

Matutes pide una rebaja del IVA a los hoteles para competir con los destinos emergentes

18 de diciembre de 2008

EUROPA PRESS

El presidente del Grupo Matutes y propietario de Fiesta Hoteles, Abel Matutes, advirtió ayer de que el sector turístico cerrará el año con una aportación negativa del 0,9% al Producto Interior Bruto (PIB), que podría ampliarse al 2,9% en 2009, según las previsiones que maneja Exceltur. Matutes, quien participó en el foro FuTURalia organizado por la Mesa del Turismo, recalcó que el turismo «ya está contribuyendo negativamente» a la economía española, al no ayudar al crecimiento del PIB. El pasado mes de octubre Exceltur estimó una aportación negativa de 0,1 puntos al crecimiento del país.

En este contexto, Matutes apuntó también que es necesario «reestudiar la aportación del IVA de las empresas turísticas para afrontar mejor la competitividad del sector». El hotelero precisó que «tampoco hay mucho margen» para bajar este impuesto, aunque detalló que una previsión adecuada sería plantear una aportación «en torno al 5%» (actualmente es el 7%), un aspecto que sería «una ayuda» de cara a reforzar la competitividad frente otros países que trabajan con unos costes «del orden de un 70% inferiores a los nuestros» o el 50% menos, como es el caso de Marruecos o Túnez.

En este sentido, subrayó que el modelo de crecimiento español «está ya gripado» como revela la situación del sector de la construcción y el endeudamiento familiar, un contexto que afecta también el sector. «El turismo no es inmune a esta situación», apostilló.

El ex ministro hizo hincapié en impulsar el desarrollo sostenible, punto al que el turismo contribuye, pero que debe incluir una reconsideración de los puertos deportivos, sobre todo para conseguir la desestacionalización. Remarcó que la «solución» debe partir de la capacidad de ofrecer un producto «más sofisticado y con mayor valor añadido». «Estamos hablando de seguir promocionando el flujo principal, que es el turismo de 'sol y playa', pero además no despreciar todos aquellos segmentos que tienen todavía un potencial de crecimiento grande que están dispuestos a pagar más si se les da ese producto, que es sobre todo el turismo de golf, el turismo náutico o el de segunda residencia de lujo», añadió el presidente del grupo Fiesta.