

PROGRAMA

‘Empresas Turismo 360’ ajuda na capacitação ESG

Presidente do Turismo de Portugal aconselha empresas da Madeira a acelerarem o processo de capacitação e de incorporação dos indicadores ‘governança ambiental, social e corporativa’.

Por **Patrícia Gaspar**
patricia.gaspar@jm-madeira.pt

O madeirense Luís Araújo, presidente do Turismo de Portugal e da ETC – European Travel Commission e do NEST – Centro de Inovação do Turismo, desafiou, ontem, durante a Conferência Anual do Turismo, evento organizado pela delegação regional da Ordem dos Economistas, as empresas da Madeira a aderirem ao Programa Empresas Turismo 360.

O novo programa do Turismo de Portugal conta com 19 parceiros e visa “acelerar a incorporação dos fatores ambientais, sociais e de governação nas empresas do setor”, esperando-se a participação de 2.000 empresas.

Luís Araújo considerou também um sinal muito otimista o facto de a Madeira ter superado em agosto os indicadores nacionais no que concerne à capacidade aérea. “Na Madeira, a procura pelo mercado nacional foi esmagadora e é preciso fidelizar este cliente”, alertou.

O líder do Turismo de Portugal lembrou ainda que o País recuou 26 anos em 2020 ao nível de dormidas e dez anos nas receitas, mas começa a recuperar. “Estamos a crescer muito mais em receitas do que em dormidas e isto é o mais importante”, venceu.

Com “seis mil milhões de euros para apoiar as empresas do setor, gerar confiança, garantir condições de segurança sanitária, ajudar a pro-



Transformação sustentável das empresas do setor turístico é fundamental, diz Luís Araújo.

mover e a gerar negócio”, podemos acreditar que em 2027, defende Luís Araújo, se alcance uma receita de 27 mil milhões de euros, embora as “previsões apontem para que apenas em 2023 o Turismo recupere os números de 2019”.

Luís Araújo define como prioridade o cumprimento dos objetivos da Estratégia Turismo 2027 cuja meta é alargar o Turismo a todo o território durante todo o ano.

A aposta na retoma da conectividade aérea, na capacitação do trade

internacional, nas redes colaborativas como estímulo ao mercado interno e na segmentação de produtos e de consumidores são metas de um trabalho feito em parceria com as associações de promoção. No caso da Madeira, a APM tem, ressalva, promovido “um excelente trabalho”.

Outra das prioridades do plano de marketing para 2021 é a promoção do Turismo sustentável que assuma como linhas de atuação o reforço da internacionalização da marca Portugal. Todavia, a Região tem na mobi-

lidade um desafio importante. Luís Araújo destaca, contudo, as ligações conquistadas graças à parceria com a APM.

“Hoje há mais oferta de ligações do que existia em 2019, obviamente muito condicionada, mas com boas perspetivas”, afirmou, lembrando que é preciso estimular a procura e manter o destino no topo das preferências dos turistas, comunicar melhor e apostar na oferta de produtos diferenciados e em segmentos como o LGBT.



RECUPERAÇÃO

Eduardo Jesus confiante

O secretário regional do Turismo optou ontem por um discurso otimista na abertura da Conferência Anual do Turismo (CAT), focando o esforço no desenvolvimento de iniciativas de promoção e de reforço do conceito de destino seguro, através da certificação, da vacinação e da estratégia de combate à pandemia.

Eduardo Jesus, que apresentou, por motivos profissionais, a sua preleção por videoconferência, lembrou que o novo coronavírus abalou a confiança dos turistas, mas a Região teve sucesso na reversão, mesmo “no período mais duro do processo pandémico”.

A Região quer agora solidificar a lógica de destino seguro e apostar na presença eficaz nos mercados emissores e está, afirmou, “perfeitamente preparada para acolher quem nos visita”.

Com a retoma, têm aumentado as ligações aéreas, a aposta das companhias e a oferta de lugares, com o mercado nacional a ter um desempenho “impressionante” graças à parceria com a Associação Portuguesa de Agências de Viagem (APAVT).

Jesus espera que os contributos expressos na CAT possam apoiar a revisão da estratégia do turismo para 2027.

MEDIDAS

Digitalização é crucial

Rui Constantino, economista chefe do Santander, não tem dúvidas de que o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) deve potenciar a digitalização do setor público.

Empresas mais saudáveis, consumidores com orçamentos protegidos são chaves para o sucesso do processo de recuperação, mas Constantino alerta para os riscos

que se colocam ao crescimento económico. Entre eles, as diferenças nas taxas de vacinação dos países, a possibilidade de desenvolvimento de novas variantes, a crise dos semicondutores – que está a afetar vários setores – e os preços do petróleo que aceleraram a inflação e aumentaram o custo dos transportes.



DESAFIOS

‘Repensar o turismo, centrar-se no cliente’

A pandemia mudou o perfil do turista que procura a Madeira e impôs novos hábitos. Perante esta realidade, urge repensar a atividade para que esteja centrada no cliente. A posição foi, ontem, expressa por Cristina Cabral Ribeiro.

A sócia da network da PwC Legal lembrou, ontem, que os novos turistas, cada vez mais jovens, de-

pendem menos dos operadores na marcação de viagens e privilegiam a experiência no exterior em detrimento dos serviços nas unidades hoteleiras. É preciso, por isso, ajustar as formas de comunicação e de promoção, referiu, acrescentando que, numa análise mensal, a Região já recuperou a níveis de 2018 nos meses de verão.