

Participó hoy en el foro FuTURalia organizado por la Mesa del Turismo

Matutes advierte de que el sector turístico cerrará el año con una aportación negativa del 0,9% al PIB

Madrid (LB).- El presidente del grupo Matutes y propietario de Fiesta Hoteles, **Abel Matutes**, advirtió hoy 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 hoy en el foro FuTURalia organizado por la Mesa del Turismo, recalcó que el turismo “ya está contribuyendo negativamente” a la economía española, al no aportar al crecimiento del PIB. El pasado mes de octubre Exceltur estimó una aportación negativa de 0,1 puntos al crecimiento del país.

Además, **Matutes** apuntó también que es necesario “reestudiar la aportación del IVA de las empresas turísticas para afrontar mejor la competitividad del sector, especialmente en los países emergentes”.

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.

A su vez, el presidente del grupo Matutes destacó la necesidad de afrontar iniciativas para mejorar el producto español y recordó que el sector representa el 12% del PIB nacional “sin contar los aspectos indirectos” de esta actividad, por lo que insistió en la conveniencia de ajustar la capacidad productiva “para afrontar los próximos años”, ofreciéndose incluso a la administración para aportar su asesoramiento si así lo entendía necesario.

Crear valor añadido

En su opinión, España debe tratar de mantener un modelo turístico que fortalezca su liderazgo y lo haga extensible. Para ello expuso, aparte de las medidas comprendidas en el Plan Horizonte 2020 –que consideró positivo–, la necesidad de invertir en remodelación de destinos maduros y aumentar la promoción. “España ha sido muy cicatera en promoción y ha llegado el momento de aumentarla”, apuntó.

También hizo hincapié en impulsar el desarrollo sostenible, aspecto al que el turismo contribuye, pero que debe incluir aspectos dentro del modelo energético –como dar entrada a las energías renovables– o en el marco fiscal, así como una reconsideración de los puertos deportivos, sobre todo para conseguir la desestacionalización. “Tenemos que seguir creando valor”, insistió **Matutes**.

El ex ministro de Asuntos Exteriores remarcó que la “solución” debe partir de la capacidad de ofrecer un producto “más sofisticado y con mayor valor añadido”, tal y como ha sucedido en algunas zonas del entorno comunitario como la rívera italiana o la costa azul francesa, casos que a su juicio “son paradigmáticos”.

“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.

Con ello, se fomentaría una dinámica consistente en que “vengan más turistas y que gasten más” dado que con la coyuntura económica actual el sector “no se puede permitir el lujo de rechazar a nadie”, sobre cuando en la actualidad se está produciendo un menor gasto y una reducción de la estancia de visita. “Eso hace que, aún manteniendo el número de visitantes el valor final del producto turístico baja”, añadió **Matutes**.

Replantear el IVA y aumentar la promoción

Posteriormente y en un encuentro con los medios de comunicación, **Matutes** precisó que “tampoco hay mucho margen” para bajar el tramo de IVA aunque detalló que una previsión adecuada sería plantear una aportación “en torno al cinco por ciento”, 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.

También agregó la necesidad de aumentar la promoción de destino con el objetivo de igualar la media que destinan otros países del entorno español, para lo cual se tendría que “multiplicar por siete” la inversión dedicada a este concepto para equiparar el gasto promocional.

No obstante, **Matutes** no confió en que ello se produzca a corto plazo para desplegar una estrategia a medio plazo donde se sitúen las “prioridades más claramente”. “Habrá que gastar más en promoción y fijar ya un objetivo a medio plazo para llegar a esos niveles a lo largo de cinco o seis años, aumentando entorno a un 30% ó 40% anual y entonces será posible”, aseguró el propietario de Fiesta Hoteles.

Calidad de vida

Durante su intervención, **Matutes** enfatizó la contribución del turismo a la mejora de la calidad de vida en aquellos países en los que se ha apostado por su desarrollo, como es el caso de España, dado que esta actividad ha fomentado la creación de infraestructuras y ha mejorado la renta per cápita.

Por ello, remarcó que se debe reforzar “compromisos de cooperación” entre el sector público y la actividad privada para asumir los compromisos de futuro para instaurar un producto de mayor valor añadido porque a su juicio “existe un cliente que está dispuesto a pagar más” en una oferta que no presentan los países emergentes.

No obstante, también detalló que existen una serie de defectos durante el modelo turístico español la construcción de edificios ilegales en costa, el deterioro de los servicios públicos por la densidad de visitantes, la obsolescencia de determinadas zonas turísticas o defectos en las funciones de ordenación del territorio en las comunidades autónomas.