



ECONOMIA TURISMO

Pedro Costa Ferreira

Presidente da APAVT

Os privados devem tomar conta do turismo'

Para manter o crescimento turístico, decisivo na nossa economia, defende planos de acção e de promoção do País independentes dos ciclos políticos

POR RUI TAVARES GUEDES

Nos primeiros nove meses de 2013, os indicadores a que os agentes turísticos prestam maior atenção cresceram todos: mais visitantes no País, mais dormidas nos hotéis, mais passageiros transportados e, naturalmente, mais receitas para as empresas. Mas apesar destes números positivos, o clima estava longe de ser eufórico entre os cerca de 500 participantes no congresso anual da Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT), que decorreu, de 5 a 9, em Angra do Heroísmo, Açores. Isto porque todos têm consciência de que, em simultâneo, os portugueses passaram a viajar menos, que há uma crise de liquidez difícil de ultrapassar na hotelaria e que muitos dos bons resultados estão intrinsecamente ligados a causas externas, que motivaram fluxos diferentes no turismo. Ou seja, apesar de bons os resultados não permitem que se fique a descansar à sua sombra. Mais: é preciso, isso sim, trabalhar a sério a promoção do País no exterior. E é aí que começam as dúvidas e até mesmo algumas divisões, motivadas pela decisão do Governo em criar, no prazo de um ano, uma Agência Nacional de Promoção Turística que congregue os interesses do Estado (através do Turismo de Portugal) e os das empresas privadas (reunidas na Confederação de Turismo de Portugal), mas também de muitas autarquias e diversas regiões de turismo. Para

Pedro Costa Ferreira, 52 anos, presidente da APAVT, as diferenças de opinião não podem afastar o sector do essencial: «Encontrar um caminho para o turismo português que seja independente dos ciclos políticos.»

> A decisão de criar uma agência independente para a promoção de Portugal como destino turístico gerou uma grande discussão. Será possível a sua concretização?

Essa discussão tem pouco a ver com o foco e o interesse da agência para Portugal, e mais com a defesa das várias «quintas» instaladas. O importante é, agora, centrarmos o debate naquilo que deve ser a sua missão.

A partir do momento em que seguirmos essa discussão, e se incluirmos todos nela, encontraremos um caminho, que passará a ser independente dos ciclos políticos.

> Porque é isso tão determinante?

Porque nós não podemos, com os recursos escassos que temos, estar sempre a mudar a estratégia e a pôr tudo em causa de quatro em quatro anos. Temos que ter consciência que, de cada vez que voltamos à casa de partida, estamos a esbanjar tudo o que já gastámos e, ainda por cima, a iniciar novos conceitos e novas abordagens para conquistar os mesmos mercados.

> E os privados estão preparados para se libertarem da tutela do Estado?

Vai ser um desafio, até porque não estamos habituados. O normal, é estarmos às terças, quintas e sábados a dizer mal do Orçamento do Estado, e às segundas, quartas e sextas a perguntar como é que vamos lá buscar algum. Mas vivemos numa era que exige que os empresários tomem riscos e, para isso, é preciso pedir ao Estado que saia da frente. A nossa convicção é clara: são os privados que têm que tomar conta do turismo, sem ficarem à espera de ajudas ou benefícios que o Estado não pode dar neste momento.

> Qual deve ser, então, o papel do Estado?

Impor a defesa do interesse público. E, a partir daí, deixar os privados trabalhar.

> O turismo é um sector com uma importância cada vez mais vital na economia portuguesa?

Absolutamente. Além de ter já um peso crucial na nossa economia, é também um sector que vai crescer, em todo o mundo, até 2020, cerca de 3,3% ao ano, segundo os números da Organização Mundial de Turismo. Ora, há muito poucos sectores no mundo com estes números e onde Portugal seja extremamente competitivo.

> É também decisivo para o resultado das exportações?

O turismo tem um papel absolutamente crucial. Representa mais de 50% das exportações de serviços. É por isso que tudo o que diga respeito ao turismo, nomeadamente a discussão à volta da agência de promoção turística, é um assunto muito maior do que o próprio sector. É um assunto do país. ▣

'O normal é estarmos às terças, quintas e sábados a dizer mal do Orçamento do Estado, e às segundas, quartas e sextas a perguntar como é que vamos lá buscar algum'

