

Estudo da Mastercard revela que canadianos preferem os Açores como destino turístico

Um estudo da Travel Trends da Mastercard revela que os canadianos referem os Açores como um dos melhores destinos turísticos para as suas viagens.

Em entrevista ao Dinheiro Vivo, Natalia Lechmanova, Chief Economist Europe, Middle East & Africa do Mastercard Economics Institute, explica as conclusões do estudo: O que descobrimos no nosso relatório é que Lisboa é preferida pelos turistas espanhóis (158%), franceses (73%) e britânicos (63%), enquanto o Porto é o principal destino para suíços e britânicos.

Faro é igualmente preferida pelos espanhóis (53%).

Nas ilhas, o Funchal, na Madeira, é mais procurado pelos turistas alemães (53%) e suíços (38%), enquanto Ponta Delgada, nos Açores, é preferida pelos canadianos



(42%).

A responsável internacional conclui que estas regiões de Portugal continuam a ser um destino desejado pelos viajantes de todo o mundo.

“O país tem sido um dos destinos europeus com crescimento mais rápido e é cada vez mais popular entre os turistas dos EUA, que representam agora 9% de todas as chegadas, contra 6% em 2019. Como os

turistas norte-americanos são menos sensíveis aos preços do que os consumidores europeus, tendem a gastar mais em hotéis, restaurantes e experiências, facilitando ainda mais o forte crescimento do setor”, explica.

Os agregados familiares que não têm de se deslocar durante as férias escolares – um número cada vez maior de reformados e de agregados familiares sem filhos – parecem preferir viajar fora da época alta.

“Estes são apenas alguns dos tópicos que abordamos no nosso mais recente relatório global Travel Trends 2024 do Mastercard Economics Institute, que apresenta uma análise do setor em 74 mercados, com base em dados de transações exclusivos, agregados e anonimizados, incluindo do Mastercard SpendingPulse™”, acrescenta.

Carlos Botelho, ex-Delegado da SATA no Canadá

“Fizemos muito trabalho promocional no mercado canadiano, mas não nos deixaram fazer mais”

O interesse dos canadianos pelos Açores, demonstrado no estudo da Mastercard, não surpreende Carlos Botelho, que foi Delegado da SATA naquele país durante vários anos.

É reconhecido como sendo um dos principais impulsionadores da promoção açoriana no Canadá, enquanto se manteve à frente do escritório da SATA em Toronto, tendo falado ao nosso jornal sobre este interesse dos canadianos pela nossa Região.

“Este estudo da MasterCard em nada me surpreende, pois é o resultado de anos de trabalho de uma equipa da Azores Vacation Canadá (ex-Sata Express), onde estivemos presentes (algumas vezes com o pessoal da ATA) em todos os maiores salões de Turismo, em Ontário, Quebec e até Vancouver”.

Conta Carlos Botelho que foi aí que adquiriu, com a sua equipa, “um conhecimento ímpar do que era o sentimento dos canadianos perante um destino diferente, que nada tinha a ver com as Caraíbas (mesmo sendo ilhas)”.

“Ao fazerem as suas pesquisas encontram uma ilhas lindas, seguras e com condições excepcionais para passar umas férias; daí que este resultado do estudo em nada me admira”.

Carlos Botelho, agora em S.



Miguel, é de opinião que se deve continuar a apostar no mercado canadiano.

“Finalizei o meu curso de Turismo em Toronto (1986) e em nada mudei na minha convicção de que o Canadá é um excelente mercado

para os Açores”, reforça, acrescentando que “fui defensor (sozinho e contra tudo e todos) que a empresa, que eu administrava devia ser o Tour Operador de referência para o mercado canadiano, mas especializado exclusivamente nos Açores”.

Diz, com mágoa, que “outras vezes ignorantes não só não acreditaram como me solicitaram o fecho da mesma e entregar o mercado canadiano a outros”.

“Se tivessem acreditado, como eu ainda acredito, os Açores ficariam a ganhar ainda mais, pois ao efetuar pacotes turísticos (all inclusive e não só), todo o tecido empresarial ganhava”.

E esclarece: “Foi-me dito que a SATA não tinha vocação para este negócio e era só para venda de bilhetes! Ora, eu, com ignorantes, ignoro e sigo em frente, mas um ovo de ouro foi perdido”.

E interroga: “Com muitos canadianos a encherem os aviões da Azores Airlines eu pergunto: Será que vêm como turistas para os Açores ou só como passageiros de passagem para outros destinos na Europa? Se é este o caso, que riqueza traz aos Açores? Eu defendia sempre a minha proposta de negócio, pois os canadianos assim me transmitiam o seu desejo de cá virem, mas como tudo pago, é o que

fazem quando vão para as Caraíbas e outros destinos”.

Profundo conhecedor do mercado canadiano, questionamos Carlos Botelho sobre onde é que temos de melhorar mais, em todas as atividades, para agradar ao perfil do turista canadiano.

A sua resposta: “Diria, em primeiro lugar, numa maior e consecutiva promoção no Canadá, sendo a mesma, de certo modo, fácil, pois o mercado está em Ontário e Quebec, locais onde um promotor(es) pode ir de carro com todo o material promocional (como eu fazia com a minha equipa); depois, estar visível em todos os media e canais informativos, pois quem não aparece é esquecido e julgo que voltamos a estar esquecidos; depois, ainda, contactar as grandes empresas com ações de divulgação do destino, levando o nome Açores a todas as províncias do Canadá, um trabalho que feito em conjunto com a ATA, agora Visit Azores, e seria sucesso garantido no futuro”.

Por fim, conclui Carlos Botelho, “para os Açores, eu diria que deviam todos (agentes de turismo) ter formação em saber receber, saber o que é “Customer Service”, pois só ganhavam e deixavam de explorar, o que origina a não mais voltarem”.