

JOSÉ LUÍS ELIAS, JORNALISTA DE TURISMO

"Definição" para o grupo SATA deve ser prioridade para o Governo



Estamos num momento que é de relançamento do turismo. Que palavra têm a dizer nos Açores as pequenas unidades, ligadas ao turismo rural e de natureza?

Os tempos que vivemos têm vindo a gerar nos turistas uma apetência cada vez maior pela procura de lugares seguros e pouco massificados e por tipologias de alojamento com capacidade reduzida. É neste contexto que, na hora do turista escolher onde marcar o seu alojamento, as casas de turismo rural e as unidades vocacionadas para o turismo de natureza podem ganhar relevância face à oferta de unidades hoteleiras de maior dimensão. Note-se, no entanto, que para além de garantir todas as medidas de segurança, quem dirige casas de turismo rural tem que perceber que o turista procura neste tipo de alojamento muito mais do que uma cama para dormir. O turista vai continuar a ter as exigências de sempre, com incidência na qualidade do serviço mas também na diversidade da oferta que a unidade possa disponibilizar. As unidades devem proporcionar a quem as escolhe uma panóplia de ofertas que permitam, nomeadamente, que o turista usufrua da melhor maneira do espaço natural em que se inserem.

Os Açores colocaram-se no mercado no tempo certo ou estamos a demorar muito para nos posicionarmos como destino seguro no contexto de uma pandemia?

Apesar da abertura de fronteiras que permite a chegada de turistas dos principais mercados emissores, em 2021 será no mercado nacional que a região deverá ter o foco. O mercado turístico português é aquele que melhor conhece a oferta turística do arquipélago, a segurança e tranquilidade que garante a quem o visita. O foco deverá passar pela campanha "Seguro por Natureza" lançada recentemente pela Associação Turismo dos Açores, mas não deverá ficar-se por uns quantos anúncios na televisão. Acima de tudo há que comunicar de forma assertiva e neste sentido os meios especializados poderão ser veículos preferenciais para fazer passar a mensagem de forma esclarecida a quem vende o destino ao público. Evidentemente, num mundo que vive cada vez mais online, é também essencial a interação com os consumidores/ turistas. Interagir é hoje obrigatório e o turista aprecia uma comunicação em que é desafiado a ser, ele próprio, um agente de promoção do destino a que dá a sua preferência. Sobre a campanha que a ATA anunciou para Junho nos mercados de Espanha, Alemanha, França e Reino Unido, diria que, a meu ver, peca um pouco por tardia, já que vai iniciar-se muito em cima do verão quando vários dos mercados a que se dirige marcam usualmente as suas férias com alguma antecedência. Basta atentarmos que no dia em que os britânicos souberam que a partir de 17 de Maio iria ser possível viajar de férias para Portugal fizeram uma verdadeira corrida às reservas para o Algarve e para a Madeira, as regiões portuguesas que melhor conhecem.

Quais são os maiores erros que vê em termos de ligações aéreas para os Açores e para a ilha Terceira em particular?

As populações em geral e o turismo em particular dependem do transporte aéreo para a sua mobilidade, uma dependência que é amplificada no caso dos Açores onde a aviação é indispensável para o desenvolvimento da atividade económica do turismo. Daí que não seja possível definir uma estratégia de desenvolvimento turístico sem que esta seja perfeitamente engajada com uma correta política de transporte aéreo. Partindo desta base não poderemos perder de vista que as companhias aéreas são empresas e, como tal, apenas podem subsistir se tiverem resultados positivos. Aos governantes de países ou regiões com fortes apostas no turismo cabe trabalhar com as companhias aéreas, criando parcerias que as incentivem a criar rotas sustentáveis, sejam de ano inteiro ou sazonais. Quando falo na criação de parcerias não me refiro a apoios financeiros diretos mas sim a ajudas como a realização de campanhas de promoção turística nos mercados de origem. Os Açores mantêm há anos uma relação de "amor-ódio" com a TAP, passe a expressão, mas não deixa de ser um facto que a TAP tem sido, desde sempre, a principal companhia aérea a voar para os Açores, como ficará mais uma vez provado este ano, em que anunciou já que vai operar em Agosto para Ponta Delgada 12 frequências por semana com partida de Lisboa e três voos semanais com partida do Porto, enquanto a rota Lisboa-Terceira vai ter um voo diário. Uma definição para todo o grupo SATA deverá ser uma das maiores preocupações do Governo Regional. Os recursos financeiros aplicados na SATA nos últimos anos, não lhe conseguiram dar um rumo através de uma estratégia consistente. Do que o Governo Regional vier a fazer com a SATA pode depender o futuro da política de transporte aéreo abrangente para o arquipélago.

Qual é, do seu ponto de vista, a verdadeira essência que deve ter a estratégia para o turismo nos Açores?

Os Açores são um território descontínuo mas todas as suas ilhas têm características comuns, sendo as mais evidentes a natureza e o mar, o que facilita de alguma forma a criação de uma estratégia turística que integre todo o arquipélago. As bases para o desenvolvimento turístico da região foram criadas nos últimos anos e os resultados têm sido positivos, pesem embora as costumeiras "dores de crescimento" que se fizeram e fazem sentir. Um crescimento rápido da procura como aquele que existiu na ilha de São Miguel, em especial em Ponta Delgada, origina alguns desequilíbrios que têm que ser resolvidos, mas essas situações deverão ser vistas como "as boas dores de cabeça" - mal seria se tivessem sido criadas infraestruturas e não houvesse turistas. Para não me alongar, deixaria duas ideias. A primeira, que é sempre amplamente falada quando o tema é Açores, é o facto de a natureza ser a grande mais-valia para o futuro do turismo na região e até o seu maior cartão turístico, por isso deverá ser defendida e preservada, mas também deve ser usufruída pelo turista que viu nela o atrativo para escolher os Açores como destino, pelo que terá que existir um equilíbrio sensato entre preservação e fruição. Outra das ideias tem a ver com o desenvolvimento turístico harmonioso das diferentes ilhas, impondo-se uma avaliação da capacidade de esforço de cada uma das ilhas e a definição de micro estratégias que se integrarão na estratégia do arquipélago.

Este pode ser um momento de "relançamento" do turismo rural e de natureza, numa altura em que o mercado procura esses valores? Com que destinos estamos a competir e como podemos afirmar-nos?

O turismo rural e de natureza não é nem será nos próximos anos, o segmento da oferta turística com mais procura, mas já é e continuará a ser um dos segmentos de maior crescimento, pelo que não falaria de "relançamento" mas sim de uma evolução agora mais acentuada. Para os Açores esta perspectiva é positiva, os empresários e responsáveis turísticos poderão ir monitorizando o crescimento da procura, devendo, no caso do alojamento, ir atentando no desenvolvimento do fator preço. Ter um número elevado de turistas a baixo preço pode pôr em causa a sustentabilidade do território e da oferta, vender bem pode valorizar o produto que se oferece e é, em muitos casos, a garantia de resultados positivos para as empresas. São vários os destinos que se posicionam com oferta neste segmento de mercado, muitos deles com multiprodutos, o que os dispersa no foco da oferta o que é uma vantagem para os Açores. Penso, no entanto, que os principais desafios para a região não vêm da concorrência, pelo contrário, quanto mais se falar de turismo rural e de natureza, mais turistas serão impelidos a fazer esta experiência.

