



António Simas Santos

# Promoção

Sendo o turismo, como toda a gente afirma, uma actividade nuclear para o desenvolvimento económico e social da Região, essencial se torna a sua promoção. Promoção que foi, desde sempre, uma área muito controversa da actividade governativa. Não se tendo, ainda, concluído por um modelo com irrefutáveis provas dadas.

A ideia de promoção turística refere-se à difusão de um lugar como destino para os turistas. E para isso é necessário definir uma estratégia clara e assegurar os meios necessários para sua implementação. Segundo Rita Marques “O turismo está perante o grande desafio de se saber reinventar, incorporando no seu modelo de desenvolvimento futuro a dupla transformação verde e digital”.

O assunto é muito complexo e as hesitações recorrentes sobre o nosso modelo de promoção impedem que, o indispensável arranque pleno do turismo pós-covid, se faça de forma criativa e virada para o futuro. E, sobretudo, se evitem medidas e apoios avulsos – como foi o caso do recente apoio dado à Camara de Comercio de Angra – que apenas criam iniquidades que ninguém aceita.

Como em tudo, terá que haver plena transparência mas, para isso, as regras de jogo terão que ser claras e as competências definidas. Sendo a actual situação de indecisão da Associação de Turismo dos Açores (ATA) um “bom exemplo” daquilo que não deve acontecer. Continuando a aguardar e reentrada do Governo Regional e mantendo uma direcção, com mandato há muito ultrapassado.

Apenas a enorme vontade de sair de férias das pessoas, paradas há dois anos por via da pandemia, tem assegurado um bom ano de 2022. Mas que será, contudo, mais um ano em que a sazonalidade se vai sentir, mais adiante, da forma habitual constituindo o grande obstáculo à sustentabilidade do sector.

O próprio CEO da SATA afirmou, recentemente, que “um dos paradigmas que esta a mudar na região é que tem de haver mais voos para qualquer lado, mas se foram forem vazios não interessam para nada. O que tem de haver é promoção do destino”. Acentuando a necessidade de haver mais voos internacionais durante o Inverno, nomeadamente charters.

Parecem ser, hoje em dia, indiscutíveis duas questões estratégicas na promoção dos Açores: a aposta muito forte na chamada época baixa e nos mercados da costa leste dos Estados Unidos e do Canada. Sem deixar de manter, também, o esforço nos mercados emissores europeus tradicionais.

Começa a ser muito claro que os Açores estão vendidos na época alta e que os problemas que, a esse nível, se põem têm mais a ver com a capacidade hoteleira instalada e, sobretudo, com a restauração e os carros de aluguer. Bem como com todos os serviços não hoteleiros, cuja qualidade é essencial para a satisfação dos nossos visitantes. Continuar a investir, essencialmente, para o Verão é um erro estratégico crasso.

Sendo o primeiro passo o de decidir qual o organismo que vai ser responsável pela promoção da Região e dotá-lo dos necessários meios financeiros e humanos (devida e altamente qualificados). Sendo a participação dos privados muito importante, a grande fatia do investimento terá sempre de ser oficial e a estratégia decidida a nível político, ouvidos aqueles parceiros.

Sendo o segundo passo, a definição dos nossos mercados emissores com maior potencialidade, **sobretudo na época baixa**, e que, na nossa opinião, são os acima referidos e nos quais temos grandes vantagens competitivas face a concorrência que temos de enfrentar na Europa.

E, finalmente, elaborar um conceito de turismo de Inverno para os Açores, criando os incentivos necessários para que a indústria da animação encete um novo caminho de criatividade e proatividade que terá de passar, também, pela saúde e o bem-estar.

A convicção, profundamente enraizada, de que o turismo de baixa estação na Região é para esquecer, é um paradigma profundamente errado e que urge combater de forma muito enérgica. O futuro do sector disso vai depender, nomeadamente no que diz respeito aos recursos humanos que terão de sentir que a carreira no turismo é sólida e promissora.

Não há negócio sustentável que resista a 5 meses de inactividade, na melhor das hipóteses.

Pub.



## VENDA POR PROPOSTAS DE EQUIPAMENTOS

### 1. Descrição sucinta do objeto do procedimento:

Vão à venda, no estado em que se encontram, os lotes de equipamentos abaixo identificados, no local, data e hora indicados.

### 2. Elementos dos lotes a alienar:

Lote	Marca	Modelo	Número de série	Base Licitação S/IVA	OBS
1	MF Packaging Machines	4SU10B1200	130092405	90 000,00 €	Inclui as respectivas passadeiras, máquina de lotes e aplicador cola.
	MF Packaging Machines	MF BOX	180018007		
	Senzani	CM IM	D43601		
	Sotemapack	70 T90	M00616		
2	Rovema	VPI-260	9/4	10 000,00 €	Inclui as respectivas passadeiras, máquina de lotes, detetores metais e de peso.
	Moinho de açúcar	-	-		

### 3. Análise ao estado dos equipamentos:

Podem ser efetuadas visitas aos equipamentos entre os dias 18 e 21 de julho de 2022, sendo necessário proceder à marcação através do email [andrebonanca@lhasdevalor.pt](mailto:andrebonanca@lhasdevalor.pt)

### 4. Local, data e hora para entrega de propostas e abertura das mesmas:

4.1 – As propostas de aquisição devem ser entregues por mão própria ou dar entrada por correio, sob registo, até às 17:00 horas do dia 22 de julho de 2022, na Fábrica da Sinaga Soc. Ind. Agríc. Açoreanas SA – Em Liquidação – sita na Rua de Lisboa n. 75, freguesia de Santa Clara, 9500-216 Ponta Delgada.

4.2 – As propostas devem ser apresentadas em sobrescrito fechado, identificando-se no exterior do mesmo o proponente e o(s) lote(s) a que respeita, que, por sua vez, é encerrado num segundo sobrescrito dirigido ao Administrador Liquidatário e endereçado ao local onde é realizada a abertura das propostas.

### 5 – Modo de apresentação das propostas:

5.1. As propostas a apresentar devem indicar um valor para arrematação do lote superior à base de licitação, sem IVA.

5.2. Os lotes podem ser vendidos em separado.

5.3. As propostas são acompanhadas de cheque de montante correspondente a 10% do valor da proposta, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, emitido à ordem de Sinaga Soc. Ind. Agríc. Açoreanas SA – Em Liquidação.

5.4. Cada lote, respetivamente, ou em conjunto, será adjudicado pelo preço mais alto. Em caso de empate é aberta licitação entre os concorrentes.

### 6. Modalidade de pagamento admitida:

6.1. O adjudicatário provisório deve, de imediato, efetuar o pagamento de 10 % do valor da adjudicação.

6.2. A quantia remanescente é liquidada no prazo de 5 dias úteis, a contar da data da notificação da adjudicação definitiva.

6.3. Deverá, ainda, apresentar documento que comprove a sua situação regularizada relativamente a contribuições para a Segurança Social, bem como documento que comprove a sua situação regularizada relativamente a impostos devidos em Portugal.

### 7. Recolha equipamentos:

7.1. Após a confirmação do pagamento, os equipamentos ficam disponíveis para serem recolhidos, tendo como prazo máximo 10 dias úteis após a adjudicação.

7.2. Os trabalhos com a desmontagem e transporte dos equipamentos é da responsabilidade do adjudicatário definitivo.

Ponta Delgada 8 de julho de 2022

O Administrador Liquidatário  
André Bonança