

ENTREVISTA

INOPERACIONALIDADE DO AEROPORTO DA MADEIRA É PREJUDICIAL AO TURISMO

Cristina Cabral Ribeiro
Managing Partner
PwC Legal

SOFIA CARRACA TEIXEIRA
steixeira@dnoticias.pt

É esta sexta-feira, 12 de Novembro, que decorre a XIV da Conferência Anual do Turismo (CAT), organizada pela Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas. A conferência tem, em 2021, o tema 'Resiliência e Recuperação' e é precisamente da retoma do turismo que nos fala Cristina Cabral Ribeiro.

A Managing Partner da PwC Legal é uma das intervenientes no painel 'Resiliência', e fala-nos do impacto da covid-19 do turismo, os desafios que o sector enfrenta e das tendências para o futuro.

Quais foram os reais impactos da covid-19 no sector turístico nacional, e regional em particular? Como todos sabemos o sector do turismo, e todo o seu ecossistema, foi fortemente afectado pela covid-19. De acordo com estimativas da PwC, o CAE do alojamento surge como aquele com maior impacto negativo em 2020, seguido de sectores também relacionados com o turismo – embora não exclusivamente –, que se viram privados de desenvolver a sua actividade pelas medidas implementadas, como o lazer e artes, restauração e similares e transportes. Os reais impactos da covid-19 só os conseguiremos dimensionar após uma recuperação em pleno, que deverá ocorrer em 2022 ou 2023, segundo os analistas internacionais.

A lagartixa é o símbolo da CAT

deste ano, um animal que representa o espírito de sobrevivência. Esta é uma analogia pertinente, o turismo está a 'sobreviver'? Percebo a associação à lagartixa, e a alusão ao espírito de sobrevivência, mas gostaria de deixar uma tónica mais positiva.

O sector do turismo tem vindo a crescer consistentemente nos últimos 10 anos. De acordo com a Organização Mundial Turismo, após um crescimento contínuo em 50 anos, 2020 foi o pior ano na história do turismo, recuando 30 anos, com 400 milhões de chegadas internacionais (1,5 mil milhões em 2019).

Até à pandemia, o sector era conhecido pelo seu crescimento sustentado, pela criação de emprego, ambiente de inovação e sustentabilidade das suas empresas. 2019 foi o melhor ano de sempre para Portugal enquanto destino turístico, com cerca de 27 milhões de hóspedes e 18,4 mil milhões de euros de receitas. Este ano, Portugal já voltou a brilhar nos mais recentes World Travel Awards para a Europa. A Madeira revalidou o título de Melhor Destino Insular e ganhou ainda o prémio de Melhor Resort de Ilha.

Talvez se possa dizer que, neste momento, o sector esteja a ter espírito de 'lagartixa', fruto das circunstâncias, mas nem sempre o teve e, acredito, não o terá no futuro. Identificava antes outro réptil, o camaleão que, com a sua capacidade de adaptação às várias realidades que enfrenta, consegue mudar de cor e tem a capa-



A Managing Partner da PwC Legal é uma das intervenientes no painel 'Resiliência' da XIV CAT.

cidade de ter uma visão com 360°. Qualquer que seja o animal, que seja um vencedor...

Que desafios enfrenta, agora, o sector? De acordo com o Turismo de Portugal, Portugal enfrenta três desafios que devem ser acautelados. Um tem que ver com a questão demográfica, sendo que em toda a Europa, e em Portugal particularmente, temos uma população cada vez mais envelhecida. A segunda tem a ver com as qualificações dos recursos humanos e a aposta na formação e 'upskilling', que é essencial e um tema-chave. A terceira tem a ver com a atractividade, que está relacionada com a componente de benefícios, com as pessoas a olhar para o turismo como uma maratona que precisa de investimento, mas que também tem um retorno positivo. As empresas do sector procuram oferecer produtos ou serviços cada vez mais adequados às necessidades dos turistas, e estas mudam constantemente.

O turismo, que é essencial para a economia de Portugal e para a da Madeira, vai certamente regressar com novas realidades, com novos serviços e com novos segmentos de clientes. Sobre a atractividade do sector e do destino diga-se, a título de exemplo, que na PwC esperamos que venham a acontecer algumas aquisições por parte de grupos com marcas internacionais no nosso país. A FTC Hotels, que integra a Fosun Tourism Group, e que é responsável pela expansão hoteleira, anunciou recentemente a sua intenção de ter um hotel, nos próximos 2 a 3 anos, em Portugal.

Neste momento, para que a recuperação do turismo se concretize, é necessário que os apoios previstos a nível do PRR, nomeadamente as verbas referentes às actividades do turismo, cheguem efectivamente às empresas. Este é um próximo passo vital.

O turismo na Região Autónoma da Madeira tem dado sinais de recuperação. A tendência de retoma veio para ficar? Estamos a assistir a uma maior procura por destinos turísticos em Portugal, e a Madeira continua a ser um dos preferenciais. Acredito que o que esta

tendência mostra é que estamos a recuperar e vamos chegar ao ponto onde iremos superar os números de 2019. O turismo em Portugal, e na Madeira em particular, tem um enorme potencial de crescimento.

Sabemos, também, que o início da recuperação será feita pelos turistas domésticos, realidade que é generalizada na Europa e que vai certamente ser muito relevante para o final do ano de 2021. De acordo com os números mais recentes do INE, referentes a 2020, na Madeira, os turistas estrangeiros mantiveram a sua maior representatividade no total de dormidas da região (78%), tendo o Reino Unido sido o primeiro mercado emissor (31%), seguido da Alemanha (30%). 75,2% dos turistas estrangeiros que visitaram a Região, em 2020, são provenientes de países europeus. No entanto, no último ano, registou-se uma quebra das dormidas neste segmento (11 p.p.), sendo que o número de dormidas de turistas nacionais registou um aumento de 9 p.p face a 2019.

No que se refere ao RevPAR, a Região está a recuperar de forma muito positiva. Os dados preliminares da DREM mostram que, em Agosto, o RevPAR terá ultrapassado valores de 2018 e 2019, com uma média de 72€. Estes resultados demonstram que a Madeira está a fazer um bom trabalho de divulgação do destino, interna e externamente, o que lhe tem permitido restabelecer consistentemente a sua actividade turística e económica.

Quais são as tendências com que o sector do turismo pode contar no futuro? O sector do turismo está a ser influenciado por vários tipos de tendências globais.

Há algumas que se mantêm, mas a covid-19 veio trazer novos hábitos e existem dimensões emergentes que são incontornáveis.

Olhando para as tendências que se mantêm, alguns exemplos são as experiências mais locais e regionais, o chamado 'slow tourism', que contrasta com uma maior procura pelo turismo activo o 'Tech Travel'. Todas estas são maioritariamente procuradas

ESTAMOS A ASSISTIR A UMA MAIOR PROCURA POR DESTINOS TURÍSTICOS EM PORTUGAL, E A MADEIRA CONTINUA A SER UM DOS PREFERENCIAIS

OS TURISTAS ESTÃO MUITO MAIS DIGITAIS E PLANEIAM TODA A SUA ESTADIA DO SEU TELEMÓVEL, AS EMPRESAS DO SECTOR JÁ SE ESTÃO A ADAPTAR A ESTA GRANDE TENDÊNCIA E A TENTAR RECOLHER AS VANTAGENS

pelos gerações mais jovens, que procuram viver as suas experiências de forma a poderem partilhá-las nas suas redes sociais e assim influenciarem outros. Adicionalmente, acredito que a região ganhou muito com as apostas que fez junto dos chamados "nómadas digitais", tendo tido em simultâneo, segundo notícias recentes, mais de mil profissionais de todo o mundo.

Outra tendência de que penso que a Madeira já beneficia é o turismo de luxo e o turismo de saúde, tipicamente preferencial entre os turistas com mais idade. A geração X, indicam alguns estudos, tem um gosto crescente por actividades de natureza, caminhadas, explorar o património – o 'Heritage Tourism'. Esta procura representa uma excelente oportunidade para a Madeira. A covid-19 veio, também, trazer a tendência do turismo a solo e, como já referi, o 'bleisure' (Business + Leisure) onde se misturam o ambiente laboral e o de turismo.

As dimensões emergentes incontornáveis são os temas relacionados com o ESG (Ambiente, Social e de Governance). O desenvolvimento do Turismo requer especial atenção às pressões sobre o território, num quadro de equilíbrio entre a economia, o ambiente e a sociedade, envolvendo os vários stakeholders do sector. De acordo com a OCDE, "o turismo sustentável não deve ser considerado um modo ou forma especial de turismo, todos os modos ou formas de turismo deverão esforçar-se para ser mais sustentáveis". Efectivamente, apostar no turismo significa investir simultaneamente em pessoas (nos turistas e na população local) e no valor das comunidades, que afecta vários sectores de actividade de uma forma que se pretende que seja inclusiva e sustentada.

Outra dimensão emergente é a crescente necessidade de digitalização. Os turistas estão muito mais digitais e planeiam toda a sua estadia do seu telemóvel, as empresas do sector já se estão a adaptar a esta grande tendência e a tentar recolher as vantagens, e a suportar riscos, que daí advêm, como os riscos cibernéticos ou as

necessidades de 'upskilling' dos colaboradores. De acordo com uma entrevista recente do Governo Regional, a Madeira está "a investir fortemente" na cibersegurança, quer do ponto de vista material, quer na formação dos recursos humanos.

Nota-se, também, a emergência de uma maior necessidade de melhorar a comunicação global da nossa 'Marca Nação', conseguindo colocar Portugal no top of mind de turistas e investidores.

Que apostas devem ser feitas para que o turismo recupere e prospere? O tema da inoperabilidade do Aeroporto da Madeira tem vindo a ser discutido, bem como a forma como as condições meteorológicas adversas têm provocado diversos problemas.

De acordo com o relatório do grupo de trabalho Wind Study Group, entre 2000 e 2020, foram afectados cerca de 1 milhão de passageiros, problema que se agravou a partir de 2015, sendo que, até 2020, essa inoperabilidade registou-se em quase todos os meses do ano, alcançando mais de 50% dos passageiros.

Sabe-se que 72,85 % do tempo de inoperabilidade se deveu a fenómenos de ventos com intensidade e rajadas fora dos limites impostos pela ANAC. Estes problemas de inoperabilidade, que afectam a mobilidade dos passageiros, acarretam inúmeros prejuízos directos e indirectos à economia regional e, particularmente, ao turismo.

O objectivo do CAT é, em última instância, a recolha e apresentação de conteúdos que possam ser postos em prática em prol do desenvolvimento do sector. Na sua perspectiva, que 'conselho' é que gostava de ver seguido pelo turismo regional? O turismo muitas vezes – e cada vez mais com o nomadismo digital – é um primeiro passo para a experimentação de um local de residência. Assim, uma medida a considerar para atrair massa crítica para o território seria a redução até ao máximo possível das competências regionais das taxas de imposto, quer as taxas gerais, quer as taxas aplicáveis aos residentes não habituais (até ao máximo de 30% que é o permitido).

Outra dimensão emergente é a crescente necessidade de digitalização. Os turistas estão muito mais digitais e planeiam toda a sua estadia do seu telemóvel, as empresas do sector já se estão a adaptar a esta grande tendência e a tentar recolher as vantagens, e a suportar riscos, que daí advêm, como os riscos cibernéticos ou as