

EMPRESÁRIOS FALAM EM QUEBRAS DE 30% EM 2026

Turismo em espaço rural defende melhor promoção do destino Açores

ECONOMIA. Os Açores precisam de um “turismo de qualidade”, mas para isso os visitantes têm de chegar à região a saber o que vão encontrar, defendem os empresários.



TURISMO EM ESPAÇO RURAL. Falta de promoção, acessibilidades e sazonalidade são alguns dos problemas identificados no setor

Os alojamentos de turismo em espaço rural estão a sentir os efeitos do abrandamento do turismo nos Açores. Na ilha Terceira, há quem reporte descidas de 30% e defenda uma aposta diferente na promoção.

“Não há uma noção real da variedade das ilhas. Os Açores são vendidos como um lugar, como um espaço, não são vendidos como um diamante que tem uma série de facas e que a pessoa, quando vai, pode ir para vários lugares”, afirmou, em declarações aos jornalistas, Francisco Maduro-Dias, proprietário da Quinta do Espírito Santo, à margem de um encontro de associados das Casas Açorianas.

O turismo nos Açores quebrou recordes nos últimos anos, mas

desde o final de 2025 que o setor apresenta sinais de abrandamento. Há nove meses consecutivos que o número de dormidas é inferior ao do período homólogo.

Segundo os números do Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA), nos primeiros cinco meses do ano, a região apresentou uma quebra de 5,6% no número de dormidas, mas no turismo em espaço rural essa redução foi de 15,2%.

Francisco Maduro-Dias fala numa redução “à volta dos 30%” na Quinta do Espírito Santo. A justificação pode estar na saída da Ryanair e no aumento de preços, que resultou da guerra no Irão.

“Eu tive muitas reservas, em que pura e simplesmente as pessoas telefonaram a dizer: desculpe, eu

não vou, porque não sei se vou ter avião para regressar. Portanto prefiro ir de carro, aqui pertinho”, revelou o empresário.

Também Sandra Lima, proprietária da Casa do Plátano, fala numa quebra de 30 a 40% em 2026.

“Consigo ter a casa mais ou menos ocupada, porque trabalho com agências. Quando se trata de plataformas Booking ou Airbnb, aí este ano houve uma baixa grande. Talvez devido à Ryanair, não tenho a certeza, porque houve muitos cancelamentos à última hora”, adiantou.

“Nós vamos a Angra e está vazia. Falo com amigos meus que têm outro tipo de alojamentos e eles também se queixam”, acrescentou.

A maioria dos turistas que procura este tipo de alojamento chega

do estrangeiro.

“Eu diria que tenho 95% que são estrangeiros e os 5 ou 10% portugueses, a maioria das vezes vêm, saem e sinto que não apreciaram, porque vinham à espera de uma outra coisa qualquer”, avançou Maduro-Dias.

“Acho que o turismo nacional é que está mesmo em queda. Talvez porque utilize mais as low-cost”, acrescentou Sandra Lima.

A sazonalidade é outro problema que continua sem resposta.

“Na época baixa, não trabalho. Estamos a falar de novembro a fevereiro. Começo ligeiramente em março, abril e maio. E a época alta é de meio de maio até fins de setembro”, apontou Sandra Lima.

Maduro-Dias confirma-o. A partir de outubro, são raros os turistas.

“Foi um alemão que me explicou: não há mau tempo, há é roupa inadequada. Portanto nós não temos mau tempo. Nós temos é de explicar que roupa é que serve”, vinhou.

APOSTA NA PROMOÇÃO

Para os associados das Casas Açorianas, é preciso investir em promoção, mas mudar também a forma como se vende o destino.

“O tipo de divulgação que tem de se fazer tem de ser muito bem estudado, tendo em atenção as pessoas, não o mercado. Eu quero ter visitantes, não quero ter hóspedes”, sublinhou Maduro-Dias. Segundo o empresário, quem vem para os Açores não vem para um destino de praia como as Canárias.

“Nós não queremos turismo em massa, queremos turismo de qualidade, mas o turismo de qualidade implica pessoas que estejam informadas. Quando eu tenho uma pessoa que me telefona para ficar 15 dias no meu alojamento e me diz “eu vou de manhã à Graciosa, vou à tarde a São Jorge”, a pessoa não faz a mínima ideia de como é o arquipélago. Isso quer dizer que toda a publicidade que foi feita na Itália, neste caso, não foi adequada”, salientou.

A estratégia para a promoção do turismo está identificada há vários anos, mas continua na gaveta, alega Francisco Maduro-Dias. “Eu já assisti em 2008, 2010, 2015, 2017 a relatórios de empresas que fizeram a anotação do que devia ser feito para cada ilha. E nós a seguir o que vemos é o investimento exatamente da mesmíssima maneira como antes e esses relatórios estão todos arquivados na gaveta”, lamentou.

A tipologia de alojamento também não é devidamente promovida, na opinião do empresário. E isso leva a que, por vezes, a experiência do turista não seja positiva, porque a expectativa não corresponde ao que encontra no destino.

“Vendido tudo a um molho, quando aqui alguém chega, não faz a mínima ideia do que é. O site da Visit Azores, tem lá TH. Não tem um único sítio em que a pessoa saiba o que é TH, nem CC. E nem faz minimamente ideia do que é uma casa de campo e das obrigações de uma casa de campo, do que é turismo rural e das obrigações do turismo rural ou do que é turismo de habitação e das obrigações de turismo de habitação”, alertou.

Maduro-Dias disse que as Casas



EMPRESÁRIOS. Maduro-Dias, Sandra Lima e Gilberto Vieira defendem uma mudança na forma como os Açores são promovidos

Açorianas “tentam fazer a sua parte”, mas “é preciso financiamento” para a promoção e uma mudança de consciência por parte das entidades governamentais. “Temos de arranjar maneira de ter turistas nos Açores que não destruam os Açores, porque senão temos aqui um monte de abelhas que daqui a uns anos muda de sítio e nós ficamos com a terra queimada e temos de a recuperar. E não é isso que nós queremos. Nós queremos visitantes para partilharem connosco uma terra que é bonita, é boa e tem qualidade”, vinhou.

Também Sandra Lima defende uma promoção diferente, que traga turistas ao longo de todo o ano aos Açores.

“O nosso clima, embora seja inverno, continua a ser um bom clima, até porque normalmente o turista que vem aos Açores é aquele turista que pretende ver a natureza. Se calhar temos de passar a palavra para fora de que somos muito bonitos no inverno”, apontou.

“Às vezes não temos profissionais corretos nas nossas feiras e não promovem muito bem as nossas ilhas. Não sabem dizer o que é que o Pico tem, o que é que a Terceira tem, o que é que São Miguel tem”, acrescentou.

DESTINO DE EXCELÊNCIA

Para o presidente da associação

Casas Açorianas, Gilberto Vieira, é preciso “repensar” o turismo dos Açores.

“Tem de ser uma promoção direcionada. Temos de canalizar os meios para mercados que nos trazem mais-valias, em valor acrescentado, não só em termos monetários, mas, sobretudo, que valorizem e que promovam isto. Não podemos escolher os turistas, mas podemos direcionar a nossa promoção para estes mercados”, afirmou.

O proprietário da Quinta do Martelo alega que os Açores não são um destino caro, mas antes um destino raro.

“Os Açores são um destino de excelência. É essa a imagem que nós temos de passar”, vinhou.

Gilberto Vieira insiste na necessidade de “esbater a sazonalidade” nos Açores. Mas também neste caso defendeu que é preciso “meios financeiros” para redirecionar a promoção do destino.

“Há mercado, sobretudo, para a estação média. Eu acho que a nossa estação está mais curta. E, sobretudo, o nosso mercado de proximidade, que é o mercado nacional, que aqui nos podia dar alguma ajuda, está a falhar muito na estação intermédia. O verão está vendido. Para trabalhar, precisamos de alguns meios financeiros e alguns conhecimentos”, referiu.

No caso concreto da ilha Terceira,

o presidente das Casas Açorianas considera que foi criada “muita oferta”, que talvez “não esteja bem organizada”.

“Ainda não se definiu bem qual é a nossa oferta. E a Terceira tem a sua oferta própria, que é extremamente rica a todos os níveis e é um polo de receção e distribuição para as ilhas do grupo Central”, salientou.

As acessibilidades são um problema “difícil de resolver”. Para Gilberto Vieira a solução não passa necessariamente pelo aumento de rotas diretas para a ilha, mas pela melhoria dos preços e dos horários das ligações interilhas.

“O turista acaba por procurar as outras ilhas, desde que tenha condições para o fazer. Não se pode é vir da Europa num voo que chega, por exemplo, à meia-noite a um destino, e depois querer ir para outra ilha”, apontou.

Quanto à saída da Ryanair dos Açores, o presidente das Casas Açorianas defende que é preciso virar a página.

“Toda a gente fala na Ryanair. Eu acho que devemos esquecer a Ryanair. Isto já passou. Vamos em procura de outras companhias interessadas. E há muitas companhias que estão interessadas em ter algo diferente, um produto bem organizado e diferenciado, genuíno, como é o caso dos Açores, para apresentar à sua carteira de clientes”, acrescentou.