



2020 Desum(ano)

Todos os acontecimentos do mundo se apequenaram perante a imensidão telúrica da pandemia. Uma narrativa do ano, pontuada pelo vírus que mudou as nossas vidas, assinada por Celso Filipe.

20 olhares sobre 2020 e as lições para o futuro:
Paulo Macedo, António Mota, Gonçalo M. Tavares, José Pedro Teixeira Fernandes, José António Vieira da Silva, Júlia Seixas, Diogo Santos, Pedro Santa Clara, Filipe Santos, Pedro Pita Barros, Margarida Almeida, Elvira Fortunato, Marina Gonçalves, André Freire, Manuel Carvalho da Silva, Carlos Oliveira, Margarida Marques, João Miranda, Manuel Luís Rodrigues, Pedro Amáral Jorge.

Dorfm Talveira



Viva o Turismo! Viva Portugal!

2020 será certamente um dos anos mais desafiantes de sempre para o turismo, não só pela dimensão da situação em si, mas pela constante necessidade de adaptação.

Em Fevereiro deste ano, quando a generalidade dos hotéis no país fechava os resultados do mês, e depois de um início do ano com uma excelente performance, tudo apontava para mais um ano recorde na hotelaria em Portugal.

Com o início da pandemia e a implementação abrupta de restrições à circulação a nível mundial todo o turismo colapsou, antevendo-se o pior dos cenários para o ano de 2020. Neste contexto, era essencial que todos os players do sector, desde a hotelaria, aos eventos e à animação turística, comessem a trabalhar na definição e implementação de soluções alternativas, criativas e sustentáveis, para que pudessem continuar a oferecer produtos diferenciadores e serviço de elevada qualidade aos seus clientes.

Apenas aqueles que seguiram uma abordagem proactiva, antecipando soluções, conseguiram acabar por ter uma época média-alta, com resultados de alguma forma positivos e encorajadores.

Na minha opinião, estes resultados só são possíveis quando assumimos o posicionamento claro e inequívoco de cada unidade, mantendo o foco da comunicação nos mercados e segmentos-alvo estratégicos e apostando na primazia da prestação de um serviço qualidade irreprensível, pois permitem-nos continuar a oferecer produtos diferenciadores e competitivos.

Os desafios deste ano não foram, obviamente, só a nível da dimensão da procura, mas também foram muito relacionados com a gestão da incerteza quer a nível operacional, quer a nível financeiro. Foi necessário a todo um sector, ajustar práticas de negócio de acordo com os instrumentos de apoio disponíveis. No entanto, internamente, é sempre um desafio a necessidade de procurar otimizar procedimentos de forma a nos adaptarmos à constante evolução do



MARGARIDA ALMEIDA
Fundadora e CEO
da Amazing Evolution

contexto pandémico e do mercado.

Uma das iniciativas que considero chave é o desenvolvimento das competências, soft e hard, dos recursos humanos. Por isso, e como exemplo, a nível interno nos hotéis geridos pela Amazing Evolution, o que imediatamente implementámos foi um plano de formação, abrangente e ambicioso, para todos os colaboradores. A aposta na formação com uma forte componente relacionada com a importância da prestação de um serviço de elevada quali-

dade é determinante para reforçar o posicionamento das unidades, possibilitando manter níveis de preços adequados com a qualidade da oferta.

Apesar de todas as dificuldades que 2020 nos trouxe, temos agora olhos postos no futuro. No futuro de curto prazo, já com uma expectativa de retoma a partir da Páscoa de 2021 e mais marcada a partir do segundo semestre do ano, mas também muito no futuro de longo prazo. Não nos podemos esquecer que o turismo continua e continuará a ser um dos sectores mais importantes das economias mundiais, em particular da economia portuguesa, e dada a sua resiliência em ciclos económicos recessivos é também no turismo que os investidores procuram oportunidades de investimento de longo prazo.

Em Portugal, continuamos a ter todas as condições para manter o turismo como o principal motor das exportações, e cada vez mais se pretende que seja um turismo de qualidade, com uma oferta diferenciadora. O Fórum Económico Mundial, na sua análise de 2019, concluiu que Portugal é a 12.ª economia do turismo mais competitiva do mundo, com base num índice de competitividade que inclui diversos pilares de avaliação, nomeadamente qualitativos, incluindo a pontuação mais alta na categoria de qualidade da infra-estrutura turística na Europa. Faz parte da nossa missão, para o futuro que aí vem, fazer sempre mais e melhor para continuar a posicionar o sector do turismo em Portugal em todos os lugares cimeiros dos rankings mundiais.

Neste pedaço de terra à beira-mar plantado, com uma diversidade única de paisagens, clima, gastronomia e com a magia única de bem receber que só nós portugueses sabemos, Portugal é um país único para o desenvolvimento do sector do turismo. Deixar de considerar o turismo como um dos principais motores da economia seria um erro irreparável.

Viva Portugal! Viva o Turismo! ■

Artigo em conformidade com o antigo Acordo Ortográfico

“

O turismo continua e continuará a ser um dos sectores mais importantes das economias mundiais, em particular da economia portuguesa, e dada a sua resiliência em ciclos económicos recessivos é também no turismo que os investidores procuram oportunidades de investimento de longo prazo.

”