

## DOCUMENTO DE CONCLUSIONES Y BALANCE DEL XI CONGRESO NACIONAL DE HOSTELERÍA

### LA INVERSIÓN PÚBLICA EN HOSTELERÍA ES LA MÁS RENTABLE A NIVEL ECONÓMICO Y SOCIAL

La Ley del Tabaco pone de manifiesto la unidad del sector y la voluntad de defender con la máxima firmeza sus intereses

**Valencia 3 de marzo de 2006.** En el marco de la tercera jornada de actividades del XI Congreso Nacional de Hostelería ha tenido lugar la Asamblea General FEHR en la que se ha aprobado el documento de conclusiones y balance del Congreso tras la finalización de las diferentes jornadas técnicas, conferencias y reuniones de trabajo de los Órganos de Gobierno de la patronal hostelera.

En primer lugar, se ha querido destacar que el actual boom mediático de la gastronomía y la restauración protagonizado por cocineros, críticos gastronómicos, sumilleres y otros profesionales de la Hostelería es posible gracias a la pujante realidad empresarial que subyace a este fenómeno y en que la última década ha situado a la Restauración nacional en vanguardia a nivel mundial. **La punta del iceberg mediático del fenómeno de la cocina está respaldada por un sector empresarial profundamente renovado que representa el 6% del PIB nacional.**

Esta situación ha sido posible gracias al nuevo escenario de colaboración institucional, respaldo de las fuerzas políticas y diálogo con el conjunto de actores sociales implicados y que se ha puesto especialmente de manifiesto en la presidencia de honor de este congreso aceptada por Su Majestad el Rey Don Juan Carlos I y por el apoyo total y máximo respaldo institucional que el Gobierno de la Generalitat Valenciana con su Presidente Francisco Camps, a la cabeza, han prestado a la preparación y ejecución del XI Congreso Nacional de Hostelería que ha tenido lugar en la ciudad de Valencia.

Se trata de un momento trascendental para la evolución e historia del sector servicios, la industria turística y la actividad hostelera en el que destacan la apuesta por la modernidad y la excelencia empresarial, el nuevo clima de unidad -en el históricamente atomizado sector hostelero- y la profesionalización de las estructuras y funcionamiento de las organizaciones empresariales que deben permitir intensificar y agilizar el proceso de interlocución con las administraciones públicas. Para la Federación Española de Hostelería **la aportación de recursos públicos y la puesta en marcha de planes estratégicos en el sector van a ser los más rentables a nivel económico y social de cuantos se puedan poner en marcha** en nuestro país en el marco de una economía globalizada y sometida a profundos cambios estructurales.

Para la Hostelería el objetivo es activar una gran ALIANZA INSTITUCIONAL que promueva la hostelería, el turismo y el ocio de calidad que sea capaz de responder y aportar soluciones a los problemas y conflictos con los que se encuentra el sector hostelero y al mismo tiempo reforzar y consolidar el crecimiento empresarial y el salto cualitativo que ha dado el sector hostelero durante la última década.

En este sentido una de las conclusiones más importantes a las que ha llegado el sector es la de la necesidad de intensificar la actual ESTRATEGIA PROACTIVA DE COMUNICACION que permita intervenir e influir en los grandes debates sociales, económicos y políticos que afectan a la industria turística, a la actividad hostelera y al ocio ciudadano, mediante la comunicación de los puntos de vista del colectivo hostelero y la desactivación de los tópicos y planteamientos superficiales con los que a menudo se aborda la temática general del ocio ciudadano y los sectores económicos afines.

Con respecto a las **IDEAS CENTRALES Y PROPUESTAS CONCRETAS** que se han planteado durante estos días hay que destacar:

A.- La conveniencia de crear cuerpos específicos y especializados de **policía turística** que garanticen la seguridad de las zonas de ocio y turísticas, potencien la intervención preventiva y disuasoria y mejoren la imagen de las fuerzas y cuerpos de seguridad en relación a la práctica del ocio ciudadano.

B.- La necesidad de poner en marcha una **campaña de mentalización turística** a nivel nacional que incida en la percepción e importancia del turismo tanto a nivel político como empresarial, social e institucional.

C.- La importancia de promover la **armonización de criterios entre las diferentes administraciones** central, autonómicas y locales que contribuyan al proceso de ordenación y regulación de la actividad empresarial hostelera en campos como:

1. la definición clara de los catálogos que definen y clasifican la tipología de establecimientos públicos de forma acorde con las demandas del mercado en pleno siglo XXI, especialmente complejas y obsoletas en el caso de la hostelería.
2. la necesaria modernización de la administración que agilice la tramitación de permisos y licencias de los establecimientos hosteleros y que supone la principal causa de la inseguridad jurídica y situación de alegalidad por inoperancia administrativa.
3. la definición clara y objetivo de la situación de las terrazas a nivel de horarios, mobiliarios, etc. y que permita superar la situación de arbitrariedad y provisionalidad en la que se encuentran permanentemente estas instalaciones.
4. el establecimiento de un marco de horarios que sirva de referencia a nivel nacional y que tipifique la situación de singularidad y que al mismo tiempo responda a las demandas sociales, tendencias, y hábitos de conducta de los ciudadanos españoles y de nuestra oferta turística.
5. la normalización y estandarización de los procesos relacionados con la seguridad alimentaria y las medidas preventivas a nivel ambiental y de procesos de reciclaje que eviten sobrecostos innecesarios por la proliferación y dispersión normativa entre las diferentes CCAA y administraciones locales.

## CONFLICTO LEY DEL TABACO

Con respecto a la aplicación de la Ley del Tabaco el colectivo hostelero desea renovar su compromiso con los valores de la salud pública y la implantación de estrategias eficaces en la lucha contra el tabaquismo. No obstante y en relación al **malestar existente en el sector sobre las dificultades de aplicación de la ley** FEHR quiere denunciar **la incapacidad de esta ley por abordar el problema del tabaquismo en el ocio**, de espaldas a la presión que los 11 millones de fumadores españoles ejercen sobre las empresas hosteleras y que está trasladando las imprecisiones y arbitrariedades contenidas en la ley al colectivo hostelero lo que puede provocar una auténtica catástrofe para la viabilidad empresarial de decenas de miles de empresas y que puede desembocar en un conflicto sin precedentes en el sector.

Por todo ello las **organizaciones empresariales integradas en FEHR exigen a la administración central que resuelva los temas claves de la ley pendientes de resolver** ( medición establecimientos, conflicto centros comerciales, insuficiencia 30%, criterios definición zonas de fumadores entre otros ) en lugar de derivar esta problemática a las CCAA lo que impediría la imprescindible armonización territorial para la aplicación de la ley. Será en este contexto cuando se podrán intensificar los contactos con las comunidades autónomas da cara a la aplicación flexible y progresiva de la ley y de forma respetuosa con la actividad empresarial del sector.

Por último la FEHR desea hacer pública su voluntad de poner en marcha un macroprograma de concienciación sobre el problema del tabaquismo en el ocio que cuente con los necesarios recursos públicos y el compromiso corresponsable del sector hostelero, tal y como quedó de manifiesto en la presentación durante el congreso de las campañas y mensajes: PARA COMER SIN MALOS HUMOS Y PARA DIVERTIRTE SIN MALOS HUMOS.

Valencia, 3 de marzo de 2006