y eficiente de la energía y los recursos como el agua, por parte del personal y los clientes, para optimizar los consumos sin afectar al servicio,** prioridades que los hoteles españoles deben asumir para mejorar en materia de gestión energética y sostenibilidad.

Posteriormente, **en noviembre de 2013, fue el turno de ACV, especialistas en el desarrollo de sistemas de ACS por acumulación,** una nueva tecnología para producir agua caliente especialmente indicadas para instalaciones de alto rendimiento, como industriales, hospitalarias y hoteleras, que deben equilibrar eficacia y confort. Desde su asociación, ACV e ITH estudian, en el marco de su asociación, posibilidades de los sistemas de semi-acumulación y generadores semi-instantáneos para ACS, más eficientes, sostenibles y fiables, y de dimensiones más reducidas.

Para cerrar el año, **en diciembre de 2013, Italsan se incorporó a ITH para evaluar la efectividad de las tuberías eficientes, fabricadas con materiales termoplásticos, más resistentes y sostenibles,** con una mayor vida útil y menores pérdidas térmicas, que contribuyen no sólo a reducir el consumo energético en los sistemas de bombeo, sino también a mejorar el ciclo de gestión del agua en los hoteles, lo que contribuye a la gestión eficiente del agua en edificios complejos y con demandas continuas de este recurso, como los hoteles.



“Tenemos la suerte de recibir miles de inputs de nuestros clientes constantemente. La innovación está en buena parte de ellos, es una demanda del cliente que se convierte en nuestro verdadero departamento de I+D.

Abramos los ojos, agudicemos los oídos y quitemos el freno a reconocer la necesidad de mejorar.

Las nuevas tecnologías nos ayudan a implementar cambios ágiles y continuos que nos permiten hacer lo que el cliente nos pide: Evolucionar con ellos”.

RAMÓN SOLÁ
CEO DE BED4U HOTELS



En el nombre de la INNOVACIÓN

BRUNO HALLÉ Y ALBERT GRAU

Socios Directores de Magma Hospitality Consulting

La industria hotelera ha demostrado en los últimos años que está abierta a la innovación y que ésta es un factor clave para aumentar la rentabilidad de los establecimientos, ya que genera opciones de mayor valor añadido que, por un lado, aumentan la satisfacción del cliente y, por otro, los ingresos del hotel. La innovación hotelera debe aplicarse a cualquier aspecto que afecte a la experiencia del consumidor desde el momento de la reserva y que se prolonga más allá de cuando finaliza su estancia.

La gran revolución de los últimos años han sido las OTAs, las Online Travel Agencies, los metabuscadores como kayak.com, que optimiza búsquedas de precios, o priceline.com, que realiza búsquedas opacas, donde el usuario puede solicitar al buscador que le avise cuando haya un hotel libre en un lugar y fecha concreta a la tarifa que el cliente ha definido previamente. Otras más recientes presentan formatos más transgresores como ByHours, que permite reservar una habitación de hotel por horas, ofreciendo una rentabilidad añadida al hotel en horas muertas. O, Hall St., que convierte al usuario en vendedor de su propia reserva de hotel a otros cuando este no puede acudir.

Como demuestran estos ejemplos, estamos ante el gran momento del consumidor, con una tendencia clara hacia la compra online y de carácter impulsivo. Por ello las buenas estrategias de innovación deben orientarse hacia el cliente, pensar en él en un sentido amplio para proporcionarle una experiencia diferenciada.

Los hoteles deben aplicar más tecnología, no sólo como medio de adaptación a este nuevo escenario, sino también como medio para ahorrar costes y diferenciarse, empleando la tecnología para optimizar procesos, usando, por ejemplo, sistemas automáticos de check-in y check-out, entre otros.

Como valor añadido, dentro de esta línea experiencial encontramos el caso de RoomMate Hotels, que ofrece a sus clientes la posibilidad de tener acceso WiFi fuera del hotel a través de un dispositivo portátil; y que, en breve, dispondrá de un proceso completo de reserva, check-in y check-out, con MICROS Opera Mobile. El ahorro energético también es un punto estratégico para un hotel, en donde la tecnología será el gran aliado capaz de buscar la eficiencia energética del establecimiento.

Por otro lado, el personal que trabaja ahora en un hotel debe de tener un perfil tecnológico y estar al día. No en vano, hemos visto como un perfil considerado de poca importancia o inexistente hasta hace algunos años, como el Yield y Revenue Manager -persona que orienta al hotel hacia el mejor precio canal-, ahora es estratégico y puede formar parte del comité de dirección que apoyados con herramientas como ReviewPro (para la información cualitativa) y Beonprice (para la cuantitativa) tienen herramientas para tomar las mejores decisiones.

Gestión de reservas

Una de las mayores dificultades para un hotel es gestionar la multitud de canales de distribución online en los que está presente. En este sentido, es necesario adaptar las centrales de reservas, controlar y gestionar las OTAs a través de los Channel Manager Systems, que permiten vincular todos los canales de distribución en los que está presente el hotel con su stock de habitaciones y precios. Y dentro de este entorno online, el hotelero debe gestionar su reputación online, tanto la cualitativa como la cuantitativa.

No se ha salvado nadie, hasta los grandes operadores han tenido que mudarse al online para adaptarse a la nueva demanda que cada vez va a ser más exigente y más conocedora del entorno digital. Deben estar preparados para recibir a generaciones como los Millennials, los futuros consumidores de todo y a los que el sector hotelero deberá atender y satisfacer también sus necesidades.

LOS HOTELES DEBEN INVERTIR EN TECNOLOGÍA QUE ENGANCHE AL CLIENTE

ITH invita a firmas tecnológicas de primer nivel y cadenas hoteleras innovadoras a HOREQ 2013

Los huéspedes demandan alojamientos que combinen el mejor precio posible, conectividad y experiencias únicas, y en este sentido, el equipamiento tecnológico puede contribuir a cumplir con las expectativas de los clientes. La tecnología debe enganchar y sorprender a los huéspedes, y para decidir en qué equipamiento se debe invertir, los hoteles deben considerar cuál es la experiencia que buscan sus clientes, para adaptar sus instalaciones a esta demanda, de una forma rentable y sostenible. Esta es la principal conclusión Tecnhoreq & KnowHow, sección dedicada a analizar el potencial de las nuevas tecnologías y el equipamiento innovador en la gestión hotelera, organizada por el Instituto Tecnológico Hotelero en el marco de la feria HOREQ, celebrada a finales de noviembre de 2013 en la Feria de Madrid.

La edición de 2013 de HOREQ, Soluciones para la Hotelería, Restauración y Colectividades, tenía como objetivo incluir nuevas temáticas que permitieran ofrecer a los asistentes a este evento las soluciones necesarias para abordar el nuevo futuro y al nuevo consumidor, evaluando cómo el equipamiento contribuye a mejorar la competitividad y rentabilidad de los hoteles.

Invertir en equipamiento tecnológico es, a día de hoy, clave para que los hoteles sean más competitivos; y es que en la medida en que estas **nuevas soluciones mejoren el servicio, optimicen los procesos y hagan más rentable y fácil la operativa, más justificada estará la inversión, que ayudará a consolidar la imagen de marca, a posicionar y a diferenciar al hotel en un mercado competitivo y cada vez más exigente.**

Con esta filosofía en mente, ITH se encargó de preparar el programa de esta nueva sección de la feria de equipamiento por excelencia en Madrid, que contó con la presencia del célebre arquitecto Joaquín Torres, reconocido interiorista que explicó la importancia de integrar diseño, equipamiento y arquitectura en los hoteles para ofrecer experiencias irrepetibles a los huéspedes en los hoteles.

El programa **de Tecnhoreq & KnowHow, de dos días de duración, incluía novedades tecnológicas en equipamiento y las nuevas propuestas de diseño, arquitectura y gestión hotelera; y casos de éxito de hoteles que han utilizado el equipamiento y la planificación de espacios para mejorar su competitividad,** diferenciarse y garantizar su rentabilidad, como Uhostels, CHIC&BASIC, Bed4UHotels, o Twentytú Hi-Tech Hostel.



(De izq. a der.) Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; el arquitecto Joaquín Torres (A-cero); y Raúl Calleja, director de la feria HOREQ.



(De izq. a der.) Gonzalo Díe, director de Desarrollo y Plataformas de Microsoft Iberia; Sergio Foncillas, Hospitality Display Account Manager en Samsung; Ramón Solá, CEO de Bed4UHotels; y Hugo Bertrand, CEO de CHIC&BASIC; durante su intervención en Tecnhoreq & KnowHow.

HOREQ
SOLUCIONES PARA LA HOTELERÍA, RESTAURACIÓN Y COLECTIVIDADES



HOREQ 2013 dedicó una sección especial a analizar el equipamiento hotelero como parte de la experiencia de cliente.

De la gestión a la experiencia de cliente

La primera jornada se dividió en dos sesiones. Por la mañana, se abordó el Equipamiento al Servicio de la Experiencia, con la ponencia inaugural de Joaquín Torres de A-cero; y repasando las experiencias de alojamientos tecnológicos como Uhostels, asuntos que se analizaron en la mesa redonda en la que intervinieron **Álvaro Hinojosa, CEO de Uhostels; Hugo Bertrand, CEO de CHIC&BASIC; Ramón Solá, CEO de Bed4UHotels; Gonzalo Díe, director de Desarrollo y Plataformas de Microsoft Iberia y Sergio Foncillas, Hospitality Display Account Manager en Samsung.**

La tarde se centró en cómo combinar diseño y equipamiento hotelero en la gestión eficiente de un hotel, y contó con intervenciones de **Jesús Herrero, gerente Mercado Turismo en Tecnalia, Javier Peso, CEO de la firma de tecnología biométrica Paytouch; José Ángel Álvarez, de micros; Jordi Montañés, de Silestone Institute; José Antonio del Castillo Martínez, director de Desarrollo y Calidad de Grupo VIPs; Horacio Alcalá, International Development Director de Travelodge; Víctor Fernández, director general de RoomMate Hotels; y Borja Calle, Senior Consultant en Telefónica.**

Tecnología para la sostenibilidad

La segunda jornada se dedicó a la tecnología como aliado en la gestión sostenible de los hoteles. De esta forma, por la mañana, en la sesión Sostenibilidad en el Equipamiento como Valor de Ventas, ponentes como **Susana Saiz, Associate Architect LEED BD+C Sustainability & Energy Consultant; Ignasi Uñó, de Twenty Tu; José Luque, CEO Fuerte Hoteles; José María de Juan, director de Koan Consulting; José G. Díaz Montañés, CEO de Artiem Fresh People Hotels; Patricia Laplana de BREEAM España y Nuria Díaz, Architect and Sustanaibility Consultant de PEP Passivhaus,** explicaron las claves para abordar proyectos hoteleros sostenibles, contando con aspectos como el diseño, la gestión de proyecto en obra nueva y rehabilitación, y las certificaciones sostenibles.

Finalmente, la tarde se dedicó a descubrir los "Hot Spots" o Puntos críticos de Ahorro en el Equipamiento de un Hotel, de la mano de expertos como **Josep Escolano, director de Projectos Innovadores de la Fundación b_TEC; Ramón Fernández, director de Instalaciones de RoomMate Hotels; Bruno Hallé, socio director de Magma Hospitality Consulting; José Antón, responsable de Mantenimiento del hotel Gran Meliá Fénix; Mariano Garrido, de Jaga Center Madrid; Juan Manuel García, responsable Eficiencia Energética en AENOR; Javier Orellana, Business Developer Advanced Services Energy Efficiency en Schneider Electric; y David Albertín, Development Manager de Philips Lighting.**

DE LA TRADICIÓN A LA MODERNIDAD

Master Class sobre Tecnología y Hospitality para Paradores

Paradores forma parte de la historia del turismo español, y desde su creación, en 1926, ha visto pasar hechos de gran trascendencia social y económica, y se ha mantenido en pie, creciendo y replegándose al ritmo de los vaivenes del turismo español. Presentes en todas las comunidades autónomas,excepto Islas Baleares, en su mayoría, en edificios de interés histórico-artístico, tales como castillos o monasterios, que han sido debidamente rehabilitados para usos hoteleros, es una empresa hotelera que, como sus competidoras, se enfrenta a los desafíos del mercado turístico actual.



Por esta razón, en febrero de 2013, Paradores reunió a los miembros de su equipo ejecutivo para anticipar y debatir sobre el horizonte del mercado turístico en el año 2020. A esta cita acudió **Ramón Estalella, secretario general de CEHAT y de ITH, para ofrecer una Master Class, en la que explicó los fenómenos que influyen e influirán en la industria turística,** que clasificó en cuatro categorías: económicas, del entorno, sociales y tecnológicas.

En el ámbito económico, Estalella insistió en el protagonismo que gana progresivamente el turismo sostenible, y mencionó que **el modelo *low cost* y las economías de escala han creado una sobreoferta considerable,** lo que ha dado la entrada a nuevos competidores, y exige por parte de las empresas un esfuerzo por diferenciarse. Por otra parte, hizo hincapié en la homogeneización de normativas en Europa, en la idea de que los precios dejan de estar en manos de los empresarios para estar en relación con el valor del dinero, y en el **aumento del *outsourcing*, especialmente en tareas que no constituyen el core business de los hoteles.**

Respecto al entorno turístico, las tendencias están relacionadas con nuevos mercados y nichos; por ejemplo, el mayor protagonismo de destinos y viajeros provenientes de países emergentes, las nuevas fórmulas de alojamiento y de intermediación no profesional vinculadas a **la economía colaborativa, la concentración de la intermediación, y la globalización de mercados** que genera oportunidades en nichos muy especializados.

En cuanto al ámbito social, Estalella subrayó nuevos hábitos sociales han influido en el turismo, como las **vacaciones más frecuentes y cortas** (el formato city break), y el cambio de estructuras sociales, que conlleva **poblaciones más envejecidas, familias monopartentales, o parejas trabajadoras sin hijos (dinkis), y un mayor protagonismo de la mujer en la toma de decisiones de compra de viajes.** La oferta turística es cada vez más variada y flexible, y **la experiencia se customiza al máximo: todo esto es posible gracias a la capacidad de los viajeros de acceder a múltiples canales a la vez.**

Es la tecnología la que ha dado lugar a muchos de estos cambios, con la irrupción de internet, que ha traído y traerá cambios en los usos sociales, **nuevos dispositivos y nuevas formas de relacionarse con el entorno,** fenómeno que influye directamente en la forma en que los viajeros experimentarán los destinos en los próximos años.

INNOVACIÓN HOTELERA MÁS ALLÁ DE NUESTRAS FRONTERAS

ITH participa en HOTELGA 2013

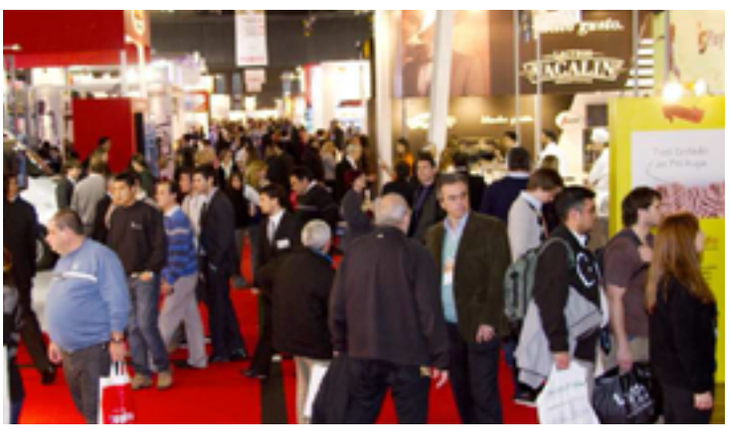
En septiembre de 2013, el Instituto Tecnológico Hotelero fue invitado por la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT), socios de ITH, a participar en HOTELGA - XI Encuentro Anual de la Hotelería y Gastronomía, el principal encuentro comercial de la actividad hotelera y gastronómica en Argentina, al que todos los años asisten gerentes directivos, profesionales, pertenecientes al sector hotelero y turístico de este país. Tras el anuncio por parte de AHT de la creación del ITH de Argentina, en junio de ese año, AHT e ITH estrecharon sus lazos en este evento, en el que mostraron los valores, objetivos y desafíos que ambas entidades comparten.

El Instituto Tecnológico Hotelero de Argentina, creado a imagen y semejanza de ITH, nace con los objetivos de promover nuevos proyectos de investigación que faciliten la progresión y la gestión del conocimiento; el impulso de nuevos modelos y soluciones de negocio que propicien la sostenibilidad; la viabilidad medioambiental de los establecimientos; el desarrollo y la formación de los profesionales de los hoteles argentinos, así como la implantación de tecnologías turísticas y software de comunicación, información y distribución hotelera de última generación.

Precisamente, **la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y el marketing fueron temas que centraron la atención de los visitantes de esta feria,** que tuvo lugar en La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires, y en la que participaron 223 expositores (219 nacionales y cuatro extranjeros) y 26.160 visitantes (25.086 nacionales y 1.074 extranjeros). **HOTELGA 2013 fue organizada por AHT, FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina) y Ferias Argentinas S.A. (empresa que también organiza la Feria Internacional de Turismo –FIT).**

El evento incluyó **cinco áreas:** la **XI Feria Internacional de Equipamiento, Productos y Servicios para la Gastronomía y Hotelería,** el **Gran Foro del Conocimiento, Innovación Tecnológica,** nueva sección de la feria, el **Concurso Nacional al Mejor Proyecto de Hotelería Sustentable en Argentina,** que acogió los premios Hoteles Más Verdes de AHT, cuyo desarrollo y contenido está basado en el programa Hotel Sostenible de ITH; y el **Torneo Nacional de Chefs.**

Precisamente, **en el Gran Foro del Conocimiento, que acogió 14 conferencias realizadas por expertos en los temas más relevantes del sector, participaron Jorge Vallina Crespo, director de Sostenibilidad y Turismo FORMAGRUPO Internacional; y Jesús Gatell, vicepresidente de ITH,** que disertó sobre la innovación en el sector hotelero aplicada al marketing en el siglo XXI.



HOTELGA es la feria de equipamiento hotelero más importante y concurrida de Argentina.

GESTIÓN DE ACTIVOS HOTELEROS, COMPETITIVIDAD Y COSTES

Jornadas y Estudio Facility Management en el Sector Hotelero, de Claro Sol, ITH y UPM

En junio de 2013, Claro Sol Facility Services organizó, en colaboración con la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) e ITH, la mesa redonda sobre Facility Management en el Sector Hotelero, en la que expertos como Sergio Vega, director del "Curso de Gestión de Inmuebles y Servicios – FM" de la UPM; Sofía Figueiredo, investigadora en proyectos de IFMA Foundation; Rodrigo Martínez, jefe de Proyectos de Operaciones Hoteleras de ITH; David Martínez, miembro del consejo de IFMA Foundation; y Javier Díaz-Barceló, director General de Claro Sol Facility Services, analizaron el potencial del Facility Management en el sector hotelero, los retos de futuro en cuanto a ahorro de costes de mantenimiento y servicios auxiliares o la mejora de la competitividad y satisfacción del cliente final.

Durante este encuentro se presentó **el informe Facility Management y Sector Hotelero en España, que resume los datos más relevantes y las conclusiones de un estudio monográfico elaborado por Claro Sol Facility Services y la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid (ETSMA)** con motivo de la presentación del Aula de Facility Managment promovida por la ETSMA y patrocinada por Claro Sol Facility Services.

El estudio muestra el panorama actual del FM y la gestión de inmuebles y servicios asociados, en tres grandes bloques de análisis: el potencial del FM en la optimización del sector, la mejora de la calidad, desde el punto de vista de las percepciones y preferencias de los clientes, que puede conseguir el FM; y los retos de futuro de esta disciplina, incluyendo la irrupción de la tecnología para la gestión y control, las nuevas demandas y necesidades, y la profesionalización.

Del FM al Facility Service: ahorros operativos y de costes

Según este informe, **el Facility Management permite a los hoteles disfrutar de una gestión integrada y externalizada que puede resultar determinante para los resultados y el éxito del hotel.** Aunque la tendencia es hacia la externalización de servicios (Facility Service, FS), que adquiere especial relevancia en la optimización de costes en los últimos años, priorizando especialmente los servicios de mantenimiento, limpieza, seguridad y jardinería; el concepto de Facility Management todavía es incipiente. En España es más conocido, pero **sólo un 15% de los hoteles consultados disponen de un departamento específico, pero desde la externalización de servicios avanzan gradualmente hacia planteamientos alineados con los principios de Facility Management.**

De esta forma, el outsourcing de servicios o Facility Services han generado ahorros de costes de mantenimiento, limpieza y servicios auxiliares en varios hoteles evaluados para este estudio de entre un 12 al 15 %, incluyendo en esta partida los ahorros correspondientes a la externalización en los costes de personal.

Tanto en el caso del FM como del FS, **se trata de mejorar la eficiencia en un área que resulta especialmente sensible en la operativa diaria de los hoteles y que repercute directamente en la percepción de calidad de los clientes.**

REVENUE MANAGEMENT: LA ALQUIMIA DE LA DISTRIBUCIÓN HOTELERA

Clausura del IV Curso Universitario "Experto en Revenue Management"

El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz fue invitado, por la Universidad Rey Juan Carlos, al acto de clausura del IV Curso Universitario Experto en Revenue Management, celebrado en septiembre de 2013; evento presidido por Pilar Talón Ballesteros, vicedecana de Extensión Universitaria, Prácticas Externas y Política Social de la Facultad de Ciencias del Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos; Ignacio Catalán, vicepresidente de AC Hotels by Marriott; y el director general de ITH. El *Revenue Management* es una especialidad novedosa, transversal y con gran proyección de futuro en el sector hotelero, muy demandada y necesaria en un mercado cada vez más complejo, en el que intervienen múltiples factores que hacen variar tarifas, ofertas y clientes.

El ***Revenue Management*** es una disciplina fundamental para la gestión hotelera moderna, cuyo principal objetivo es maximizar los beneficios de un hotel ofreciendo la habitación correcta al cliente correcto, en el momento adecuado a un precio correcto para la fecha correcta. En un **mercado en constante evolución, en el que las tecnologías, los usos y las costumbres de los clientes, y las herramientas de gestión cambian y mutan de forma vertiginosa,** es fundamental comprender el alcance y la utilidad del *Revenue Management*, y formar a los mejores profesionales en esta especialidad, lo que puede marcar la diferencia en beneficios y en ingresos hoteleros.

Precisamente, la Universidad Rey Juan Carlos se ha dado a la tarea de preparar a los profesionales del turismo de nuestro país en esta disciplina, en el Curso Universitario "Experto en *Revenue Management*", que cerró en septiembre de 2013 su cuarta edición, en la que ha formado a expertos que se convertirán en piezas clave del negocio hotelero, y cuyo conocimiento influye no sólo en la política de precios y en el posicionamiento del hotel, sino también en la comercialización, los ingresos y la planificación del negocio hotelero.

El curso, que tiene una duración de siete meses, está dirigido por Pilar Talón y Fernando Vives, Corporate Director de Revenue Management de Melia Hotels International; cuenta con la coordinación profesional de Antonio Gil, Revenue Manager del Hotel Meliá Castilla; Maria Dolores Flecha, responsable del Simulator Game; la coordinación académica de Lydia González, de la Universidad Rey Juan Carlos.

La clausura del curso 2012-2013 se convirtió en una oportunidad para debatir acerca de la importancia de profesionalizar el sector turístico en materia de gestión, tecnología, innovación y comercialización, y plantearse los cambios que esperan al sector en estas áreas.

Durante su intervención, **Álvaro Carrillo de Albornoz, recordó que es necesario que las empresas turísticas españolas cuenten con profesionales con una formación completa y amplia, lo que supone una ventaja competitiva en un mercado laboral exigente y cambiante,** en el que los equipos deben estar preparados para asumir riesgos, digerir los fracasos y redirigir las estrategias corporativas. Contar con los mejores profesionales permitirá a la industria turística incorporar la innovación en sus filosofías de gestión, lo que les permitirá diferenciarse, competir en mejores condiciones y aportar valor al cliente, a la empresa y a todo el sector.

GESTIONANDO LOS PROFESIONALES TURÍSTICOS DEL SIGLO XXI

Innovación, tecnología y formación en turismo

La gestión de los recursos humanos y profesionales de la industria turística española de nuestro tiempo fue el asunto central de dos eventos, celebrados en mayo y junio de 2013 en Madrid, a los que asistió Jesús Gatell, vicepresidente de ITH: por una parte, el Panel Sectorial de Empleo de la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid, cuya misión es poner en relación la demanda empresarial con la oferta profesional en sectores clave de la economía madrileña; y por otra, la mesa redonda Conciliación Familiar y Racionalización de Horarios Laborales, celebrada en el X Salón ExpoFoodService de Madrid, centrada en el equilibrio de horarios para los trabajadores turísticos.

Ambos eventos demuestran que las empresas turísticas se preocupan por mantener la competitividad, y para conseguirlo, deben retener y estimular el talento de sus equipos, conociendo sus activos y comprendiendo el entorno en el que desempeñan su trabajo.

De esta forma, **el Panel Sectorial de Empleo de 2013, celebrado en mayo de 2013, analizó en tres Paneles Sectoriales sobre agroalimentación, cultura y turismo las circunstancias que concurren en la contratación de personal en estas tres áreas claves de la economía madrileña. El Panel Sectorial de Turismo abogó por crear estructuras que trabajen de forma conjunta en atraer viajeros a Madrid,** y concluyó que el empleo en turismo se ha visto afectado por la crisis económica (especialmente en las gamas medias) y el descenso del turismo en la Comunidad de Madrid.

Para combatir estos problemas, el sector turístico madrileño demandó esfuerzos conjuntos en promoción y diseño de productos turísticos en el destino Madrid y alianzas estratégicas dentro del sector para optimizar recursos; recalcó la **necesidad de afinar las habilidades comerciales en toda la plantilla, a través de perfiles más versátiles y especializados, vinculados con la innovación, la tecnología, los idiomas y el marketing online; y recordó la necesidad de ajustar los convenios sectoriales a la actual realidad laboral y económica.**

Conciliación: ¿utopía en el turismo?

La conciliación de la vida laboral y personal es también un tema de debate muy relevante, que representa grandes desafíos para el turismo, con estructuras de horarios pensadas para el servicio a terceros. Este asunto se abordó en junio de 2013, en el X Salón ExpoFoodService de Madrid, en la mesa redonda Conciliación Familiar y Racionalización de Horarios Laborales, moderada por Jesús Gatell, y en la que participaron Jordi Ojeda, director de Rational Time y profesor asociado de la Universitat de Barcelona; Tània Domínguez, responsable de PRL y jurídica del grupo MedPlaya; y Paula Gutiérrez, jefa Nacional de Programación de Cremonini Rail Ibérica.

En la sesión **se presentaron los beneficios cuantitativos y cualitativos de la gestión flexible del tiempo de trabajo en general y de las soluciones Horarios 2.0 en particular, y se presentaron casos de éxito, como el sistema de horarios a largo plazo del grupo MedPlaya,** que les ha supuesto ahorrar un millón de euros en costes de personal (del 2011 al 2012) sin realizar despidos ni ERE.

NUEVOS MERCADOS, NUEVOS TURISTAS, NUEVOS DESAFÍOS

ITH pone en perspectiva la competitividad de los mercados turísticos

La globalización es una excelente oportunidad para la industria turística, y la tecnología y la innovación son catalizadores que facilitan el acceso a nuevos mercados internacionales, reduciendo las barreras de entrada que las empresas debían enfrentar hace 20 años. Pero la aparición de nuevos factores económicos, sociológicos y tecnológicos ha generado nuevos mercados emisores, nuevos marcos legales y han creado reglas de juego desconocidas que las empresas turísticas deben conocer y dominar para poder enfrentarse en igualdad de condiciones a sus competidores. ITH participó en dos eventos, celebrados durante el mes de julio de 2013, en la sede de la Cámara de Comercio de Madrid, en los que se abordaron las claves de estos nuevos escenarios.

El sector turístico en Brasil está llamado a experimentar un fuerte desarrollo y convertirse en uno de los motores de su economía en los próximos años. **Este país está ampliando su infraestructura hotelera para acoger los próximos grandes acontecimientos deportivos internacionales,** como la Copa del Mundo de Fútbol de 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016, que generarán 74.500 millones de euros entre inversiones directas e indirectas, según estimaciones del Instituto Brasileño de Turismo (EMBRATUR).

La **Jornada Negocios en Brasil: Oportunidades para la empresa española en el sector hotelero, organizada por la Cámara Brasil-España** sirvió, precisamente, para explicar cómo los hoteles españoles pueden materializar estas oportunidades aportando su conocimiento y experiencia en un destino en crecimiento.

En encuentro, inaugurado por **Jesús Gatell, vicepresidente de ITH y presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara Oficial de Comercio de Madrid; y por José Gasset, presidente de la CCBE (Cámara de Comercio Brasil-España);** contó con la participación de Murillo Gabrielli, consejero Comercial de Embajada de Brasil en España, Isabel Ariza, coordinadora del Comité Inmobiliario y de Turismo de la CCBE; Jaime Llopis, socio de Cuatrecasas; Ángel Prieto, socio PyA Consultores; Jesús Nuño Santos, director banca de empresas Banco do Brasil; Fernando Aceña, director adjunto del área comercial y desarrollo de negocio COFIDES; y Luis Cruz, director de expansión y desarrollo de HOTUSA Hoteles, cadena que ha iniciado una ambiciosa expansión en territorio brasileño.

Pero si un nuevo destino turístico plantea dudas e interés, también generan preguntas los cambios legislativos vinculados a la competencia en mercados globales. El funcionamiento competitivo de los mercados, regulado por el Derecho de la Competencia es, de hecho, una de las manifestaciones de la libertad de empresa, y **requieren un análisis exhaustivo, especialmente en empresas con presencia en otros países o que concurren en mercados internacionales, como es el caso del turismo.**

Con el objetivo de entender las implicaciones de los reglamentos comunitarios en materia de competencia, la Cámara de Comercio convocó **la Jornada Técnica Competencia y Turismo: reglas del juego; que también abrió Jesús Gatell. De la mano de María Jesús Mazo Venero, subdirectora de Servicios de la Dirección de Investigación Comisión Nacional de la Competencia del Gobierno de España,** los asistentes pudieron conocer los principales factores a tener en cuenta respecto al **derecho nacional y comunitario sobre defensa de la competencia, y su incidencia en el sector turístico.**

¿CÓMO SERÁN LAS HABITACIONES DE HOTEL EN UN FUTURO CERCANO?

ITH Room Xperience by SerranoBrohers

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), en colaboración con el estudio internacional de diseño SerranoBrothers y firmas líderes como Microsoft, Toshiba, Bang&Olufsen, PayTouch, Roca y Guardian Glass, entre otras, mostraron, en el *showroom* incluido en el programa de Fiturtech 2013, cómo la tecnología actualmente disponible puede cambiar radicalmente la experiencia del huésped. ITH Room Xperience es un prototipo de habitación que cualquier hotel puede reproducir en sus instalaciones, y que combina los últimos avances tecnológicos en un revolucionario espacio, que responde a las necesidades del huésped y de la gestión hotelera.

¿Cómo se pueden integrar tecnologías, software, aplicaciones, gadgets y mobiliario de última generación, en un revolucionario diseño de habitación de hotel, capaz de ofrecer una experiencia basada en la conexión, la comodidad y la interactividad? **El Instituto Tecnológico Hotelero se alió con SerranoBrothers y algunos de sus partners tecnológicos, como Microsoft, Toshiba, Bang&Olufsen, PayTouch, Roca, Diente Azul y Guardian Glass, para desarrollar ITH Room Xperience,** que refleja el **programa You Are Not Alone, basado en el modelo de Hotel de Tercera Generación, que no sólo está integrado en todas sus dimensiones de negocio,** sino que además es socialmente responsable con su entorno, medioambientalmente sostenible, hiperconectado e hipereficiente, porque aporta el máximo valor añadido a sus clientes aprovechando todos y cada uno de los recursos tecnológicos que tiene a su disposición.

YANA es la interpretación teórica de ITH Room Xperience, desarrollado por ITH y SerranoBrothers, que desafía las convenciones de las clásicas habitaciones de hotel que todos conocemos, porque pone en contexto tecnología de vanguardia, pensada para **revolucionar la experiencia del huésped y replantearse la gestión del hotel desde la conexión y la proximidad con el cliente, desde cuatro perspectivas:**

• *You are on screen:* Las pantallas son inteligentes; ya no sirven solo para ver, también se tocan, reaccionan, responden, y nos conectan. Ya no son límites: eliminan barreras. **La TV es la nueva ventana del hotel al mundo: en ITH Room Xperience, las pantallas ofrecen información al huésped, pero también alojan sus gustos y preferencias, y le proponen planes, opciones y contenidos.**

• *You are home:* Los sentidos nos definen como seres humanos, nos sitúan y nos dan contexto. Los sonidos, los colores, los aromas y las imágenes nos transportan, nos anclan y nos proyectan. Y nuestra banda sonora personal, nuestra biblioteca multimedia nos acompaña allí donde vamos, y nos hace sentirnos como en casa. **Se trata de conectar al huésped y al hotel de forma sutil, y convertir su habitación en una embajada de su hogar, en cualquier lugar del mundo.**

asesores de relaciones públicas y comunicación · BANG & OLUFSEN · GUARDIAN · KINECT para XBOX 360 · paytouch · Roca · SerranoBrothers · TOSHIBA Leading Innovation



Rodrigo Martínez, jefe de Proyectos del Área de Operaciones Hoteleras de ITH, durante su intervención en la Jornada INMOHOTEL 2013.



ITH Room Xperience explora las posibilidades de la conectividad en hoteles.



Las paredes son pantallas que permiten crear entornos personalizados.

• *You are connected:* Vivimos conectados. A nuestros aparatos, a nuestros dispositivos, a nuestros entornos. Durante el viaje, hay infinitos puntos en los que los turistas conectan con el destino, pero el punto focal, el lugar en el que todo converge es la habitación del hotel. **En ITH Room Xperience, la habitación no tiene paredes: trasciende esta superficie para que el huésped pueda elegir cuando quiere estar sólo, cuando quiere disfrutar de la compañía de sus contactos, cuándo quiere trabajar o cuándo quiere descansar, aprovechando los contenidos que fluyen desde los objetos integrados en este espacio.** Planificar el viaje, recibir sugerencias personalizadas, compartir una experiencia, repasar los detalles de un evento que se celebrará en el hotel, usando los elementos de la habitación, incluso pagar con la huella dactilar, son algunas de las posibilidades que ofrece la tecnología más vanguardista que convierte la conectividad en una parte fundamental de la experiencia del huésped, que no sólo se aloja, sino que comparte su estadía.

• *You are savvy:* Si hay algo que una habitación en un hotel debe ser es un oasis de comodidad, acogedor, sugerente; práctico, pero con un toque hedonista. **No sólo el huésped disfruta de estar como en casa, sino de explorar un espacio que rompe con su rutina, obsequiándole una experiencia única por haber elegido este hotel.**

ITH RX: lanzamiento y actualizaciones

La puesta de largo de ITH Room Xperience fue FITUR 2013 (del 30 de enero al 1 de febrero de 2013), que acogió el showroom, situado en el stand de Fiturtech en la feria. Además, el catálogo completo de ITH Room Xperience se puso a disposición de los visitantes a la feria en la app oficial "ITH Room", descargable desde iTunes y Google Play , diseñada por la firma Dienteazul.

El impacto del proyecto ITH Room Xperience fue enorme, no sólo en el sector hotelero, sino también en los medios nacionales e internacionales: El País, El Mundo, EuropaPress, CNN Travel, Tnooz, Preferente, Hosteltur, Tecnohotel fueron algunos de los numerosos medios que se hicieron eco del proyecto. La repercusión no sólo se tradujo en cobertura mediática, sino también en varios eventos y foros sectoriales.

De esta forma, **en abril de 2013, el Instituto Tecnológico Hotelero participó en la Jornada INMOHOTEL 2013, cita anual sobre el mercado hotelero, turístico y vacacional,** organizada por CESINE Formación y Jornadas, y la revista Metros2, celebrada en el Hotel Mercure Santo Domingo, de Madrid. Durante su intervención, **Rodrigo Martínez, jefe de Proyectos del Área de Operaciones Hoteleras de ITH, abogó por la "aplicación lógica" de la tecnología para contribuir no sólo a la satisfacción del cliente, sino también a la cuenta de resultados de los hoteles,** y explicó cómo ITH y el estudio de diseño SerranoBrothers han plasmado esta idea en el proyecto ITH Room Xperience.

Posteriormente, **en octubre de 2013, y en el marco del I Congreso Edificios Inteligentes, ITH explicó las claves del Hotel de Tercera Generación, el programa orientado a crear un hotel "inteligente",** es decir, un establecimiento en el que las tecnologías más innovadoras integran y optimizan la gestión del hotel en todas sus dimensiones de negocio y aportan valor añadido a la experiencia del cliente.

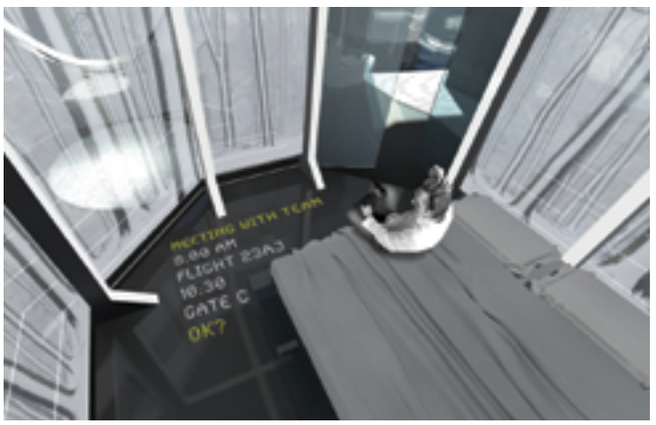
El evento, organizado por la editorial Grupo TecmaRed en Madrid, tenía como objetivos impulsar y promover el uso de los distintos sistemas y soluciones que forman parte de los Edificios Inteligentes en rehabilitación y nueva construcción, difundir y potenciar el conocimiento sobre las temáticas relacionadas con los Edificios Inteligentes para conseguir una edificación más energéticamente eficiente, funcional, segura y accesible, contribuir a reforzar la integración entre los Edificios Inteligentes y la ciudad, y crear un foro multidisciplinar para potenciar la interrelación de los profesionales involucrados en el desarrollo de los Edificios Inteligentes.

Los Edificios Inteligentes son aquellos cuyas instalaciones y sistemas (de climatización, iluminación, electricidad, seguridad, telecomunicaciones, multimedia, informáticas, control de acceso, etc.) permiten una gestión y control integrada y automatizada para aumentar la eficiencia energética, la seguridad, la usabilidad y la accesibilidad. El concepto de Edificio Inteligente es aplicable para todas las tipologías de edificios, razón por la que la organización del congreso invitó a ITH a mostrar el prototipo de hotel conectado a los expertos que participaron en este encuentro profesional.

ITH Room Xperience es un proyecto en constante actualización, que **en 2013 evolucionó su filosofía y las tecnologías asociadas a su desarrollo, con el objetivo de presentar una versión avanzada, que incluye nuevas ideas, integraciones y equipos, y que vio la luz en FITUR 2014.**



El Programa YANA es la base del diseño de ITH Room Xperience.


La tecnología sirve para conectar al huésped con el entorno y el destino.


ITH Room Xperience es un proyecto vivo, que evoluciona y cambia en función de la tecnología y sus usos.

PRESCINDIR DEL PAPEL AHORRA UNA MEDIA DE 19% DEL TIEMPO DEDICADO A LA GESTIÓN DE DATOS EN HOTELES

Proyecto eDocAssistant: El hotel gestionado sin papel de ITH

Prescindir del papel en las tareas administrativas de los hoteles podría reducir una media de hasta un 19% el tiempo dedicado a la gestión de los establecimientos, según datos de eDocAssistant: El hotel gestionado sin papel, estudio presentado en junio de 2013 que ha probado los beneficios económicos y operativos del software eDocAssistant, desarrollado por el Instituto Tecnológico Hotelero, Artiem Fresh People Hotels y Altia, que permite leer y procesar automáticamente los diversos documentos que se reciben en el día a día de un hotel.

El software eDocAssistant mecaniza y almacena la información generada por otros sistemas vinculados a las operaciones del hotel (reservas, *booking position*, *rooming lists*, facturas, albaranes, cartas de pago, movimientos bancarios, etc.), unifica sus formatos para hacerlos más manejables para todos los departamentos del hotel, y reduce los costes asociados a introducir, de forma manual, este tipo de información, lo que permite reducir el tiempo que el equipo dedica a la gestión operativa del hotel.

Según el estudio, que se llevó a cabo entre enero de 2012 y mayo de 2013 en los tres hoteles de la cadena menorquina Artiem Fresh People Hotels, **la gestión de un hotel sin papel permite optimizar las horas de trabajo que el personal clave del hotel, en Reservas, Recepción, Administración y Compras, dedica a labores mecánicas y sin valor añadido, y reinvertirlas en tareas que generen beneficios directos al negocio y mayor satisfacción al personal;** previene errores en el tratamiento de datos, y permite contar con información siempre actualizada sobre áreas sensibles del negocio hotelero.

Software hotelero *Made in Spain*

El software eDocAssistant, desarrollado íntegramente en España, es una solución en la nube, integrable con los programas de gestión hotelera más extendidos, que puede leer, procesar y exportar al PMS/ERP del hotel la información de documentos entrantes en la organización en todo tipo de formatos y desde cualquier origen (correo electrónico, carpeta de documentos, extranet), y que permite compartir tanto la información como los documentos de gestión en toda la organización.

Una de las principales ventajas de esta herramienta es su inmediatez, ya que el sistema está actualizado al minuto, por lo que se eliminan errores y acelera la toma de decisiones. No se produce overbooking en las reservas, se optimizan las ventas y facilita las asignaciones de habitaciones, se eliminan los GoShows y NoShows generados por errores de las reservas; se mejora la gestión de incobrables; se evita la pérdida de documentos (disponibles en la nube y en el sistema eDocAssistant); y se redistribuyen tareas para ofrecer servicios de valor añadido.

El primer "hotel sin papel" de España

Artiem Fresh People es la primera cadena en España que, gracias al software eDocAssistant, se gestiona íntegramente sin papel, lo que ha aumentado su productividad, su posicionamiento de marca, y la satisfacción de clientes y empleados.

La cadena ha reducido cerca de seis mil horas al año el tiempo dedicado a tareas operativas, lo que equivale a una reducción de costes de 113.000 euros anuales. Al igual que su huella de carbono, de hecho ha recortado el equivalente a 600.000 kilogramos de CO_2; y además, ha conseguido eliminar 4.000 euros al año en costes de fungibles (papel, tinta impresora, sellos, etc.), y reaprovechar espacios, ya que ha podido suprimir los back office de recepción y reducir 30 metros lineales el espacio de archivo.



altia Consultores

artiem FRESH PEOPLE HOTELS

eDOC ASSISTANT

CONSTRUYENDO LA CLASIFICACIÓN HOTELERA EUROPEA

HotelStars Union en España

HotelStars Union es una iniciativa de la patronal hotelera HOTREC, que impulsa una clasificación hotelera en todo el mercado turístico europeo, y cuyas principales ventajas es que facilita la adaptación a los nuevos segmentos de mercados, da mayor transparencia e información al consumidor final, y aumenta la competitividad del sector y de las comunidades autónomas, a nivel nacional e internacional, potenciando la oferta española frente a los turistas y la competencia europea. Este sistema exige una puntuación mínima y garantiza al consumidor una categoría acorde a unos servicios; además, permite añadir la distinción de 'superior', que ofrece al hotelero la posibilidad de diferenciarse.

En España, **la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) a través del Instituto Tecnológico Hotelero, está apoyando la implantación de este sistema en todas las Comunidades Autónomas españolas, sumándolas progresivamente en el objetivo de contar con una normativa armonizada a nivel nacional que permita liderar el grupo de países que a día de hoy ya se han adherido a HotelStars Union** (Alemania, Austria, República Checa, Hungría, Países Bajos, Suecia, Suiza, Estonia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Croacia, Dinamarca y Bélgica) así como los que están trabajando para incorporarse en breve (Italia y Francia).

Tras los avances conseguidos en 2011 en la Comunidad de Madrid, y en 2012, con las administraciones autonómicas de Galicia, Comunidad Valenciana y Extremadura, **durante el año 2013 se consiguieron dos hitos importantes en la implantación de HotelStars Union en España**.

En primer lugar, **el Gobierno de La Rioja aprobó el Decreto 15/2013, del 10 de mayo, que modifica la clasificación hotelera riojana para adaptarse a esta normativa europea.** Con este decreto, que aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley de Turismo de La Rioja, el gobierno de esta comunidad se convierte en el primero en incorporar esta iniciativa a la Ley de Turismo contando con la colaboración de CEHAT e ITH, y supone un paso importante para el objetivo de armonizar las diferentes normativas de clasificación hotelera.

Posteriormente, **en el mes de julio, se llevó a cabo en Zaragoza el focus group en el que se abordó la adaptación de HotelStars Union para la Comunidad Autónoma de Aragón,** en el que participaron hoteleros de todas las categorías y tipologías y representantes de la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón, y que se centró en unificar los criterios sobre la base de la legislación europea HotelStars Union.



(De izq. a der.) Álvaro Carrillo de Albornoz, de ITH; Mónica Figuerola, directora general de Turismo de La Rioja; y Ramón Estalella, de ITH, durante un encuentro en Fiturtech 2013.

DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN: FOCO DE LOS CONVENIOS DE COLABORACIÓN

ITH firma acuerdos con la Asociación Internacional de Facility Management en España (IFMA) y Grupo Tecma Red

Los acuerdos suscritos en el Área de Operaciones Hoteleras tienen como objetivo promover las buenas prácticas en la aplicación de nuevos sistemas de gestión y en la integración de las nuevas herramientas en los establecimientos hoteleros a través de iniciativas y actividades de divulgación que mejoren la competitividad del sector hotelero. En marzo de 2013, ITH e IFMA España materializaron un convenio cuyo objetivo fue dar a conocer nuevas fórmulas para la gestión integrada de las instalaciones hoteleras; mientras que en julio de 2013, se llegó a un acuerdo de difusión sobre tecnología, sostenibilidad e innovación en el sector hotelero, con Tecma Red, grupo de información y comunicación líder sobre Energía, Sostenibilidad y Nuevas Tecnologías en la Edificación y la Ciudad.

El acuerdo con el capítulo español de la **Asociación Internacional de Facility Management (IFMA España) tiene como objetivo dar a conocer el Facility Management y las fórmulas innovadoras asociadas a esta disciplina para la gestión integrada de las instalaciones hoteleras,** que optimicen los recursos y permitan controlar los costes de explotación y gestión de edificios.

La Asociación Internacional de Facility Management es la mayor asociación profesional en el ámbito de la gestión de inmuebles y goza del máximo reconocimiento y prestigio internacional. Fue creada en 1980 como asociación sin ánimo de lucro y, a día de hoy, cuenta con cerca de 20.000 miembros en todo el mundo representados en 18 capítulos y 60 consejos; que asesoran y representan a los profesionales que se dedican a la gestión de inmuebles, liderando y fomentando los avances del sector, así como reforzando y desarrollando aún más la base de conocimiento teórico.

El Facility Management (FM) es un **modelo de gestión global de activos y recursos que engloba diversas áreas, para asegurar y gestionar el mejor funcionamiento de los inmuebles y sus servicios asociados,** mediante la integración de personas, espacios, procesos y tecnologías, con una clara aplicación en la hotelería.

El FM es una respuesta a la necesidad acuciante de controlar costes, sin penalizar la calidad del servicio ni el valor patrimonial de los hoteles; ya que este modelo de gestión unifica e integra los recursos necesarios para proporcionar el servicio de hotelería, lo que garantiza calidad, control de costes y una visión global de la gestión.

Por su parte, **Grupo Tecma Red es un grupo de información y comunicación especializado, líder en información sobre Energía, Sostenibilidad y Nuevas Tecnologías en la Edificación y la Ciudad, que gestiona los portales CASADOMO, CONSTRUIBLE, ESEFICIENCIA y ESMARTCITY.** Además, organiza eventos profesionales sectoriales (Jornadas, Mesas de Expertos, Expos, Workshops y Congresos), entre los que destacan, el I Congreso Edificios Energía Casi Nula; el I Congreso Edificios Inteligentes (en el que ITH participó en 2013), y el I Congreso Smart Grids.

Gracias a este acuerdo, **tanto ITH como los portales de Grupo Tecma Red, CASADOMO, CONSTRUIBLE, ESEFICIENCIA y ESMARTCITY colaborarán en las actividades de difusión y divulgación, formativas, científicas y técnicas de interés común,** incluyendo la participación en proyectos conjuntos tanto de ámbito nacional como internacional.

HOTEL QUALITY INDEX: LA CALIDAD DE LOS HOTELES ESPAÑOLES, A EXAMEN

ITH, HOTELS quality, Nebrija Business School y la FEHR analizan en este estudio las factores que determinan la calidad de los hoteles

HOTELS quality Index es un índice trimestral que mide la calidad percibida de los hoteles españoles a partir de las opiniones de sus clientes; un resultado mayor a 8, se considera competitivo, y un resultado por encima de 9 es de excelencia. Este informe, elaborado por HOTELS quality y Nebrija Business School, en colaboración con ITH y la Federación Española de Hostelería (FEHR), evalúa cinco factores clave para elaborar el índice de calidad, cuatro de experiencia percibida (Atención, Instalaciones, Limpieza, Relación Calidad-Precio), que responden a las dimensiones de la calidad universalmente aceptados; y un factor de reputación (Recomendación del Hotel). Todos estos criterios se miden a través de indicadores calculados a partir de la evaluación de los clientes en las encuestas.

Los hoteles españoles son competitivos, y disfrutan de una alta calidad percibida por sus clientes, lo que les permite soportar los desafíos que la crisis financiera mundial y los competidores en otros destinos suponen. Así lo afirma HOTELS quality Index, que en sus cuatro oleadas del año 2013 han hecho un retrato muy positivo de la calidad de la oferta hotelera española.

En febrero de 2013, cuando se hicieron públicos **los resultados anuales de 2012, los hoteles españoles alcanzaron, por primera vez desde que se empezó a calcular este índice, el nivel de competitividad según el baremo de HOTELS quality Index;** al conseguir, en los dos últimos trimestres del año, una puntuación igual o superior a 8 sobre 10. De hecho, 2012 fue un año determinante para la calidad percibida de los hoteles españoles, que alcanzaron un promedio de 7.9, lo que supone un incremento de 0.6 puntos respecto a la nota anual alcanzada en 2011; calificación en la que **la valoración global de la experiencia y la intención de comunicarla es clave, ya que alcanza la puntuación más alta, de 9.4, en el rango de excelencia.**

Los índices del primer trimestre mostraron que, según HOTELS quality Index, la calidad percibida de los hoteles españoles iba en aumento; de hecho, **la serie histórica presentada en mayo de 2013 mostraba tres trimestres seguidos en los que las puntuaciones eran iguales o superiores a 8 sobre 10, que equivalen al nivel de competitividad.** En el primer trimestre de 2013, los hoteles españoles obtuvieron una puntuación de 8.3 y consiguieron mantener la valoración global de la experiencia, que alcanzó niveles de excelencia.

En septiembre se dieron a conocer los resultados del segundo trimestre, que evidenciaron que **los alojamientos españoles mantenían sus niveles de recomendación en el rango de excelencia;** no obstante, tras alcanzar, durante tres trimestres seguidos, una puntuación igual o superior a 8 sobre 10, **la calidad percibida de los hoteles españoles se estabilizó en niveles de competitividad, y consiguieron una calificación de 8.1.**

El estudio HOTELS Quality Index es el resultado de la aplicación práctica de la plataforma HOTELS quality, desarrollada gracias al apoyo del Instituto Tecnológico Hotelero, centro de innovación hotelero y turístico adscrito a CEHAT. Hace dos años, ITH colaboró con el desarrollo del proyecto HOTELS quality, financiado por el Patronato de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, y que supuso ampliar y mejorar este sistema de medición, ideado por esta firma tecnológica, para evaluar la satisfacción de clientes, y que permitía obtener información de los indicadores de calidad a los hoteles y comparar sus resultados.

NUEVOS HOTELES Y PARTNERS ESTRATÉGICOS COLABORAN CON ITH

Ruralgest, Bed4UHotels, Cámara Brasil-España, Hotel Villa Magna, MACCO Robotics, Roca y Ruralka se suman a ITH

Durante 2013, varios hoteles que se caracterizan por su gestión innovadora se asociaron a ITH, como la cadena navarra de alojamientos smart cost Bed4UHotels, uno de los hoteles más tradicionales y reconocidos de Madrid, el Hotel Villa Magna, y la red de hoteles con encanto Ruralka. También se convirtieron en socios tecnológicos de ITH tres firmas innovadoras, la multinacional española líder mundial en diseño, producción y comercialización de productos para el espacio de baño, Roca; la firma de desarrollo de software destinado a alojamientos turísticos, especializados en microempresas, pymes hoteleras y establecimientos rurales, Ruralgest; y los especialistas en sistemas robotizados para turismo, MACCO Robotics.

En enero 2013, **ITH y la Cámara de Comercio Brasil-España firmaron un convenio de colaboración para potenciar las oportunidades turísticas entre Brasil y España.** El objetivo de este acuerdo, firmado por José Gasset, presidente de la Cámara de Comercio Brasil-España, y Juan Molas, presidente del Instituto Tecnológico Hotelero y de CEHAT, es incentivar el desarrollo y aplicación de las nuevas tecnologías en el sector hotelero, desde los sistemas de información y gestión hasta la seguridad o las medidas en eficiencia energética y medioambiental. La relación entre ambos mercados es cada vez más próxima y relevante: de hecho, **España es uno de los principales emisores de turistas hacia Brasil y por otra parte aumenta el flujo de turistas brasileños hacia la península con un gasto medio superior al del turista europeo.**

Posteriormente, **en marzo de 2013, Bed4UHotels, cadena hotelera de hoteles económicos, se convirtió en socio hotelero de ITH,** para avanzar en su política de innovación empresarial, sumar valor añadido y buscar sinergias que contribuyan a mejorar sus productos y servicios y ser más competitivos. **Bed4UHotels ha basado su estrategia de diferenciación centrándose en un cliente que busca precios ajustados, calidad y todo lo necesario para descansar; lo que supone una evolución del concepto *low cost* al *smart cost*.** Actualmente la cadena cuenta con tres hoteles en Navarra, situados en puntos estratégicos de la comunidad. El primer hotel de la cadena, inaugurado en junio de 2011 en Pamplona, es el buque insignia y laboratorio que permitió optimizar el posicionamiento de la marca; tras lo que llegaron el establecimiento de Tudela (enero 2012), y de Castejón (inicios de 2013).

También la red de hoteles con encanto Ruralka se incorporó a ITH en abril de 2013, con el objetivo de avanzar en su política de innovación empresarial, compartir experiencias y casos de éxito para el sector turístico, especialmente para el turismo con encanto y los alojamientos rurales, aportando así valor añadido a sus productos y servicios para contribuir a aumentar la competitividad del sector. Este club de calidad, fundado en 2002 por Rafael Ausejo y José María Belaúnde, ha experimentado, desde su creación, un crecimiento sostenido hasta llegar al centenar de hoteles, gracias a su apuesta por el turismo con encanto por toda la geografía española y su inteligente uso de las nuevas tecnologías en la gestión, la comercialización y la relación con el cliente.

En mayo de 2013 el líder mundial en el negocio del espacio de baño, Roca, se incorporó a ITH como socio tecnológico, para ampliar su conocimiento del sector hotelero y desarrollar iniciativas conjuntas que respondan a las necesidades, a las instalaciones y a las preocupaciones de los hoteleros españoles, esencialmente en materia de diseño, funcionalidad, innovación y sostenibilidad.



De izq. a der., de arriba a abajo). David Díaz y Arturo Díaz, socios de Ruralgest durante la firma con ITH.



Ramón Solá, CEO de Bed4UHotels.



Rafael Ausejo y José María Belaúnde, fundadores de Ruralka.



MACCO, el robot coctelero.

El Grupo Roca es una de las principales multinacionales de la industria del diseño, producción y comercialización de espacios de baño, cuenta con centros de producción en cinco continentes y emplea directamente a unas 21.100 personas en los más de 135 mercados en los que opera. Además, **son pioneros en innovación y han dedicado varios años a replantear el baño como un espacio integrado en la experiencia, a través del Roca Design Center y el Innovation Lab, en el que analizan las necesidades, los gustos y el estilo de vida, para adaptar sus productos y servicios a las nuevas expectativas del consumidor, tanto estéticas como funcionales.**

Por su parte, **el Hotel Villa Magna, uno de los alojamientos más emblemáticos de Madrid, se incorporó a ITH en septiembre de 2013, para profundizar en su política de innovación empresarial y ofrecer nuevos productos y servicios a sus clientes, que aprovechen la tecnología y las nuevas herramientas de gestión.** Inaugurado en 1972 y considerado uno de los hoteles más lujosos de Europa, el hotel Villa Magna reabrió sus puertas en 2009, bajo gestión independiente, tras una profunda renovación de sus instalaciones; y con su incorporación a ITH, espera continuar avanzando en esta modernización de sus servicios para satisfacer a un cliente cada vez más versado en el uso de nuevas tecnologías.

Para ayudar a las microempresas, pymes hoteleras y establecimientos rurales a acceder a tecnología avanzada de gestión, en octubre de 2013, Ruralgest, firma de desarrollo de software destinado a este perfil de alojamientos se asoció a ITH, para promover el uso de soluciones tecnológicas y software de gestión en hoteles y alojamientos de pequeñas dimensiones que operan en toda la geografía española, y que demandan este tipo empresas.

Ruralgest ha desarrollado herramientas tecnológicas pensadas para los alojamientos de pequeñas dimensiones, que incluyen soluciones como software de gestión, con sencillos módulos de facturación, gestión de clientes, envío boletines y ficha policial, control de calidad, y de motores de reservas de última generación. Además, dispone de soluciones de movilidad en la nube, de conectividad a grandes canales de comercialización, y aplicaciones para la gestión a través de dispositivos móviles.

Finalmente, **MACCO - Tecnología para el Ocio, empresa española de ingeniería especializada en sistemas robotizados para el ocio, el entretenimiento y el turismo, se convirtió en socio tecnológico de ITH en noviembre de 2013,** con el objetivo de estudiar las posibilidades de las soluciones robóticas para el sector hotelero español, como factor de diferenciación y como aliado para la venta cruzada. Para MACCO Robotics, la robótica ofrece múltiples posibilidades para sorprender al cliente, crear experiencias únicas, y para optimizar procesos y tareas relacionadas con la gestión de huéspedes, marketing y branding.



“Estamos entrando en una época fascinante en la que la innovación más disruptiva va a penetrar en todos los sectores, poniendo al ser humano, al ciudadano, al usuario o al turista en el centro de cualquier negocio”.

PEDRO MONEO LAÍN
FUNDADOR Y CEO
OPINNO, OPEN INNOVATION



Innovación para prosperar (Y SOBREVIVIR)

FERNANDO BAYÓN

Director general de la Escuela de Organización Industrial (EOI)

La transformación de la sociedad postindustrial por una economía globalizada ha dado lugar a un ecosistema con lógica de red donde el cambio es la única constante y donde convertir cada día en un nuevo "renovarse" o morir es la única solución posible.

A estas alturas, somos conscientes de que los flujos de espacio y tiempo se han visto atravesados por la tecnología a límites insospechados hace tan solo cinco o diez años. Producir por la tarde el dispositivo que alguien ha deseado en la tienda por la mañana a miles de kilómetros de distancia y desayunar con él a la mañana siguiente no es una fantasía. Como tampoco atender a una bajada en bolsa por una crisis de reputación a raíz de un tuit desafortunado segundos antes.

Tangibles e intangibles son la materia prima de un nuevo modelo socioeconómico que exige hacer de la innovación un estado continuo, la herramienta estratégica que obliga a repensar constantemente lo que hacemos y cómo lo hacemos. Atrás quedan aquellos ciclos productivos del sosiego cuando se marcaba un plan estratégico y se dedicaban los siguientes años a implantarlo a modo de hoja de ruta. Hoy cada día es una hoja de ruta en sí mismo, una implantación, una revisión y un rediseño de la estrategia. En vuelo y sin paracaídas.

Innovación ha de entenderse como cada proceso o acción nuevos que al aplicarlo tienen efecto sobre los resultados del negocio. A veces se tiende a confundir innovación con tecnología. Nada de eso. La tecnología es una herramienta (potentísima) de la innovación. Innovar es mucho más profundo y sustantivo que el uso de la tecnología y su implantación como modelo de gestión.

Es evidente que la innovación representa un riesgo. Un riesgo real que se debe asumir si se desea prosperar y sobrevivir.

La buena noticia es que sí hay paracaídas, el paracaídas del entrenamiento previo y de la formación racional y emocional. Un entorno tan incierto y a la vez tan estimulante por el desafío que implica. El desafío necesita líderes que asuman el vértigo del vuelo sin motor en la toma de decisiones, capitanes con inteligencia emocional para girar el timón de forma colectiva cuando es necesario y directivos con capacidades de desarrollo de la creatividad para buscar soluciones distintas a problemas distintos. Solo de esta forma, haciendo de la innovación una estrategia cotidiana podremos no solo dominar la ola de la globalización sino llegar a puerto dejando atrás tormentas y cantos de sirena.

TECNOLOGÍA TURÍSTICA PARA LAS PYMES EXTREMEÑAS: ¿QUÉ NECESITAN Y CÓMO DEBEN IMPLANTARLA?

Actividades Abiertas para las pymes hosteleras de Extremadura

De junio a noviembre de 2013, varias ciudades extremeñas acogieron las Actividades Abiertas centradas en la innovación, la tecnología y el conocimiento, una serie de encuentros con formatos y esquemas de diversa naturaleza, organizados por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura, en colaboración con el Centro de Excelencia de Extremadura (CdE), factoría de Innovación de alto rendimiento en creatividad aplicada a la innovación, y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

ITH, el Clúster de Turismo de Extremadura y la empresa tecnológica Optitur, han desarrollado acciones de asesoramiento y formación para las empresas hosteleras extremeñas para ayudarles a incorporar tecnología en su negocio, en el marco del Centro de Excelencia en Gestión de la Innovación en la Pyme de Extremadura, iniciativa puesta en marcha por la EOI y la Junta de Extremadura.

Las actividades abiertas del CdE que se celebraron en diferentes ubicaciones como Cáceres, Plasencia y Badajoz bajo diversos formatos. Todas estas actividades **giraron en torno a la gestión de la innovación, la colaboración y co-creación.**

En estos eventos participaron empresas del sector hostelero (Alojamiento y Restauración), empresas de Base Tecnológica, emprendedores, pymes en general, y asociaciones de empresarios de Extremadura, que necesitaban implementar en sus empresas acciones de I+D+i.

Esta serie de Actividades Abiertas **se dividieron en tres grandes jornadas en Cáceres, Badajoz y Plasencia, que incluían diversas actividades (presentación de las actividades del centro, jornadas sobre incorporación de la innovación en la gestión empresarial, talleres prácticos temáticos, showroom de tendencias tecnológicas).** Además de estas sesiones plenarias, se celebraron siete talleres específicos, destinados a obtener resultados a corto plazo en sus negocios, y que se centraron en cómo detectar oportunidades y desarrollo de planes de negocio; cómo obtener financiación para el desarrollo de las actividades de I+D+i; o cómo crear equipos innovadores.

Networking y colaboración sectorial

La organización cerró en Cáceres, a finales de noviembre de 2013, estas jornadas itinerantes por la comunidad extremeña, que trasladaron al sector hostelero extremeño las ventajas, beneficios y posibilidades que la tecnología y la innovación tienen para sus negocios. **Cerca de 220 empresarios, pymes y profesionales del sector hostelero extremeño asistieron a los diez encuentros que formaban parte de estas actividades abiertas, en las que pudieron analizar nuevas formas de trabajo, métodos y conocimientos que les ayudarán a crear nuevos productos y servicios,** para conocer dónde está su cliente, en qué canales, cómo posicionar la web, cómo gestionar, vigilar y controlar las redes sociales, y cómo establecer sinergias a través de estrategias de co-working, con ejemplos prácticos contrastados.

Para **María Blázquez, responsable de Innovación del Clúster de Turismo de Extremadura, los resultados de estas jornadas han sido "muy positivos, porque los participantes las han interpretado como una oportunidad de formación, como un punto de encuentro para el networking, y como una plataforma para acceder**



Las actividades abiertas de innovación para el sector hostelero extremeño se celebraron de junio a noviembre de 2013.

a experiencias de otras empresas que les ayudan a gestionar sus negocios". Aspectos claves para las empresas hosteleras de nuestro tiempo como el posicionamiento web, el marketing online, las opciones de financiación, y las alianzas entre empresas turísticas han sido los temas que mayor interés han generado en los participantes.

Precisamente, para profundizar en algunos de estos asuntos, **se llevaron a cabo entrenamientos personalizados, a los que se apuntaron 30 empresas extremeñas, y que además de proporcionarles nuevos conocimientos prácticos para sus negocios, permitió a la organización comprender las prioridades y las necesidades reales del sector.** Por ejemplo, la web corporativa sigue siendo una cuenta pendiente; además, las empresas hosteleras extremeñas "han demandado herramientas para la gestión integral de las reservas, sobre todo para la creación de paquetes y experiencias", explica Rafael Pintado, gerente de Optitur, quien también apuntó a las redes sociales como prioridad estratégica, especialmente para la promoción de productos turísticos.

Los empresarios hosteleros de Extremadura se involucraron de forma entusiasta en los entrenamientos individualizados, de hecho "el nivel de participación y disposición ha sido elevado", indica el gerente de Optitur. **"El aspecto fundamental en la gestión de negocios ha sido sin duda las relaciones de colaboración entre los distintos participantes, -apunta Rafael Pintado, y esto les ha permitido crear sinergias que favorecen la oferta, completándola, haciéndola más competitiva y adaptándola a las demandas actuales".**

Pintado espera que el camino avanzado en estas actividades abiertas siga dando sus frutos en el medio y largo plazo: "El futuro pasa por abordar las relaciones de colaboración establecidas y mantener el interés por trabajar en conjunto".

INNOVACIÓN MULTI-SECTORIAL PARA UNA ECONOMÍA COMPETITIVA

ITH asiste a Transfiere 2013, Segundo Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación

ITH participó por segundo año consecutivo en Transfiere, Segundo Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación, que tuvo lugar a principios de febrero de 2013 en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma). El evento contó con el apoyo de todos los agentes del I+D+i español, entidades promotoras y representantes de la administración central, autonómica y local, que se reunieron en este foro para diseñar planes comunes que contribuyan a impulsar la innovación española y su convergencia internacional. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero, asistió a la jornada inaugural de este congreso.

Transfiere 2013 volvió a ser el punto de encuentro de la innovación y el conocimiento en España. La segunda edición de este foro contó con la representación de todos los agentes del entorno del I+D+i español, tanto públicos como privados; entre los que destacaron **250 grupos de investigación, 50 universidades españolas de todas las comunidades autónomas, 1.500 profesionales de diversos sectores de la economía española, 30 parques y centros científicos y tecnológicos especializados de España, y 200 empresas líderes en el ámbito del I+D+I español.**

El objetivo principal del foro es posicionar la innovación y la competitividad española, además de la internacionalización de la investigación nacional. Entidades como COTEC Europa (España, Portugal e Italia) y otras instituciones de Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia, participaron en Transfiere 2013 para poner en común la demanda empresarial real y la oferta de tecnología española.

En esta segunda edición contó con la colaboración de las Cámaras de Comercio y las Confederaciones de Empresarios, y de la Confederación Española de Organizaciones Empresarial (CEOE), que difundió el foro a través de las principales patronales de los sectores presentes en Transfiere 2013 (Agroalimentario; Energético; Medio Ambiente; Salud; Infraestructuras y Transportes; Telecomunicaciones; Turismo; Industria, y Servicios y Financiación).

Durante esta edición se presentaron las líneas de investigación punteras del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), concurrieron 1.655 proyectos científicos y desarrollos tecnológicos vinculados a los sectores que participaron en este evento; y se celebraron cinco Mesas redondas internacionales sobre: Parques Científicos y Tecnológicos Internacionales; Compra Pública Innovadora; Nuevas Tendencias en Transferencia de Tecnología; y Emprendimiento y Creación de Empresas.



Transfiere celebró su segunda edición en febrero de 2013.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA: LA EXPERIENCIA EN EL TURISMO

CIT 2013: Conferencia Internacional de Innovación en Turismo y Hostelería

En abril de 2013, representantes de la industria turística española e internacional se dieron cita en Valencia y Benidorm, en CIT 2013, organizada por Florida Universitària, con el apoyo de SPACE Network (Red Europea de Estudios Empresariales y Lenguajes) y Ulysses Foundation. Innovación, tecnología y tendencias en la industria turística fueron los temas principales de este evento, al que asistieron Ramón Estalella, secretario general de ITH y CEHAT, y Patricia Miralles, jefa de Proyectos del Área de Innovación de ITH, para explicar cómo anticiparse a las demandas del nuevo turista, en un entorno en el que la tecnología es el centro de las relaciones entre personas y destinos.

CIT 2013 dedicó esta edición a facilitar el intercambio de experiencias, la creación y el desarrollo de redes de conocimiento en el sector turístico, que permitan a las empresas y profesionales hacer frente a los retos que significa el desarrollo del turismo para la sostenibilidad de los destinos y la competitividad de las empresas turísticas.

A través de conferencias, foros, mesas de debate y presentaciones, **esta conferencia abordó la innovación desde el punto de vista de la Estrategia y Gobernanza en Destinos Turísticos y Mercados, los Productos y la Gestión.** La primera área analizó diversos aspectos de negocio y gestión, como Visión y Posicionamiento Estratégico, Desarrollo y Gobernabilidad, Marketing de Destino y Economía Social. La segunda parte se dedicó a estudiar cómo la ciencia, la tecnología, la sostenibilidad y la eficiencia contribuyen a la gestión turística, a proponer opciones de Administración Hotelera Creativa, y a anticipar Tendencias en los diferentes segmentos de negocio como Marketing y Emprendimiento.

Además de los representantes de ITH, en este encuentro participaron académicos, profesionales, empresarios, representantes sectoriales y de administraciones del sector turístico nacional e internacional, interesados en compartir experiencias y puntos de vista sobre los principales desafíos que enfrenta el turismo; como Jan Eric Frydman, responsable del departamento de turismo y cultura de la Comisión Europea; Chris Cooper, Decano de la Oxford Brookes Business School; Christophe de Bruyn, director de Tourism & Leisure Advisory Services; Oscar Perelli, director del Área de Estudios e Investigaciones de Exceltur; Salvador Pernas, de la Unidad de Apoyo a la Dirección General de Turespaña; Edna Rozo, coordinadora del Área de Investigaciones de la Universidad Externado de Colombia; José Salinas, de Valencia Tourism; Manuel Espinar, presidente de la FEHV; Quique Dacosta, chef del Restaurante Quique Dacosta; Joxe Mari Aizega, director del Centro Culinario Vasco; Nuria Montes, secretaria general de HOSBEC; Juan Rodríguez, director comercial de GHL Hoteles; Pablo Alcácer, de Leading Hotels of the World; Barbara Jamison, de London & Partners; Javier Gómez-Navarro, director de MBD; Maurizio Davolio, responsable nacional de Legacoop Turismo; Philippe Lemaistre, de OMT; Eva Blasco, vicepresidenta de ECTAA; Emiliano González, director general de MSC Cruceros; Iñigo García-Aranda, director de Marketing de Amadeus España; Daniel Marco, secretario de Turismo y Comercio de la Comunidad Valenciana; Empar Martínez, directora general de Florida Universitària; Danute Rasimaviciene, presidenta de SPACE Network; y Eduardo Fayos-Solà, presidente del comité científico de CIT 2013.

TURISMO Y FORMACIÓN: CONSTRUYENDO LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

ITH Academy: Training profesional para atender las demandas de la industria

Como todos los años, los profesionales de ITH participaron en varias iniciativas educativas organizadas por algunas de las instituciones educativas más prestigiosas de España, como la IE Business School; el Instituto Nacional de Administración Pública, o la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Las claves, las barreras de entrada, los retos en la gestión turística y los beneficios que aportan la tecnología, la innovación y la sostenibilidad fueron los temas abordados en estas sesiones especiales y masters class celebradas a lo largo del año 2013 en diversas ciudades españolas.

Además, **en febrero de 2013, ITH puso en marcha los cursos gratuitos del contrato programa, integrados en el Plan de Formación Sectorial de Ámbito Estatal, y que en 2013 incluyó tres nuevos módulos formativos sobre internacionalización, emprendimiento e innovación,** que responden a las necesidades y retos del sector y a la demanda del mercado laboral de la industria turística.

Se trata del cuarto año consecutivo que ITH pone a disposición del sector su plan de formación sectorial, que no sólo cuenta con profesores y especialistas con amplia experiencia en los contenidos desarrollados, sino que además ofrece el apoyo de tutores que hacen un seguimiento del proceso de aprendizaje continuo de cada alumno.

El Plan de Formación Sectorial de ITH es fruto de un convenio suscrito entre el Servicio Público de Empleo Estatal y CEHAT; y su objetivo fundamental es **contribuir a que los participantes al finalizar su formación puedan afrontar los nuevos retos de su futuro profesional, gracias a una oferta formativa de calidad, que cubre las necesidades del personal que realiza su trabajo en el sector turístico.**

A través del **canal de formación online de ITH, denominado CanalTUR,** los alumnos tenían la posibilidad de realizar programas de formación a través de una plataforma flexible e interactiva; lo que permite adaptar horarios y disponibilidad, un factor clave para el personal del sector turístico que podrá, así, aprovechar al máximo el tiempo que dedican a esta actividad.

Los cursos ofrecidos, con una duración de 110 horas lectivas cada uno, se llevaron a cabo a través de un canal de formación online, y se centraron en dos áreas fundamentales, Animación Turística y Calidad de Servicio-Atención al Cliente.

Posteriormente, **en abril de 2013, el director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, fue invitado a compartir el acto inaugural del I Máster en Turismo y Administración Pública, organizado por el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), junto a Isabel Borrego, Secretaria de Estado de Turismo; y Manuel Butler, exdirector general de Turespaña.** Con este curso, el INAP proporciona por primera vez instrumentos de análisis turístico a los funcionarios de la Administración General del Estado en seis ejes básicos: economía turística, estrategia, marketing, gestión financiera, las administraciones públicas y el turismo y liderazgo.

Durante la apertura de este curso, impartido en Madrid entre abril y diciembre de 2013, Isabel Borrego incidió en la importancia de proporcionar instrumentos de aproximación y análisis sobre las principales características del sector turístico español a los funcionarios de la Administración General del Estado que quieran desarrollar su carrera en



(De izq. a der.) El director general de ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz; la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego; y Manuel Butler, exdirector general de Turespaña, durante la inauguración del I Máster en turismo y Administración Pública de la INAP.



El Palacio de la Magdalena, en Santander, acogió los cursos de verano 2013 de la UIMP, en los que ITH participó.



Manuel Butler, exdirector de Turespaña, durante su intervención en los cursos de verano de la UIMP.

puestos de trabajo relacionados con el turismo, tanto a nivel nacional como internacional. Los profesores del máster son expertos en turismo y profesionales directivos de empresas del sector privado, puesto que el turismo es un sector transversal, que está intrínsecamente relacionado con múltiples sectores de la economía.

ITH en IE Business School y en la UIMP

En ese mismo mes, **el director general de ITH tuvo la oportunidad de ofrecer, en el marco del Programa Superior de Dirección de Empresas Turísticas (PSDET), una *master class* sobre Gestión medioambiental en el sector turístico. El PSDET es un programa *blended* (presencial y online), del que Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH es director académico,** y que aborda, desde un enfoque multidisciplinar, la formación de directivos de alto nivel para las empresa turísticas.

Esta invitación forma parte de la **estrecha relación que ITH ha establecido con IE Business School, reconocido centro de formación de alto nivel, tanto en España como en el mundo.** Esta comunidad de negocios de carácter privado, independiente y plural, fue fundada en 1973 por un grupo de profesionales y académicos de reconocido prestigio, muchos de los cuales componen hoy su Consejo Rector. La labor de IE Business School se centra en la formación empresarial, jurídica y fiscal de los cuadros directivos de la comunidad empresarial, el fomento de riqueza colectiva a través de un apoyo constante a la creación de nuevas empresas y la actuación como foro de opinión de nuevas tendencias y acontecimientos dentro del mundo de los negocios.

Durante su clase magistral sobre Gestión Medioambiental en Turismo, de dos jornadas de duración, Carrillo de Albornoz explicó el **concepto de sostenibilidad como fuente de ahorros, como argumento de venta, y como valor empresarial; y las diversas dimensiones y factores asociados, que incluyen la gestión de residuos, agua, y energía.** Además, citó varios ejemplos de buenas prácticas, y repasó las diversas normas y sistemas de calidad, certificaciones energéticas y de clasificación medioambiental disponibles en el mundo.

Los cursos de verano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo también contaron con la participación de ITH, específicamente en las jornadas Tecnología y Revolución Móvil: Pilares de la Innovación Turística, celebradas en junio de 2013 en el Palacio de la Magdalena de Santander. **Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, participó en una mesa redonda incluida en el programa de la segunda edición de este seminario, que bajo el título "La Revolución M y el Turismo",** debatió los aspectos estratégicos del futuro del turismo en nuestro país, reflexionó sobre la revolución de la tecnología móvil, y puso en común dos pilares estratégicos del turismo: el conocimiento y la innovación.

Organizado en forma de encuentro, este evento contó con la participación de agentes clave que, desde una perspectiva multisectorial, analizaron cómo la innovación y el conocimiento determinan e influyen en la consolidación del liderazgo turístico español en el ámbito internacional, los cambios asociados a la movilidad en el turismo, y la gestión inteligente de los destinos turísticos como garante de su posicionamiento.

El programa incluía una sesión inaugural a cargo de José Manuel Soria, ministro de Industria, Energía y Turismo; quien dio paso a una conferencia de Manuel Butler, exdirector general de Turespaña y presidente de la European Travel Commission; y a dos conferencias-coloquio de Javier Santiso, director de Global Affairs and New Ventures en Telefónica y director de Start Up Spain, y Aurelio Vázquez, director general de Iberostar y presidente de la Federación de Empresarios Hoteleros de Mallorca. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, participó en una mesa redonda sobre Innovación y Conocimiento en el Turismo, en compañía de Julio López Astor, de la Unidad de apoyo al Director General de Turespaña; Jesús Gallardo, director de Planificación Estratégica, Inversión de Mercados y Sistemas de Información de Coca-Cola Company Iberian Division; y Javier González-Soria, co-fundador y CEO de ConnetedtoGo.

También participaron como ponentes en estos cursos María Garaña, presidenta de Microsoft España; Julio Bruno, vicepresidente Mundial de Ventas de TripAdvisor; Carlos Jiménez, presidente de SecuWare; Raúl Jiménez, CEO y fundador de Minube.com; Paul de Villiers, director general de Amadeus España; Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR; y Federico González Tejera, consejero delegado de NH Hoteles, entre otros.

Finalmente, en diciembre, **Álvaro Carrillo de Albornoz fue invitado a participar en las II Jornadas Alianzas Estratégicas, organizada por el Comité de Gestión Empresarial del Instituto de la Ingeniería de España (IIE), para analizar los orígenes, motivaciones, fines y ventajas de las alianzas estratégicas,** en un mercado globalizado, que se ha transformado a tenor de las tecnologías y los cambios sociales, y en el que las empresas, independientemente de su tamaño, tienen como meta mejorar su competitividad y responder a las demandas del mercado con la mayor eficacia posible, buscando espacios de colaboración y cooperación.

Además, del director general de ITH, participaron en este evento Manuel Moreu Munaiz, presidente del IIE; Lorenzo Marazuela, miembro del Comité de Gestión Empresarial del IIE; Juan Picos Martín, de la Universidad de Vigo; y Antonio Catalán, presidente de AC Hoteles by Marriott.



IE Business School e ITH colaboran estrechamente en varias actividades de formación y divulgación.

LA INDUSTRIA TURÍSTICA EUROPEA AVANZA HACIA SU ESTÁNDAR DE DISTRIBUCIÓN ONLINE B2B

TOURISMlink explora modelos de continuidad que conecten la industria turística europea

Tras un año y medio de su puesta en marcha, TOURISMlink está definiendo las claves de su continuidad como herramienta estándar de distribución online B2B de la mano de las empresas, entidades y administraciones que se beneficiarán de la tecnología, el conocimiento y los resultados de este proyecto financiado por la Comisión Europea. TOURISMlink se convertirá en una plataforma europea online capaz de conectar a las pymes turísticas en los destinos turísticos a los mercados de destino; a través de una herramienta única que reduzca la barrera de entrada tecnológica, tanto desde el punto de vista de los costes económicos como de los requerimientos técnicos.

TOURISMlink ha continuado afianzándose y creciendo, tal y como estaba previsto en el diseño original del proyecto, presentado en 2011 y aprobado en 2012. **De esta forma, los miembros del consorcio que desarrolla el estándar europeo de distribución turística online han celebrado varias reuniones de trabajo con entidades públicas y empresas turísticas destinadas a estudiar la continuidad del proyecto,** que llegará a término en el segundo semestre de 2014, y que ha desarrollado tecnología y conocimiento fundamentales para mejorar la competitividad de la industria turística europea.

TOURISMlink, basado en la tecnología española Travel Open Apps, **se está probando ya en varios destinos turísticos europeos. Valencia fue el primer mercado en el que se puso en marcha, en primavera de 2013, seguida por Croacia y la región de Rimini (Italia), que se sumaron a las pruebas a mediados de año, lo que les permitió conectar su oferta con una serie de mercados de origen (Finlandia, República Checa, Croacia, Rumania, Portugal, Grecia, Alemania, Bélgica, Suecia).** Además, se ha trabajado intensamente en la incorporación de nuevos países al proyecto, como Francia e Italia, que acogerá la Expo 2015.

La implantación de los pilotos en los destinos se llevó a cabo siguiendo tres fases: una presentación introductoria del proyecto a las asociaciones hoteleras y turísticas nacionales (que tuvieron lugar en enero en Croacia y en febrero en Rimini); una vez confirmada su participación en el proyecto, las entidades sectoriales fueron convocadas a una sesión de formación sobre la herramienta, su funcionamiento y posibilidades; con un formato similar, se ofrecieron estos talleres a las empresas participantes en los pilotos.

Para respaldar la actividad de las empresas incluidas en los pilotos, se diseñó y creó el portal B2B para las agencias, se integró el PMS y el CRS de Ruralgest, y se mejoró la API para hoteles, pensando en las necesidades de los alojamientos urbanos y de interior; de forma que, a finales de 2013, los participantes empezaron a subir los datos correspondientes a las disponibilidades y precios de la oferta turística.

Por otra parte, **en 2013 se formalizaron los acuerdos de colaboración con dos firmas muy relevantes en el panorama de la distribución turística: en febrero, con MICROS Fidelio, proveedor líder de software del mercado global en los sectores de la industria de la hostelería y retail; y en abril, con Noray, principal proveedor tecnológico en el mercado canario.** Ambas empresas firmaron un memorándum de entendimiento (MoU, por sus siglas en inglés) en virtud del cual participan como asesores en TOURISMlink, al que apoyarán en aspectos relevantes para el proyecto, facilitando el flujo de información entre proveedores de servicios turísticos, empresas de alojamiento y agentes de viajes y turoperadores; y harán recomendaciones en aspectos comerciales y en los desarrollos tecnológicos necesarios para las

distintas fases del proyecto. Estos convenios se suman al ya firmado, a finales de 2012, con Amadeus, proveedor tecnológico de referencia para el sector mundial del viaje.

Mostrando TOURISMlink a la industria

El consorcio que desarrolla TOURISMlink ha explicado la utilidad de la herramienta para la industria turística en varios eventos y encuentros que se han celebrado en España y en otros países europeos, que han incluido reuniones con empresas clave en tecnología, desarrollo de software y turismo.

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, presentó TOURISMlink a la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL), en el marco de su Junta Directiva (febrero) y durante una sesión especial dedicada al proyecto (abril), que tuvieron lugar en Santa Cruz de Tenerife; y asistió a la Asamblea General de HOTREC, celebrada en Atenas (Grecia) en octubre; mientras que el vicepresidente de ITH, Jesús Gatell, hizo lo propio en la Jornada Actualizando la Gestión Hotelera, que la Asociación Profesional de Empresarios de Hoteles y Restaurantes de Zaragoza (HORECA) organizó en abril en Zaragoza. Además, **representantes del consorcio explicaron las claves de TOURISMlink en diversos eventos en Austria, Grecia y Rumania.**

Además, el consorcio se ha reunido en cuatro ocasiones en Bruselas (abril, junio, julio y octubre), para discutir los avances del proyecto y planificar las tareas que se debían abordar, especialmente en lo relacionado con la ejecución de los proyectos piloto; citas a las que hay que sumar los encuentros con el Advisory Board (marzo en Berlín, Alemania y octubre en Bruselas, Bélgica), en el que las autoridades de la Comisión Europea evaluaron y aprobaron el progreso del proyecto y realizaron recomendaciones para mejorar su puesta en marcha.

Mirando hacia el futuro

Otra de las tareas importantes vinculadas a TOURISMlink desarrolladas en 2013 es el **análisis de las alternativas para la continuidad del proyecto,** que incluye la evaluación de modelos de financiación de la herramienta (que van desde cuotas fijas a comisiones sobre transacciones), y las figuras legales y futura estructura de la entidad que gestione la plataforma. Este fue uno de los principales asuntos tratados en la **reunión celebrada en Madrid, en diciembre de 2013, a la que asistieron el consejero de Economía, Industria, Turismo y Empleo de la Comunidad Valenciana, Máximo Buch; el vice-consejero de Turismo y Comercio, Daniel Marco; y Eva Blasco, vicepresidenta de ECTAA, mantuvieron una reunión de trabajo con representantes del consorcio TOURISMlink, Michel de Blust, secretario general de ECTAA y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH.**

Igualmente, durante este encuentro, se abordó la operativa de la plataforma TOURISMlink, que deberá combinar la filosofía de código abierto con la participación de otros actores de la industria tecnológica. Por otra parte, los representantes de la Comunidad Valenciana fueron informados de los modelos de gestión para el desarrollo de la plataforma una vez que concluya el proyecto: en este sentido, **se prevé crear un órgano de gobierno, que funcione como una organización sin fines de lucro, encargada de supervisar los futuros desarrollos comerciales.**



El Advisory Board de TOURISMlink durante su reunión de noviembre de 2013 en Bruselas.



Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH; Eva Blasco, vicepresidenta de ECTAA; Máximo Buch, consejero de Economía, Industria, Turismo y Empleo de la Comunidad Valenciana; Michel de Blust, secretario general de ECTAA, y Daniel Marco, viceconsejero de Turismo y Comercio de la Comunidad Valenciana, durante la reunión de trabajo celebrada en Madrid, en diciembre de 2013.

THINKTUR IMPULSARÁ LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA TECNOLÓGICA EUROPEA Y LATINOAMERICANA DEL TURISMO

Actividades de la Plataforma de Innovación Turística Thinktur en 2013

Más de 100 personas asistieron a Thinktur Travel Trends, asamblea anual de Thinktur, que integra a cerca de 1.400 empresas turísticas y tecnológicas españolas, que se reunieron durante este evento celebrado en diciembre de 2013, para cerrar un año lleno de actividades. Thinktur promoverá la creación de redes colaborativas de conocimiento, innovación y tecnología, a nivel internacional, basadas en su modelo de éxito en España, con el objetivo de poner al alcance de la industria del turismo y a la tecnología española las oportunidades que los mercados internacionales ofrecen, y dar proyección a la experiencia, el conocimiento y la tecnología "hecha en España".

Thinktur **es la red de empresas turísticas y tecnológicas y agentes de la innovación turística, dirigida por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH),** y gestionada **por la Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales (AMETIC), el Instituto de Investigación Polibienestar de la Universidad de Valencia y la Sociedad Estatal de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).** Su cometido es promover la I+D+i y el uso de tecnologías en el sector turístico.

Como parte de su labor, **en 2013, la Plataforma Thinktur llevó a cabo varias actividades, como la revisión e implementación de la Agenda Estratégica de I+D+i; la elaboración de una hoja de ruta que organiza el trabajo de difusión y relaciones institucionales de Thinktur; y el desarrollo del Mapa de Infraestructuras Científicas-Tecnológicas,** con dotaciones técnicas y humanas para la investigación y el desarrollo industrial español relacionado con el sector turístico. También durante este año **se ampliaron los socios de la plataforma; y se gestionaron el desarrollo de nuevos proyectos apoyados por Thinktur y el diseño de la nueva plataforma web;** además de varias acciones de difusión y promoción nacional e internacional, incluyendo la Asamblea Anual de Thinktur.

Exportar innovación turística

"La innovación es una palanca imprescindible para el crecimiento y es rentable", afirmó con rotundidad Fernando Panizo, presidente de Thinktur, durante la inauguración de la **Jornada Thinktur Travel Trends: Conocimientos Locales para Mercados Globales, que tuvo lugar en el marco de la Asamblea Anual de la Plataforma Tecnológica del Turismo- Thinktur,** que se dedicó a estudiar las tendencias tecnológicas para la industria turística y cómo las empresas españolas pueden exportar su saber hacer en esta materia a otros mercados y destinos.

Durante su intervención, Panizo mostró su preocupación por la reducción de "casi un 20% en la inversión en I+D+i en 2012" en nuestro país, ya que "la paralización del proceso innovador nos hará perder oportunidades", subrayó. En su opinión, **Thinktur ha cumplido con la labor de convencer al sector turístico de la necesidad de innovar, y debe convertirse en "una red de proveedores innovadores, que facilite el maridaje entre tecnología, equipamiento y empresas turísticas".**

Por su parte, Antonio Lopez de Ávila, presidente de SEGITTUR, señaló que la misión de Thinktur debe ser "hablar con voz firme en los mercados internacionales"; y recordó que, en aras de apoyar la labor de Thinktur, SEGITTUR ha puesto en marcha iniciativas como Emprendetur, una línea de financiación de 190 millones de euros para financiar proyectos innovadores en turismo, y una sociedad de garantía recíproca que permite a la Secretaría de Estado de Turismo avalar la financiación de estos proyectos.

Carmen Vicente, de la Subdirección General de Colaboración Público-Privada de la Secretaría de Estado de I+D+i, del Ministerio de Economía y Competitividad, cerró la ceremonia inaugural haciendo hincapié en que **"en torno al turismo, hay una industria asociada fundamental para el desarrollo de soluciones complementarias y mantener el liderazgo desde la innovación";** y en este sentido, recomendó "establecer sinergias con otras plataformas, fomentado la multidisciplinareidad".

Por su parte, Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y director de Thinktur, insistió en la necesidad de "impulsar la creación de una plataforma tecnológica europea y latinoamericana del turismo", que ponga en valor la experiencia y el liderazgo mundial de la industria turística española. Carrillo de Albornoz repasó las **cifras de Thinktur en 2013, entre las que destacan un incremento del 13% de sus miembros, que en la actualidad suman 1.365 entidades, de las que un 58% son empresas turísticas y de tecnología, y un 42% son centros de conocimiento, administración pública turística, y asociaciones sectoriales.** Desde 2007, Thinktur ha movilizado 153 millones de euros en 137 proyectos presentados en diversas convocatorias, y ha participado en eventos e iniciativas en varias ciudades españolas y en otros países como Bélgica, Argentina y Marruecos.

Financiación para la internacionalización

Posteriormente, Fernando León, jefe del Departamento de Turismo, Logística y Servicios Educativos de ICEX; y Javier Echávarri, del Área TIC de la Dirección General de Promoción y Cooperación de CDTI; presentaron los principales programas para financiar proyectos internacionales o expandir empresas españolas a otros mercados.

Finalmente, diversos agentes de la industria turística y de otros sectores complementarios, se reunieron en dos mesas de debate para repasar las tecnologías vanguardistas para el turismo y el patrimonio cultural, y el potencial de la internacionalización. Xenia Beltrán, Innovation Magament Consultant de Inmark moderó una mesa en la que participaron Berta Sureda, directora de Actividades Públicas del Museo Reina Sofía; José María Gallo, director de IT de AC Hotels by Marriott; Isidro Tenorio, CEO de Be-Quest; Jesús Contreras, COO de Playence, María Fernanda Cabrera, coordinadora de TagCloud y LifeS-Tech de la Universidad Politécnica de Madrid; y María Teresa Linaza, directora del Área de eTourism y Patrimonio de Vicomtech; y en la que se plantearon las dificultades para trasladar la investigación aplicada en nuevas tecnologías a la realidad empresarial, y el potencial que las nuevas herramientas ofrecen para ampliar y mejorar la experiencia de los turistas.

Porteriormente, Miguel Narváez, CEO y fundador de la cadena de restaurantes La Moraga; Miguel Egido, responsable de I+D de Gowex; y Pedro Cruz, director de Ofimática Jaén; participaron en una mesa redonda moderada por José Tomás Romero, del Área de I+D+i de AMETIC, en la que analizaron los factores que intervienen en la internacionalización del know-how y la tecnología turística española.

Durante toda la jornada, en el showroom de tendencias, varias firmas y startups tecnológicas y turísticas mostraron prototipos y soluciones innovadoras para el sector turístico, en áreas como realidad aumentada, tecnología semántica, marketing de proximidad, apps turísticas, entre otras.



Fernando Panizo, presidente de Thinktur, en un momento de su intervención en la Asamblea Anual.

thinktur
Plataforma Tecnológica del Turismo



Durante la Asamblea, se repasaron los logros y los retos que tiene por delante la plataforma Thinktur para los próximos ejercicios.

ANTICIPANDO LA TECNOLOGÍA TURÍSTICA A TRAVÉS DEL PROGRAMA AEI 2013

Proyectos ITH en el marco del Programa Agrupaciones Empresariales Innovadoras

ITH puso en marcha tres proyectos en el marco de las Agrupaciones Empresariales Innovadoras 2013 (AEIs 2013), financiados a través del programa homónimo de la DGPYME del Ministerio de Economía y Competitividad, cuyo principal cometido es fomentar el desarrollo de proyectos innovadores a través de consorcios empresariales entre AEIs turísticas y otros sectores. Los tres proyectos en los que ITH ha trabajado durante 2013 y parte de 2014 se han centrado en definir las estrategias para los próximos dos años para el sector hotelero, elaborar la Agenda Estratégica de I+D+i del Sector Turismo, y desarrollar la aplicación móvil Flashbooking que facilita la compra social de ocio en destino.

Así, en 2013, se hizo una **revisión de los objetivos y funciones de la AEI como centro de conocimiento e innovación del sector hotelero, con la finalidad de preparar el nuevo planteamiento estratégico para los años 2014-2016;** labor que se combinó con la ejecución de diversas actividades divulgativas, formativas y de sensibilización, la puesta en marcha de nuevos proyectos de I+D+i y la transferencia de tecnología innovadora hacia el sector hotelero y turístico, con el objetivo de mejorar la competitividad y productividad.

También gracias a este programa, ITH diseñó la Agenda Estratégica Anual de I+D+i, que identifica y define, año tras año, las prioridades de investigación en el sector turístico, las tendencias innovadoras y la demanda de herramientas tecnológicas, a partir de las necesidades planteadas por los principales agentes de la industria.

Este proyecto fue presentado ante profesionales turísticos y representantes de la industria durante la jornada "Thinktur Travel Trends: Conocimientos locales para mercados globales" celebrada en diciembre de 2013 en Madrid.

Finalmente, **el programa de AEIs permitió desarrollar la plataforma integral de compra social Flashbooking, que facilita la adquisición de actividades de ocio y oferta complementaria en destino,** aprovechando los descuentos ofrecidos por los proveedores para maximizar el uso de su stock y ofreciendo a los potenciales turistas poder comparar, seleccionar y comprar online aquellas ofertas que mejor se adapten a sus preferencias, tipo de viaje, ubicación, fechas y precio deseado. **El proyecto Flashbooking, desarrollado por ITH, la AEI MTA Connect de la Comunidad Valenciana y la start-up española MadInWorks, consta de una aplicación móvil para la puesta en valor y la comercialización de actividades de ocio, una web para la carga y gestión de los servicios ofrecidos y las ofertas promocionales, una pasarela de pago para la compra online, y un sistema de envío de notificaciones, tanto a las empresas de actividades como a los usuarios finales.**

El diseño, la usabilidad, las funcionalidades, y el correcto funcionamiento de la aplicación, el portal web y la pasarela de pago se probaron, con un reducido grupo de usuarios (proveedores y usuarios finales) en diciembre de 2013, para hacer ajustes orientados a su lanzamiento oficial en el mercado, previsto en marzo de 2014.

FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA "Una manera de hacer Europa"
GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO · SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA · DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
AEI minetur agrupaciones empresariales innovadoras

LAS EMPRESAS TURÍSTICAS, LÍDERES NACIONALES EN EL USO DE INTERNET

Informe ePyme 2012: Análisis Sectorial de Implantación de las TIC en la pyme española

Las pymes y microempresas turísticas españolas son líderes en penetración de internet en España, según datos del Informe ePyme 2012: Análisis Sectorial de Implantación de las TIC en la PYME Española. La quinta edición de este informe analiza, a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la disponibilidad y uso de herramientas tecnológicas por parte de las microempresas y pymes de diez agrupaciones sectoriales que representan el 75% del tejido empresarial español. ITH se encargó de la sección del informe dedicada al sector turístico, que en esta edición agrupa hoteles, campings y agencias de viaje, en la que se analizaron cerca de 35.000 empresas turísticas de diversas dimensiones.

Este informe fue elaborado por Fundetec y el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es, presentado en abril de 2013 y debatido en las Mesas Sectoriales del I Congreso ePyme, en junio de 2013.

Según los datos recogidos por este estudio, para los Hoteles, Campings y Agencias de Viaje, internet es un aliado fundamental para su estrategia de negocio; de hecho, la penetración de internet en el sector turístico entre las pymes y grandes empresas es de un 99%, la mayor de los diez sectores analizados en este informe, seguido por el sector de Informática, Telecomunicaciones y Servicios Audiovisuales (99,7%), y las Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas (99,7%). Las microempresas turísticas, en cambio, ocupan el segundo lugar, con una penetración de internet del 85,2%, precedidas por las que operan en el sector Informática, Telecomunicaciones y Servicios Audiovisuales (98,1%), y seguidas por las microempresas con Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas (94%).

Los resultados de este estudio demuestran que **las empresas turísticas ven en Internet un aliado fundamental, y que es necesario seguir apostando por la tecnología como la herramienta para competir en un entorno complejo, global y cambiante,** en el que el software de gestión, distribución y comercialización serán las claves de la competitividad, especialmente para las pymes y microempresas.

La web, principal herramienta tecnológica para el turismo

Una media del 75,6% de las microempresas, pymes y grandes empresas del sector Hoteles, Campings y Agencias de Viaje tiene página web corporativa, un porcentaje elevado y superior a la media debido principalmente a la necesaria presentación de los hoteles y el resto de alojamientos en Internet para captar clientes, siendo ésta es su principal ventana al resto del mundo. La media de los diez sectores estudiados alcanza un 71% entre las pymes y grandes empresas, y un 28,6% entre las microempresas con acceso a Internet.

El 94,7% de las pymes y grandes empresas, y el 74,6% de las microempresas del sector Hoteles, Campings y Agencias de Viaje cuentan con página web corporativa, que dedican, principalmente, a desarrollar estrategias de marketing y comercialización, y a gestionar reservas. Precisamente, el 80,2% de las pymes y grandes empresas con página web admiten reservas online, porcentaje que desciende al 40,8% entre las microempresas. En el caso del pago online, es utilizado por el 43,6% de las pymes y grandes empresas y por el 19,1% de las microempresas con página web. **Las web corporativas, especialmente para las pymes turísticas, son una oportunidad de desintermediar en el proceso de comercialización, por eso, es importante que su diseño y concepción estén orientadas**





Alfonso Arbaiza, director general de Fundetec, Manuel Valle, director general de Industria y de la Pyme, Víctor Calvo-Sotelo, secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la S.I., Luis Valero, secretario general de Industria y de la Pyme, Borja Adsuara, director general de Red.es y Pedro Martín, director del ONTSI.

a la conversión, tanto desde el punto de vista comercial, como de posicionamiento.

Mejorar el software de gestión, prioridad estratégica

Los ERP (sistemas de planificación de recursos empresariales, o *Enterprise Resource Planning*) apenas tienen presencia entre las microempresas de este sector (1,9%), mientras que las herramientas CRM (*Customer Relationship Management*), para gestionar información de clientes, alcanzan una penetración mayor (10,3%). En el caso de las pymes y grandes empresas, la penetración de los ERP se sitúa en el 16% y la de los CRM en el 35,1%. Se trata de porcentajes bajos para un sector en el que el conocimiento del cliente y la eficiencia de la gestión de los alojamientos son críticos.

El informe afirma que la mayor novedad tecnológica en software de gestión para hoteles es el GMS (*Guest Management System*, Sistema de Gestión de Visitantes), que permite una gestión integral avanzada de todo el complejo hotelero desde diversos terminales (PC, *tablet*, PDA, *smartphone*, etc.); **mientras que las soluciones tecnológicas de mayor impacto en la hotelería, especialmente en grandes empresas, son el PMS (*Property Management System*,** Sistema de Gestión de la Propiedad), un software que facilita la gestión integral de los recursos del hotel, especialmente de la disponibilidad; y el *Channel Manager* (gestor de canales), que centraliza la distribución de los cupos de habitaciones disponibles entre los diferentes canales de comercialización. Las pymes y microempresas son las que requieren más apoyo en esta área, razón por la que se están impulsando proyectos como TOURISMlink, cuyo objetivo es hacer llegar estas herramientas a hoteles tecnológicamente menos avanzados con costes menores.

Las redes sociales, la cuenta pendiente de las microempresas turísticas

Las redes sociales tienen un impacto considerable en el sector de los hoteles, campings y agencias de viaje respecto a otros sectores; de hecho, **es el segundo sector que más usa las redes sociales como parte de su estrategia de negocio, tras la industria de la informática y telecomunicaciones.**

La penetración de las redes sociales en microempresas turísticas es del 24,4%, y en pymes y grandes empresas, del 44,1%. El principal uso que dan estas últimas a las redes sociales es el marketing de sus servicios (95,9%) y el contacto e información con los clientes (88,8%). Por otro lado, las microempresas van por delante en el uso de estas herramientas como canal de comunicación entre empleados y profesionales. El uso de las redes sociales para búsqueda y/o selección de personal tiene una incidencia menor, especialmente en microempresas.

Tecnología y distribución: la ecuación del negocio hotelero

El estudio subraya la **"dependencia elevada" de los hoteles a las OTAs, que ejercen un poder de negociación "en ocasiones abusivo", dado el alto grado de posicionamiento que han alcanzado en los buscadores de Internet, y en este escenario "la comercialización directa a través de la propia página web corporativa es la gran alternativa posible"** y es que, a partir del análisis del uso que los clientes hacen de la página web, se puede obtener información muy relevante que contribuya a mejorar el posicionamiento en internet.

El informe también insiste en la **importancia de la gestión de la reputación online, porque se trata de un proceso muy necesario por la proliferación de portales de recomendación de establecimientos, para lo que es fundamental disponer de perfiles cualificados, que exigen nuevas contrataciones o la externalización del servicio.** Las tabletas y teléfonos inteligentes son también un factor que se debe tener en consideración en la comercialización de la oferta hotelera, dado que gran parte de las reservas online se están realizando a través de estos dispositivos.

Con el objetivo de aumentar el uso de herramientas TICs, los representantes del sector turístico esperan que el software de gestión se diseñe pensando en las necesidades y usos del sector; que las aplicaciones móviles ofrezcan información global sobre la oferta turística de los destinos o que permitan gestionar los establecimientos en tiempo real y de forma eficiente; y que las administraciones públicas potencien el uso de la tecnología a través de la formación, como prescriptor y sensibilizador sobre el uso de estas nuevas herramientas.



Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH (sexto de izq. a der.), participó, en junio de 2013, en las Mesas Sectoriales del Congreso ePyme.



Durante las Mesas Sectoriales del Congreso ePyme, se analizaron los resultados, sector a sector, del informe sobre la implantación de las nuevas tecnologías en la pyme española.

TURESPAÑA E ITH ESTUDIAN ONCE CASOS DE ÉXITO TURÍSTICO

eBook Experimentando el éxito: Creación y Paquetización de Experiencias Turísticas, y Casos de Éxito para el Turismo

Turespaña, a través del Instituto de Estudios Turísticos (IET), en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) publicó, en enero de 2013, el estudio de once casos de éxito en el eBook Experimentando el éxito: creación y paquetización de experiencias turísticas, casos de éxito y experiencias de éxito para el turismo, cuyo principal objetivo es poner el acento en cómo la creatividad y la innovación, el impulso local, y la capacidad de cooperación han creado nuevos productos y servicios turísticos que hacen sentir experiencias al turista y generan beneficio al destino, a las empresas y las pymes locales.

El turismo es una industria anclada en la propia naturaleza humana: la curiosidad y la necesidad de ampliar los horizontes. La historia nos ha dejado claros testimonios de cómo los viajes, motivados por la religión, el comercio, la conquista, la ambición territorial, incluso las guerras y los éxodos migratorios, han enriquecido a las sociedades, a sus individuos y a sus economías. Y este es un hecho del que no nos podemos sustraer.

En un mundo globalizado, en el que es cada vez más fácil desplazarse rápidamente a través de largas distancias, en que el número de turistas aumenta cada año, la clave es cómo hacer del turismo un motor de desarrollo económico local, **cómo recuperar la filosofía del viajero originario, y convertir el turismo no sólo en ocio y diversión, sino en un legado económico que dinamice los destinos, que los impulse y les dé sentido más allá de las temporadas.**

La evolución del turismo: objetivos del PNIT 2012-2015

Tradicionalmente, la comercialización de paquetes turísticos ha seguido un esquema cerrado, en el que los turoperadores agrupan servicios y productos turísticos en un paquete específico, que suele contener tres elementos básicos: transporte (avión y tren), transfer y habitación de hotel. Dado que el objetivo es vender volumen, el diseño de los paquetes es limitado, y supone restringir la puesta en valor de la oferta diferenciadora del destino turístico a favor de conseguir unos objetivos concretos de venta.

La evolución del mercado turístico, de los canales (Internet) y por supuesto, del propio comportamiento del viajero, han redefinido las reglas de juego y las tendencias en el marketing turístico, que apunta hacia un cambio en la forma en que se configura el producto turístico, no sólo como una mera agrupación de servicios, sino como una oferta integral, dinámica y flexible, que responde a una experiencia demandada por el cliente. En este sentido, es imprescindible poner en marcha iniciativas que impulsen la demanda turística desde el punto de vista de la experiencia, lo que permitirá generar una oferta de valor, única diferenciada.

Esta realidad está recogida el **Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 elaborado por la Secretaría de Estado de Turismo.** Uno de sus ejes estratégicos se centra, precisamente, en **apoyar la oferta turística y con ella, a los destinos, respaldando la reconversión de destinos maduros, fomentando ofertas originales y diferenciadas que fomenten la iniciativa privada; colaborando estrechamente con los municipios turísticos, creando destinos inteligentes que exploten todo el potencial de las tecnologías de la información y la comunicación;** estructurando la oferta de turismo sostenible y de calidad; y promoviendo infraestructuras que favorezcan y faciliten la llegada de turistas a los destinos.

Con este espíritu, Turespaña, a través del Instituto de Estudios Turísticos (IET), en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), han impulsado este estudio, titulado Experimentando el éxito: Creación y Paquetización de Experiencias Turísticas, Casos y Experiencias de Éxito para el Turismo.

Las experiencias recogidas en este estudio reúnen una serie de valores fundamentales, presentes en mayor o menor medida en cada uno de los casos analizados: diferenciación, que se refleja en la aventura de Conducir un Fórmula, convirtiendo un deporte de minorías en una experiencia irrepetible; **especialización,** desde el punto de vista de ofrecer productos y servicios para perfiles de cliente muy definidos y con necesidades muy concretas, como los cicloturistas que recorren Lanzarote con Pedales de Lava; **segmentación de mercados,** o cómo la moda puede ser una excusa para revitalizar el comercio local, asociando un destino cosmopolita y vanguardista como Barcelona con una experiencia como Beauty&Fashion, pensada para un público muy segmentado y con una alta capacidad de prescripción; **innovación,** en la forma en la que la Mancomunidade de Arousa se ha planteado mostrar los atractivos de la comarca a personas con algún tipo de discapacidad, replanteándose la forma en la que los turistas disfrutan del destino habitualmente; **innovación tecnológica,** para diseñar una herramienta tremendamente sencilla, como Buscounviaje.com, para poner en contacto viajeros que quieren crear viajes a su medida, con agencias de viaje dispuestas a poner a su disposición una oferta flexible; **colaboración y cooperación,** como la demostrada por los 16 ayuntamientos y 21 locales de la Mancomunidade de la Mariña Lucense, que derivó en una original forma de usar la magia, tan presente en la cultura local, como reclamo para la temporada baja; **internacionalización,** un objetivo presente en la concepción y desarrollo de lo que se convertiría en la mayor Comunidad Senior Europa en Facebook; **mejora de la competitividad,** un resultado lógico de la apuesta por integrar la oferta turística autóctona, la idiosincrasia y la cultura local, a través de redes de experiencias únicas en Euskadi; y finalmente, **la participación y el papel impulsor de las pymes,** perfectamente representada en la iniciativa de un hotel rural que, convencido de que el espectacular paisaje asturiano era el escenario perfecto para sacar la vena "detectivesca" de los turistas, sumó a comerciantes, entidades locales y otras pymes locales, para ofrecer una original experiencia que ha dejado beneficios para todos.

Precisamente, una de las constantes que se repiten en todos los casos es el papel que juegan las pymes turísticas y hoteleras a la hora de crear paquetes de experiencia turísticas: son una pieza fundamental y, en muchos casos, los agentes que impulsan y promueven todo el proceso. Sin su conocimiento del entorno, sin su sentido de la innovación, y sin su decidida apuesta por nuevos proyectos, muchos de estos casos no habrían llegado siquiera a realizarse. Igualmente, la colaboración público-privada, de las administraciones turísticas locales, comarcales, autonómicas y nacionales (incluyendo Turespaña) ha sido un elemento imprescindible, porque han funcionado como canalizadores y facilitadores, como plataformas para la innovación, que allanan el camino a las empresas y entidades que lanzan nuevos productos y servicios paquetizados en experiencias.

Todas las nuevas experiencias turísticas han conseguido llenar un vacío en el mercado y son un ejemplo de cómo sacar partido al patrimonio cultural y natural de España y una muestra de la capacidad de innovación y del sector turístico de nuestro país.



España

ITH
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

DIBUJANDO EL FUTURO DEL MERCADO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

ITH en el Consejo Asesor Técnico de INVATTUR

Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH, fue invitado, en febrero de 2013, a participar en la reunión en la que se constituyó el Consejo Asesor Técnico de INVATTUR, órgano consultivo cuya tarea es convertir a la Comunidad Valenciana en un referente en innovación, tecnología y emprendimiento. Concebido en el marco de la colaboración público-privada, su función principal será la de asesorar en la puesta en marcha de proyectos y acciones de investigación turística e intercambio de conocimiento; de comunicar las necesidades detectadas en materia de innovación para el sector turístico y de promover, realizar o supervisar proyectos, convenios o contratos de I+D+i.

El **Consejo Asesor Técnico del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas** (INVATTUR) contribuirá a acercar organismos públicos y privados de investigación, con el objetivo de facilitar la transferencia de sus hallazgos, y apoyará la transmisión de actividades, proyectos y resultados de los trabajos realizados por esta entidad a todo el sector turístico.

El director general de ITH asistió al primer encuentro de este Consejo Consultivo, en el que se valoró el organigrama y los proyectos para 2013 de este centro dependiente de la Generalitat de la Comunidad Valenciana, y se planificaron acciones concretas para su puesta en marcha.

El Consejo Asesor Técnico del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas está formado por una representación de expertos de reconocido prestigio en su actividad en las principales empresas, asociaciones, organismos e instituciones del sector turístico de la Comunidad Valenciana. Lo dirige Javier Solsona, jefe del Servicio de Innovación e Investigación Turística de la Agencia Valenciana de Turismo; su secretario es David Giner, coordinador de proyectos de INVATTUR; y cuenta con destacados profesionales y representantes del sector turístico, como el director general de ITH; Fernando Vera, director del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT); Nuria Montes, secretaria general de HOSBEC; Yolanda Pickett, gerente de la Fundación Turismo de Benidorm; Roc Gregori Aznar, experto en gestión y política turística; Josep Ivars, profesor de la Universidad de Alicante y experto en planificación, innovación e investigación turística; Miguel Ángel Lloret, gerente de la Federación Empresarial Turística de Benidorm (FeTB); Miguel Ángel Fernández Torán, empresario turístico y miembro de la junta directiva de ITH; Virginia Ochoa, gerente del Patronato Provincial de Turismo de Castellón, Xavi Pascual, técnico del Patronato Provincial de Turismo de Valencia; Jaume Mata, subdirector de la Fundación Turismo Valencia; Agustín Grau, gerente del Patronato de Turismo y Playas del Ayuntamiento de Alicante; Carmen Doménech, responsable de turismo de la Cámara de Comercio de Alicante; Evarist Miralles, profesor del CDT Denia; Jordi Linares, vicepresidente de la Confederación de Turismo de Interior; Javier García-Cuenca, director general de Hoteles Magic Costa Blanca y miembro de la junta directiva de ITH; Carolina Cortés, técnico del Patronato de Turismo Costa Blanca; Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR; y Vicente Marhuenda, gerente de la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante.

El consejo asesor de INVATTUR, que se reunirá de forma periódica, tiene como cometido identificar sus líneas generales de actuación, impulsar su labor como plataforma de colaboración público-privada en el fomento de la I+D+i en turismo de la Comunidad Valenciana, asesorar sobre los proyectos y acciones que mejor responden a las demandas y necesidades del turismo de la comunidad, **aproximar los intereses y objetivos de la administración pública a la iniciativa privada, y difundir los logros de INVATTUR en el sector turístico.**

DEFINIENDO EL DENOMINADOR COMÚN EN INNOVACIÓN TURÍSTICA

ITH trabaja con AENOR en las Normas de Gestión de I+D+i y Smart Destinations

En 2013 se han marcado dos hitos en los proyectos comunes que ITH y AENOR desarrollan de forma conjunta. En primer lugar, en el mes de julio, el Comité Europeo de Normalización (CEN) publicó la CEN/TS 16555-1, primera especificación técnica europea, que indica la forma de desarrollar un Sistema de Gestión de la Innovación de forma integrada con la gestión general de la organización, y cuyo desarrollo fue coordinado por Álvaro Carrillo de Albornoz, director general de ITH. Además, a finales de 2013, el Comité Técnico de Normalización de las Ciudades Inteligentes (AEN/CNT 178), creado por AENOR, incluyó el subgrupo de trabajo de Destinos Turísticos Inteligentes, en el que participa ITH.

El año 2013 ha marcado el final de las tareas encomendadas al Grupo de Trabajo 2 - Sistema de Gestión de la Innovación, coordinado por el director general de ITH, y que forma parte del Comité Técnico TC389 del Comité Europeo de Normalización (CEN-CENELEC). La principal misión de este comité es, desde 2006, definir la norma o serie de normas europeas sobre la gestión de la I+D+i, lo que dará lugar a un modelo europeo de gestión de la innovación que mejore la competitividad de las empresas, independientemente de su dimensión y tipología, aportando valor y certidumbre a la gestión de la innovación, para transformarla en una oportunidad.

Carrillo de Albornoz se sumó a este equipo en 2009, en calidad de experto en innovación, y era, además, el único representante del sector turístico europeo en este comité técnico, que cuenta con otros representantes españoles, como Juan Manuel González, subdirector general del Instituto Andaluz de Tecnología, (IAT); y Fernando Utrilla, técnico de la División de Normalización de AENOR; presidente y secretario del TC389 respectivamente. El Comité Técnico (TC, sus siglas en inglés) 389 está formado por seis grupos de trabajo, cuyos coordinadores y delegados provienen de Portugal, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Dinamarca, España, Noruega y Suecia:

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

Tras presentar, en septiembre de 2011, la primera propuesta para la norma sobre la gestión de la I+D+i en Lisboa (Portugal), el Comité Técnico la analizó en una sesión plenaria, celebrada en marzo de 2012 en Copenhague (Dinamarca); que tras varias modificaciones dio lugar a un borrador definitivo para la norma TC Technical Specification – Innovation Management System, en junio de 2012.

Este documento, revisado y evaluado, se analizó en una reunión del TC 389 Mirror Committee en España, celebrada en abril de 2013, que emitió valoraciones y apuntes que se debatieron en el plenario del grupo de trabajo, celebrado en mayo, en Bruselas (Bélgica), reunión en la que se informó al Comité Técnico de los avances del WG2 y del resto de grupos de trabajo. Finalmente **en junio, el Comité Europeo de Normalización (CEN) aprobó la primera especificación técnica europea que indica la forma de desarrollar un Sistema de Gestión de la Innovación, la CEN/TS 16555-1, publicada un mes después.**

El texto, que se ha basado, entre otros documentos, en la norma española de Gestión de la I+D+i UNE 166002 (publicada por AENOR en el

año 2006), **incluye recomendaciones a las organizaciones en general, y a las pymes en particular, para que puedan gestionar eficazmente sus actividades de innovación y demostrar una buena gestión en este campo. La nueva especificación técnica CEN/TS 16555-1 es la primera de una serie de documentos cuyo objetivo es incrementar el conocimiento de las organizaciones acerca del potencial de un Sistema de Gestión de la Innovación,** implantarlo para el incremento de la capacidad de innovación y generar más valor para la organización y para sus grupos de interés.

Definiendo las Smart Destinations

Con el objetivo de elaborar una norma específica que integre todas las dimensiones de las ciudades inteligentes con las particularidades propias de un destino turístico, Indra, Philips, Telefónica, Vicomtech, Cictourgune, el Clúster TIC Canarias, Predif, Fundosa, Ayuntamiento de Burgos, Ayuntamiento de Salamanca, y el Consorcio Playa de Palma, entre otros, se han unido para desarrollar una norma que permita crear un sistema de referencia universalmente aceptado, que aúne conectividad, movilidad, sostenibilidad y equilibrio socio-económico.

La futura norma especificará los requisitos mínimos que ha de satisfacer un destino turístico para ser calificado como Destino Turístico Inteligente. Asimismo se diseñarán, dentro del marco de una metodología integral, distintas hojas de ruta orientadas al producto y al destino turístico, que facilitarán a los gestores del destino, a las administraciones y a las empresas ubicadas en él, la reconversión o la creación de Destinos Turísticos Inteligentes.

El sector turístico se caracteriza por ser una actividad transversal que afecta a múltiples sectores económicos y que provocará un efecto dominó en muchos sectores, lo que implica que es necesario visualizar todos los efectos colaterales y coordinar las unidades de gestión pública que sean responsables. En este sentido, que no sólo garanticen una comunicación más fluida y directa, sino que contribuyan al desarrollo sostenible del territorio turístico, que facilite la creación de espacios y oferta accesible para todos, lo que redundará en una experiencia más personalizada y satisfactoria para los viajeros.

En definitiva, todos los destinos tienden a ser inteligentes en tanto que deben ser viables para garantizar su crecimiento sostenido y su futuro; por eso, la evolución hacia destinos turísticos inteligentes requiere tiempo, estrategia, planificación y recursos que permitirán la adquisición de capacidades públicas y privadas para conseguir los objetivos estratégicos, que afectan a varios ámbitos de actuación (urbanístico, energético, movilidad, TIC). Se trata de revolucionar la gestión turística de acuerdo con las posibilidades tecnológicas y la capacidad de actuación de los agentes turísticos, apoyados en el sistema de I+D+i y dentro de un enfoque de innovación abierta y participativa, que involucre a todos los actores públicos y privados de la cadena de valor turística.



Los expertos del Comité Técnico CT389 se reunieron en mayo de 2013 en Bruselas para evaluar los avances del Grupo de Trabajo 2.



ITH y AENOR colaboran en varios proyectos comunes que favorecerán la competitividad del turismo español.

PROYECTOS EUROPEOS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DEL LENGUAJE PARA EL TURISMO

ITH en el LT Tourism Innovation Partnering Focus Group

El proyecto de la Comisión Europea LT-Innovate tiene como objetivo investigar los nuevos usos de la tecnología en el lenguaje en varios sectores, entre ellos el sector turismo, no sólo para la gestión de datos complejos (tanto por parte de la oferta como la demanda), sino también como catalizador que garantice una comunicación efectiva entre viajeros, empresas turísticas y destinos, y que apoye los procesos de información y venta en turismo. Con el fin de intercambiar experiencias e identificar oportunidades de aplicación de herramientas de este tipo, se celebró, en abril de 2013, un focus group con los principales actores de la industria, en el Hotel Westin Palace de Madrid.

Durante la reunión se debatió acerca de las **necesidades de la industria turística para los próximos diez años, sobre el potencial de las tecnologías para el lenguaje en el sector y su potencial de desarrollo.** También se abordaron las fortalezas y debilidades de este tipo de herramientas, hacia dónde deben orientarse los avances en software, hardware y otros aspectos críticos relacionados con esta tecnología.

A este encuentro asistió Patricia Miralles, jefa de Proyectos del Área de Innovación de Instituto Tecnológico Hotelero; representantes de la industria turística de empresas y entidades como AC Hotels by Marriot, Madrid Visitors & Convention Bureau, Museo Reina Sofia, NH Hotels, Paradores, SEGITTUR y TripAdvisor; y firmas tecnológicas involucradas en el proyecto LT Innovate, como Inbenta, Language Technology Centre, Bitext, Playence Gmbh, Daedalus, Fonetic, Beca Translation y Linguaserve.

Este focus group marcó el inicio de un proceso de encuentros y seminarios celebrados en 2013, que permitió sacar una serie de conclusiones sobre la puesta en común entre oferta y demanda, recopiladas en la Agenda de la Innovación LT Innovation. Además de hacer un pronóstico del panorama de la industria turística a medio y largo plazo, **los participantes evaluaron las nuevas tecnologías para el lenguaje, conjunto de herramientas que apoyan, de una manera inteligente y eficiente, los procesos comunicación tanto el ámbito B2B como B2C.**

LT Innovate está trabajando en varias aplicaciones y herramientas, como tecnologías de **reconocimiento de voz, para interactuar con móviles y aplicaciones de contenido turístico,** que ayudan a poner en valor productos y recursos turísticos, de manera participativa con el turista; **traducción multilingüe,** capaces de traducir **en tiempo real** conversaciones, textos, contenidos digitales, etc., facilitando la comunicación, la información y la promoción; soporte en la minería de texto y las tecnologías semánticas, articulando **búsquedas inteligentes** que permiten una **gestión del CRM** mucho más precisa o posibilitan la **interoperabilidad entre distintos sistemas clave** para la gestión de empresas turísticas (reservas, PMS, Internet, programas de fidelización, B2B, e-Commerce, e-Billing, etc.); y **herramientas de seguimiento de carácter dinámico e interactivo en internet,** en las redes sociales para mantener la imagen y reputación empresarial y realizar la valoración de la marca a partir de los comentarios y contenidos disponibles en plataformas sociales.


habitación
sostenibilidad
Twentytú
ITH
tecnología
Fiturtech
Vodafone
modelo
hoteles
Gateroom
cliente
enero
director
hotelero
soluciones
experiencia
tecnologías
alojamiento
Samsung
Instituto
Google
CEO
Hotel
hotel
Tecnológico
Philips
Cosentino
GateRoom
Barcelona
sector
diseño
M2M
FITUR
Hotelero
Kvadrat
Broomx
Microsoft
Roca
turística
distribución
negocio
turismo
B-Interactive
Pikolín
Príncipes
Uñó
Además
podrán
dispositivos
permite
Hostel
Asturias
Glass
proyecto
prototipo
España
marco
GateRoom
firmas
general
inversión
sistema
destino
social
software
ahorro
optimizado
Brothers
canales
redes
tendencias
wearable
appeared
incluye
potencial
hotelería
inteligentes
CEHAT
primera
claves
cualquier
Ignasi
papel
B-Interactive
turismo
Hi-tech
stand
aplicaciones
edificio
co-fundadora
conectado
presidente
Hotels
facilitan
empresa
Serrano
objetivo
generación
forma
vez
SerranoBrothers
Generación
parte
realidad
futuro
oferta
empresas
políticas
devices
primer
Internacional
colaboración
industria
desarrollando
on
machine
uso
entorno
huéspedes
Ignasi
cada
tecnológica
gestión
hacia
hecho
dificultades
movilidad
consumos
equipamiento
The
conectada
clientes
través
habitaciones
espacios
analizarán
first
instalaciones
criterios
hostels
sistemas
energética
eficiencia
red
última
eficientes
total
post
nuevas
disponible
cuenta
puede
presidente
conectado
Hotels
facilitan
Serrano
objetivo
empresa
generación
forma
vez
SerranoBrothers
Generación
parte
realidad
futuro
oferta
empresas
políticas
devices
primer
Príncipes
Uñó
Internacional
colaboración
industria
desarrollando
on
machine
uso
entorno
huéspedes
cualquier
Ignasi
papel
B-Interactive
turismo
Hi-tech
stand
aplicaciones
edificio
co-fundadora
conectado
presidente
Hotels
facilitan
wearable
appeared
incluye
potencial
hotelería
inteligentes
CEHAT
primera
claves
cualquier
Ignasi
papel
B-Interactive
turismo



“No hay turismo sin entorno. Por eso, el sector debe invertir en conocimiento, innovación y recursos para conservar el patrimonio que los hace únicos. Es indispensable que todos los actores de la industria turística trabajen en la creación de valor compartido, en el equilibrio entre crecimiento, sostenibilidad y tecnología, para garantizar un brillante futuro a la principal actividad económica de nuestro país.”

FRANCISCO LUCAS
DIRECTOR NACIONAL MERCADO HOSTELERÍA
AQUALOGY

ITH en los medios



















Más de 1.250 impactos en prensa generalista y especializada y en medios audiovisuales.







Reportajes sobre proyectos y actividades de ITH en medios nacionales como El País, El Mundo, Cinco Días, Expansión, ABC, EFETur y EuropaPress, y en medios internacionales como CNN Traveler, Tnooz y Travel Weekly.

















Menciones a eventos de ITH en TVE, Telecinco, LaSexta y Cadena SER, entre otros medios audiovisuales.




TENDENCIAS

El turismo, en manos de los dispositivos móviles




Los hoteleros dan la bienvenida al 'Pima Sol'


Ramón Sagarra y Ana Brú
Primeros turistas espaciales españoles


informativostelecinco.com

FiturGreen mostrará al sector turístico cómo certificar sus políticas de sostenibilidad


media-tics.com

Los hoteles ahorran el 10% en gestión de reservas con la plataforma española que se impondrá en Europa


mercadeventos


EL PAÍS

El Viajero

Mi 'smartphone' habla, mi hotel responde


La revolución del hotel sin papel


Ana Brú
Primera turista espacial española


El turismo del futuro se reinventa


Travel and Tour


Palladium estrena el nuevo Only You Hotel & Lounge Madrid

Colaboraciones y participación en reportajes y artículos en toda la prensa especializada del sector (Hosteltur, Tecnohotel, Nexotur, AgentTravel, Preferente, Expreso...)


Traveler


A FONDO

La importancia de gestionar la reputación on-line


ESPECIAL Fitur green


A FONDO

Móviles: la revolución que viene


EL MAPA ENERGÉTICO DEL HOTEL SOSTENIBLE


tnooz

Shaping the future of online travel

Booking.com

ITH, fuente informativa clave en materia de eficiencia energética, sostenibilidad, innovación, gestión hotelera y tecnología en medios especializados y generalistas.















Más de 360 reportajes han contado con la opinión del equipo de ITH, que aportan su visión como expertos en asuntos de actualidad para el sector hotelero y turístico.



“España es un país líder mundial en turismo, pero debemos apostar decididamente por la innovación para mantener este liderazgo de cara al futuro. Innovar es una forma diferente de hacer las cosas y en el turismo, igual que en otros sectores de la economía, tenemos la necesidad y la obligación de estar en constante evolución, de ser innovadores para ser más competitivos, más rentables y adaptarnos a las demandas del turista del siglo XXI”.

ANTONIO LÓPEZ DE ÁVILA
PRESIDENTE
SEGITTUR

WHO IS WHO Junta Directiva ITH



JUAN MOLAS

Presidente

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

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. En la actualidad, es 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; Vocal de la Junta Directiva de la CEOE y 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 (Red Turística Menorquina), y ha sido Presidente del ITH y de CEHAT.



RAMÓN ESTALELLA

Secretario General

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

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



JESÚS GATELL

Vicepresidente

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

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



ÁLVARO CARRILLO DE ÁLBORNOZ

Director General

Es Ingeniero Aeronáutico y 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, compaginando esta actividad con la de profesor en el Instituto de Empresa. Además, es coordinador del grupo de trabajo 2 WG2 Sistemas de Gestión de la Innovación, dentro del Comité Europeo de Normalización (CEN) / Technical Comitee (TC) 389 Innovation Management CEN / TC 389.



VALENTÍN UGALDE

Tesorero

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



DOMÈNEC BIÒSCA

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.



FERNANDO PANIZO

Vocal

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



JOSÉ LUQUE GARCÍA

Vocal

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



EMILIO GALLEGO

Vocal

Secretario General de la Federación Española de Hostelería (FEHR).



JAVIER GARCÍA-CUENCA

Vocal

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



MARTÍ SABRIÀ

Vocal

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



CARMELO HERNÁNDEZ

Vocal

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



AURELIO VÁZQUEZ

Vocal

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



MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ TORÁN

Vocal

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



WHO IS WHO Nuestros Socios

- RED TURISTICA MENORQUINA, S.A. (RTM HOTELS)
- CONFEDERACION ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURISTICOS (CEHAT)
- ASOCIACION DE CADENAS HOTELERAS ESPAÑOLAS (ACHE)
- UNIÓN HOTELERA DE ASTURIAS
- CORPORACIÓN HISPANO HOTELERA, S.A.
- ASOCIACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MADRID (AEHM)
- ASOCIACIÓN HOTELERA Y EXTRAHOTELERA DE TENERIFE, LA PALMA, LA GOMERA Y EL HIERRO (ASHOTEL)
- GREMI D'HOTELS DE BARCELONA
- ASOCIACIÓN HOTELERA DE MENORCA "ASHOME"
- VACANCES MENORCA, S.L.
- LES ROCHES MARBELLA - ESCUELA SUPERIOR DE ALTA GESTIÓN DE HOTEL, S.L.
- FEDERACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MALLORCA (FEHM)
- CÍA. INMOBILIARIA Y DE INVERSIONES ZARAGOZA URBANA, S.A. - PALAFOX HOTELES
- HOTEL MIRADOR LA FRANCA (LIZATUR, S.L.U.)
- HOVIARCA, S.A. (HOTEL CARMEN)
- HOTEL PUERTA DE TOLEDO, S.A.
- CAN GASPARO, S.L.
- ILLA PLANA REAL ESTATE, S.L.
- BALNEARIO DE ARCHENA, S.A.
- BALNEARIO DE VALENCIA, S.L.
- CONSULTORIA Y GESTION HOSTELERA, S.L.
- EMTURAXA, S.L. (HOTEL LA VIÑUELA)
- ASOCIACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS DE GUIPUZCOA (ASPAGI)
- HISPANO ALEMANA DE MANGEMENT HOTELERO, S.A. (GRUPO IBEROSTAR)
- UNIÓN HOTELERA DE LA PROVINCIA DE VALENCIA
- SIRENIS SERVICE, S.L. (HOTELES SIRENIS)
- HOTEL WELLINGTON, S.L.
- FEDERACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE IBIZA Y FORMENTERA (FEHIF)
- HAMILTON HOTELES, S.L. (CASA ROMANA HOTEL BOUTIQUE)
- FIESTA HOTELS & RESORTS, S.L.
- BECQUER SOCIEDAD ANÓNIMA HOTELERA (HOTEL BECQUER)
- HOTEL INGLATERRA, S.A.
- SOL MELIA, S.A.
- PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.A.
- ALMIRANTE SERVICIO INTEGRALES, S.L. (Hotel Palacio de Caro)
- ALLIANCE AZ HOTELES AND RESORTS, S.L.
- CAN PASTILLA, S.A. (HOTEL COLON)
- INDUSTRIAL HOTELERA DEL MEDITERRÁNEO, S.L. (GRUPO MAGIC COSTA BLANCA)
- QUERYTEK TECHNOLOGIES, S.L.
- ACCES TURISMO, S.L.
- BUDERUS - ROBERT BOSCH ESPAÑA, S.L.U.
- INNOVA NETGRUP, S.L.
- ETXIZARRETINEZ HOSTELERÍA, S.L. (HOTEL LA CEPADA)
- S21 CONOCIMIENTO Y PRODUCTIVIDAD, S.L. (CANAL EMPRESARIAL)
- ASOCIACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE LA COSTA DEL SOL (AEHCOS)
- RAFAEL HOTELES, S.A.U.
- HOTELES R-H
- EL HIDALGO HOTELS, S.L.
- SCHEIDER ELECTRIC ESPAÑA, S.A.
- REPSOL BUTANO, S.A.
- Compañía Industrial de Aplicaciones Térmicas, S.A. - GRUPO CIAT, S.A.
- ENVIRON IBERIA, S.L.
- GAS NATURAL SERVICIOS, SDG, S.A.
- HOSBEC - ASOCIACIÓN EMPRESARIAL HOSTELERA DE BENIDORM Y DE LA COSTA BLANCA
- TÜV RHEINLAND IBERICA INSPECTION, CERTIFICATION & TESTING, S.A. (TRIICT, S.A.)
- PROJECT MANAGEMENT & ENVIRONMENT, S.L.
- DYRECTO CONSULTORES - DYRECTO, ESTRATEGIA DE INVERSIÓN, S.L.
- INSTITUTO ANDALUZ DE TECNOLOGÍA
- GUARDIAN GLASS ESPAÑA, S.L.
- AQUASONIC, S.L.
- LIGHT & ENERGY
- FUNDACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE ALCALÁ
- Toshiba-Beijer ECR Iberica SL
- ANDRES GAMALLO BORREGO

- MICROS FIDELIO ESPAÑA, S.L.
- EUROCONSULT, S.A.
- ROOM MATE HOTELS, S.L.
- BAUMIT, S.L.
- MAGMA CONSULTORES
- PATRICIA DIANA - JENS
- AXEL HOTELS - AXEL CORPORATION GRUPO HOTELERO, S.L.
- ASOCIACION DE HOTELES DE TURISMO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA
- BALANTIA CONSULTORES, S.L.
- HOTELES ELBA, S.L.
- PROSOLIA SIGLO XXI
- BOMBAS GRUNDFOS ESPAÑA,S.A.
- FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE HOSTELERÍA Y TURISMO DE LAS PALMAS (FEHT)
- BANCO MARE NOSTRUM, S.A.
- ALTARE ENERGÍA, S.A.
- IBV - INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA
- TRUST YOU REVIEW ANALIST, GMBH
- DOME CONSULTING & SOLUTIONS, S.L.
- HOTETEC
- HOTEL TERMES MONTBRIÓ
- MICROSOFT IBERICA, S.A.
- PARIDES HOTELES, S.L. (HOTEL CURIOUS)
- ALTIA CONSULTORES, S.A.
- DULCAMARA SALAMANCA (HOTEL RECTOR, S.L.)
- HOTEL CHIQUI (SECA, S.A.)
- AQUAMBIENTE, SERVICIOS PARA EL SECTOR DEL AGUA S.A.U.
- HOTEL MV ALGALIA (MAIORVIDA XESTION, S.L.)
- GARABÁN VICENTE, S.A. (HOTEL EUROPA)
- ROCA CORPORACIÓN EMPRESARIAL, S.A. (ROCA)
- BUCOLIC, S.L. (BUCOLIC HOTELES)
- RURALKA HOTELES, S.L.
- PAYTOUCH, S.L.
- GESTIÓN HOTELERA GUIRADO ARAS S.L.U (HOTEL BILBAÍNO)
- SOFTDOC NETWARE (BOCKASSIST)
- PHILIPS S.A.U.
- KUOTUS SOFTWARE SOCIEDAD LIMITADA
- HCC-HOTEL COST CONTROL (ANTONIO TAPIA MORENO)
- JAGA ESPAÑA - CONVES TERMIA, S.L.
- GESTIÓN HOTELERA INDEPENDIENTE, S.L.
- ENERGIAS RENOVABLES ENERFIZENTIA, S.L.
- CETEX
- HOTEL VILLA MAGNA, S.L.
- NEW IGNITION BUSINESS, S.L.
- HOTEL EL MIRADOR - ANTONIO VILLACAMPA CALVO
- MADINWORKS, S.L.
- RURALGEST SISTEMAS DE RESERVA, S.L.
- INOVA INGENIEROS, S.L.P.
- Servicios y Gestión BDU S.L. (BED4U HOTELS)
- MIGUEL ROSÁN FOTOGRAFO GBP
- ACV ESPAÑA, S.A.
- MACCO TECNOLOGIA, S.L.
- ITALSAN, S.L.
- IMAGAR INFORMÁTICA, S.L.
- ASSOCIACIÓ D'EMPRESARIS D'ACTIVITATS D'HOSTALERIA DE L'ALT EMPORDÁ

QUIERO SER SOCIO DE ITH

¿Qué debo hacer?

Si quieres unirte a ITH, sólo tienes que descargar la solicitud de asociación de la **web de ITH (www.ithotelero.com/nosotros/asociate)** y seguir los pasos que detallamos a continuación. **También puedes solicitarla por teléfono (902.110.784).**

- Descargar la solicitud de asociación.
- Rellenarla indicando el grupo al que perteneces y firmarlo.
- **Mandarlo por fax (917.701.982)** o escaneado por correo electrónico a la dirección **rmartinez@ithotelero.com**
- Una vez recibida la solicitud, se someterá a la aprobación por parte de la Junta Directiva. A continuación, te informaremos de la decisión adoptada y procederemos al envío de la documentación correspondiente.

WHO IS WHO Nuestro Equipo

ANA MARÍA MÁRQUEZ
Comunicación y Marketing
amarquez@ithotelero.com

JOSÉ CARLOS FABRA
Administración y Finanzas
jcfabra@ithotelero.com

CORALÍA PINO
Sostenibilidad/Eficiencia Energética y Formación
cpino@ithotelero.com

RODRIGO MARTÍNEZ
Operaciones Hoteleras y Nuevos Socios
rmartinez@ithotelero.com

ÓSCAR ALONSO
Sostenibilidad y Eficiencia Energética
oalonso@ithotelero.com



PATRICIA MIRALLES
Innovación
pmiralles@ithotelero.com

ÁLVARO CARRILLO DE ALBORNOZ
Director General
acarrillo@ithotelero.com

RAMÓN ESTALLELA
Secretario General

JESÚS GATELL
Vicepresidente
jgatell@ithotelero.com

FABIÁN GONZÁLEZ
Nuevas Tecnologías
fgonzalez@ithotelero.com



instituto tecnológico hotelero

Orense, 32. 28020 Madrid

Tel +34 902 110 784

Fax +34 917 701 982

info@ithotelero.com

www.ithotelero.com

Soluciones Sencillas
a Cuestiones Importantes