
	Tirada: 11.550	Sección: -	
	Difusión: 10.500	Espacio (Cm_2): 462	
Nacional	Audiencia: 36.750	Ocupación (%): 100%	
Turismo		Valor (Ptas.): 271.209	
Quincenal	01/05/2005	Valor (Euros): 1.630,00	
		Página: 40	Imagen: Si

Conclusiones del I Congreso de CEHAT

- Finalmente no asistió, como se esperaba, José Luis Rodríguez Zapatero
- Pedro Mejía anunció la próxima celebración de un Consejo de Ministros dedicado exclusivamente al Turismo

El 22 de abril, en el salón de actos del Hotel Amargua de Torremolinos, tras dos días de debates y apretadas sesiones de trabajo ante más de 400 hoteleros de toda España, se procedió a la lectura de las conclusiones del I Congreso anual de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), sesión que estuvo presidida por el secretario de Estado de Turismo, Pedro Mejía. En contra de lo que se esperaba, no asistió el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero.

El presidente de CEHAT, José Guillermo Díaz Montañés, se mostró satisfecho del congreso, por considerar que ha sido una oportunidad para la identificación de los cambios y amenazas existentes en el sector "por lo tanto deben aprovecharse las oportunidades para actuar con rapidez" y anunció la satisfacción por la magnífica acogida del decálogo propuesto por CEHAT a la Administración Turística del Estado.

Según las opiniones recogidas por SPIC entre varios asistentes, -dado que no fuimos invitados por CEHAT, que prefirió algún medio muy involucrado con la Confederación- hubo importantes opiniones discrepantes con el desarrollo del congreso, por considerar que no se había llegado a analizar los principales problemas que la hotelería española y el turismo en general sufre estos momentos, ni estar de acuerdo con las cifras triunfalistas que facilita la Administración.

Pedro Mejía, tras analizar la situación turística y exponer los últimos datos estadísticos, asumió públicamente el decálogo propuesto por la Confederación, destacando las medidas relacionadas con la creación de unas nuevas tablas de amortización

para el sector hotelero. Aplaudió la puesta en marcha del Instituto Tecnológico Hotelero, así como el apoyo al mismo para la mejora del I+D+I en el sector. Asimismo anunció la celebración próximamente de un Consejo de Ministros dedicado únicamente al Turismo.

La primera mesa redonda, en la que intervinieron José Gaspart, vicepresidente de Hoteles USA; Pablo Losada, director de Explotación de Fadesa; Javier Torres, director de Área de Hoteles de Metrovacesa y Antonio Catalán, presidente de AC Hotels, fue moderada por Carlos Díaz, del comité ejecutivo de CEHAT, y versó sobre el tema "Hoteleros versus constructores". En ella se destacó la influencia de la irrupción de las empresas inmobiliarias en el sector hotelero, generando nuevos desarrollos que probablemente los hoteleros tradicionales no han sido capaces de desarrollar, pero que tienen la oportunidad de poder gestionar, aunque han construido hoteles injustificables desde la perspectiva hotelera.



Aspectos positivos, según los ponentes, son la entrada de capital, que ha permitido la modernización y renovación de la planta hotelera y la con-



vergencia del constructor que se convierte en hotelero con el hotelero que aprovecha las oportunidades de ser también promotor.

Se afirmó que en España no hay excesos de oferta sino que faltan clientes y es responsabilidad del hotelero y de las administraciones públicas el ir a buscarlos manteniendo los precios y la calidad. En esto no están de acuerdo algunos de los presentes que opinan que sí existe sobreoferta en determinados puntos geográficos, por lo que no se debe impulsar desde las administraciones locales la mayor creación de suelo dotado para infraestructuras hoteleras. Se habló de la posibilidad de que los hoteleros se conviertan en inmobiliarios dada la baratura de las hipotecas, que cuestan menos y son más flexibles que un contrato de arrendamiento.

También se consideró la dificultad de los hoteleros individuales para competir con las grandes cadenas, por lo que se recomienda la agrupación de intereses para conseguir economías de escala.

	Tirada: 11.550	Sección: -	
	Difusión: 10.500	Espacio (Cm_2): 462	
Nacional	Audiencia: 36.750	Ocupación (%): 100%	Imagen: Si
Turismo	01/05/2005	Valor (Ptas.): 271.209	
Quincenal		Valor (Euros): 1.630,00	
		Página: 41	

La segunda conferencia: **“Los mercados, nuestros competidores y nuestros clientes”** fue moderada por Juan Molas, presidente de ACHE, siendo ponentes Álvaro Blanco, Ignacio Vasallo y Jaime Ruiz Axel, directores de las OETs de Berlín, Londres y París, respectivamente. La visión general corrió a cargo de la directora de Turespaña, Amparo Fernández.

Se afirmó que las previsiones para el verano 2005 señalan el fuerte aumento de los turistas europeos, principalmente británicos y alemanes, hacia los países competidores, encabezados por Turquía y Egipto y que, aunque España sigue siendo un importante destino en los mercados europeos, se puede constatar la caída de la estancia media de estos turistas y la disminución del gasto medio por cliente.

Las nuevas tecnologías sustituyen a las actuales formas de reserva, de manera que la venta del “paquete turístico tradicional” ha sufrido un descenso de casi un 40%.

El litoral andaluz y Baleares son los destinos nacionales más beneficiados por el repunte del turista alemán, mientras que las pernoctaciones de los turistas británicos descendieron un 3,5%; asimismo en este mercado se ha observado un incremento de las pernoctaciones en alojamientos no hoteleros.

Finalmente, los ponentes confiaron en que el nuevo planteamiento y enfoque adoptado por Turespaña en marketing y promoción de la marca **España** consiga analizar, detectar y plantear soluciones a los problemas anteriormente señalados y continúe posicionando a nuestro país como el segundo destino turístico a nivel mundial.

La tercera mesa redonda se dedicó a analizar **“Los JJ.OO. y su incidencia en la economía y el Turismo”**, interviniendo como ponente el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón y actuando como moderador Jesús Gatell, en su calidad de miembro del Comité Ejecutivo de CEHAT.

El compromiso del alcalde con los hoteleros pasa por dinamizar la demanda con la apertura de nuevos mercados y la inmediata puesta en marcha de la marca **Madrid**, para lo cual se cuenta con un presupuesto de catorce millones de euros.

Todas estas variables son planteadas bajo el paraguas de la candidatura olímpica y tras este evento está el propósito de que Madrid se convierta en la tercera ciudad más visitada por los europeos.

“Propuestas tecnológicas para la mejora de la competitividad en el sector hotelero” fue el tema de la cuarta mesa, que tuvo como ponentes a Miguel Ángel Fañanás, gerente del sector Industria, Distribución y Servicios de Telefónica Empresas; Emilio Iturmendi, gerente de Venta de Uni2 y Alfonso Pedro Fernández, *business development manager* de Ericsson. Moderadora, **Mar de Miguel**, directora general del Instituto Tecnológico Hotelero.

Opinan los ponentes que los datos documentan una pérdida de competitividad en el sector.

La Innovación es la palanca clave para apoyar la competitividad, y la tecnología, la aplicación de medios técnicos para alcanzar un fin práctico.

El espíritu del Instituto Tecnológico Hotelero es ser “facilitador” de la innovación tecnológica de forma fácil, eficaz, sostenible y a un coste razo-



Pedro Mejía


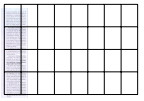
Las previsiones para el verano 2005 señalan el fuerte aumento de los turistas europeos, principalmente británicos y alemanes, hacia los países competidores, encabezados por Turquía y Egipto y que, aunque España sigue siendo un importante destino en los mercados europeos, se puede constatar la caída de la estancia media de estos turistas y la disminución del gasto medio por cliente.

nable con un método más fácil, eficaz y económico de pagar con tarjeta de crédito.

Llegan soluciones concretas para asegurar la calidad de las comunicaciones móviles en el interior de los edificios y, en concreto, establecer servicios especializados para el propio sector hotelero.

Amando de Miguel, catedrático de Sociología de la Universidad de Madrid, desarrolló la ponencia **“Los nuevos turistas del siglo XXI”**, y determinó las siguientes conclusiones:

- Aunque se puede hablar hoy en día de turistas individuales, el turismo es un fenómeno social de masas. -Junto al turismo cosmopolita, que se dirige a las grandes ciudades para reunirse, ver museos o ir de compras, está el opuesto en auge, el del turismo rural.
- Una reciente novedad del turismo es la de los viajes de aventura, de riesgo.
- Frente al veraneo tradicional de dos o tres meses, que afectaba a la minoría acomodada, ahora hemos pasado al disfrute general de un período más corto de vacaciones y más frecuente.
- Se busca formalmente tranquilidad para el período de vacaciones, pero en realidad funciona más el deseo de viajar, de novedad, de cambiar de aires... En realidad, la gran masa turística se traslada para disfrutar de la vida. El descanso es sólo una parte de ese disfrute general.-La demanda del

	Tirada: 11.550 Difusión: 10.500 Audiencia: 36.750	Sección: - Espacio (Cm_2): 178 Ocupación (%): 38% Valor (Ptas.): 104.332 Valor (Euros): 627,05 Página: 42	
	Nacional Turismo Quincenal 01/05/2005	Imagen: Si	

turismo es elástica, es decir, en la práctica actual la necesidad de vacaciones o simplemente de viajar por placer se ha convertido en una necesidad primordial. esto explica que el gasto turístico no siga mucho las oscilaciones del ciclo económico. Si hay una recesión, los viajes largos se sustituyen por trayectos cortos.

“La buena suerte” fue el tema que desarrollaron Alex Rovira y Fernando Trías de Bes, ambos profesores de Esade, quienes opinaron que la buena suerte no es simplemente cuestión de azar sino el resultado de cultivar un conjunto de actitudes y valores frente a uno mismo, frente a los demás y frente a la vida. Valores, frente a la perseverancia, al amor, a la cooperación, responsabilidad, pasión y frente al trabajo.

En definitiva, la Buena Suerte es la combinación de la preparación y la oportunidad y ambas solamente pueden ser construidas por uno mismo.

Finalmente, Eulogio Bordás, presidente de THR fue el único ponente de la séptima mesa redonda que trato sobre **“Los nuevos destinos competidores. ¿Qué están haciendo?”**

En 2020, dijo, habrá cuatro millones de nuevas camas vacacionales, lo que significa un incremento del 40% del número de camas, por lo tanto “habrá que hacer maravillas a un precio razonable”. Sin embargo, para prosperar existen grandes oportunidades de negocio: crecimiento de mercados, necesidades insatisfechas y errores de la competencia.

El problema está en EL MODELO DE NEGOCIO: en el sistema de valores, la producción, el *targeting* y el *clienting*. Se ha pasado de una sociedad agraria a una industrial, y de la industrial a la de la información y a la sociedad de las emociones. Ya no se debería vender sólo camas sino vender sentimientos.