

Estratégias para a retomada do turismo no cenário da COVID-19: reflexões sobre os Açores – Portugal

Strategies for the tourism resumption in the COVID-19 scenario: reflections on the Azores – Portugal

Daniela Fantoni Alvares, Daniela Maria Rocco Carneiro, David Ross

Resumo:

Diante da rápida propagação do novo coronavírus, no mundo, a COVID-19 foi declarada pandemia, em março de 2020, pela Organização Mundial da Saúde. Perante os desafios gerados, houve a necessidade de se repensar estratégias para retomar a economia, sendo o turismo um dos setores mais afetados. Neste âmbito, o presente capítulo pretende identificar e analisar estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional dos Açores, no período 2020 e 2021, com foco na retomada do turismo e no incremento da atividade. Entre estas estratégias estão: (i) ações de definição de protocolos e selos sanitários; (ii) iniciativas para fomento ao turismo, entres estas, o *Voucher* Destino Seguro e a campanha Viver os Açores; (iii) desenvolvimento de ações de marketing. Os procedimentos metodológicos adotados neste trabalho permearam a análise de programas, campanhas e ações do Governo Regional dos Açores para a retomada da atividade turística, assim como das séries estatísticas do turismo na região, no período 2020 e 2021, e o comparativo com o ano de 2019. Observa-se que os dados apresentados refletem a recuperação do turismo, ainda que tímida, na região em estudo, e demonstram que as ações desenvolvidas pelo Governo tendem a ser efetivas em médio e longo prazos. No entanto, novas ações e estratégias, cada vez mais, ousadas, criativas e inovadoras, serão prementes frente aos desafios apresentados pelas novas variantes da COVID-19, assim como o possível advento de novas epidemias e pandemias.

Palavras-chave: Estratégias; Retomada do Turismo; Governo; COVID-19; Açores.

Abstract:

Due to the rapid global spread of the new coronavirus, COVID-19 was declared a pandemic in March 2020 by the World Health Organization. Given the challenges generated, there

was a need to rethink strategies to recover the economy, with tourism being one of the most affected sectors. This chapter aims to identify and analyze strategies developed by the Regional Government of the Azores, in the period 2020 and 2021, with a focus on the restart of tourism and the increase of this activity. Among these strategies are (i) actions to define health protocols and obtain certificates, (ii) initiatives to promote tourism, among these, the Safe Destination Voucher and the “Viver of Açores” campaign, and (iii) development of marketing actions. The methodological procedures adopted in this work permeated the analysis of programs, campaigns, and actions of the Regional Government of the Azores for the restart of tourist activity, as well as the statistical series of tourism in the region in the period 2020 and 2021, and the comparison with the year 2019. It is observed that the data presented reflect the recovery of tourism, albeit timid, in the Azores islands, and demonstrate that the actions developed by the Government tend to be effective in the medium and long term. However, new actions and strategies, increasingly bold, creative, and innovative, will be urgent in the face of the challenges presented by the new variants of COVID-19, as well as the possible advent of new epidemics and pandemics.

Keywords: Strategies; Tourism Recovery; Government; COVID-19; Azores.

Introdução

A pandemia de COVID-19 impactou e continua impactando economias (Ozili & Arun, 2020; WEF, 2022), sendo o setor de turismo, um dos que mais tem sofrido com seus efeitos (OECD, 2020; Ramírez-Silva, 2020; WTO, 2021; WTTC 2021a). Como esta atividade tem grande relação com mobilidades e contato entre pessoas, e devido às restrições impostas para evitar a propagação e contágio pelo novo coronavírus – SARS-CoV-2 – houve significativo impacto negativo com a redução abrupta da demanda turística e, conseqüentemente, das receitas.

Somente para ilustrar este cenário, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), do ponto de vista econômico, o turismo registrou em 2020, seu pior ano, desde que se há registros, com decréscimo das chegadas internacionais na ordem de 74% (WTO, 2021). Estima-se perdas no turismo, em âmbito mundial, de cerca de US\$ 4,5 trilhões, tendo sua contribuição global para o PIB diminuído em 49,1%, em relação ao ano de 2019. Houve a perda de cerca de 62 milhões de empregos e a diminuição dos gastos de visitantes domésticos em 45% e, além disso, o número de visitantes internacionais obteve uma queda de 69,4% (WTTC, 2021a).

Em Portugal, destino em que se localiza o arquipélago dos Açores, objeto de reflexão do presente capítulo, houve grande repercussão da pandemia na atividade turística. No país, foi detectada uma retração de 56,4% da contribuição do turismo para o PIB e uma diminuição de 16% de postos de trabalho, o que representa cerca de 160 mil trabalhadores impactados (WTTC, 2021b).

Ressalta-se que apesar de ter tido um desenvolvimento turístico mais tardio quando comparado a outros países da Europa do Sul, Portugal teve um crescimento surpreendente entre 2012 e 2019, e sua economia ficou fortemente dependente do turismo (Brito-Henriques & Larrabure, 2021). Conforme demonstram dados do *World Travel and Tourism Council* – WTTC – (2020), o turismo no país foi responsável, em 2019, por 16,5% do PIB e empregou no setor 18,6% dos recursos humanos da nação.

O arquipélago dos Açores – formado pelas ilhas Corvo, Faial, Flores, Graciosa, Pico, Santa Maria, São Miguel, São Jorge e Terceira – ainda não é considerado um destino turístico consolidado. À luz do modelo de ciclo de vida de Butler (1980), o destino em questão, encontra-se na “fase de desenvolvimento” (Câmara Municipal Ponta Delgada, 2017) que, conforme definido pelo referido autor, é quando há um significativo número de turistas, e nos períodos de alta temporada, o número de turistas é igual ou superior à população local. Nesta fase, o planejamento turístico continua sendo premente, assim como o monitoramento da atividade (Alvares, 2009), aspectos estes que merecem atenção do Governo Regional dos Açores, dos empresários do setor e demais *stakeholders* do turismo.

Diante da importância do setor turístico para a localidade, os Açores passaram a adotar medidas para o retorno à normalidade, e este conjunto de iniciativas é alvo da presente investigação. Neste contexto, o presente capítulo tem o intuito de identificar e analisar estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional dos Açores, no período 2020 e 2021, com foco na retomada do turismo e no incremento da atividade. As estratégias mensuradas permeiam questões sanitárias, iniciativas de fomento ao turismo regional e ações de marketing, voltadas para o posicionamento e a reafirmação dos Açores, enquanto destino seguro. Este estudo justifica a sua importância pelo potencial de trazer contributos, no âmbito gerencial, ao turismo dos Açores, uma vez que promove análise de estratégias com indicativos de planejamento e gestão do turismo na região, ainda mais em um momento tão complexo, em que o destino é impactado pelos efeitos da pandemia.

Metodologicamente, o presente estudo é exploratório, de natureza qualitativa, e tem por base a pesquisa documental e bibliográfica, a partir da análise de literatura sobre o impacto da COVID-19 no turismo em Portugal e a importância de políticas públicas de turismo, especialmente, nos Açores. Na sequência, foram identificados e analisados programas, campanhas e ações do Governo Regional dos Açores para a retomada da atividade turística. Por fim, foram analisados os dados de incremento do turismo nos Açores, além de se indicar as recomendações de investigações futuras.

Impacto da COVID-19 no Turismo em Portugal e a Importância de Políticas Públicas para a Retomada da Atividade Turística

Historicamente, as últimas pandemias, a exemplo da gripe espanhola (1918-2019), gripe asiática (1957), gripe de Hong Kong (1968), síndrome respiratória aguda grave - SARS (2002-2003), gripe aviária (2009), síndrome respiratória do Oriente Médio (2012-2015) e Ebola (2013-14), causaram, no curto prazo, um impacto negativo no turismo, mas não em escala global como a mais recente pandemia de COVID-19 (Gössling et al., 2020). No

caso de Portugal, a primeira ocorrência da COVID-19 foi registrada em 2 de março de 2020 e, no dia 18 do mesmo mês, foi declarado pela primeira vez estado de emergência (Almeida et al., 2020), o que acarretou, por exemplo, na redução expressiva de visitantes e turistas, fechamento de fronteiras e *lockdown*.

Os impactos negativos ocasionados pela COVID-19, portanto, foram sem precedentes, mesmo porque, desde 2010, o turismo em Portugal vinha crescendo vertiginosamente. Tão grande é a relevância desse setor para a economia que, em 2017, o governo português estabeleceu o turismo como prioridade. Ademais, o país conta com, aproximadamente, 65 mil empreendimentos associados ao setor e só na área de hospedagem foram demitidos 85% dos trabalhadores em função da atual pandemia (McTeigue et al., 2021).

Um estudo sobre desemprego em função da COVID-19, no setor de turismo e hotelaria em Portugal, contando com mais de 56 mil observações, revelou que os trabalhadores mais vulneráveis ao desemprego são mais velhos, menos qualificados, do sexo feminino e residentes em regiões com maior concentração de pessoas e atividade turística. Põe-se em relevo que tal estudo também indicou um novo tipo de desemprego, que afetou trabalhadores em carreiras mais estáveis e que nunca estiveram desempregados (Lopes et al., 2021).

Como resposta à crise instalada, as políticas públicas são necessárias para evitar, ao mesmo tempo, colapso sanitário e econômico. Assim, o Turismo de Portugal, órgão vinculado ao Ministério da Economia e Transição Digital, responsável pelo fomento do turismo em âmbito nacional, desenvolveu, como resposta inicial à pandemia, uma estratégia na qual incentivava os turistas a não visitarem Portugal, indo de encontro com a estratégia anterior, de marketing digital, que estimulava os turistas a descobrirem o país (McTeigue et al., 2021).

Segundo McTeigue et al. (2021), a recente estratégia do governo português se justificou para posicionar o país como um “destino de férias pós-COVID-19”, mas, ao mesmo tempo, já apresentar aos potenciais visitantes que se trata de um destino limpo e seguro. Um exemplo que cabe destaque é o certificado de destino “Clean & Safe” (limpo e seguro), como forma de tranquilizar e atrair visitantes, apresentando-se como um país que está apto para recebê-los de forma segura. Tais estratégias dialogam com ações de marketing turístico desenvolvidas desde 1974, tendo em vista que também nesta época o governo português já investia em uma imagem de destino seguro para seus visitantes, permitindo assim maior confiança (McTeigue et al., 2021).

Diante dos efeitos negativos gerados pela COVID-19, acentuou-se a necessidade da ação interventora do Estado, cumprindo o seu papel primordial na elaboração e execução de políticas públicas, programas, campanhas, ações de marketing, entre outras iniciativas focadas no bem comum da sociedade. As políticas públicas podem ser definidas como uma série de ações realizadas pelo poder público com o objetivo de atender a coletividade e orientadas para satisfazer os interesses públicos (Dias, 2003). Podem, ainda, ser compreendidas como ferramentas governamentais (Alvares, 2009) de suporte a ações do governo.

Em momentos de crises, como os que a humanidade está enfrentando, a atuação do governo se faz ainda mais urgente, e o setor turístico, como um dos mais atingidos pela pandemia, necessita de atenção intensiva. O poder público, ao definir a sua atuação no processo de retomada da atividade turística, deve seguir algumas premissas e princípios, entre estes, a sustentabilidade, tendo por foco os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), delineados sob a liderança da Organização das Nações Unidas (ONU). Neste sentido, a atuação da esfera pública, no planejamento e na gestão da atividade turística, é essencial para a promoção do desenvolvimento sustentável de destinos, sendo esta uma máxima defendida por diversos autores, como Cooper (2001), Beni (2001) e Krippendorf (2002).

No que tange ao governo português e sua atuação proativa diante da crise no turismo, foram estabelecidas ações de suporte ao empresariado e trabalhadores do setor, entre estas a Linha de Apoio à Economia COVID-19 (Turismo de Portugal, 2021a). Além disso, foram desenvolvidas políticas públicas, como o Plano de Retomada “Reativar o turismo: Construir o futuro”, elaborado pelo Turismo de Portugal (2021b, p. 3), com a intenção de:

[...] colocar novamente o setor na senda do crescimento pré-COVID-19, ao mesmo tempo dotando-o de mecanismos para o tornar mais sustentável, mais responsável, mais competitivo e ainda mais resiliente.

Este tipo de política, assim como demais políticas com foco do incremento do turismo, acrescido de aportes financeiros de suporte ao setor, são estratégias essenciais, tendo em vista a retomada do turismo em Portugal.

Turismo nos Açores

O turismo nos Açores remota ao século XIX e teve sua atividade associada ao termalismo (Albergaria, 2000), a partir do fomento ao turismo termal. Os Açores, devido a sua posição estratégica, inseriram-se na rota das grandes navegações transatlânticas (Riley & Albergaria, 2018). No entanto, a atividade turística ganhou maior visibilidade, somente a partir da expansão da aviação comercial e da implantação do primeiro aeroporto internacional dos Açores, na cidade da Horta (Ilha do Faial), em 1939. Apesar da atividade turística já ter história nos Açores, esta logrou maior importância a partir da liberalização do espaço aéreo em 2015, que incentivou o aumento da demanda turística, fato este que refletiu no incremento da oferta. Observa-se um crescente número de turistas e de pernoites na região no período 2015-2019, tendo atingido mais de 3 milhões de pernoites no ano de 2019 (SREA, 2020).

A pandemia de COVID-19 veio interromper abruptamente esse crescimento, sendo que a atividade turística nos Açores, no verão de 2020, diminuiu cerca de 70%. Antes da pandemia, especificamente em 2019, os Açores receberam 971 mil turistas e, em 2020, este total reduziu para 292,7 mil visitantes (SREA, 2021).

O desenvolvimento da atividade turística nos Açores está fortemente sustentado pelos recursos naturais da região. O arquipélago é formado por ilhas vulcânicas de clima subtropical que preservam paisagem exuberante, sendo que o turismo de natureza assume um lugar central no planejamento estratégico do setor. Atividades como trilhas ou observação de baleias permitem aos turistas uma experiência de imersão na natureza. Existe uma preocupação vigente em garantir que o desenvolvimento turístico da região se coadune com princípios de sustentabilidade, de modo a proteger os recursos, dos quais depende a própria atividade turística. Neste âmbito, os Açores iniciaram um processo, em 2017, que culminou, em 2019, com a certificação de destino turístico sustentável, sendo este o primeiro arquipélago a receber esta distinção pela *Earth Check*, entidade certificadora internacional acreditada pelo *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC).

Destaca-se que os Açores foram considerados, nos anos de 2020 e 2021, um dos destinos “mais seguros”, em relação ao novo coronavírus, pelo *European Best Destination*, selo que atribui uma série de categorias aos melhores destinos europeus. Além disso, o destino figura nas categorias: “melhores destinos de natureza”, “melhores paisagens”, “melhores piscinas naturais” e “melhores destinos sustentáveis” (*European Best Destination, 2021*), o que permite gerar um retrato bastante positivo, principalmente junto a potenciais visitantes. A imagem de ilhas com natureza por explorar, somada ao *status* de destino seguro, reflete-se no marketing turístico da região, com particular relevância no contexto pandêmico, conforme será estabelecido mais à frente no tópico “estratégias de marketing”.

No entanto, não é somente a pandemia que precisa ser superada, uma vez que há outros desafios regionais a serem ultrapassados. Entre estes, há dois aspectos identificados em pesquisas com empresários do setor, conduzidas pelo Observatório do Turismo dos Açores (OTA, 2021): melhorar as acessibilidades aéreas, com a diversificação de rotas e companhias aéreas; e incrementar o transporte entre ilhas com o intuito de facilitar a visita a todas elas.

Análise dos Resultados

Uma série de estratégias foi desenvolvida pelo Governo Regional dos Açores para o incremento do turismo, no cenário da COVID-19. Serão apresentadas, a seguir, algumas destas estratégias, assim como as campanhas de marketing e os dados estatísticos do turismo na região no período 2020 e 2021, comparados com 2019 (números pré-pandêmicos).

Estratégias e Programas de Incentivo

Uma das estratégias iniciais adotadas pelo Governo Regional dos Açores foi o selo *Clean and Safe Açores* (Figura 1), lançado em maio de 2020, que se baseia em um manual de boas práticas para o enfrentamento da COVID-19 pelo setor de turismo (Governo Regional dos Açores, 2020a). O selo *Clean and Safe* foi inicialmente criado pelo Turismo de Portugal, em abril de 2020 e, na sequência, o governo açoriano elaborou um selo específico para a região. Os estabelecimentos que tiveram funcionários concluintes de

curso de formação e que seguem uma série de regras e protocolos sanitários recebem o selo. Este é afixado em local visível ao turista, sendo que estabelecimentos das seguintes áreas podem pleitear o selo: alimentos e bebidas; meios de hospedagens; empresas de animação turística; agências de viagens; aluguel de automóveis; postos de turismo; museus; centros interpretativos; bibliotecas públicas; transporte aéreo e marítimo de passageiros; eventos e congressos; infraestruturas e piscinas termais; além de profissionais da área de informação turística, entre estes, guias de turismo.

Figura 1

Selo Clean & Safe – Açores



Nota. Fonte: Governo Regional dos Açores (2020a). *Clean and Safe – Açores*. <https://clean-safe.azores.gov.pt/>

Outra estratégia adotada pelo Governo Regional foi a criação da campanha “Viver os Açores”, lançada em junho de 2020 (Presidência do Governo Regional, 2020a). Inicialmente prevista para durar até dezembro do mesmo ano, esta campanha foi estendida até março de 2021. Seu *slogan* era: “Da sua ilha descubra o Arquipélago! Venha conosco Viver os Açores”. Nesta campanha, foram destinados € 2,25 milhões (Presidência do Governo Regional, 2020b) com foco no incentivo à realização de viagens entre ilhas pelos açorianos e, em um segundo momento da campanha, em outubro de 2020, também dentro da própria ilha de residência. Havia alguns critérios a serem cumpridos para a participação na campanha, entre estes, se cadastrar no site e comprovar que era morador(a) de algumas das nove ilhas dos Açores, somado a isso, quando realizasse a viagem tinha de utilizar serviços turísticos locais, com o indicativo de pelo menos: três noites em meios de hospedagens; três refeições em restaurantes; e a prática de uma atividade turística, como, por exemplo, a realização de trilhas com guias de turismo. Desta forma, ao retornar da viagem e comprovar a utilização dos serviços teria um reembolso financeiro de até 50% do valor pago com um limite por pessoa que pode chegar a até € 175, entre ilhas, e € 75, na própria ilha (Presidência do Governo Regional, 2020a, 2020b). Pelo que se tenha conhecimento, esta foi a primeira campanha para incentivo ao turismo na região com foco nos moradores das ilhas dos Açores, ou seja, olhou-se pela primeira vez para o açoriano como um público potencial para realizar viagens de férias e a lazer pelas ilhas, favorecendo, desta forma, o turismo interno, e mais especificamente, o turismo regional. Na sequência, o Governo criou o *Voucher Destino Seguro Açores*, lançado em outubro de

2020 e vigorando até agosto de 2021, traduzindo-se em um:

[...] incentivo financeiro à realização de testes de rastreio ao SARS-CoV-2 prévios ao embarque para os Açores, utilizável exclusivamente na aquisição de bens ou serviços na Região, em atividades do setor turístico (Governo Regional dos Açores, 2020b).

Os objetivos do *Voucher Destino Seguro Açores* eram: (i) incentivar os não-residentes na região a realizarem teste de rastreio ao SARS-COV-2, nas 72 horas que antecediam a partida por via aérea para a região, com o intuito de proteger a população, assim como a todos que visitavam o arquipélago; (ii) estimular o consumo nas empresas dos setores do turismo, e de alimentos e bebidas, nos Açores, contribuindo para a dinamização da economia local. Este incentivo se resumia em um *voucher* individual, no valor de € 35, que poderia ser utilizado para pagamento de serviços em estabelecimentos aderentes à iniciativa, previamente cadastrados e indicados no site, assim como identificados com o logotipo (Figura 2) em adesivo autocolante, a ser afixado em local de fácil identificação para os turistas. Entre os estabelecimentos aderentes havia cerca de 300 empresas, entre estas, meios de hospedagens; restaurantes e bares; agências de viagens; *rent a car* e empresas de animação turística. De acordo com a legislação de suporte a esta iniciativa, nomeadamente, a Resolução do Conselho do Governo nº 118/2021, o montante global máximo do apoio para realização da despesa com o *Voucher Destino Seguro Açores* foi fixado em € 1,8 milhão.

Figura 2

Voucher Destino Seguro Açores



Nota. Fonte: Governo Regional dos Açores (2020b). Site *Destino Seguro*. <https://destinoseguro.azores.gov.pt/?p=7679>

Em síntese, observa-se que o Governo Regional dos Açores, inicialmente, atentou-se para a importância do cumprimento de regras e protocolos sanitários, criando manual e realizando capacitação, antes de destinar o selo *Clean and Safe Açores* aos estabelecimentos com atuação na área do turismo. Desta forma, identifica-se que o foco prioritário foi garantir a segurança dos turistas, assim como de todos os funcionários das empresas.

Na sequência, o objetivo foi fomentar o turismo regional, a partir da implementação da campanha “Viver os Açores”. A intenção foi destinar um benefício financeiro aos turistas açorianos, estimulando que estes conhecessem a própria região, além de movimentar a economia local. Ainda com o objetivo de promover o incremento do turismo na região e, ao mesmo tempo, mostrar que o destino Açores se preocupa com a segurança do visitante e da população local, foi implementado o *Voucher* Destino Seguro Açores. Esta campanha destinou também um benefício financeiro ao turista, neste caso, os advindos do continente (nacionais e/ou internacionais).

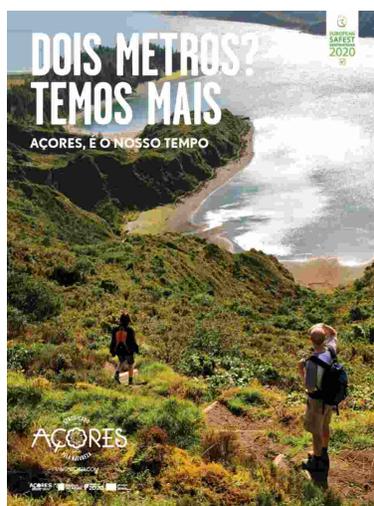
Ressalta-se que estas três estratégias foram bem delineadas e amplamente divulgadas, além de demonstrarem a proatividade do Governo Regional frente à crise ocasionada pela COVID-19. Uma destas estratégias continua vigente, a saber, o *Clean and Safe Açores*; já as duas campanhas em análise, conforme referenciado anteriormente, já não estão mais vigorando.

Estratégias de Marketing

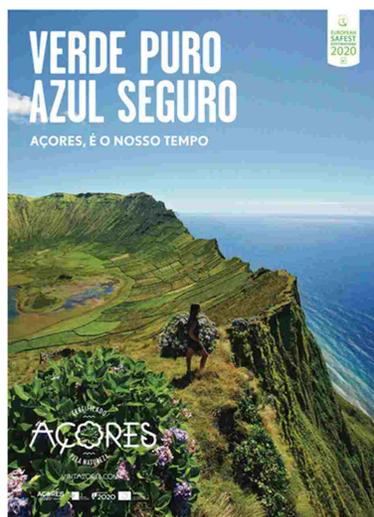
Em uma fase inicial da pandemia, seguindo o mesmo comportamento praticado em âmbito nacional pelo Turismo de Portugal, o Governo Regional dos Açores utilizou estratégias de marketing no sentido de não atrair turistas. Neste período, os *slogans* adotados pela região foram “*Azores is taking a break*” (Açores estão fazendo uma pausa), em março de 2020, e “*will return briefly*” (retornaremos brevemente) em junho de 2020.

Em julho de 2020, investiu-se em um marketing para promover a região como um destino seguro, em uma campanha intitulada “Açores, o nosso tempo”, promovido pela Associação de Turismo dos Açores (ATA). Nesta campanha, demonstrava-se por imagens e expressões (Figura 3) que os Açores têm imensos espaços verdes que garantem o distanciamento social (Ross & Alvares, 2021). Os *slogans* utilizados foram: “Dois metros? Temos mais. Açores, é o nosso tempo” e “Verde puro, azul seguro. Açores, é o nosso tempo”.

Figura 3
Campanha “Açores, o nosso tempo”



Nota. Fonte: Visit Azores - Facebook Page (2020).



Nota. Fonte: Visit Azores - Facebook Page (2020).

Cerca de um ano depois do início da pandemia, em abril de 2021, foi lançada uma nova campanha, a saber, “Seguro por natureza” (Figura 4), utilizando-se a seguinte *hashtag*: *#safebynature*. Esta campanha ganhou o prêmio de “melhor uso da programática em *branding*”, o qual reconhece as melhores estratégias de campanhas digitais, baseadas em *big data*. O prêmio foi atribuído pelo “El Periódico de la Publicidad”, uma das mais prestigiadas publicações espanholas na área da publicidade e marketing.

Em análise a essas duas campanhas, observa-se que o Governo Regional se aproveitou de forma estratégica da infinidade de espaços ao ar livre e de toda a beleza cênica dos recursos naturais dos Açores, posicionando-se como destino seguro para a realização de viagens, mesmo no período pandêmico. Enfatiza-se, ainda, os esforços do governo no planejamento e na gestão do destino, somado a todo o trabalho para conseguir, assim

como para manter a certificação de destino sustentável pela *EarthCheck*.

Figura 4

Campanha “Seguro por Natureza”



Nota. Fonte: Visit Azores (2022). *Azores Distinguished as European Safest Destinations*. <https://safe-to.visitazores.com/en>

Além disso, destaca-se as distinções e/ou os prêmios já alcançados pelos Açores, entre estes, (i) um dos destinos “mais seguros” em relação ao novo coronavírus pelo *European Best Destination*, reconhecimento este divulgado em várias peças publicitárias, como visto na Figura 3; (ii) quinto ano no top 100 de destinos mais sustentáveis do mundo; e (iii) melhor destino europeu para aventura em 2021 pelos *World Travel Awards*; sendo que todos estes reconhecimentos são sempre amplamente divulgados como estratégia de marketing de destino.

Dados da Retomada Turística nos Açores

O turismo nos Açores, em 2021, contabilizou cerca de 1,2 milhão de passageiros desembarcados nos aeroportos da região (SREA, 2022), verificando-se incremento significativo em relação a 2020, a saber, cerca de 85%. No entanto, estes dados ainda não superam os de 2019, ano que registrou cerca de 1,7 milhão de desembarques. Em 2021, foram registrados 1.793.649 pernoites nos Açores (SREA, 2022), e em igual período em 2020, 866.221 pernoites (SREA, 2021), o que representa um aumento em valor superior a 100%. No entanto, os dados de 2021 ainda não superam os de 2019, quando houve 3.009.845 de pernoites (SREA, 2020).

Ao analisar todas as regiões de Portugal, o Diário dos Açores, com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), ressalta-se que:

Nos primeiros 11 meses do ano, todas as regiões apresentaram acréscimos no número de dormidas, com realce para as evoluções apresentadas pela RA Açores

(+117,1%) e RA Madeira (+73,3%). Os acréscimos foram generalizados às dormidas de residentes, com destaque para a RA Madeira (+110,4%) e RA Açores (+99,3%), e também às de não residentes (com o maior aumento na RA Açores: +157,8%) – Diário dos Açores (2022, p. 2).

Em resumo, é possível observar que os Açores foi a região do país com o maior aumento no número de pernoites, no período de janeiro a novembro de 2021, fato este que evidencia o início da retomada do turismo. Ao mesmo tempo, ainda há um cenário incerto e não há previsões fiáveis de quando a região conseguirá atingir os números anteriores à pandemia, mais especificamente, de 2019, no que se refere, entre outros, a chegadas de passageiros e pernoites.

Enfatiza-se que a retomada do turismo nos Açores está aquém das expectativas do empresariado do setor. Ao refletir sobre as perspectivas de futuro, há uma série de inseguranças que são estabelecidas no comunicado realizado pela Direção e a Comissão Especializada do Turismo, da Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada (2021):

O ano de 2022 vai continuar a ser marcado pela incerteza altamente condicionadora e penalizadora da atividade turística, agora incrementada com a propagação da variante Ómicron do SARS-CoV-2. O início do ano vai ser de continuidade da situação de elevada contenção que agora se verifica, em especial nos países que são os principais mercados emissores de turistas para os Açores [...] as empresas continuarão a enfrentar sérias dificuldades, principalmente nos próximos meses de muita reduzida atividade. O menor número de reservas e os cancelamentos já registados evidenciam bem esta situação (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Ainda nesse comunicado, realiza-se uma reflexão sobre o ano de 2021, assim como uma análise do acumulado de perdas no período 2020/2021, conforme evidenciado pelo trecho a seguir:

O ano de 2021 continuou a ser marcado pela incerteza devido à pandemia, com três períodos distintos: os primeiros cinco meses, muito difíceis para as empresas pelas restrições à sua atividade e também pela redução muito significativa de turistas; os meses entre junho e novembro durante os quais se registou uma retoma interessante da atividade no setor, muito sustentada em turistas nacionais; o último mês do ano marcado por nova recaída devido à proliferação da nova variante denominada de Ómicron [...] No global, acumulando a quebra de 40% de 2021 com a de 72% de 2020, há já uma perda equivalente a uma paragem total de mais de um ano de atividade. Trata-se de um impacto brutal sobre a atividade económica deste setor (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Por fim, destaca-se, no comunicado, algumas medidas sugeridas a serem implementadas para garantir a sustentabilidade e a retomada do setor turístico na região:

Criação/reedição de medidas de apoio ao funcionamento e à manutenção de emprego, com caráter imediato e de aplicação célere, atendendo aos resultados finais de 2021 e às perspectivas muito negativas para o 1º trimestre de 2022;

Adoção de uma estratégia pública clara para o turismo, assente em uma promoção inteligente e suficiente e na atualização dos principais instrumentos de atuação do setor (POTRAA – Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores, PEMTA – Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores);

Concertação imediata sobre a estratégia e a configuração específica do novo quadro financeiro plurianual europeu (PO AÇORES), numa altura em que já terminou o anterior quadro de apoio;

Reagir positivamente, com reforço orçamental para a promoção junto dos mercados emissores, ao novo surto de interesse espontâneo de transportadoras aéreas externas na operação de voos diretos do exterior, no sentido de consolidar estes mercados e evitar abandonos como já aconteceu no passado, com reflexos negativos para o destino Açores (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Observa-se que os empresários do turismo nos Açores, por meio da Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, externam preocupação perante o cenário de incertezas e reivindicam novas ações governamentais de suporte ao setor. Além disso, reiteram a necessidade de revisão de instrumentos de planejamento e gestão, entre estes, o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA).

Considerações Finais

Os espaços naturais e as possibilidades de atividades ao ar livre constituem a base dos principais produtos turísticos dos Açores. Estes ativos são essenciais à retomada do turismo e se configuram como fatores competitivos para a região, ainda mais em um contexto pandêmico. Cabe às autoridades responsáveis a capacidade de transmitir uma mensagem de segurança a potenciais visitantes, equilibrando: (i) o marketing de destino, (ii) o planejamento e a gestão do turismo; e (iii) as estratégias de contenção da pandemia, por meio de políticas públicas de saúde (vacinação, testagem, protocolos sanitários etc.), no sentido de se garantir uma experiência memorável e segura aos visitantes.

Apesar dos dados promissores do turismo nos Açores, em 2021, comparados a 2020, estes representam ainda uma retomada tímida. No entanto, acredita-se que esta retomada reflete as políticas públicas, programas e iniciativas governamentais, entre estas: *Clean and Safe Açores*, “Viver os Açores” e *Voucher Destino Seguro Açores*, assim como as campanhas de marketing: “Açores, o nosso tempo” e “Seguro por Natureza”. Neste sentido,

estas iniciativas precisam ser, cada vez mais, potencializadas e algumas campanhas que já encerraram o período de vigência, poderiam ser relançadas. Uma campanha nos moldes da “Viver os Açores” poderia ser retomada, mas com outros públicos-alvo, a saber, o turista do continente, e, posteriormente, o turista internacional.

Independentemente dos esforços realizados pelo Governo Regional dos Açores, os empresários do setor de turismo reivindicam a elaboração de um plano de retomada da atividade turística na região. Esta reivindicação é legítima, uma vez que o arquipélago é uma região que possui autonomia, no que tange aos três poderes: legislativo, executivo e judiciário. Além disso, como os Açores têm diversas especificidades, acredita-se que o governo deve ter como base o Plano “Reativar o turismo: Construir o futuro” do Turismo de Portugal, mas é necessário refletir mais profundamente sobre a região e definir estratégias mais assertivas em âmbito regional, além de destinar nova dotação orçamentária para fomento ao setor.

Recomenda-se que em estudos futuros sejam analisados os valores investidos nas campanhas “Viver os Açores” e *Voucher Destino Seguro Açores*, mensurando seu impacto no fomento à economia regional e ao fortalecimento da imagem do destino. As campanhas de marketing, assim como o selo *Clean and Safe Açores*, poderiam ser também analisados, a partir da ótica dos visitantes da região.

É importante realçar que para superar os desafios vivenciados, na retomada do turismo nos Açores, será necessário um esforço de todos os *stakeholders* do turismo, na busca de soluções para os problemas enfrentados. Ressalta-se que o governo tem um papel fundamental e este deve primar pelo desenvolvimento de ações e estratégias, cada vez mais ousadas, criativas e inovadoras, em consonância com a sustentabilidade, estimulando e envolvendo os atores sociais nos processos.

Por fim, pondera-se que as estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional devem ser otimizadas em prol da retomada sustentável do turismo na região, possibilitando que os Açores continuem a fazer jus aos certificados, selos e prêmios que têm colecionado, além de fortalecer a marca de destino limpo, seguro e sustentável.

Referências

- Albergaria, I. S. (2000). *Quintas, jardins e parques da ilha de São Miguel*. Quetzal. 1785-1885.
- Almeida, S. de, Costa, E., Lopes, F., Santos, J., & Barros, P. (2020). Concerns and adjustments: How the Portuguese population met COVID-19. *PloS One*, 15(10), E0240500.
- Alvares, D.F. (2009). *Avaliação de planos-processo em áreas de desenvolvimento turístico*. [Tese de doutorado, Universidade do Minho, Portugal]. Recuperado em 15 outubro 2021 de <http://hdl.handle.net/1822/9028>.
- Beni, M. (2001). A política no turismo. In: Trigo, L. (Org.) *Turismo: Como aprender, como ensinar*, Vol. 1. Ed. Senac São Paulo. 177-202.

Brito-Henriques, E., & Larrabure, S. (2021). Impactos da COVID-19 no turismo em Portugal: uma avaliação rápida dos primeiros nove meses. In: Cruz, R.C.A., Silva, S. A., Larrabure, S. [et al.] (org.). *Turismo em tempos de Covid-19: ensaios sobre casos na Argentina, Brasil, Moçambique e Portugal* (108-115). FFLCH/USP. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://doi.org/11606/9786587621456>

Butler, R. (1980). The concept of a tourism area of life cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 19(1), 5-12.

Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada. (2021). Comunicado. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <http://ccipd.pt/comunicado-47/>

Câmara Municipal Ponta Delgada. (2017). *Plano Estratégico para o turismo de Ponta Delgada 2017-2021*. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://www.cm-pontadelgada.pt/pages/1013>

Cooper, C. (2001) *Turismo princípios e prática*. 2ª ed., Bookman.

Diário dos Açores. (2022). Edição de 4 de janeiro. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <http://www.diariodosacores.pt/>

Dias, R. (2003). *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. Editora Atlas.

European Best Destination. (2021). *Official site European Best Destination*. Search: “Açores”. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/search/search-results/#e=external&q=A%C3%A7ores>

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.

Governo Regional dos Açores. (2020a). Site *Clean and Safe – Açores*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://clean-safe.azores.gov.pt/>

Governo Regional dos Açores. (2020b). Site *Destino Seguro*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://destinoseguro.azores.gov.pt/?p=7679>

Krippendorf, J. (2002). Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural (11-23). In: Gastal, S., Beni, M., & Castrogiovanni, A. (Orgs.). *Turismo e investigação crítica*. Contexto.

Lopes, A., Sargento, A., & Carreira, P. (2021). Vulnerability to COVID-19 unemployment in the Portuguese tourism and hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1850-1869.

McTeigue, C., Sanchez, C., Santos, E., Walter, C., & Au-Yong-Oliveira, M. (2021). A Strategy for Tourism Growth, Rebound, and Revival: Promoting Portugal as a Destination Post-COVID-19. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 13(22), 12588.

Observatório do Turismo dos Açores [OTA]. (2021) *COVID-19 – Acompanhamento do impacto da pandemia nas empresas turísticas regionais*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://otacores.com/inquerito/o-impacto-da-covid-19-nas-empresas-turisticas/>

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OECD]. (2020). *Tourism policy responses to coronavirus (COVID-19)*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses(https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

Ozili, P., K. & Arun, T. (2020). *Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy*. SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3562570>

Presidência do Governo Regional (2020a). *Resolução do Conselho do Governo n.º 168/2020, de 16 de junho*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://jo.azores.gov.pt/#/ato/0921f03f-4f2d-4da0-a58a-95726b32d027>

Presidência do Governo Regional (2020b). *Resolução do Conselho do Governo n.º 261/2020 de 30 de setembro*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://jo.azores.gov.pt/#/ato/71833a27-b54b-4e4c-89db-364c6e0faa29>

Ramírez-Silva, J.P. (2020). Una óptica sustentable del turismo post Covid-19. Special Issue of: Reflexiones sobre el coronavirus y sus impactos. *Revista Científica Monfragüe Resiliente Scientific Journal*, 104-112.

Riley, C.G, & Albergaria, I.S. (2018). Turismo e identidade: Das rotas transatlânticas à construção dos Açores como destino turístico. *Atlántida Revista de Cultura*, LXIII, 1-18.

Ross, D., & Alvares, D. (2021). Marketing destinations with low rates of local Covid19 transmission: The case of the Azores islands, Portugal In: *Tourman 2021 book of abstracts Restarting tourism, travel and hospitality: The day after*. 261-262.

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2020). *Estatísticas do turismo na região autónoma dos Açores, janeiro a dezembro de 2019*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1(https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2021). *Informação estatística. Turismo – novembro de 2021*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang_id=1(https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang_id=1

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2022). *Movimento de passageiros aéreos – dezembro 2021*. Recuperado em 16 janeiro de 2022 de https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang_id=1(https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang_id=1

Turismo de Portugal. (2021a). *Medidas de apoio à economia: financiar*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid-19/Paginas/medidas-de-apoio-economia.aspx>

Turismo de Portugal. (2021b). *Reativar o Turismo. Construir o Futuro*. Plano de Ação. Recuperado em 16 janeiro 2022 de https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/plano-acao-reativar-turismo/Paginas/default.aspx

World Economic Forum [WEF]. (2022). *The Global Risks Report 2022*, 17th edition, Insight Report, ISBN: 978-2-940631-09-4

World Tourism Organization [WTO] (2021). *World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2020). *Economic impact reports – Portugal*. World Travel & Tourism Council. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2021a). *Travel & Tourism economic impact 2021*. Global Economic Impact and Trend 2021, June 2021. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2021b). *Economic Impact – Research “Portugal”*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Autores

Daniela Fantoni Alvares: Doutora em Planejamento pela Universidade do Minho, Professora Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG) da Universidade dos Açores (UAç) - daniela.f.alvares@uac.pt.

Daniela Maria Rocco Carneiro: Doutora em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília, Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) - daniela.rocco@uemg.br.

David Ross: Doutor em Gestão pela University of Hull, Professor Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG) da Universidade dos Açores (UAç) - david.oc.ross@uac.pt.