OPINIÃO

dinheiro vivo

A rentabilidade é sobrevivência



A seguir

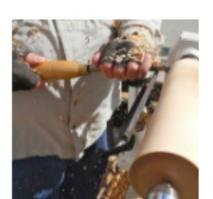
COVID-19 e PMEs: os desafios locais de um obstáculo global

Mais Vistas



RIQUEZA

São estes os 29 países mais ricos do mundo



EMPREGO

Empregos 'estranhos' que pagam (incrivelmente) bem



Rodrigo Mendonça Mergulhão

14.07.2020 / 17:19

Em conversa com um amigo, empresário de hotelaria, fui confrontado com o desafio com que se deparam os hoteleiros para superar esta crise. Dizia-lhe que era fundamental ter rentabilidade ao que me respondeu: Não é rentabilidade, é sobrevivência.

O sector de Turismo em Portugal, depois de ter sofrido bastante com o estado de emergência e as fronteiras fechadas, sofreu agora um revés ainda mais forte, que foi a exclusão da ponte aérea entre o Reino Unido e Portugal. Para os mais alheios a este tema, esta exclusão implica que cada habitante do Reino Unido que queira vir a Portugal passar férias, poderá vir, sim, mas será obrigado a fazer quarentena de 14 dias quando regressar ao seu país.

Ora, para quem estava à espera de marcar férias em Portugal no seu destino favorito, ter esta condição fará com certeza ponderar num outro destino. Trocar as praias do Algarve pelo sul de Espanha, trocar a visita a Lisboa ou ao Porto por uma visita a Barcelona ou a outra cidade europeia, como Atenas, será a opção mais racional.

O impacto desta decisão para os nossos hotéis, restaurantes, cafés, transportes, guias, museus, atividades culturais, atividades de lazer e mesmo para agricultores locais, mercados e lojas é gigante.

O Turismo, que representa cerca de 14.6% do PIB e quase 10% do emprego em Portugal está desesperado. E o mercado do Reino Unido representa o principal mercado de procura externa para Portugal. Estamos a falar por exemplo de 9,4 milhões de dormidas provenientes deste mercado em 2019. Este é o contexto.

Nesta fase, qualquer apoio a este sector é bem-vindo. E como em todas as crises, há players mais bem preparados que outros para as ultrapassar. E obviamente que os mais bem geridos têm vantagem sobre todos os outros.

Mais do que nunca, os hotéis são desafiados a trabalhar todas as variáveis da rentabilidade. E no caso da rentabilidade das vendas, a dependência das agências de viagem online (OTAs intermediárias como a Booking e Expedia) que cobram comissões de venda elevadas é enorme para alguns hotéis. Quando a ocupação de um hotel é elevada, não existe tanta preocupação com a rentabilidade, agora quando a ocupação é muito baixa, pagar 15 a 20% de comissão a estas agências faz mossa.

Obviamente que este canal indireto destas agências tem a sua importância e é fundamental nas vendas dos hotéis. Todos os canais de venda têm o seu papel, sendo necessário garantir equilíbrio entre os vários em termos de quota. Mas quem tem, adicionalmente, canais diretos de qualidade (como websites e call centers) e com peso no mix de vendas, capazes de angariar tráfego de outros mercados origem e de converter este tráfego em vendas, tem vantagem e pode ganhar mais 15 a 20% por venda. E no final do dia, esta rentabilidade, que significa mais dinheiro no banco, mais liquidez, pode fazer a diferença entre sobreviver ou fechar portas.

Importa ao sector e ao governo trabalhar e adequar a estratégia macro para o Turismo. Liderar este turismo do futuro e do presente para afirmar Portugal como destino sustentável e seguro, é fundamental a longo prazo.

Mas tendo em conta que o governo e instituições responsáveis são competentes nesta matéria, a curto prazo e para já é necessário garantir tesouraria.

Por isso acredito que rentabilidade é sobrevivência. É a condição mais básica para um negócio, ser rentável. E mesmo nesta fase desafiante nas vendas, há que otimizar todos os canais de venda, melhorando a rentabilidade. Principalmente, deve-se trabalhar e garantir canais diretos eficientes, para angariar os poucos turistas que ainda pensam vir para Portugal, pagando o menor custo possível por estas vendas. E confiar e resistir, com toda a coragem! Porque seguramente melhores tempos virão (estão mesmo para breve) a este país maravilhoso que é o nosso!

Rodrigo Mendonça Mergulhão, Partner da Cookies Digital Agency

(O autor escreve segundo o antigo acordo ortográfico)

facebook

Partilhe esta notícia



PRÓXIMO ARTIGO

COVID-19 e PMEs: os desafios locais de um obstáculo global

LER NOTÍCIA

Comentários



Outros conteúdos GMG



RIQUEZA
São estes os 29 países mais ricos do mundo



EMPREGO
Empregos 'estranhos' que pagam (incrivelmente) bem

Hoje