

Estratégias para a recuperação do turismo em Portugal pós-pandemia

 *Rodrigo Oliveira*

2190910@iscap.ipp.pt

<https://orcid.org/0000-0002-8928-5633>

Instituto Politécnico do Porto

P.PORTO
ISCAP

Revista Técnica de
Tendências em
Comunicação
Empresarial

Resumo

A pandemia da Covid 19 trouxe bastantes repercussões negativas em diversos setores a nível mundial e poucos foram os ramos que escaparam a uma diminuição das receitas. O turismo em Portugal não fugiu à regra e ao longo deste artigo analiso a importância deste setor para o país, contextualizando a situação deste setor pré pandemia e durante o período pandémico. Baseado em certas notícias e opiniões de profissionais desta área identifico vários domínios cruciais como o a gastronomia e segurança que aliados ao turismo podem levar a que este setor alcance o mesmo patamar em que se encontrava antes deste flagelo. Por fim, aponto ainda algumas estratégias que ajudam na concretização deste objetivo.

Palavras-chave: turismo, pandemia, estratégias, marketing

Abstract

The Covid 19 pandemic brought many negative repercussions in various sectors worldwide and few were the branches that escaped a decrease in revenues. Tourism in Portugal was not an exception and throughout this article I analyze the importance of this sector for the country, contextualize the situation of this sector pre pandemic and during the pandemic period. Based on certain news and opinions of professionals in this area, I identify several crucial areas such as gastronomy and security that associated to tourism can lead this sector to reach the same level as before this plight. Finally, I also point out some strategies that help achieve this goal.

Keywords: tourism, pandemic, strategies, marketing

É por de mais evidente que a situação pandémica que vivemos desde 2020 provocou mudanças na vida de toda a população mundial, não só a nível pessoal, bem como a nível profissional. Deste modo, diversas indústrias foram forçadas a mudar a sua forma de comunicar, uma vez que a Covid-19 fez abalar todas as suas estruturas e por isso tiveram que se adaptar à nova conjuntura atual.

O Contexto pré-pandemia para o turismo em Portugal era altamente favorável. Algumas das distinções como a consagração de Braga como melhor destino europeu de acordo com a European Best Destinations em 2021 (Agência Lusa, 2021) e a eleição de Portugal como o melhor destino do mundo pela revista Condé Nast Taveler no mesmo ano de 2021 (Vieira, 2021), foram a confirmação daquilo que há muito já estava a ser bem feito, dado que estas duas consagrações decorreram em período pandémico que, obviamente, fez reduzir as viagens em todo o mundo, não só pelo medo da doença, mas também pelas novas restrições que eram impostas todos os dias nos 4 cantos do globo.

O turismo em Portugal é visto como vital para o país, contribuindo positivamente em diversas áreas direta e indiretamente relacionadas com esta atividade visto que a dinamização deste setor permite o desenvolvimento do país em larga escala. A criação de novos negócios que leva a uma diminuição do desemprego e, conseqüentemente, a um aumento do poder de compra por parte dos portugueses é um dos muitos bons exemplos que posso referir para demonstrar a importância deste setor e o quanto ele pode ser vantajoso para Portugal.

Para termos uma ideia da influência do turismo em Portugal, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística no ano de 2019 (ano anterior ao início da pandemia), a área do turismo contribuiu com 15,4% do PIB nacional (Laranjeiro, 2020), valores que são bastante significativos para a economia portuguesa. A importância do turismo não é medida apenas a nível económico uma vez que a busca pelo nosso país por parte dos estrangeiros oferece visibilidade e põe o mundo em “alerta” para território nacional, o que possibilita que o nosso país seja visto cada vez mais com bons olhos no panorama mundial.

Como já referi anteriormente, o turismo apresenta uma importância fulcral para Portugal, ainda mais nestes tempos atuais em que a situação não abona nada a favor deste setor, devido à pandemia.

Deste modo, creio que é cada vez mais importante chamar a atenção para este problema de forma a que o país se consiga levantar desta situação difícil e, por isso, alguns esforços devem ser reunidos para a concretização desse mesmo objetivo.

Medidas como a promoção do turismo interno, (que apesar de ter subido um pouco durante o período pandémico) continuam a ser capitais para o país, nomeadamente nas regiões mais esquecidas como o Centro e o Alentejo dado que, esta medida permite que o dinheiro despendido pelos portugueses não saia de território nacional, o que beneficia em larga escala o país. Com base nisto, devem ser tomadas algumas providências como a colocação de preços

atrativos no mercado, bem como uma forte promoção das atividades a nível nacional com o intuito dos portugueses olharem mais para Portugal ao invés do estrangeiro. Indicadores do ano de 2017 da Organização Mundial do Turismo, referem que as receitas de turistas estrangeiros foram o dobro daquelas geradas pelo mercado nacional.

Assim sendo, creio que é indispensável olhar para o pequeno impacto que o turismo tem no centro do país quando comparado com o litoral. Com base num estudo de Catarina Gouveia e Cláudia Seabra (Pinto, 2022), investigadoras do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, o Centro de Portugal é uma das regiões com mais oferta em termos turísticos do país. No entanto, e apesar deste elogio, fazem referência que até ao início de 2020 este território se encontrava em fraca expansão. Neste estudo, alertam ainda para a diminuição da vontade dos turistas realizarem atividades em espaços fechados como cinemas, casinos, entre outros ao invés de um “apetite” maior para atividades ao ar livre e com ligação à natureza que devem ser cada vez mais comunicadas.

Para além disso, acredito que deve ser cada vez mais cimentado um turismo gastronómico dado que a grande maioria dos turistas elogiam os sabores portugueses e os seus produtos âncora como o pastel de nata, o vinho do porto e o cozido à portuguesa, produtos estes que cada vez mais são aposta nos mercados estrangeiros, o que é um indicador importante para perceber a qualidade da nossa cozinha.

Para termos uma verdadeira noção do quão valorizadas são as iguarias portuguesas lá fora, podemos recorrer a dados da cadeia de supermercados Lidl no Reino Unido que em 2018 vendeu 2000 pastéis de nata em apenas uma hora (Bloomberg, 2019). Mas este não é o único exemplo e a expansão do pastel de nata não fica só pelo continente europeu, tendo sido alvo de aposta em outros pontos do globo como por exemplo no continente asiático, nomeadamente na China, que é o país que mais consome pastéis de nata em todo o mundo. Deste modo, e com todas estas evidências, é possível constatar que o turismo gastronómico é uma grande aposta do presente e do futuro e por isso deve haver campanhas de promoção/roteiros específicos/showcookings neste período pós-pandemia.

Outro dos pontos relevantes que deve ser reforçado neste período é a comunicação de que Portugal é um país seguro. Não há quaisquer dúvidas que quando comparado com outros países da Europa e principalmente outras regiões fora da Europa, como a América do Sul, Portugal destaca-se por índices de criminalidade bastante reduzidos e creio que uma comunicação orientada nesse sentido irá promover ainda mais o país, pois todos os turistas procuram uma estadia com segurança e tranquilidade. Para isto devem ser divulgados resultados como a colocação de Portugal como o quarto país mais seguro do mundo pela Global Index Peace em 2021 (DN/Lusa, 2021).

O turismo neste pós-pandemia está a retomar em força e a segurança passou ainda a ser um fator mais preponderante na escolha das férias dado que este longo período de confinamento deixou as pessoas um pouco mais inseguras

sobre o mundo que as rodeia. Por essa razão, é necessário olhar com bastante atenção para este aspeto cada vez mais valorizado nos dias de hoje.

Relacionado ainda com o tema segurança, Portugal tem sido um ótimo exemplo no tratamento desta pandemia, uma vez que nunca permitiu a rotura das suas unidades de saúde. Segundo dados da Sociedade Portuguesa de Medicina Interna referentes ao ano de 2020 (DN/Lusa, 2021), ao contrário de outros países como a Itália ou França, que não tiveram condições para tratar os seus doentes, chegando mesmo a pedir ajuda externa. Este indicador demonstra que Portugal trata com bastante seriedade a Covid-19 e por isso salvaguarda os turistas que visitam o nosso país.

Em suma, a aposta no turismo interno, juntamente com o turismo gastronómico e a segurança do país são, com certeza 3 boas estratégias a serem desenvolvidas neste setor que tanta falta faz ao país.

Referências

- Agência Lusa. (10 de fevereiro de 2021). *Cidade de Braga eleita "melhor destino europeu" para visitar em 2021*. Obtido de Observador: <https://observador.pt/2021/02/10/cidade-de-braga-eleita-melhor-destino-europeu-para-visitar-em-2021/>
- Bloomberg. (15 de abril de 2019). *A ascensão improvável do Pastel de Nata que conquistou o mundo*. Obtido de Jornal de Negócios: <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/a-ascensao-improvavel-do-pastel-de-nata-que-conquistou-o-mundo>
- DN/Lusa. (5 de janeiro de 2021). *Inquérito indica que Medicina Interna evitou rotura do SNS no combate à covid-19*. Obtido de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/sociedade/inquerito-indica-que-medicina-interna-evitou-rotura-do-sns-no-combate-a-covid-19-13196325.html>
- DN/Lusa. (17 de junho de 2021). *Portugal deixa o pódio dos países mais seguros do mundo*. Obtido de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/sociedade/portugal-deixa-o-podio-dos-paises-mais-seguros-do-mundo-13847538.htm>
- Laranjeiro, A. (17 de dezembro de 2020). *Peso do turismo na economia nacional aumentou em 2019*. Obtido de Dinheiro Vivo: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/peso-do-turismo-na-economia-nacional-aumentou-em-2019-13148985.html>
- Pinto, C. (2 de fevereiro de 2022). *Estudo aponta estratégias para a indústria turística do Centro de Portugal no contexto pós-pandemia*. Obtido de Universidade de Coimbra: <https://noticias.uc.pt/artigos/estudo-aponta-estrategias-para-a-industria-turistica-do-centro-de-portugal-no-contexto-pos-pandemia/#>
- Vieira, M. (12 de outubro de 2021). *must jornal de negócios*. Obtido de PORTUGAL ELEITO O MELHOR DESTINO INTERNACIONAL PELA CONDÉ NAST TRAVELLER: <https://www.must.jornaldenegocios.pt/viver/detalhe/portugal-eleito-o-melhor-destino-internacional-pela-conde-nast-traveller>