

CISION®

PRESS BOOK


Clipping 2019-08-23

CISION®

Revista de Imprensa

1. Deco, Viva Cidade, 31/08/2019	1
2. Estacionamento caótico na Fuseta, CM TV - Notícias CM, 23/08/2019	2
3. "Um Pingo de Consciência faz um Oceano de Diferença", sensibiliza a Águas do Algarve, Algarve Informativo Online, 23/08/2019	3
4. Número 10, Negócios, 23/08/2019	6
5. Robôs a postos no Algarve, Negócios - Weekend, 23/08/2019	7
6. Temos de ser agentes ativos - Entrevista a João Fernandes, Postal do Algarve, 23/08/2019	14
7. Algarve Nature Fest propõe dezenas de experiências no mar ou em terra, Postal do Algarve, 23/08/2019	17
8. São Lourenço reabre atento à comunidade, Barlavento, 22/08/2019	18



**OPINIÃO**
Rita Luís

Viagens organizadas: o que fazer quando tudo falha

Em caso de incumprimento contratual no âmbito de uma viagem organizada, o consumidor pode ter alguma dificuldade em resolver a situação de imediato. Deve começar por comunicar, sem demora injustificada, quaisquer falhas à agência. Se a agência não resolver a situação ou não assegurar serviços equivalentes em tempo útil, o viajante pode resolver a situação e solicitar o reembolso das despesas, desde que tenha comunicado a situação à agência.

O turista só pode recusar os serviços alternativos propostos pela agência caso não sejam comparáveis com o contratado inicialmente ou quando a redução do preço é inadequada. Os consumidores podem recorrer, no prazo de 60 dias, ao Fundo de Garantia de Viagens e Turismo para o reembolso em caso de incumprimento de contratos celebrados com agências de viagens. O prazo poderá ser superior, desde que tal seja previsto no contrato. O pedido é apreciado por uma Comissão Arbitral, constituída por um representante do Turismo de Portugal, da Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo e um representante de uma associação de defesa do consumidor ou de uma entidade adequada para a defesa do viajante (caso não se trate de um consumidor).

Em caso de dúvidas sobre os seus direitos, contacte a DECO (deco.norte@deco.pt) ou o Gabinete de Apoio ao Consumidor da Câmara Municipal de Gondomar: gac@cm-gondomar.pt; 224 660 536. A DECO presta apoio presencial em Gondomar todas as sextas-feiras da parte da tarde.



Estacionamento caótico na Fuzeta

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=109a0190-b0ed-4d55-9378-692ad6c264a8&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A falta de efetivos da GNR está a deixar o estacionamento na Fuzeta no Algarve em estado caótico, a autarca local queixa-se que os militares afetos àquele serviço estão a ser desviados para patrulhar a Praia de Faro.

"Um Pingo de Consciência faz um Oceano de Diferença", sensibiliza a Águas do Algarve

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 23/08/2019

Melo: Algarve Informativo Online Autores: Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=7e9d278f>

Foi para o terreno, mais concretamente para 14 praias do Algarve, no dia 23 de agosto, a nova campanha de sensibilização da Águas do Algarve , Água com um Pingo de Consciência , porque há que continuar a valorizar um bem fundamental à vida humana, ainda mais numa altura em que as disponibilidades hídricas estão muito abaixo do que seria desejável. Por isso, conforme explica Teresa Fernandes, responsável pela Comunicação e Educação Ambiental da empresa, "existe um trabalho diário, quer em termos técnicos como humanos, para garantir que a água que chega a casa dos consumidores é de excelente qualidade". "Temos a enorme responsabilidade de fornecer água, em qualidade e quantidade, ao longo de todo o ano, não só à população residente (cerca de 490 mil habitantes), mas também à população flutuante. Isso leva-nos a apostar fortemente na educação ambiental, porque a água é o nosso maior bem", enfatiza.

Com Portugal a viver um período de seca, esta consciencialização torna-se ainda mais premente, mesmo que a água continue a correr sem percalços nas torneiras dos portugueses. "Contudo, há que preservar e usar corretamente a água, pelo que o nosso grande desafio é fazer com que o simples ato de abrir uma torneira seja valorizado, que o consumidor tenha consciência do valor da água e da importância de abandonar hábitos de desperdício", indica Teresa Fernandes, reportando-se a pequenos gestos do dia-a-dia que podem, efetivamente, fazer toda a diferença. "Há pessoas que possuem redutores de caudais nas torneiras, mas a maior parte delas não tem noção do que realmente se gasta nos duches, na lavagem dos dentes e da louça, até nos autoclismos, que normalmente já têm dois botões de descarga. Inclusivamente, em serviços de uso público, por exemplo vê-se tanto desperdício nas casas-de-banho por falta de uma manutenção mais adequada dos equipamentos. Parece que não é nada, mas, ao final do mês, a quantidade de água que se desperdiça é tremenda", avisa. "Há quem tenha o hábito, por exemplo, de lavar a louça antes de a colocar na máquina, quando basta ter o cuidado de raspar bem os pratos com uma esponja húmida. Não é necessário gastar água a dobrar, e tantas vezes de torneira aberta", acrescenta.

A intenção da Águas do Algarve é demonstrar que as pessoas podem continuar a realizar as suas normais tarefas diárias, mas de uma forma mais consciente e sustentável, regando, por exemplo, os seus jardins à noite, altura em que as plantas até absorvem mais facilmente a água por esta não estar sujeita à evaporação gerada pelo calor do sol. Mas estes hábitos mais consumistas vão acontecendo porque, na hora da verdade, a água que sai da torneira dos portugueses até nem é assim tão cara como se possa pensar. "A questão é que, associada à fatura da água, existem outras despesas que tornam a conta final mais elevada, mas mesmo assim não existe essa sensibilidade para a redução do consumo. Continuamos a ouvir as pessoas dizerem que não sabem o que podem fazer para atenuar esta situação, pelo que estas campanhas são fundamentais. Porque, se a água faltar, o que é que vamos fazer? Neste momento há água a correr na torneira, 24 horas por dia, sem quaisquer problemas, mas, se este cenário de seca se prolongar, conseguimos imaginar sequer um dia sem água?", questiona Teresa Fernandes, preocupada.

Faltar água que era uma realidade sentida no Algarve, nomeadamente durante o Verão, ainda no final do século passado, confirma a entrevistada. "Tivemos as Águas do Sotavento e do Barlavento Algarvio, criadas em 1994 e 1995, e depois a Águas do Algarve , em 2000, que veio regularizar o

fornecimento da água na região. O abastecimento era feito, até então, a partir das captações subterrâneas e a falta de água de qualidade e em quantidade era fator limitativo para o próprio desenvolvimento do Algarve", lembra Teresa Fernandes. O problema foi ultrapassado, mas não totalmente eliminado, como se verificou aquando da grande seca verificada em 2004 e 2005. "Foi com muita dificuldade que conseguimos manter o abastecimento de água à população, em qualidade e quantidade, e ganhámos inclusivamente um prémio nacional devido ao trabalho desenvolvido na época. Nessa altura avançou-se para o investimento da construção da Barragem de Odelouca, uma das principais origens de captação de água no Algarve e que nos permite garantir, com maior tranquilidade, o abastecimento à população".

Reutilizar, diminuir perdas e estudar alternativas

Os níveis nas Barragens de Odelouca e Odeleite/Beliche estão abaixo do desejável, o que até pode parecer natural por estarmos no Verão. O problema é que não é garantido que o Outono e Inverno tragam consigo a tão necessária chuva para restabelecer a normalidade, porque o normal ciclo das estações do ano deixou de fazer sentido no mundo em que vivemos. "Seja por causa das alterações climáticas ou não - porque há muitas pessoas que continuam a achar que isso são fake news - os dados demonstram, sem margem para dúvidas, que a pluviosidade tem vindo a diminuir nos últimos anos e surge até em alturas em que não é esperada. A realidade é que a Barragem de Odeleite/Beliche está, neste momento, com cerca de 40 por cento da sua disponibilidade total e a Barragem de Odelouca está com um volume útil abaixo dos 30 por cento. Claro que temos ainda as captações subterrâneas, sendo que a Águas do Algarve efetua uma gestão muito criteriosa de todas as origens de forma a dar maior resiliência a todo o processo de abastecimento, contudo, esta variabilidade preocupa-nos", admite Teresa Fernandes.

Compreende-se, deste modo, o forte investimento realizado todos os anos, e de forma contínua, pela Águas do Algarve na educação ambiental, para a necessidade de se poupar água, porque, se não chover, a situação pode tornar-se muito mais séria, uma vez que não existem grandes fontes alternativas que possam ser aplicadas no curto prazo. "A Águas do Algarve, em conjunto com a Águas de Portugal e o Ministério do Ambiente, tem vindo a desenvolver estudos na área da reutilização da água proveniente das ETAR, para rega em campos de golfe ou outros espaços públicos. A dessalinização é outra linha de investigação em que estamos a investir para atestar da sua viabilidade, sendo que não se tratam apenas dos custos financeiros. Há que perceber, por exemplo, o que se vai depois fazer ao sal que se vai retirar da água, é um resíduo que terá os seus impactos ambientais", esclarece Teresa Fernandes.

Minimizar as perdas de água é outro caminho que é imperativo trilhar, uma vez que existem municípios onde elas são avultadas, não apenas no Algarve, mas em todo o país e mesmo a nível internacional. "Há grandes quantidades de água que não são utilizadas e que, caso não fossem desperdiçadas, nos permitiriam manter reservas adequadas essencialmente em períodos de seca", alerta a entrevistada. "Sabemos que isso implica grandes investimentos financeiros, mas têm que ser feitos, porque sem água não podemos viver. E a prova disso é o facto desta campanha contar com um vasto leque de parceiros, desde a AMAL e CCDR Algarve à Universidade do Algarve, da Administração Regional de Saúde do Algarve à DECO, da Região de Turismo do Algarve ao Instituto Português do Desporto e Juventude, da Associação Bandeira Azul à Associação de Hoteleiros de Vilamoura e Quarteira, e muitos outros".

O objetivo é chegar ao maior número de pessoas num esforço concertado, contemplando igualmente uma ação de sensibilização que vai percorrer 14 praias do Algarve com um conjunto de atividades lúdicas. "Nas praias encontramos pessoas de todas as idades e provenientes de vários pontos do país com as quais se gera uma interação muito interessante e positiva. Vão existir espaços onde os veraneantes se podem servir de água da torneira fresquinha; uma Roda da Sorte com perguntas alusivas ao tema, com música e distribuição de prémios; medições do grau de hidratação; zonas de karaoke e de selfies onde se incentiva o uso da água com um pingo de consciência e também se sensibiliza para a problemática do plástico", adianta Teresa Fernandes. "A necessidade de se poupar

deve estar na nossa mente 365 dias por ano, independentemente de haver ou não seca. Se a água é fundamental à vida e se o ser humano é suposto ser inteligente, porque razão é que a estamos a usar mal? É algo que não se entende", desabafa a entrevistada em final de conversa.

Texto: Daniel Pina | Fotografia: Daniel Pina

Daniel Pina



ID: 82138865

23-08-2019

NÚMERO

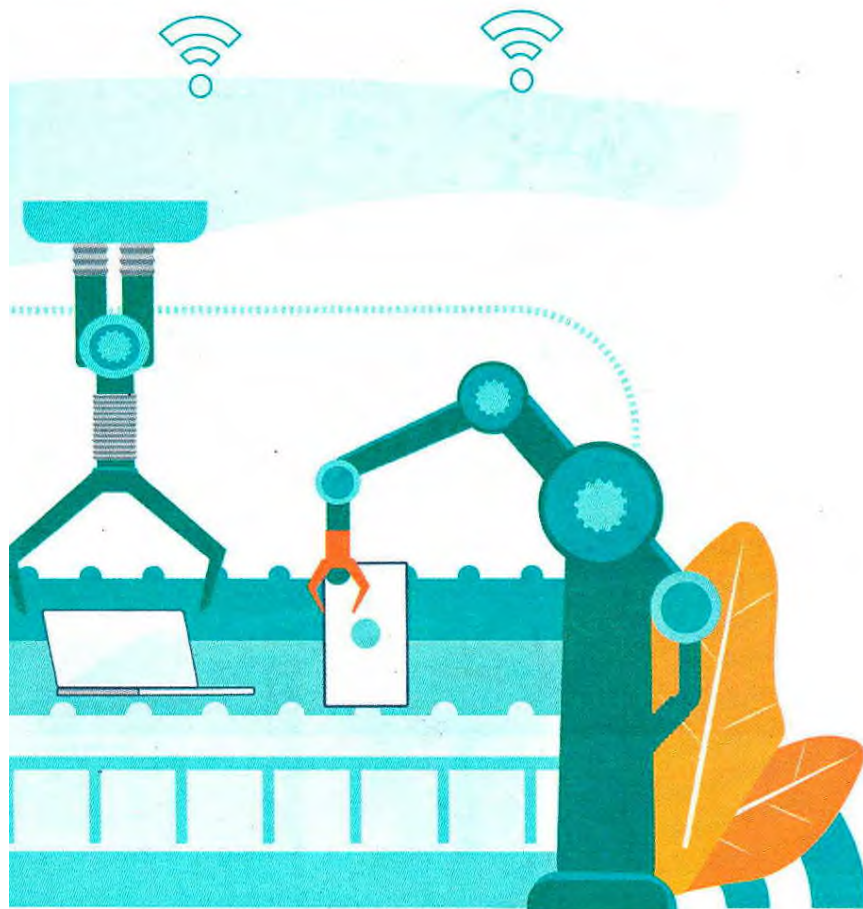
10

**O Governo autorizou
o Turismo de Portugal
a investir, entre 2020 e 2021,
10 milhões de euros
em publicidade digital.**

REPORTAGEM



Robôs a postos no Algarve



O

enredo de uma narrativa de ficção científica parte sempre de uma extrapolação, em que o imaginado se adianta ao real. Dito isto, façamos um exercício: um turista entra na receção de um hotel algarvio, após uma longa viagem; a reserva foi feita semanas antes, através de um portal na internet. Atrás do balcão no “foyer”, depara-se com um robô de feições humanas a dar assistência ao rececionista. O androide trata das formalidades do registo, o humano entrega as chaves. Estamos em 2019 ou no futuro? Para Hélia Sousa, rececionista num hotel de quatro estrelas em Lagos, esta é uma miragem distópica. “Só de imaginar, dá-me arrepios. Será que o bicho seria simpático ao menos? Isto é um trabalho de contacto humano”, confessa. Isabel Lopes, rececionista numa unidade de luxo vizinha, reage de forma diferente: “Desde que seja para facilitar as nossas funções, não tenho nada contra. Há sempre aqueles clientes que gostam de mais discrição, por isso o robô podia dar-lhes uma maior sensação de privacidade.”

A verdade é que o futuro da indústria hoteleira poderá vir a passar por um cenário semelhante ao proposto. E os sinais estão à vista: em janeiro, no Fórum de Inovação e Tecnologia Turística (FITURTechY), em Madrid, os principais agentes da indústria foram apresentados ao Pepper, o primeiro autómato do mundo programado com o intuito exclusivo de receber hóspedes em hotéis. De feições brancas e redondas, este humanoide consegue ler as emoções dos clientes e já está a ser testado em alguns hotéis espanhóis.

Com o Pepper atrás do balcão, os hóspedes têm duas formas de completar o “check-in”: fazer a leitura de um código QR ou digitar o nome e o número da reserva, num pequeno tablet que o robô tem ao nível do peito. Completado o registo, o rececionista eletrónico indica o número do quarto e envia um SMS com as informações mais importantes para a estadia: horário do pequeno-almoço, funcionamento do restaurante, “room service”, palavra-passe para aceder à internet, entre outras. Chegada a hora do “check-out”, o robô oferece-se para recolher a opinião dos hóspedes e pode, inclusive, chamar um táxi para o aeroporto, caso lhe seja pedido.

Depois de ver uma foto de Pepper, Hélia reage com incredulidade: “Essa coisa? Não acredito que me possa roubar o trabalho.” Isabel é mais pragmática: “É engraçado. As crianças iam adorá-lo – e porventura avariá-lo.”

No Algarve, onde o turismo é o principal motor da economia,

página 12

Das tarefas digitalizadas aos robôs rececionistas, o futuro do mercado de trabalho passará pela otimização tecnológica. O Algarve, região onde o turismo é o principal motor económico, está na linha de fogo: estima-se que, até 2030, cerca de 54 mil postos de trabalho desapareçam devido à automação. Profissionais nas áreas da hotelaria e restauração serão os principais lesados. Ainda assim, há oportunidades no horizonte. Para fazer frente à mudança, é imperativo apostar na requalificação profissional, dizem os representantes algarvios.

FÁBIO MONTEIRO

REPORTAGEM



Serhiy Stakhnyk/iStock

página 11

desenvolvimentos tecnológicos deste género têm especial relevância. O robô Pepper é apenas uma pista das transformações que estão para surgir nas indústrias hoteleira e da restauração.

Segundo o estudo "O Futuro do Trabalho em Portugal - O Impacto na Zona Sul", feito pela Nova SBE e promovido pela Confederação Empresarial de Portugal (CIP), até 2030, cerca de 54 mil postos de trabalho vão ser eliminados só no Algarve devido à automatização das atividades profissionais. Ao mesmo tempo, e na sequência do fenómeno, é de prever que sejam criados 30 mil empregos. Feito o balanço, o estudo aponta para uma destruição líquida de cerca de 24 mil postos de trabalho. No setor do alojamento e da restauração, a mudança líquida estimada de postos de trabalho é negativa, rondando os 8 mil postos de trabalho perdidos.

Uma leitura superficial dos números poderia dar azo a entendimentos catastrofistas, mas isso é o que João Duarte, economista e coordenador do estudo, quer evitar logo à partida: "São tudo cenários. É altamente incerto. Existem, por exemplo, novas ocupações que podem surgir e estabelecer um equilíbrio." João Fernandes, presidente da Associação de Turismo do Algarve (ATA), confessa-se cético com os indicadores do estudo. "Espera-se que, nos próximos anos, visitem a Europa cada vez mais turistas vindos da Ásia, África e América Latina, que hoje ainda não têm tanta representação. Ao mesmo tempo, há também uma redução da população ativa", lembra.

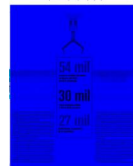
Os hotéis deixaram de ter grandes equipas na cozinha, com a entrada de alguns equipamentos inteligentes. Também as equipas das receções se viram reduzidas.

Estes números, em todo o caso, poderão servir de empurrão aos empresários que estejam presos numa inércia tecnológica. É isso que António Saraiva, presidente da CIP, aponta: "Estes números são uma chamada de atenção para as empresas, trabalhadores e Estado. Podem ser atingidos e até eventualmente ultrapassados."

O FUTURO É HOJE

Se as próximas décadas não vão ser o reinado exclusivo dos autómatos, é importante sublinhar que 2019 está longe de ser a nova Idade da Pedra. A redução de trabalhos calculada pelo estudo da Nova SBE não tem origem apenas no salto tecnológico de alguns serviços. "Por vezes, o entendimento da automatização está muito concentrado na robótica", assume o presidente da CIP. Muitas ocupações serão otimizadas, por exemplo através da eliminação de tarefas rotineiras e morosas. Também a digitalização de procedimentos até agora feitos manualmente servirá para poupar tempo aos trabalhadores. Tem vindo a ser assim desde a industrialização.

Segundo João Duarte, se deixarmos os robôs fora da equação, o ano de 2030 não está assim tão distante da realidade atual. Nos últimos anos, os hotéis deixaram de ter grandes equipas na cozinha, com a entrada de alguns equipamentos inteligentes; ao mesmo tempo, também as equipas das receções se viram reduzidas, com menos funcionários a ser capazes de efetuar mais tarefas, mais depressa. A



54 mil

postos de trabalho eliminados
no Algarve até 2030
devido à automação

30 mil

novos empregos criados
à boleia deste processo

27 mil

trabalhadores necessitarão
de se requalificar

angariação de clientes para as unidades hoteleiras sofreu igualmente uma metamorfose: enquanto, no passado, os hotéis contravam agentes para divulgar os seus serviços, hoje o trabalho de promoção é feito quase em exclusivo em plataformas digitais, como o site Booking.

Elidérico Viegas, presidente da Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA), reage: "Esse futuro já é hoje. É verdade que no passado existiam mais rececionistas ou trabalhadores na cozinha, mas nada disso é novo." Por sua vez, Vítor Neto, presidente do Nera - Associação Empresarial da Região do Algarve, e ex-secretário de Estado do Turismo, sublinha que "a mudança não se decreta" e diz: "Podemos digitalizar o que quisermos, mas o futuro do trabalho está ligado à economia do país."

O Algarve tem uma estrutura económica única: o setor do turismo representa 80% da riqueza gerada por ano, de acordo com o Nera. Em 2018, contavam-se 130 mil camas na região e houve 20 milhões de dormidas. O Sul do país não se deixará atrasar, defende Vítor Neto. Estamos a falar de uma região que "beneficiou de décadas de competitividade". Em todo o caso, lembra: "Hoje o Algarve é importador de produtos agrícolas quando no passado já foi exportador."

É possível que o bem mais necessário no sul do país sejam as pessoas. "Há uma grande falta de mão de obra, tanto não qualificada como qualificada", diz João Duarte, coordenador do estudo da Nova SBE. Todos os representantes regionais

ouvidos pelo Negócios fizeram eco do mesmo problema.

Mesmo para os funcionários, a ameaça dos robôs é puramente especulativa. "Ainda não temos essa discussão. As entidades patronais queixam-se é da falta de trabalhadores", diz Tiago Jacinto, líder do Sindicato dos Trabalhadores da Indústria de Hotelaria, Turismo, Restaurantes e Similares do Algarve (STIHTRSA), lembrando ainda que estamos a falar de um dos setores "mais mal pagos do país". Segundo dados do INE, os assalariados do turismo receberam, no ano passado, mais 22 euros do que em 2017. Contudo, levaram para casa menos 234 euros que a média salarial paga em Portugal. Na prática, em 2018, o setor do turismo pagou 26,35% menos do que o conjunto da economia nacional.

Com a falta de mão de obra, que mesmo assim não faz subir os salários, os hotéis "mantêm equipas fixas e estáveis ao longo do ano, mesmo não necessitando", só para manter os funcionários, conta Elidérico Viegas. Qualquer discussão sobre a possível saturação do mercado, aos olhos do representante da AHETA, é também vazia. "Ao contrário do que se diz, não há cada vez mais empreendimentos. O que existiu nos últimos anos, por via de mudanças legislativas, foi que muitas camas, que estavam no mercado informal, entraram para as contas do alojamento local. Isto criou a ilusão de que a oferta cresceu muito", diz.

Dados do INE divulgados no início desta semana atestam



REPORTAGEM



**“Esta é uma
atividade
de pessoas para pessoas,
não havendo pessoas
não há atividade.”**

Elidérico Viegas,
presidente
da AHETA

**“Estes
números são uma
chamada de atenção
para as empresas,
trabalhadores
e Estado.”**

António Saraiva,
presidente da CIP



página 13

o crescimento do turismo no Algarve. Entre os sinais positivos nos primeiros seis meses do ano, destaca-se um aumento de 7,9% nos proveitos totais (retorno financeiro de 431,3 milhões de euros), de 9,3% no número de hóspedes (2,17 milhões hóspedes) e de 3,3% nas dormidas (8,62 milhões de dormidas) face ao mesmo período de 2018. Fora destas contas fica a época alta: julho e agosto, os meses mais fortes no Algarve, só serão contabilizados no segundo semestre.

REQUALIFICAÇÃO OU APOCALIPSE

A capacidade de aprender de forma informal, por iniciativa própria, será a maior virtude de um trabalhador no futuro – a restauração e a hotelaria não são exceções. O Estado, as empresas e os trabalhadores devem “conservar uma inquietude” permanente, defende António Saraiva. O estudo encomendado pela CIP aponta que 27 mil trabalhadores algarvios “necessitarão de se requalificar” até 2030. Ou seja, 12% da força de trabalho do Sul do país. “Como diz o pensador Yuval Noah Harari, autor do livro ‘Sapiens’, hoje não sabemos praticamente o que ensinar, temos dificuldade em preparar pessoas para ciclos mais longos”, diz João Fernandes, responsável da ATA.

A autonomia de um trabalhador na busca por conhecimento da sua profissão será essencial. Um exemplo: “Alguém que precise de aprender russo para trabalhar num hotel não precisa obrigatoriamente de seguir pelos cursos presenciais. Tem hoje várias possibilidades, como as formações na internet, a procura de um interlocutor, entre outras”, diz.

Por lei, as empresas portuguesas são obrigadas a dar aos

seus trabalhadores 35 horas de formação contínua por ano. Por vezes, contudo, os funcionários fazem “cursos só por fazer, que não têm interesse nenhum para eles”, diz João Duarte, coordenador do estudo na Nova SBE e do CIP. Para o economista, o ideal seria que existisse um sistema de créditos, financiado pelo Estado e empresas, à semelhança do que acontece em Singapura, em que os trabalhadores pudessem escolher as formações que necessitam, não aquelas que são oferecidas pelas entidades patronais, que se destinam apenas ao cumprimento de uma obrigação.

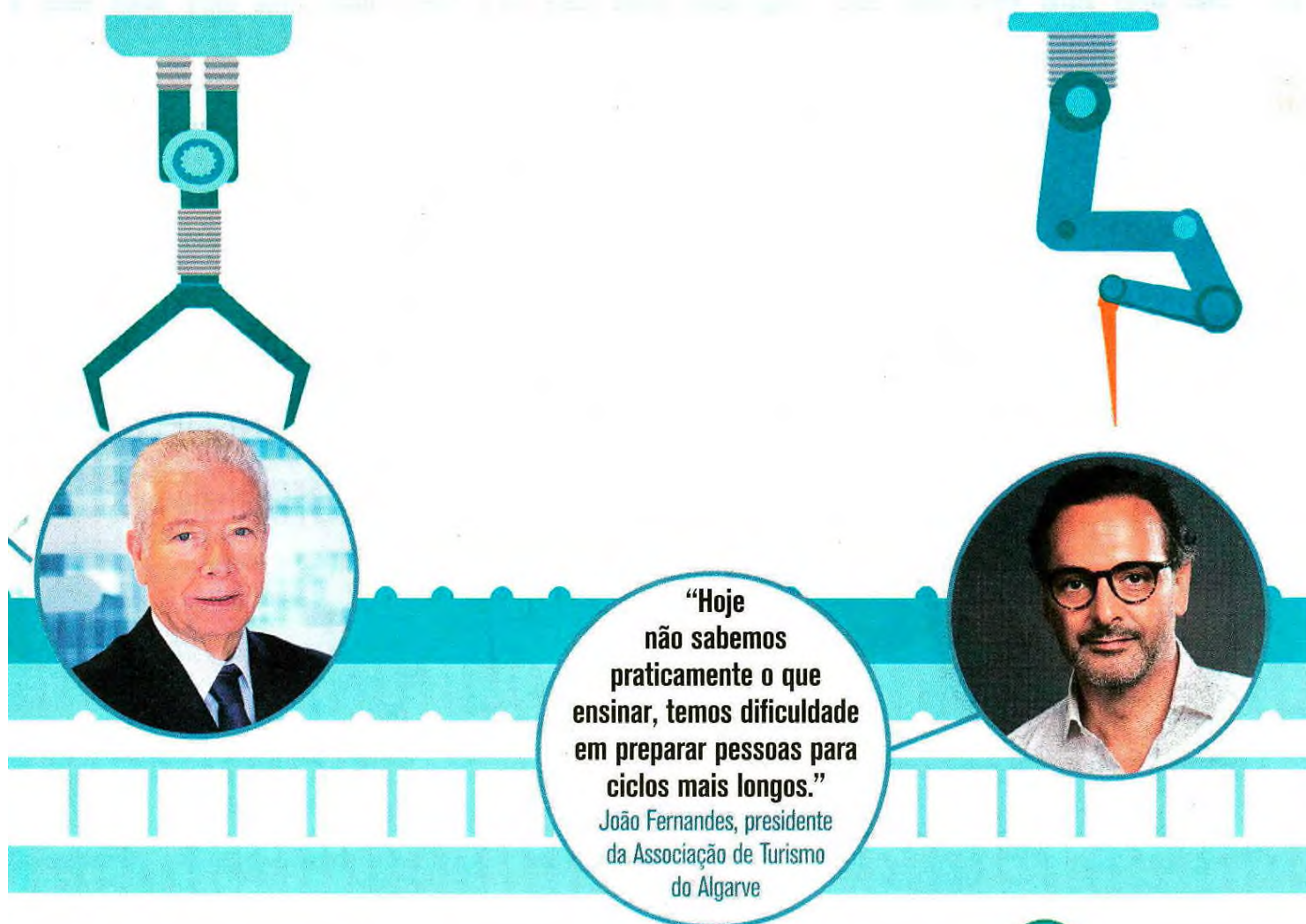
“Do contacto que tenho com os trabalhadores do setor, um número muito reduzido de empresas cumpre com a obrigação da formação contínua”, denuncia o líder sindical Tiago Jacinto. E esta queixa não é sintoma de alguma aversão ao futuro. “Não somos avessos ao desenvolvimento tecnológico, desde que este seja posto ao serviço dos trabalhadores, que algumas funções deixem de ser tão penosas”, frisa.

O certo é que a sobrevivência de muitos postos de trabalho irá ser decidida nos próximos anos. Vítor Neto põe as cartas na mesa: “As empresas, perante este fenómeno, têm dois tipos possíveis de atitude: pensar que é uma moda, o que é errado, ou, gostando ou não, tentar antever as mudanças e assumir o desafio.”

A PROXIMIDADE DA UTOPIA

Na Web Summit de 2017, em Lisboa, a agora famosa robô Sophia deixou uma promessa: “Vamos tirar-vos os empregos e será algo bom.” Talvez, neste momento, a segunda parte não soe particularmente amigável, mas há quem pense

**Para os funcionários,
a ameaça dos robôs
é especulativa. “As
entidades patronais
queixam-se
é da falta de
trabalhadores”,
diz Tiago Jacinto,
líder do STIHTRSA.**

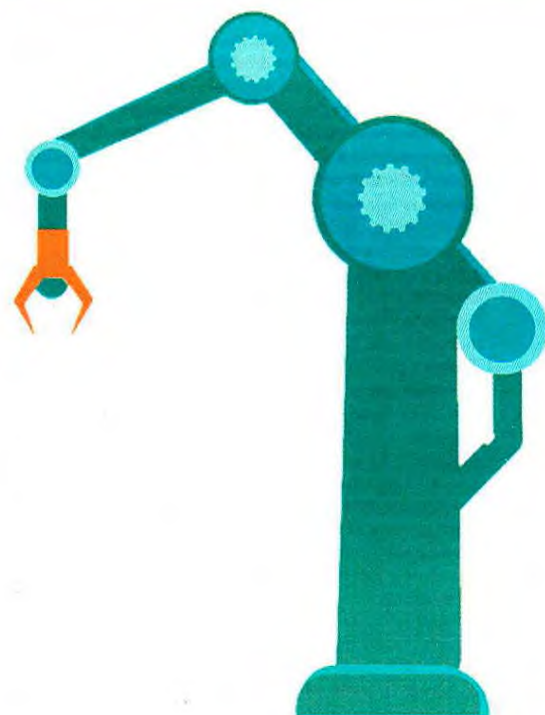


que o autómato possa ter razão. “O setor do turismo tem como natural o constrangimento da vida familiar: trabalham quando os outros estão de descanso; trabalham quando os outros comem; trabalham quando os outros estão de férias”, recorda João Fernandes, presidente da Associação de Turismo do Algarve. Com a maior automatização de alguns serviços, poderão surgir novas escalas de horários. Numa época em que é o consumidor quem mais ordena, e em que as transações se querem justas e sustentáveis, as condições oferecidas pelas empresas aos trabalhadores têm tudo para ser o próximo elemento de distinção, aponta o líder da ATA.

Até pode ser que 2030 reserve uma época em que o atendimento humano – num restaurante ou hotel – seja uma característica premium de alguns negócios. Mas isto é um cenário para os mais sonhadores. “Quem irá substituir os cozinheiros, os empregados de mesa, os funcionários de limpeza? Num bar, não se pode pôr uma máquina a servir clientes. Pelo menos, por enquanto”, questiona Elidérico Viegas, representante da AHETA.

O empresário não consegue imaginar uma mudança tão significativa para os próximos 11 anos. “Esta é uma atividade de pessoas para pessoas, não havendo pessoas não há atividade. Os turistas não são virtuais. Não podem ficar lá a sonhar na terra deles”, afirma. Para Elidérico Viegas, ainda está para ser inventado um autómato que possa fazer os trabalhos de manutenção, vigilância ou receção. “Não vejo a robô Sophia a evoluir tanto nos próximos tempos. Os estudos também se enganam.” A Sophia pode não estar lá, mas um irmão do robô Pepper é bem mais provável. ■

É possível que o bem mais necessário no Sul do país sejam as pessoas. “Há uma grande falta de mão de obra, tanto não qualificada como qualificada”, diz João Duarte, coordenador do estudo da Nova SBE.





10

Robôs a postos no Algarve



Entrevista a João Fernandes, presidente da Região de Turismo do Algarve

"Há que executar estratégias que façam com

Stefanie Palma / Henrique Dias Freire
stefanie.palma.postal@gmail.com

Em entrevista ao POSTAL, João Fernandes, presidente da Região de Turismo do Algarve (RTA), avança com algumas medidas que estão a ser tomadas no setor turístico de modo a melhorar o posicionamento da região. O responsável fala ainda sobre as principais atividades que estão a ser desenvolvidas.

João Fernandes avança também com os projetos futuros que a RTA pretende implementar.

O Algarve é uma zona turística por excelência. Nota-se um declínio no número de visitantes relativamente a anos anteriores?

O Algarve é há 40 anos, sem interrupção, o destino turístico nacional com maior número de dormidas de estrangeiros e residentes. A tradição do turismo conta com décadas e, de ano para ano, os resultados obtidos reforçam a região como um dos destinos preferidos para férias. Os mais recentes dados do INE dão conta, exatamente, deste desempenho positivo. Note-se que no primeiro semestre de 2019 continuámos a crescer, registando um aumento de 7,9% nos proveitos totais (que atingiram os 4312 milhões de euros), de 9,3% no número de hóspedes (com um total de 2,17 milhões hóspedes) e de 3,3% nas dormidas (com um total de 8,62 milhões dormidas). Estes são resultados conseguidos após um forte crescimento resultante de desvios de fluxos de outras paragens do Mediterrâneo devido a fenómenos de insegurança.

O que é que os turistas mais procuram atualmente quando se trata da escolha do local de férias?

Os turistas atuais não procuram apenas um "produto". Procuram experiências e vivências que lhes permitam contactar com o que o destino tem de melhor e mais característico. Procuram hospitalidade, qualidade e atenção no atendimento. Procuram contacto com as histórias e as pessoas que fazem o destino ser como é. Procuram segurança. E o Algarve tem, certamente, tudo isto.

Temos de ser agentes ativos em matéria de investimento

Como potenciar a região e captar mais investimento?

O foco deve residir na captação do que é estratégico. Temos de ser agentes ativos em matéria de investimento, através da atuação do nosso Gabinete de Apoio ao Investidor. Falo de um investimento que



O Algarve é há 40 anos, sem interrupção, o destino turístico nacional com maior número de dormidas de estrangeiros e residentes

nos ajude a requalificar a oferta e que traga inovação nos produtos e nos serviços, conduzindo-nos a uma desejada sustentabilidade. A sustentabilidade (económica, social e ambiental) é, aliás, uma das premissas para o desenvolvimento da região. Partindo deste pressuposto, a RTA - com o apoio do Turismo de Portugal e em parceria com a CCDDR Algarve e a Universidade do Algarve (UAlg) - lançou, no início deste ano, o Observatório para o Turismo Sus-

tentável. Com esta ferramenta a RTA irá estudar, analisar e monitorizar o desempenho turístico do destino e obter ainda mais conhecimento específico e detalhado sobre a região, para ter como base de apoio ao desenvolvimento e a competitividade turística, assegurando a preservação e a valorização da identidade, património e valores locais, enquanto ativos estratégicos. De sublinhar que trabalhar um destino que tem já uma grande maturidade torna-se espe-

cialmente desafiante, uma vez que são maiores as exigências ao nível da inovação. Mas para tal foi muito importante a captação da verba de 30 milhões de euros de uma linha de financiamento para a qualificação da oferta, atribuída pela secretaria de Estado do Turismo, que vem permitir a execução de projetos de diversificação turística do Algarve.

Que medidas estão a ser tomadas no setor turístico de modo a melho-

rar o posicionamento e notoriedade do Algarve?

Em primeiro lugar, destacamos o forte empenho de todos os players do setor, seja entidades públicas ou operadores privados, na criação de um destino que prima pela qualidade e que se quer posicionar, cada vez mais, como único, sem que o sucesso do seu desempenho esteja diretamente dependente de estratégias agressivas de *pricing*. De facto, juntos (públicos e privados) temos



que o Algarve cresça em valor e qualidade"

➤ vindo a pôr em prática uma estratégia que, grosso modo, segue duas vias: a diversificação da oferta turística, através do desenvolvimento e promoção de novas motivações de visita à região, como o turismo de natureza, o turismo náutico, a cultura, a gastronomia e vinhos e os produtos *corporate* integrados no produto MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions); a diversificação da procura com foco no alargamento do leque de turistas de mercados emissores com potencial – seja os mercados europeus em crescimento, como França e Itália, seja os emergentes como Brasil, Estados Unidos da América e Canadá. Aqui, no que diz respeito à procura não descuramos, claro, a atenção dada ao mercado de proximidade alargado que inclui Portugal e Espanha ou aos nossos mercados tradicionais, como o Reino Unido, a Alemanha, a Holanda ou a Irlanda, que têm sido alvo de reforços de campanhas com companhias aéreas, operadores e *online travel agencies*.

Desde que tomou posse como presidente da Região de Turismo do Algarve, quais os maiores obstáculos que tem encontrado?

Olho para os obstáculos não como entraves, mas como desafios. Por isso, prefiro sempre fazer o balanço deste primeiro ano falando nos desafios. Após um período em que a instabilidade de alguns dos nossos concorrentes nos trouxe excecionais fluxos turísticos, a atual situação, com a conjugação da falência de companhias aéreas que nos ligavam a importantes mercados emissores, o processo do Brexit, a reemergência da Turquia, Tunísia e do Egipto, ou mesmo um ano de atípicas condições climáticas, são alguns dos maiores com que temos sido confrontados. Para contornarmos esta conjuntura, há que executar estratégias que façam com que o Algarve, como destino turístico, cresça em valor e em qualidade para que não fique refém do preço como fator de "atração". O que justifica a nossa aposta na construção de uma imagem que traduza a riqueza e o caráter diferenciador da região, tornando a experiência de quem nos visita mais rica, mais autêntica e emocional.

O Algarve está a afirmar-se cada vez mais como destino turístico de eleição

O que é que o distingue do seu antecessor? O que defende para o turismo algarvio?

O trabalho desenvolvido por todos os meus antecessores foi muito po-



➤ João Fernandes diz que olha para os obstáculos não como entraves, mas como desafios

sitivo e fez com que o Algarve fosse uma referência turística para portugueses e estrangeiros. No entanto, os contextos mudam e temos que estar preparados para novas realidades. É exatamente na forma que trabalhamos o destino para os vários mercados que reside a diferença e que podemos desenvolver uma estratégia ainda mais solidificada. Por exemplo, ao nível da promoção internacional estamos a apostar em instrumentos de *marketing intelligence*, no sentido de uma maior eficácia do investimento nos diferentes canais de distribuição. No fundo, julgo que apesar das diferenças entre os vários responsáveis pelo turismo algarvio ao longo dos anos, a RTA e a ATA têm mantido equipas qualificadas que garantem que não haja grande disrupção de um mandato para outro, naquela que é a atividade e a linha promocional do principal destino turístico do país.

Que atividades estão a ser desenvolvidas na época baixa de modo a que os efeitos drásticos da sazonalidade não tenham tanto impacto na região?

Em primeiro lugar, importa realçar que o Algarve está a afirmar-se cada vez mais como destino turístico de eleição ao longo de todo o ano. Verificou-se uma clara atenuação da taxa de sazonalidade que, entre 2012 e 2018, passou de 47,1% para 42,7%, no que respeita às dormidas. Isto é o reflexo de uma estratégia integrada que tem vindo a ser aplicada e que passa pela execução de diversos planos, nomeadamente: o «Plano de Combate à Sazonalidade», que vem reforçar a aposta em novas rotas, serviços e frequências e repor os movimentos aéreos perdidos devido a roturas de companhias de importantes mercados para o Algarve; o «Plano de Marca», que integra novas ações de comunicação com companhias aé-

reas e trabalho de proximidade com operadores para criar oportunidades de visita à região ao longo do ano; o «Plano de produto e mercado», que tem por finalidade colocar a região do top of mind dos turistas em produtos que vão além do «Sol & Mar». Entre todos é também já conhecido o 365 Algarve, que arrancará com a sua 4.ª edição em outubro com programação cultural e artística diversificada fora da época alta, o Algarve Cooking Vacations, composto por programas de férias culinárias e enológicas na região, ou então o Algarve Nature Fest, um festival inteiramente dedicado ao turismo de natureza, promovido em parceria com o município de Olhão, que acontece já a 21 e 22 de setembro, no Passeio Ribeirinho.

Quais são os projetos futuros que a Região Turismo do Algarve pretende implementar?

b.i.

QUEM É?

Fernandes. João Fernandes.

O QUE FAZ?

Faço muito com pouco.

PERFIL

NOME:

João Pedro Ferreira Caldas Fernandes

IDADE: 44

SIGNO:

Peixes

PROFISSÃO:

Presidente da RTA e da ATA

FORMAÇÃO:

Licenciado em Engenharia do Ambiente e pós-graduado em Gestão Empresarial, pela Universidade do Algarve

ONDE RESIDE:

Faro

TEMPOS LIVRES:

Não tenho

LIVROS:

«21 lições para o século XXI», de Yuval Noah Harari

QUALIDADE:

Teimosia

DEFEITO:

Teimosia

DESTINO DAS ÚLTIMAS FÉRIAS:

Algarve

A RTA tem desenvolvido vários projetos, contando com a parceria de diversas entidades, com o objetivo de dinamizar e destacar o que a região tem de melhor e atrativo. Alguns já referi há pouco. Mas temos outros ainda no âmbito do turismo náutico, em concreto as Estações Náuticas de Faro, Vilamoura e Portimão e a criação da Estação Náutica do Baixo Guadiana, um projeto transfronteiriço que surge no âmbito de um protocolo de ação entre a RTA, os municípios do Guadiana e a Associação Naval do Guadiana. Refiro ainda a aposta em eventos que permitem projetar a imagem do Algarve como destino dinâmico, entre eles um grande evento internacional de gastronomia e outro de desporto motorizado. Estamos ainda na linha da frente da integração da laranja algarvia na cadeia de valor regional, em conjunto com a Direção Regional de Agricultura e Pescas do Algarve, a associação de produtores AlgarOrange e representantes da hotelaria. A ideia é fazermos dos citrinos algarvios o «cartão-de-visita» da região.



 [f](#) [Q](#) [Página inicial](#) [Criar](#)

[Página](#) [Caixa de Entrada ³](#) [Notificações ⁴](#) [Estatísticas](#) [Ferram...](#) [Centro...](#) [Mais ▾](#) [Definições](#) [Ajuda ▾](#)

 ANOS ANIVERSÁRIO	128.493 fãs no facebook	742.944 visualizações onsite	130.554 notícia mais visualizada	1.229 edições em papel	12.000 tiragem média	20.000 tiragem máxima com EXPRESSO
--	-----------------------------------	--	--	----------------------------------	--------------------------------	--

EM MATÉRIA DE INVESTIMENTO

TEMOS DE SER AGENTES ATIVOS

ENTREVISTA A JOÃO FERNANDES,
PRESIDENTE DA REGIÃO
DE TURISMO DO ALGARVE

P.12 e 13

A portrait of João Fernandes, President of the Algarve Region of Tourism. He is a middle-aged man with dark hair, a beard, and glasses, smiling at the camera. He is wearing a light blue button-down shirt and is seated, with his hands clasped in his lap. The background is a solid dark grey. The image is framed by a red border on the left and bottom.

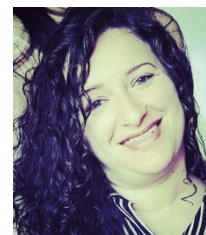
... REGIÃO

João Rodrigues
homenageado na sua
terra natal **P.3**



... REGIÃO

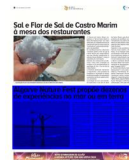
Sónia Santos sofre de doença grave e precisa de ajuda **P.10**



... REGIÃO

A arte da Latoaria
foi reativada
no Algarve **P.16 e 17**





Algarve Nature Fest propõe dezenas de experiências no mar ou em terra



Festival pretende promover os encantos naturais da região

Caminhadas, passeios de barco, birdwatching, batismo de mergulho e vela, stand up paddle e BTT são algumas das atividades que fazem parte do Algarve Nature Fest, um festival inteiramente dedicado ao turismo de natureza, promovido pela Região de Turismo do Algarve (RTA) em parceria com o município de Olhão, de 21 a 22 de setembro, no Passeio Ribeirinho de Olhão.

"Trata a natureza por tu" é a assinatura deste evento que conta com dezenas de experiências no mar, na ria ou em terra para adultos e crianças, todas gratuitas, algumas com inscrição prévia obrigatória. Além do programa principal, há ainda um conjunto de atividades complementares para todos os que passarem pela área de animação e exposição

implantada no Passeio Ribeirinho de Olhão.

O Algarve Nature Fest pretende promover os encantos naturais da região, mas também sensibilizar os participantes para a importância da proteção e conservação da diversidade biológica e paisagística da região algarvia. Por isso mesmo, no dia 21 de manhã haverá uma iniciativa no mercadinho de produtores do Mercado Municipal de Olhão que apelará à redução do uso do plástico através da oferta de sacos de compras reutilizáveis aos visitantes.

O evento, que é uma evolução do conceito da Algarve Nature Week, apresenta-se nesta edição com embaixadores muito especiais: Nuno Markl, Vasco Palmeirim e Joana Schenker, que protagonizam o filme promocional que leva a dupla de

apresentadores e a campeã mundial de bodyboard numa aventura humorística pela natureza do Algarve.

"O Algarve Nature Fest insere-se num conjunto de projetos que a RTA tem vindo a organizar e apoiar nos últimos anos, de forma a afirmar a região noutras áreas de interesse, a alterar perfis de consumo e a distribuir a procura ao longo do ano e do território. Trata-se de uma aposta clara no produto de turismo de natureza para quem quer desfrutar tranquilamente do contacto com o mundo natural algarvio", afirma o presidente da RTA, João Fernandes.

A Câmara de Olhão, a CP - Comboios de Portugal, a PSP e a Direção-Geral dos Estabelecimentos Escolares - Algarve são parceiros estratégicos da RTA no evento.



DESTAQUE

Nova vida para o Centro Cultural de São Lourenço

Durante 30 anos foi uma referência no Algarve, até fechar portas em 2013. O espaço tem agora outros proprietários e reabre com projetos sociais, ambientais e artísticos.

Nova direção promete que voltará a ser um local obrigatório de passagem para quem aprecia a cultura

Maria Simiris
maria.simiris@barlavento.pt

Muitas histórias tem a casa à entrada de São Lourenço, em Almancil, para contar. Fundado por um casal alemão, Volker and Marie Huber, em 1981, o espaço recebeu inúmeras exposições e concertos, até ao final abrupto, no auge da crise. Mas graças ao esforço de uma nova equipa, as portas estão de novo abertas.

«A nossa ideia é que este espaço seja um centro cultural dinâmico, acima de tudo vivo. Não queremos algo que seja para se entrar, ver e ir embora. O nosso objetivo é que as pessoas venham e sintam que há vida e que aqui têm várias coisas que podem fazer. Além disso, pretende-

mos que a comunidade se sinta integrada de alguma forma», começa por contar ao «barlavento» Paula Sequeira, uma das novas proprietárias do local que, juntamente com o marido, Mário Sequeira, adquiriu em 2017.

Dois anos depois, a 27 de julho último, o renovado Centro voltou a ter atividade. Segundo Paula Pereira, «demorámos dois anos a abrir por dois motivos. Primeiro, porque tivemos de empreender algumas obras de requalificação. Depois, queríamos ter a certeza do que estávamos a fazer. Este foi um espaço que esteve aberto muitos anos, um centro de referência que deu muito às pessoas e, portanto, queríamos estar seguros». A responsa-

bilidade e o desafio são, de facto, grandes, e as respostas surgiram quando o casal conheceu a francesa Tessa Shack. «Fomos apresentados e percebemos que era uma pessoa muito interessante e com grande conhecimento sobre arte. Convidámo-la a fazer parte do projeto connosco. A aventura começa agora. Estamos prontos e cheios de ideias», afirma Paula Sequeira.

Mas quem nos revela os pormenores de todos os projetos planeados para o futuro é Tessa Shack. Vive no Algarve há cinco anos, é jornalista reformada, fotógrafa de vida selvagem e pintora. «Uma das coisas que vamos fazer é convidar as crianças mais desfavorecidas do concelho a passarem algumas tardes divertidas na piscina. Será uma oportunidade para as introduzir ao mundo das artes. Queremos mesmo fazer a diferença na comunidade local», garante.

«A nossa ideia é que as crianças interajam com os artistas que teremos em exposição, ou em residência, e que estes as façam pensar. Por exemplo, serão desafiadas a ver quadros ou esculturas, e a comentarem o que sentem. Acredito que os mais novos precisam mesmo de ter mais contacto com a arte», avança Tessa Shack ao «barlavento».

Em relação a esta vontade de intervir, Paula Sequeira acrescenta que «é algo fundamental. A cultura é o que nos diferencia e é muito importante que crianças que não têm normalmente acesso a este tipo de oferta possam também aproveitar este sítio, de maneira a questionarem, a imaginarem e a criarem. Por norma, as galerias têm apenas fins comerciais e isso é errado. Nós temos uma função social e é importante que



isso seja realizado».

Segundo Tessa, o renovado Centro Cultural de São Lourenço vai apresentar eventos de música, escultura, cinema, literatura, arquitetura e dança.

«Temos um palco no jardim que será ótimo para marionetas musicais. A primeira

está agendada para sábado, dia 5 de outubro, data que inaugura a próxima exposição», revela.

Apesar de não adiantar detalhes, Tessa desvenda que «será baseada apenas na cultura portuguesa. Será um artista português a solo e depois vamos juntar comida tra-

dicional e claro, o fado».

Para 2020, também não faltam planos. «Vamos ter três exposições principais, em maio, julho e outubro e posso garantir que serão em grande», antevê Tessa.

A juntar a isto, a nova direção planeia ainda que sejam realizadas conferências



Cristina Palma

Centro tem uma fiel guardiã desde 1999

A designer Cristina Palma começou a trabalhar no Centro Cultural de São Lourenço em 1999, e durante anos acompanhou a vida do casal fundador, Volker and Marie Huber, até ao fecho em 2013. E quando Mário e Paula Sequeira, adquiriram o espaço, em 2017, essa experiência não passou despercebida. «Não sabíamos quem contratar para se juntar a nós nesta aventura, mas todas as pessoas com quem falávamos diziam-nos que a Cristina era a pessoa indicada», diz Paula Sequeira ao «barlavento». Conseguir o contacto da antiga guardiã não foi fácil. «Por sorte, fomos a uma festa de aniversário onde estava também presente a antiga proprietária. Pedimos-lhe o contacto» e assim foi. Na primeira

conversa, «gostámos muito dela e percebemos de imediato que seria a pessoa ideal», para dar continuidade ao que ficou interrompido. Ouvida pelo «barlavento», Cristina Palma diz que ver o espaço voltar a ganhar vida é «uma felicidade. Ter visto o Centro fechar foi muito triste e para mim é um orgulho estar aqui. Faço isto pelo amor às artes. Este é um espaço importante para o Algarve e para o país. A comunidade precisa dele. Sempre foi e está a voltar a ser um espaço onde as pessoas que gostam de arte se encontram, sejam artistas ou admiradores». Daqui para a frente Cristina Palma ficará, de novo, encarregue de receber tanto os visitantes como os artistas, além de tratar de todo o material gráfico.



Paula Sequeira e Tessa Shack.

Residências criativas

Mário e Paula Sequeira, um casal de Braga, proprietários de uma galeria e grandes apreciadores de arte, ao conhecerem o espaço em Almancil, não hesitaram em adquiri-lo. No entanto, depararam-se com um local degradado e a precisar de obras. «O que fizemos foi requalificação de paredes e de jardins. Quisemos manter a arquitetura original e não descaracterizámos nada. Além disso, criámos mais um quarto», explica ao «barlavento» Paula Sequeira. «O objetivo é que os artistas que venham cá expor, possam aproveitar também a casa. Podem pernoitar, relaxar na piscina e sentir a paz envolvente. Tudo é possível e ideias não faltam», revela.



Mário Simões

no Centro Cultural de São Lourenço. «Os temas são variados. Um pouco de tudo, mas serão talvez mais ligados ao vinho e à gastronomia».

Tessa Shack destaca ainda a vontade que ambas têm de criar um clube de membros e de amigos, um público mais reservado para eventos privados, por exemplo. «Conheço muitos apreciadores de arte e seria também interessante organizar excursões a outras galerias em Portugal ou até no estrangeiro», de forma a estimular a criação

de um novo coletivo, e também a poupar custos neste tipo de viagens.

Por fim, e já a longo prazo, Tessa Shack pondera a abertura de uma loja, mas com critérios rigorosos. «Teremos apenas produtos fabricados em Portugal e todas as receitas reverterão para uma Instituição Particular de Solidariedade Social ou associação local».

O Centro Cultural de São Lourenço agora está aberto de segunda a sexta-feira das 15h30 às 19h30 até ao final

do verão. E no inverno? «Ainda não sabemos, porque no Algarve temos bom tempo até tarde» sorri Tessa, pelo que a decisão fica assim adiada.

E o que motiva uma ex-jornalista a fazer parte deste projeto? «Desde que vivo no Algarve ainda não tive um dia aborrecido. Não escolheria outro sítio para viver e envolvi-me para que também outras pessoas possam sentir-se em paz e felizes aqui, tal como eu. Este sítio é mágico e tenho muita sorte de fazer parte dele», conclui.



Fotografias dão mote a projeto ambiental e social

A ex-jornalista e fotógrafa de vida selvagem Tessa Shack é uma das novas proprietárias do renovado Centro Cultural de São Lourenço, em Almancil, que voltou a abrir portas no sábado, dia 27 de julho. Tessa é natural de França e escolheu o Algarve para passar a reforma. Uma apaixonada pelas artes, viaja com frequência a África para fotografar a vida selvagem. Aliás, tem várias foto-

grafias publicadas no site da National Geographic. As melhores imagens dão origem a quadros em aquarela ou guache. «Quero expor aqui os meus trabalhos de fotografia e de pintura. A ideia é explicar às crianças que vamos convidar, a importância da proteção das espécies, a problemática dos plásticos nos mares e o valor do ambiente para a nossa vida», antevê.

OPINIÃO LUIS BATALAU | Médico

O descalabro continua no SNS do Algarve

Mais um caso concreto que contribui para a desmotivação de todos os profissionais de saúde no Serviço Nacional de Saúde (SNS) e especialmente no Hospital de Portimão, que eu continuarei a chamar CHBA- Centro Hospitalar do Barlavento Algarvio, instituição que mantinha os seus profissionais motivados e com satisfação dos utentes algarvios, nacionais e estrangeiros. Infelizmente não é o que acontece de há seis ou sete anos para cá, e atualmente de uma forma revoltante e intolerável. A fusão dos hospitais no Algarve conduziu ao caos e à degradação do SNS na nossa região.

Dirigi-me no dia 19 de agosto ao Hospital de Portimão e já no seu interior, fui constatando a revolta instalada nos vários profissionais que ia cumprimentando e com quem conversei durante alguns minutos, muito

embora lhes tivesse notado no fôlego, o medo pelo facto de estarem a falar comigo. O assunto principal, foi o encerramento do refeitório para todos os funcionários do Hospital, no sábado e domingo dias 17 e 18 de agosto, sem qualquer aviso prévio. Ou seja, os trabalhadores do Hospital, nesses dias, a única possibilidade de se alimentarem foram os bares, através de sandes e bolos. E isto para os primeiros, porque como pude constatar, a grande maioria já não teve acesso a esses preciosos manjares. Fui também informado que se trata de um problema crónico. São já múltiplas as vezes em que isto acontece e que a empresa concessionária se desculpa com a falta de pessoal. Afinal, para que serve este Conselho de Administração, presidido por uma administradora hospitalar arrogante, mas incompetente, incapaz de planejar a

curto, médio e muito menos a longo prazo, e de tomar decisões duras em relação a uma empresa como esta que não cumpre? Mas continuam a perseguir os profissionais de saúde e especialmente os médicos! Em pleno mês de agosto, pediu a exoneração e já saiu do Hospital de Portimão mais um especialista de ortopedia, médica formada no nosso Hospital, pelas razões que todos conhecemos. Vergonhoso e lamentável. Sra. Ministra da Saúde, Sr. Deputado da Assembleia da República e presidente da Federação do PS do Algarve e Sra. presidente da Câmara Municipal de Portimão. A reversão da fusão dos hospitais é um imperativo, sob pena das vossas consciências e as de mais alguns, vos atormentarem o resto das vossas vidas! Não me venham dizer agora, que a culpa disto, também é da Ordem dos Médicos!

C1,30 | Quinta-feira, 22 agosto 2019 | Ano XLV #2172 | Diretor: Bruno Filipe Pires | barlaveno.pt ⓘ

Autorizado pelos CTT a circular em invólucro fechado de plástico ou papel. Aut. N.º cDE00072019CPE/AGCS. Pode abrir-se para verificação postal.



Albufeira
segundo
Sérgio Brito P4

Turismo cresce
no **primeiro**
semestre P9



Semanário Regional do Algarve

barlaveno

São Lourenço reabre atento à comunidade P12



ALMANCIL

Capoulas Santos enalteceu
40 anos de **FATACIL** P3

Portimonense ganha em
Tondela e **Farense** no Estoril P16

