

PERSPETIVAS 2021



THOMAS BERNDORFER
CEO
da Connecting Software

OS DESAFIOS DAS TIC EM 2021

No novo normal, trabalhar remotamente tornou-se comum. Para a Connecting Software, é bom que possamos trabalhar a partir de uma ilha no meio do Atlântico e alcançar clientes em todo o mundo - governos, por exemplo, no Canadá, Nova Zelândia e Reino Unido e empresas globais como a Disney, Securitas ou Otis.

Em 2021, para manter este alcance global, a confiança será a nossa palavra chave e o nosso desafio. A Connecting Software opera numa área de nicho B2B, produzindo software de sincronização e integração, mas, ainda assim, os desafios que enfrentamos para estabelecer uma relação de confiança são, na sua maioria, comuns aos das outras empresas. É difícil projetar confiança quando se trabalha à distância e nunca se está com o cliente pessoalmente. Temos de tornar as relações de negócio mais humanas. Na Connecting Software, mostramos sempre que são pessoas reais que mantêm o contacto e que estão por detrás do nosso software. Utilizamos fotografias nossas tanto quanto podemos. Na comunicação à distância, preferimos as videochamadas, porque tornam as coisas mais pessoais do que um telefonema ou um email.

Ao fim ao cabo, sermos uma empresa de software tem as suas vantagens, uma vez que podemos desenvolver respostas para os desafios que surgem. No nosso caso, pegámos no tão badalado Blockchain e decidimos usá-lo para provar a autenticidade de documentos e processos. Podemos provar que um documento não foi adulterado, podemos provar que um processo decorreu tal como está registado e que ninguém o manipulou. Estamos a usar a tecnologia para conseguir a confiança tão necessária em 2021.



BRUNO FREITAS
CEO
da Savoy Signature

OS DESAFIOS DA HOTELARIA EM 2021

A Savoy Signature tem ao longo dos últimos anos registado um crescimento sustentado, criando perto de 800 empregos o que demonstra o seu contributo tangível para a indústria na região da Madeira.

Neste sentido, tem estado a trabalhar no desenvolvimento de uma estratégia e plano de ação que permitirão no próximo ano focar na execução de fases de mitigação, recuperação e reconstrução da coleção de hotéis, sendo que as linhas estratégicas de ação procuram em primeiro lugar gerar capacidade de manutenção dos postos de trabalho e reabrir as unidades Royal Savoy e Gardens, bem como abrir, finalmente, o hotel Next.

O cenário do turismo na região – em que se destacam preocupações como a redução de algumas importantes rotas aéreas na Europa, as reservas com pouca antecedência, o desconhecimento do perfil do consumidor e a concorrência direta nos mercados estratégicos – vai continuar a forçar em 2021 a Savoy Signature a explorar novas maneiras de promover os seus produtos turísticos, tirando, sobretudo, partido da aceleração digital para reduzir os impactos da pandemia.

Neste âmbito, a marca vai continuar com uma forte aposta numa estratégia digital, com mais campanhas online; está, inclusivamente, a desenvolver uma nova aplicação para clientes alinhada com este posicionamento; e, por outro lado, a desenvolver parcerias que permitem dar resposta a uma maior procura de eventos e reuniões híbridos. Paralelamente, e dando resposta a uma das tendências com maior enfoque em 2020, no próximo ano continuará a investir na oferta de experiências cada vez mais exclusivas e personalizadas que fazem a diferença para o segmento mais *upscale*. Exemplo disso é a criação do Guest Experience Personal Assistant do Savoy Palace, um serviço de acompanhamento altamente personalizado, que se materializa num 'concierge'/assistente pessoal responsável por atender, antecipar e ajustar todo o tipo de pedidos e solicitações dos hóspedes alojados nas Ocean Pool Suites e Presidential Suites do Savoy Palace.

Em suma, 2021 continuará a ser um ano de construção de resiliência, diante de novos desafios na fase pós-confinamento, com a confiança de que graças às estratégias e processos em desenvolvimento, bem como ao nosso capital humano, será possível manter uma oferta turística ímpar, diversificada e de excelência na Madeira.



Unsplash



DIOGO GOES
Professor do Ensino Superior
e Diretor de Eventos

OS DESAFIOS QUE A CULTURA DA MADEIRA ENFRENTA EM 2021

Desde há várias décadas o atual modelo de desenvolvimento económico determinou que o entretenimento se substituisse às práticas culturais, talvez porque a apócope da crítica sobre a qualidade das transformações culturais e estéticas que acontecem no seio da nossa sociedade permitissem mensurar o atual estado de domesticação social e reforçá-lo.

A Madeira, face à sua realidade ultraperiférica, vê acentuada a dificuldade no acesso aos bens culturais e na promoção de artistas regionais. Perigosamente, a atual crise pandémica poderá servir como uma nova justificação para o desinvestimento na Cultura, que dura desde há várias décadas. Urge por isso, a redefinição de um novo paradigma de desenvolvimento, assente na diversificação da economia e onde a Cultura desempenhe um papel preponderante. Por isso, é essencial a implementação de uma política de incentivos à fixação de indústrias criativas e apoios à produção artística. A defesa e a conservação do património, estará intimamente ligada à sustentabilidade do destino, uma vez que a descaracterização da paisagem natural e do edificado histórico acentuará a perda de competitividade do destino, já continuamente descaracterizado.

A sensibilização para a arte deverá ser promovida, permitindo a qualificação e captação de novos públicos e a valorização dos artistas regionais. Porque as expressões artísticas permitem o desenvolvimento da crítica e possibilitam a partilha e a construção cultural colaborativa, reconhecendo a alteridade, a arte pode inferir impactos positivos nas comunidades, constituindo um forte instrumento no processo de construção social identitária. Projetos culturais que atuem na comunidade onde se inserem e possibilitem o envolvimento de todos deverão ser incentivados. Uma verdadeira educação cultural permite construirmos uma sociedade mais justa, inclusiva e solidária.