



FOTO: LAGO

Nuevos laboratorios para modelar la oferta turística

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), auspiciado por la patronal de los hoteleros, CEHAT, y el Centro de Inteligencia Turística, CIT, propuesto por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, buscan poner el termómetro al sector y desarrollar las mejores soluciones tecnológicas de futuro

El turismo, como primera industria nacional, con una aportación al PIB cercana al 12% que explicita su peso en la economía nacional, merece una atención permanente para actualizar su oferta, afianzar su competitividad y responder a los sucesivos retos, entre ellos, en este momento, la aparición de nuevos destinos, la guerra de precios o el cambio en los hábitos turísticos a nivel mundial. Es lo que ha motivado a entidades y organizaciones empresariales vinculadas con el sector, como CEHAT y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, a promover sendas iniciativas y crear instituciones que se ocupen de analizar su situación real y articulen

GENERAR SOLUCIONES REALES

Los promotores del Instituto Tecnológico Hotelero se proponen convertirlo en "un centro generador de soluciones reales a los problemas cotidianos con los que se enfrentan los hoteleros".

las propuestas de actuación que refuercen su posición y permitan al sector hacer frente a los problemas que afectan a sus profesionales y empresas.

ITH: La tecnología como eje vertebral

El proyecto de crear el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) surge en el seno de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Este Instituto nace con un objetivo muy definido: ser una referencia y un apoyo incondicional para todos los profesionales del sector hotelero español, ofreciendo respuestas prácticas y eficaces a las necesidades de sus empresas.

Uno de los ejes en los que sustenta su actuación

el ITH es la tecnología, considerada de vital importancia para el desarrollo del sector, pues, como señala José G. Díaz Montañés, presidente de CEHAT y del ITH, “la palabra tecnología a menudo nos lleva a pensar en contextos demasiado sofisticados e incluso alejados de nuestras propias empresas pero, si queremos afrontar el futuro con optimismo, es necesario que nos adaptemos a los nuevos tiempos y a los retos que plantea la situación cambiante dentro del sector turístico”.

La idea originaria de la CEHAT -patronal hotelera de ámbito nacional que integra a 46 asociaciones de toda España y a 8.700 establecimientos hoteleros con 1.400.000 plazas hoteleras y 178.000 trabajadores- fue crear un espacio donde todas las entidades relacionadas con el sector hotelero dispusieran de un foro de intercambio de ideas y de cooperación entre las empresas, ya que, según los responsables del ITH, “sólo con la participación de todos será posible lograr estos objetivos”.

Lo que se persigue con la creación del ITH es convertirlo en punto de apoyo para uno de los pilares esenciales de nuestro sector turístico: los hoteles.

¿Cambiar el modelo hotelero?

Los promotores del ITH parten de la idea de que se necesita un cambio en el modelo de negocio hotelero en nuestro país. A su entender, los factores tradicionales de éxito españoles, (bajos costes salariales, excelentes dotaciones de recursos naturales y ubicación cercana de los principales emisores, entre otros), ya no resultan tan competitivos y el incremento de los costes repercute en un descenso de calidad, si se quiere mantener la rentabilidad.

La planta de alojamiento española, en su mayoría, tiene una antigüedad superior a 20 años y, aunque en la última década se han hecho importantes esfuerzos de modernización, a día de hoy aún es necesaria una fuerte inversión. Otro factor ponderado es que la mayoría de las empresas del sector son pymes familiares que, en muchos casos, no disponen de recursos propios para acometer esa modernización eficiente. Ése es el motivo de que el ITH haga hincapié en la necesidad de trasladar a la industria hotelera los últimos avances tecnológicos del mercado; considera que para ser rentables es necesario tener un producto bueno e innovador.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), de acuerdo con el Real Decreto de 1996, es una asociación privada sin ánimo de lucro que pretende convertirse en un Centro de Innovación y Tecnología, cuyo principal objetivo es mejorar la competitividad, eficiencia y la calidad de todo el sector hotelero.

Este Instituto, con sede en Madrid, tiene carácter permanente y su principal objetivo es potenciar la industria hotelera mejorando la competitividad y eficiencia del sector en todo el ámbito nacional, aunque, al mismo tiempo, posee una ineludible proyección internacional. Pretende aumentar la competitividad del sector hotelero español a través de

ITH: 6 ÁREAS DE ACTUACIÓN Y 4 OBJETIVOS CLAVE

ÁREAS DE ACTUACIÓN		OBJETIVOS PRIORITARIOS	
Arquitectura y Construcción:	Dar asesoramiento tecnológico sobre materiales, estructuras y diseño de espacios para aprovechar de forma eficiente los recursos.	Fomentar la cooperación empresarial:	Es más fácil y menos costoso abordar los problemas compartidos del sector desde una perspectiva común. Además le convertirá en un interlocutor fuerte ante la Administración.
Infraestructuras e Instalaciones:	Aportar los medios técnicos necesarios para optimizar su rentabilidad, operatividad y eficiencia.	Activar la petición de ayudas:	Hacer extensibles al sector hotelero las ayudas, desgravaciones y bonificaciones de Programas de I+D+i para avanzar en la reducción de costes operativos.
Medio ambiente y Energía:	Impulsar las buenas prácticas para interactuar respetuosamente con el medio ambiente.	Sensibilizar sobre la necesidad de asesoramiento y de formación:	Fomentar entre los socios del Instituto la idea de que la calidad y el valor añadido del producto son los elementos más importantes de fidelización; de que adoptar una cultura tecnológica en los procesos de calidad es vital para ser rentables.
Procesos y Gestión:	Diseño de estructuras organizativas que faciliten la gestión del producto hotelero y optimicen los procesos.	Anticiparse a los cambios:	Es la vía para adelantar a los competidores, adaptándose a los gustos de los clientes y a las variaciones de sus hábitos y demandas.
Tecnologías de Información y Comunicaciones:	Agilizar la accesibilidad de los consumidores a los productos hoteleros.		
Seguridad y Salud:	Crear protocolos de seguridad para clientes y empleados y para asegurar procesos sanitarios adecuados.		

TECNOLOGÍA Y PREVISIÓN

Para ser rentables hay que tener un producto bueno e innovador. Por ello el ITH defiende que la tecnología es una de sus bases de actuación. “La hotelería moderna -dice Díaz Montañés- debe evitar cualquier pauta de improvisación”.

una mejora de los servicios, instalaciones, condiciones de seguridad y respeto al medio ambiente. Es un organismo privado, y aunque la Comunidad de Madrid ha concedido un presupuesto inicial de un millón de € para su puesta en marcha, el objetivo es alcanzar la autofinanciación en dos o tres años.

Investigación, innovación y competitividad

Como apuntaba el presidente del ITH, Díaz Montañés, la tecnología es una de sus bases de actuación, pues desde la entidad consideran que, aunque ciertas funciones puedan cumplirse con elementos tradicionales, la hotelería moderna, guiada por crite-

rios de calidad y competitividad no centrada en precios, debe evitar cualquier pauta de improvisación. Por ello entiende que deben introducirse ciertas innovaciones que se correspondan con la imagen que se quiere dar de los establecimientos españoles.

El ITH pretende abordar los problemas del sector desde un enfoque innovador; y para sustentar esta posición, desde el organismo se recuerda la definición académica de la palabra tecnología, entendida como “conjunto de conocimientos, instrumentos y métodos técnicos empleados en un sector profesional”. Según apuntan, aspira a convertirse en el conocedor de las acciones que modernicen la planta hotelera española, participando activamente en el desarrollo de la legislación tecnológica hotelera; en el instrumento de innovación que incremente el valor de la oferta hotelera; y en el impulsor y promotor de las investigaciones relacionadas con las infraestructuras hoteleras y su adecuación a los requerimientos de la Unión Europea a través de los medios técnicos adecuados. En definitiva, persigue reducir costes al tiempo que se mejora la calidad y se mantiene la rentabilidad, como camino a seguir para continuar liderando la industria.

Para lograrlo quiere, entre otras cosas, fomentar la cooperación empresarial; activar la petición de ayudas; sensibilizar a sus socios sobre la necesidad de asesoramiento y de formación, reforzando la idea de calidad y valor añadido del producto; y anticiparse a los cambios para adelantarse a los competidores a la hora de adaptar la oferta a los gustos de los clientes y a las variaciones de sus hábitos y necesidades.

Para alcanzar sus objetivos el ITH abordará la problemática del sector desde varias áreas de actuación: arquitectura y construcción; infraestructuras e instalaciones; medio ambiente y energía; procesos y gestión; tecnologías de información y comunicaciones y seguridad y salud. De hecho, el primer estudio realizado por este organismo versa sobre un tema sanitario que afecta directamente al sector turístico: la nueva normativa reguladora del tabaco que entrará en vigor en España a principios del próximo año. En su labor de asesor de la industria turística, el ITH realizó un estudio sobre cómo afectará la nueva normativa reguladora del tabaco, cuyo objetivo es facilitar a los empresarios del sector la adaptación a los requerimientos de la ley de la manera más sencilla y con el menor coste. El ITH quiere ser -concluyen- “un centro generador de soluciones reales a los problemas cotidianos con los que se enfrentan los empresarios hoteleros”.

Iniciativa de las Cámaras de Comercio

Las Cámaras de Comercio españolas, por su parte, también se han marcado como uno de sus objetivos el aumento y mejora de la competitividad del sector turístico de nuestro país.

En una reunión mantenida con la Mesa del Turismo español unos días antes de la celebración del Consejo de Ministros monográfico sobre el turismo,



LAS CÁMARAS Y EL TURISMO

Javier Gómez Navarro, presidente del Consejo de Cámaras de Comercio y gran conocedor del sector turístico a lo largo de su trayectoria profesional, quiere que el impulso al producto turismo forme parte de las actuaciones básicas de las delegaciones de la institución cameral. Y desde el CIT propuesto por él promoverá más amplios estudios de mercado.

el presidente del Consejo Superior de las Cámaras de Comercio de España, Javier Gómez Navarro, anunció que propondrá a la Secretaría General de Turismo la creación de un Centro de Inteligencia Turística, CIT, que impulse investigaciones sociológicas sobre el ocio de los turistas extranjeros, uno de los pilares del sector español. Gómez Navarro puso de relieve que las Cámaras de Comercio “tienen el objetivo de potenciar el turismo como una de las piedras angulares de su quehacer”.

Este Centro de Inteligencia tendría como objetivo conseguir el aumento y mejora de la competitividad del sector turístico e iría encaminado a realizar continuos análisis de la coyuntura del turismo para garantizar una mejor asimilación a la permanente actualización de los mercados. En esa línea, el futuro CIT, Centro de Inteligencia Turística, se propone “estudiar los mercados de otros países, en un momento en el que existe un exceso de oferta, porque es necesario tratar el turismo como un producto de gran mercado”.

Para Gómez Navarro, el turismo español “debe ofrecer productos de mayor valor añadido”. El responsable del Consejo Superior de las Cámaras de Comercio también defendió la incorporación del turismo como uno de los puntales básicos de actuación desde algunas delegaciones de esta institución cameral, en cuyas comarcas este sector es fundamental en la actividad económica.

En estos momentos el Consejo de Cámaras trabaja en la elaboración del borrador del proyecto del Centro de Inteligencia Turística. Se prevé que esté preparado para noviembre de este año y que, tras su aprobación por las Cámaras de Comercio, pueda ser presentado a la Secretaría General de Turismo antes de que finalice 2005.