

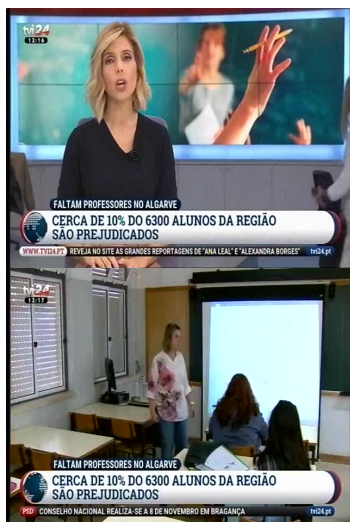
CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-10-22

CISION®

1. Faltam professores no Algarve, TVI 24 - Notícias, 22/10/2019	1
2. Derrocada na Praia Maria Luísa em 2009, CM TV - Notícias CM, 22/10/2019	2
3. Thomas Cook deixa grandes dividas nos hotéis em Portugal, Opção Turismo Online, 22/10/2019	3
4. Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?, Opção Turismo Online, 22/10/2019	5
5. As férias chegam à FIL com a Expo Abreu, Público Online, 22/10/2019	7
6. Projeto inovador no Algarve pretende atrair médicos e turistas de saúde - Saúde Online, Saúde Online, 22/10/2019	8
7. Entrevista a Alexandra Santos- "O que levas para a tua mesa é um conjunto de opções", Terra Ruiva Online, 22/10/2019	10
8. 22 concertos de jazz em 12 adegas até maio, Jornal do Algarve, 17/10/2019	16
9. Turismo revitaliza Monchique após incêndios de 2018, Jornal do Algarve, 17/10/2019	17
10. Poesia a sul afirma-se um dos grandes festivais da península Ibérica, Jornal do Algarve, 17/10/2019	18
11. As pessoas são muito mais do que um mero ativo da empresa- Entrevista a Luís Araújo, Dirhotel, 30/09/2019	19



Faltam professores no Algarve

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=73710bdc-54ba-4c29-a215-77a9b8922b25&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No Algarve, 250 turmas são afetadas pela falta de professores, o equivalente a cerca de 6 mil alunos. Em causa está o acesso à habitação que tem dificultado a fixação de docentes no Sul do país. Declarações de Francisco Soares, Diretor do Agrupamento Pinheiro e Rosa; José Paulo Dias, Sindicato Democrático dos Professores do Sul.



Derrocada na Praia Maria Luísa em 2009

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=4435e175-a247-42e4-a5e0-d385c2d506e8&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No dia da derrocada da Praia Maria Luísa, em Albufeira, em 2009 só havia um sinal de perigo colocado por um órgão oficial do Governo, os restantes sinais tinham sido colocados por iniciativa própria de um narrador-salvador.

Thomas Cook deixa grandes dividas nos hotéis em Portugal

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Opção Turismo Online	Autores:	Luís de Magalhães

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=d91399a0>

Início B3 Thomas Cook deixa grandes dividas nos hotéis em Portugal

Thomas Cook deixa grandes dividas nos hotéis em Portugal

Outubro 22, 2019

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

A média da dívida (vencida) da Thomas Cook aos hotéis em Portugal é de 70 a 100 mil euros e que as cadeias com perdas maiores têm seguros de crédito. Quem o disse foi Cristina Siza Vieira, presidente executiva da Associação de Hotéis de Portugal (AHP), acrescentando que esta vai ser reclamada nas insolvências e que a AHP já divulgou quem é o administrador da massa falida para serem reclamados créditos.

No entanto, a responsável refere, tal como já foi noticiado, há grupos hoteleiros no Algarve com valores em dívida bem mais altos, mas que na sua maioria tinham seguros de crédito.

Cristina Siza Vieira, no entanto, mostra-se apreensiva quanto ao que irá ser feito para garantir o negócio da operação que a Thomas Cook detinha, tanto mais que se sabe que já há movimentações para ver quem é que fica com o mercado Thomas Cook a nível internacional.

Recorde-se, a propósito, que a Thomas Cook entrou em suspensão de pagamentos em 23 de setembro ao não obter os fundos adicionais de cerca de 227 milhões de euros que os bancos exigiam para fazer face aos meses de inverno, causando um prejuízo de mais 3.370 milhões de euros.

Já no final de setembro, o Governo português anunciou que as empresas afectadas pela insolvência do operador turístico teriam à disposição uma linha de apoio com um montante até 1,5 milhões de euros para financiar necessidades de tesouraria.

Mais recentemente, a agência de viagens Hays Travel, fundada em 1980 e propriedade de John e Irene Hays, anunciou que vai comprar as 555 agências da Thomas Cook no Reino Unido.

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

tweet

Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Opção Turismo Online	Autores:	Luís de Magalhães

URL: <https://opcaoturismo.pt/wp/quem-a-a-nova-secretaria-de-estado-do-turismo/>

Início Entrevista Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Outubro 22, 2019

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

Rita Marques que ocupa actualmente o cargo de presidente do Conselho de Administração da Portugal Ventures, uma sociedade pública de capital de risco vai substituir Ana Mendes Godinho no cargo de secretária de Estado do Turismo, na medida em que esta última vai assumir o cargo de nova ministra do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social.

Integrada no ministério da Economia, tutelado por Pedro Siza Vieira, Rita Marques licenciou-se e fez um mestrado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Tem um MBA realizado na University of Southern California. Fez também vários programas vocacionados para executivos em Liderança pelos Instituto de Empresa (2018), London Business School (2017), e University of Texas em Austin (2016).

Antes de ter sido nomeada CEO da Portugal Ventures (em abril do ano passado) foi directora executiva da Porto Business School para área de MBAs e Pós-Graduações (2016-2018), Coordenadora da Unidade de Projetos da Universidade do Porto (2008-2016), e Gestora do Mercado Ásia-Pacífico e dos sectores de Tecnologias e de Turismo na Agência Portuguesa para o Investimento (2003-2006).

É presidente do Conselho Fiscal da Fundação da Juventude (desde 2017), tendo desenvolvido diversos trabalhos de consultoria com entidades públicas e privadas na área da Inovação, Financiamento Público, Internacionalização e Investimento Direto Estrangeiro.

Rita Marques chega à secretaria de Estado do Turismo numa altura em que a actividade turística continua a crescer em Portugal.

Nos primeiros oito meses deste ano, o número de hóspedes que pernitoiu na hotelaria e outros alojamentos nacionais superou os 18 milhões de pessoas, o que representa uma subida na casa dos 7% comparando com o mesmo período do ano passado. Dormidas, proveitos totais e de aposento também estão a subir no acumulado do ano.

No final de setembro, Ana Mendes Godinho e a propósito do Dia Mundial do Turismo, indicava que as expectativas apontavam para uma subida das receitas turísticas de 6% até dezembro, para 17 mil

milhões de euros, e admitia que o número de hóspedes poderá ascender a 27 milhões no ano de 2019.

Recorde-se que uma das áreas em que Portugal Ventures investe é em Turismo, dispondo de fundos próprios para apostar em 'startups' desta área.

Recentemente, foi comunicado ao mercado o investimento de 1,3 milhões de euros em cinco 'startups' da área do Turismo por parte da capital de risco pública.

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

tweet

Luís de Magalhães

As férias chegam à FIL com a Expo Abreu

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 22/10/2019

Melo: Público Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=281ce68e>

A feira de viagens de Inverno acontece no próximo fim-de-semana e promete descontos até 60%.

Foto

As estações podem mudar, mas a vontade de viajar permanece. E aí está a Expo Abreu, para todos os que não limitam as suas viagens às temporadas ditas tradicionais. "O mesmo mundo, diferentes experiências": é assim que se apresenta a feira de viagens de Inverno da Agência Abreu, que acontece na Feira Internacional de Lisboa (FIL) no próximo fim-de-semana, 26 e 27 de Outubro. Prometem-se descontos até 60% e reservas facilitadas com sinalização de 50 euros.

Da Tailândia à Disneyland Paris, dos Açores às Caraíbas, de São Tomé ao Brasil, de Marrocos a Cabo Verde, passando pelas capitais europeias - cruzeiros, grandes viagens, circuitos, passagens de ano e mercados de Natal são os principais destaques. Sem esquecer "As Viagens (Im)prováveis", que sugerem caminhos menos trilhados rumo, por exemplo, a experiências com as tribos indígenas do Mato Grosso (Brasil), a países inesperados como a Coreia do Norte ou a reinos perdidos nos Himalaias, como o Butão.

E para quem tens os olhos postos em 2020, Carnaval, Páscoa e até o Verão já se apresentam também no Pavilhão 3 da FIL - e em 95 lojas em todo o país. Todas as propostas podem ser consultadas no site.

Fugas

Projeto inovador no Algarve pretende atrair médicos e turistas de saúde - Saúde Online

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 22/10/2019

Melo: Saúde Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=69390a71>

É no Sul que a tecnologia está prestes a aproximar aqueles que são os turistas da saúde através de um projeto inovador, um centro de reabilitação e outro de cirurgia virtual para atrair jovens médicos.

O projeto, que resulta da parceria do Centro Académico de Investigação e Formação do Algarve (ABC - Algarve Biomedical Center) com a Câmara Municipal de Loulé, e contou com um investimento de 24 milhões de euros, tem como principal objetivo atrair mais médicos para o sul do país, uma região bastante afetada pela carência de especialistas.

O desenvolvimento de um centro de cirurgia virtual a quatro dimensões poderá ser apenas um chamariz para que o objetivo se venha a concretizar.

"O Centro académico identificou algumas dificuldades na região do Algarve, nomeadamente a captação e fixação de profissionais nos hospitais públicos. E o projecto nasceu a pensar: 'O que é necessário fazer que isso não aconteça?'" , explicou Nuno Marques, presidente do ABC, ao jornal Público.

Como resposta foi elaborado um projeto para a criação de dois centros focados no bem-estar e turismo de saúde.

O ABC Loulé Health Research Center será o palco de um centro de cirurgia experimental de realidade virtual que estará aberto aos alunos em 2024. O cardiologista do Centro Hospitalar do Algarve Nuno Marques, explica que serão o "primeiro centro treinar em realidade virtual a quatro dimensões".

Mas afinal, o que é a "quarta dimensão"?

"A quarta dimensão é a profundidade, dá a percepção que temos algo à frente. Os médicos terão de ter a mesma precisão, aparecem os erros e o 'doente' pode morrer", explica o especialista.

Está já estipulado que os primeiros cursos serão de cirurgias laparoscópicas. No entanto, Nuno Marques adianta ao Público que existe a possibilidade de "treinar qualquer tipo de cirurgia".

Além disso, o centro de Loulé albergará também alguns projetos em fase de desenvolvimento do centro académico, bem como de outras instituições, como é o caso do Instituto Dr. Ricardo Jorge, Instituto Português do Sangue e o banco nacional de células estaminais.

O outro centro será criado de raiz no Centro Loulé Active e compreende os cuidados de bem-estar e turismo de saúde. Irá ficar situado em Vilamoura e será "um centro de reabilitação cardíaca, respiratória e osteoarticular", cujo propósito é "ajudar as pessoas a melhorar a sua qualidade de vida", afirmou.

EQ/SO

ler mais

Entrevista a Alexandra Santos- "O que levas para a tua mesa é um conjunto de opções"

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Terra Ruiva Online	Autores:	Paula Bravo

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=d8b4aa53>

O Mercado Fora d' Horas, em Silves, o Mercado da Terra, em Messines e o Festival da Comida Esquecida são apenas alguns dos locais/eventos onde encontramos o traço da designer Alexandra Santos.

Nos últimos anos, o seu trabalho tem-se debruçado sobre algumas áreas fundamentais, como os alimentos e a sua relação com a tradição, o meio ambiente e a sustentabilidade.

Diz que não é necessário que nos tornemos todos vegetarianos, que não faz mal comer batatas de pacote mas que devemos refletir sobre os nossos hábitos de consumo. O que se põe na mesa é uma escolha.

Alexandra dos Santos Designer - messinense a residir em Silves em vários anos. Qual é a sua formação?

Tenho uma licenciatura em Design, pela Escola Superior de Educação em Faro, uma pós graduação em Design da Cultura e Turismo e um mestrado quase terminado. Voltei à universidade, foi importante voltar, aos 36 anos, custou imenso... mas faz bem quebrar as rotinas. Todos nós queremos experimentar outra vida, de certa forma, e temos de ser positivos.

E como é que o design entrou na sua vida?

Alexandra Santos

Foi por engano!... Fui para Portimão estudar, no 10º ano, e inscrevi-me no Curso de Artes, mas enganaram-se na matrícula e colocaram-me no Curso de Design, só que eu não larguei... Depois comecei a ver além da educação artística, deve haver um sentido utilitário atrás das coisas, o design é um bocado isso, ter um propósito muito definido para fazer algo. Fui ficando, e fui-me interessando cada vez mais sobre o que é o design, e o que se pode fazer com ele, que são conceitos que têm vindo a mudar bastante.

Nesta altura, só no concelho de Silves, o nome da Alexandra aparece relacionado com uma série de iniciativas: o Mercado Fora d' Horas, o Mercado da Terra, o Mercado 100% Local, o Festival da Comida Esquecida, o Percurso do Latoeiro... como se envolveu em tudo isto?

Tudo começou no mestrado, quando tive de fazer um projeto. Mas eu queria fazer um projeto que não fosse académico, de gaveta. Tive a ideia do Mercado Fora d' Horas que foi muito bem acolhida pela Junta de Freguesia de Silves e pelo presidente Tito Coelho e realmente correu muito bem. A partir daí houve pessoas que começaram a ver esse trabalho e começaram a contactar-me para fazer trabalhos mais ligados à produção local, ao consumo de proximidade, às relações entre o território e a comida.

Nesta semana que falamos vai realizar-se o Mercado 100% Local, no Mercado Municipal de São

Bartolomeu de Messines.

O Mercado 100% Local é um projeto da Associação In Loco que é financiado pela AMI, Instituto Camões e o Governo Português através do programa da União Europeia, "No Planet B", que decorre em várias localidades do Algarve. Eu faço a parte gráfica deste projeto que tem outra componente muito importante que é de pretender credenciar produtores, um trabalho que está a ser feito pela In Loco. Também em Messines, a convite do presidente da Junta de Freguesia, João Carlos Correia, e agora com a presidente Carla Benedito, temos tentado fazer um mercado melhorado em Messines, num projeto mais interventivo.

O Mercado da Terra que esteve a decorrer neste verão?

Sim, é uma iniciativa do Slow Food Internacional. Procura aproximar os produtores dos consumidores, sendo os próprios produtores a venderem os seus produtos.

Este Mercado da Terra foi a primeira experiência em Portugal. Já terminou esse projeto, que balanço faz, é para repetir no próximo ano?

O balanço não é tão positivo quanto eu queria... É um bocado difícil trabalhar nos mercados, há várias tipologias de pessoas. Há muitas pessoas que vendem em mercados que não são produtores, que se dedicam exclusivamente ao retalho. Há outros, a maioria, que fazem um misto, vendem produção própria e outros produtos que vão buscar a mercados abastecedores ou a vizinhos e colegas, para conseguirem manter um fornecimento constante, regular, porque senão não conseguiam ter um negócio aberto, com uma banca, todos os dias, a produção própria não é suficiente. E depois há aqueles que apenas produzem e que não aparecem nos mercados porque estão focados na produção. Outros escolhem ir apenas a alguns mercados que são benéficos para eles, e muitos nem chegam aos mercados porque já têm a produção destinada a outros canais. No caso de Messines o que se passa é que, neste momento, não está a ser viável mexer com as dinâmicas interiores, teremos de esperar para que seja feita a recuperação do Mercado Municipal, como está prevista... O Mercado da Terra é para continuar, mas estamos a falar de um mercado que estava muito abandonado, portanto há necessidade de muito trabalho de insistência.

Muitos destes mercados mais tradicionais, como os do nosso concelho, estagnaram numa determinada altura, muitas pessoas deixaram de os frequentar. Os mais jovens, principalmente, não têm qualquer hábito de fazer compras nos mercados, como é que isso se reverte? É possível reverter? E faz sentido?

Enquanto consumidor tens que te sentir livre. Eu também faço compras no supermercado, mas não faço todas. E é isso que eu gostava de transmitir às pessoas, bastava só cada um de nós mudar um bocadinho os hábitos de consumo e fazia uma grande diferença.

Não precisas de ir exclusivamente ao mercado, basta ir com mais frequência.

Eu tenho estado em contacto com muitas pessoas que há anos que não vão a um mercado e depois compram produtos a preços exorbitantes só porque lhes é mais cómodo. É a grande diferença entre os mercados e os supermercados, é a comodidade. Não é tanto o preço. É sobre esse trabalho que me tenho debruçado, como desviar o público-alvo. Temos que analisar o público-alvo mas também o público interno, quem está a vender.

Por exemplo, aqui em Silves, os vendedores têm uma média de idades de 60 a 80 anos, isto é grave.

O que tenho notado, é um problema transversal a todos os mercados, é que há necessidade de um grande trabalho de equipa entre as pessoas que lá trabalham. É necessário um maior foco sobre as pessoas que estão a vender. Mas isso é um trabalho que demora anos a fazer, não se resolve com estes projetos pontuais. Estas ações são boas porque divulgam os mercados que são pouco conhecidos. Por exemplo, o Mercado de Silves tem ganho uma visibilidade desde que começou o

Mercado Fora d' Horas que até à altura não tinha. E comprovei isso quando, no ano passado, a revista Monocle, uma revista de tendências internacional, publicou um artigo com os pontos interessantes da gastronomia do Algarve e o Mercado de Silves estava lá. Foi positivo, mas este é um trabalho que exige continuidade.

Um dos problemas que se aponta aos mercados é aquele que estava a falar há pouco, que há muitos vendedores que não têm produção, que se abastecem nos mesmos locais que os supermercados, acabas por comprar os mesmos produtos.

Esse é outro trabalho que deveria a estar a ser feito por quem está a comercializar nos mercados. Como se tornam diferenciadores o suficiente? Mas é como digo, estes projetos não têm capacitação suficiente para fazer esse trabalho de continuidade, são precisos técnicos, equipas, essas pessoas teriam de ser remuneradas ou equipadas para tal.

A Câmara de Silves tem estado a trabalhar em projetos de recuperação dos mercados de Silves e de Messines, já alguém falou consigo para dar alguma ideia, tendo em conta o seu conhecimento destes mercados e a sua experiência?

Ainda não...

Além deste trabalho nos mercados, está agora num novo projeto, o Festival da Comida Esquecida.

É o meu " novo menino". Está a ser desenvolvido pela QRER- Cooperativa para o Desenvolvimento dos Territórios de Baixa Densidade, da qual faço parte. Somos um grupo de pessoas a trabalhar no interior do Algarve nas questões relacionadas com a sustentabilidade e o equilíbrio do território. O foco do nosso trabalho é o desenvolver projetos interessantes para o desenvolvimento do interior, que tragam mais-valia para este território. Somos uma equipa mista, com pessoas de várias idades, algumas bastante jovens e de áreas diferentes, design, marketing, história, cultura, turismo. Este Festival da Comida Esquecida é um projeto que foi proposto ao 365 Algarve e quando reparamos teve quase a pontuação máxima, 18 em 20. Não estávamos à espera, foram apresentados 33 projetos mas quando começou a sair a informação na comunicação social vimos que a atenção estava toda virada para o nosso projeto.

E o que é o Festival da Comida Esquecida que vai ter a sua primeira experiência na Azilheira, em São Marcos da Serra?

É um festival gastronómico para ser realizado em todo o interior do Algarve, são 13 ações em 9 concelhos. A base é um piquenique de charme, em que a comida é feita por um chef. São piqueniques temáticos, este da Azilheira vai rondar por volta dos anos 40. E vamos criar um ambiente de época, sem estarmos mascarados, mas com ambiente. Vamos tentar realizar tudo o que nos propusemos, porque, além do apoio do 365 Algarve, temos de arranjar parceiros para os outros custos e estamos a falar de quantias muito elevadas. Estamos confiantes que vai correr bem, mas o arranque é sempre difícil.

Para fazer este festival, tiveram de ir à procura da "comida esquecida". O que encontraram até agora?

Estamos a começar a fazer essa recolha de sítio em sítio, mas não é muito fácil. Algumas coisas são mais interessantes que outras, mas também há comidas de que as pessoas falam, mas não se consegue concretizar.

Por exemplo, na zona de São Marcos da Serra, na Azilheira, Azinhal, estrada de Boião, falaram-nos muito de um pudim, que chama "Fezes", que era feito com leite de cabra, mas ninguém me sabe dar a receita.

Como é que a comida "desaparece"?

O desaparecimento de produtos tem muito que se lhe diga. Por exemplo, o grão. Era muito plantado. Por todo o barrocal, toda a gente tinha uma plantação de grão, lentilhas e xízaros. Xízaros (ou chicharos, uma espécie de leguminosa que se assemelha aos tremoços), há quem lhes chame "ervilha quadrada", é quase um inferno para encontrar à venda e o grão, apesar de ser uma das leguminosas mais consumidas, é quase todo importado. Há apenas alguma produção no Alentejo e muito pouca, por particulares, para consumo próprio, no Algarve.

Um outro produto que também encontramos esquecido são os catacuzes, também conhecidos como labças,

um produto que gostávamos de ter no piquenique da Azilheira, mas não podemos garantir, porque as folhas só aparecem se chover. Era muito consumido nos cozidos de grão e é um produto, uma erva, que se apanhava no campo. Mas este processo de recolha de coisas simples, que crescem ao nosso lado, também já desapareceu. Os árabes têm uma receita, que aconselhavam por ser boa para o estômago, em que juntavam o grão, que é uma coisa pesada, com os catacuzes, para facilitar a digestão. É interessante este conhecimento antigo que ajuda a lidar com estes alimentos, um pesado e outro que ajuda a digestão, é o mesmo conceito do prato de favas com saladas verdes.

Há vários níveis de comida esquecida, e por várias razões. Em primeiro lugar porque esse produto deixa de ser cultivado. Também tem muito a ver com as práticas das pessoas e as práticas de cultivo. Em São Marcos da Serra percebemos que há ali um ecossistema preservado, com pouca contaminação do ambiente, tanto a fauna como a flora têm um bom estado de conservação relativamente a outros lugares. E as pessoas sabem quando devem plantar as favas, as ervilhas, sabem que agora é a época das couves. Não é um legume interessante mas também nos deve levar a pensar porque está a diminuir drasticamente o consumo de couves.

Não está na moda?

Há uma coisa muito gira com a comida que é globalização. O mundo como nós o conhecemos e o que comemos tem muito a ver com os portugueses e os Descobrimentos, andamos a espalhar comida pelo mundo. Mas se refletirmos sobre o fenómeno da globalização

vemos que toda a gente sabe o que é um hambúrguer e uma pizza mas chegamos ao ponto em que muita gente não sabe o que é uma filhó.

Há vários fatores que levam a isso, o que considero mais drástico tem a ver com a forma como vivemos o tempo. O tempo que as nossas famílias antigamente tinham para dedicar à própria família e à cozinha e à confeção da comida. O tempo que tinham para ir adquirir os alimentos à praça, à venda, falo do tempo para cultivar uma horta, são coisas que nos ritmos atuais é muito complexo. Tornou-se quase impossível.

Fazes exceccionalmente uma refeição mais demorada, vais raramente ao mercado.

Não há um culpado nestas coisas. Vai acontecendo com o tempo. É o tipo de sociedade em que vivemos.

É nesse contexto que nos seus projetos, fala muito na nossa responsabilidade enquanto consumidores?

É importante fazer a diferença. E a diferença não precisa de ser radical, não precisamos de nos tornar vegetarianos, nem vegans, precisamos só de refletir sobre o que queremos que o nosso mundo seja e sobre a necessidade de falar da comida. Falo de pensarmos na comida, na mesa, como um ato político. Às vezes não gosto de dizer isto, porque a palavra política tem um sentido muito pesado, mas faz sentido neste caso.

É política no sentido de escolha, de opção: o que tu levas para a tua mesa é um conjunto de opções.

Eu posso ter batatas fritas de pacote de vez em quando, porque gosto, posso também comer pizza e comida chinesa, porque também gosto. Mas também ter outra responsabilidade e mudar um bocadinho. Passa por comprar o máximo possível na proximidade e produtos sazonais. Não faz sentido estarmos a comer morangos agora, quando não é o seu tempo.

Estarmos a comer morangos agora é estarmos a promover uma catástrofe ecológica em Almeria, por exemplo.

É por isso que promove mercados que vendam "alimentos bons para o paladar, limpos para o ambiente e justos para a sociedade"?

Sim, essa é a filosofia do Slow Food, dos Mercados da Terra. Um processo que seja bom para todos os intervenientes.

Falávamos das antigas práticas de cultivo e quanto a jovens produtores, existem no concelho?

No Algarve existem alguns, mas estão cada vez mais voltados para o mercado bio. O concelho de Silves tem poucos, apesar do concelho ter uma grande produção agrícola, mas tem sobretudo pomares de laranja, agora também de abacate.

A nova cultura que está a ser bastante polémica.

O problema desse tipo de culturas tem a ver com a alteração de sistemas. Aquele sistema a que chamamos pomar de sequeiro tradicional foi implementado há muito tempo, está adaptado ao território e às suas especificidades, como a falta de água. As pessoas ouvem as notícias sobre a falta de água e muitas pensam que é um problema recente, mas não é. No sistema tradicional as plantações eram feitas a pensar no que cada lugar podia fornecer. Também havia mais terreno cultivado, qualquer bocadinho na serra era cultivado e tinha um dono atribuído. Hoje temos plantações desequilibradas em relação ao território, que exigem um grande consumo de água, como é o caso da laranja e do abacate. A nossa laranja é excelente mas tem um enorme consumo de água. É claro que eu não sou agricultora nem técnica, não posso falar com propriedade destes assuntos... O que digo tem a ver com conhecimentos que vou adquirindo no meu trabalho.

Nos últimos anos o seu trabalho, enquanto designer virou-se muito para estas áreas, comida, tradição, território...

Este trabalho é muito interessante, estimulante. Estou a fazer coordenação de projetos e a formação de designer ajuda muito. Ao fim e ao cabo, um designer é um projetista, as fases da pesquisa, do planeamento, dos protótipos, da execução, são metodologias que usamos muito no trabalho.

O design pode fazer a diferença no mundo?

Sim pode, e há casos em que o design tem feito essa diferença, tanto para o bem para o mal. Há tempos li sobre quando o Al Gore, que é um grande ambientalista, perdeu as eleições para presidente dos Estados Unidos... ele perdeu num Estado onde houve um boletim eleitoral mal desenhado. É um exemplo. É como uma sinalética, se estiver mal feita... não vai ter o resultado pretendido.

O design tornou-se cada vez mais importante, até porque vivemos na era da imagem.

A imagem conta. E nós vemos isso, por exemplo, na imagem de um evento. Nota-se quando um evento tem um suporte, pela imagem avalia-se logo a capacitação das entidades, a sua credibilidade. Mas também digo que ter um bom design e não ter conteúdo também não serve de nada, tem tudo de

corresponder. Não sou apologista de fazer coisas com conteúdo oco.

Queria ainda falar de outras vertentes do seu trabalho. Além deste concelho tem trabalhado com os municípios de Tavira, Loulé, Mértola, em trabalhos relacionados com os mercados mas também com o Projeto TASA e neste, com um trabalho também em São Bartolomeu de Messines.

Sou uma das colaboradoras do Projeto TASA e elaborei o projeto gráfico do trabalho do latoeiro, que resultou na implementação de um percurso, o Percurso do Latoeiro, na vila de Messines. Na primeira parte do projeto estive mais encarregue da imagem gráfica, mas na segunda parte tive um trabalho de proximidade com a população, um trabalho social, foi quando escolhemos os locais onde iriam ficar as peças de latoaria. E para mim houve uma coisa muito bonita, que foi a maneira como as pessoas acarinharam o projeto. Quando fiz a primeira abordagem às pessoas, elas começaram a dizer que iam vandalizar, que iam roubar e eu pensei que estavam a dizer aquilo porque não davam valor ao projeto. Mas depois apercebi-me que as pessoas estavam era com receio que as peças fossem destruídas, porque, para elas, ter aquelas peças nas suas casas, nas suas ruas, era uma mais-valia. E destruir aquilo era como se destruíssem uma parte da casa delas. Mas felizmente o percurso está feito há um ano e meio e tem-se conservado. E este projeto da latoaria em Messines, que tem tido apoio da Junta de Freguesia e da Câmara de Silves. E a autarquia está a tratar do espólio do senhor Raúl, o último latoeiro, que era mesmo um bom artífice, para ficar no Museu do Traje, será um bom complemento a este percurso.

Um dos meus receios é que se façam esses projetos, estas ações interessantes mas depois não aconteça mais nada...

Para haver continuidade, era necessário criar polos criativos que atraíssem pessoas jovens, que é o que interior precisa.

E tem que se articular essa necessidade de pessoas e de trabalho nas regiões do interior com questões como a habitação. Neste momento, se um jovem quiser vir trabalhar para Messines ou Silves não consegue casa para alugar. Isto tudo tem de ser pensado.

Partilhar

FacebookTwitterLinkedin

Paula Bravo



Beatrice

SIMBIOSE ENTRE VINHO E MÚSICA É RECEITA DE SUCESSO

22 concertos de jazz em 12 adegas até maio

Depois de uma primeira sessão esgotada, a segunda sessão do Jazz nas Adegas, iniciativa promovida pela Câmara de Silves, em colaboração com os produtores de vinho locais, vai decorrer nos próximos dias 18 de outubro (às 21h00) e 19 de outubro (às 17h00), na Casa do Povo de Alcantarilha, sendo destaque no que aos vinhos diz respeito a quinta João Clara (Alcantarilha), enquanto na música a convidada será Beatrice.

A cantora, cujo nome é Beatriz Cruz, formada musicalmente em jazz, iniciou a sua carreira iniciou-se em Londres, onde tocou em bares e hotéis. A sua banda é formada por Tiago de Lemos (guitarra), Zé Maria da Silva (bateria), Adriano St. Aubyn (piano) e João Ruano (baixo), músicos com uma vasta experiência de estúdio e estrada.

Para esta edição do Jazz nas Adegas, que decorre de outubro de 2019 a maio de 2020, estão ainda previstas mais 21 sessões em 11 locais diferentes.

Assim, para além desta segunda sessão, já estão programados concertos para o Convento do Paraíso, em Silves, com Low Tech Groove (dias 9 e 10 de novembro); Quinta Barradas, em Silves, com Trio Rui Caetano (17 e 18 de janeiro); Quinta do Francês, em Silves, com The Dixie Lab (24 e 25 de janeiro); Quinta da Malaca, em Alcantarilha, com Jazz UALG (31 de janeiro e 1 de fevereiro); Quinta Cabrita Wines, em Silves, com BWN (28 e 29 de fevereiro); Herdade Barranco do Vale, em São Bartolomeu de Messines, com Cool Manouche (6 e 7 de março); Quinta Paxá Wines, em Silves, com Chibanga Groove (20 e 21 de março); JAAP, em Silves, com Edgar

Caramelo Quarteto (3 e 4 de abril); Quinta do Barranco Longo, em Algoz, com o Quarteto Luis Bastos (17 e 18 de abril); Quinta do Marquês dos Vales, em Lagoa, com Tamal Hot Band (8 e 9 de maio); e, finalmente, esta edição do Jazz nas Adegas termina em Armação de Pêra, com os Al-Fanfare, a 23 de maio de 2020.

Quinta Mata-Mouros acolhe última sessão de 2019

O Jazz nas Adegas terá a sua última sessão de 2019 nos dias 9 novembro (às 21h00) e 10 de novembro (às 17h00), na adega Convento do Paraíso, Quinta de Mata-Mouros (Silves).

Os algarvios Low Tech Groove são a banda que vai animar esta última sessão do ano. O grupo iniciou uma viagem pelos caminhos do groove, percorrendo diferentes estilos musicais, como o jazz, o funk, os blues e a bossa nova. Dessa aventura recolhem uma diversificada herança sonora que se torna a base das suas criações musicais.

Nesta sessão do Jazz nas Adegas, o grupo atuará na Quinta de Mata-Mouros, onde atualmente se produzem diversas castas nos 12 hectares de vinha, nomeadamente 10 de castas tintas (Aragonez, Touriga-Nacional, Sousão e Cabernet-Sauvignon) e duas de castas brancas (Arinto e Alvarinho).

Esta quinta – que desenvolve desde janeiro de 2012 o projeto Convento do Paraíso, uma parceria entre a família Pereira Coutinho, proprietária da Quinta Mata-Mouros, e a família Soares – deve o seu nome à abundância de vegetação e de nascentes de água doce, bem como ao facto de, noutros tempos, ter sido porto de chegada dos navegadores mouros.

Após a reconquista cristã, entre os séculos XIII e XV, ali foi construído o convento de Nossa Senhora do Paraíso, que ainda conserva a sua estrutura principal.

Simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música

O Jazz nas Adegas é organizado pela Câmara Municipal de Silves e integra, mais uma vez, a programação cultural 365 Algarve, contando com produção artística do Ginásio Clube de Faro.

"Trata-se de uma iniciativa que pretende dinamizar culturalmente os locais onde se produzem os vinhos de Silves, numa simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música, proporcionando uma experiência única ao público, em locais pouco usuais para a apresentação de um concerto de jazz", realça a autarquia, frisando que o Jazz nas Adegas também procura, ainda, "valorizar todo o património material e imaterial do concelho, dando-o a conhecer através de uma experiência e um contacto diferente com o mesmo".

Os ingressos têm um custo associado de 12 euros, que inclui, para além do concerto, prova de vinhos do produtor, degustação de tapas de produtos locais, voucher de visita ao castelo e Museu Municipal de Arqueologia e a oferta de uma garrafa de vinho.





MEDIDAS PARA "ALAVANCAR A ECONOMIA LOCAL" APRESENTADAS À COMUNIDADE

Turismo revitaliza Monchique após incêndios de 2018

Criar condições atrativas para o desenvolvimento do turismo de natureza em zonas que foram atingidas pelo incêndio de 2018 é o grande objetivo do projeto "Revitalizar Monchique - o turismo como catalisador". A associação Almargem vai lançar diversas ações neste concelho — entre as quais a implementação de novos percursos — como forma de "alavancar a economia local" e "aumentar o número de turistas e visitantes", especialmente durante a época baixa

A associação Almargem — Associação de Defesa do Património Cultural e Ambiental do Algarve, promove esta sexta-feira, dia 18 de outubro, em Monchique, uma sessão participativa com a comunidade local, no âmbito da candidatura "Revitalizar Monchique - o turismo como catalisador".

A sessão terá lugar na Junta de Freguesia de Monchique, às 16h00, e pretende reunir empresários, associações e a comunidade local, com o objetivo de apresentar as ações previstas para a Associação Almargem desenvolver no âmbito deste projeto, que dá especial enfoque ao turismo de natureza por forma a valorizar a região após ter sido afetada pelo incêndio de 2018.

"Além da apresentação das ações previstas, nomeadamente o reforço da rede de percursos pedestres, ações de capacitação para profissionais do setor de turismo e a campanha promocional que será desenvolvida para vários públicos-alvo, esta ses-

são pretende ainda recolher os contributos da comunidade local para a definição de locais estratégicos para a implementação dos novos percursos, sempre com o objetivo principal de alavancar a economia local", realça a Almargem.

480 mil euros para revitalizar Monchique

Apoiado com um financiamento total de 479.840 euros, do Turismo de Portugal, o projeto "Revitalizar Monchique - o turismo como catalisador" foi apresentado no início deste ano, sendo promovido pela Associação Turismo do Algarve, a Almargem e o município de Monchique.

"O objetivo geral do projeto é fortalecer a atratividade turística de Monchique ao nível do turismo de natureza, cultural e criativo, reforçando a sua oferta em termos de percursos pedestres e experiências criativas, envolvendo os agentes locais, valorizando o território", adianta a associação.



O projeto "Revitalizar Monchique" visa dotar a região de condições atrativas para o desenvolvimento da atividade turística

Segundo o Turismo de Portugal, o projeto "Revitalizar Monchique - o turismo como catalisador" visa dotar a região de Monchique e Silves de "condições atrativas para o desenvolvimento da atividade turística através da intervenção em zonas que foram atingidas pelo incêndio que fustigou estes dois concelhos em 2018".

No âmbito deste projeto, até ao final do ano, vai ser reforçada a rede de percursos pedestres e cicláveis de Monchique, estando também prevista a "implementação de uma plataforma agregadora de experiências inovadoras, culturais e criativas, articuladas com a rede de percursos

pedestres", o desenvolvimento "de programas e pacotes turísticos integrados, a realizar pelos agentes locais" e uma "aposta na capacitação dos profissionais do setor no sentido de qualificar a oferta regional", com vista ao "aumento do número de turistas e visitantes em Monchique e consequentemente, no Algarve, especialmente durante a época baixa".

Incêndio consumiu mais de 27 mil hectares

O fogo, que deflagrou no dia 3 de agosto de 2018, na zona da Perna Negra, em Monchique, alastrou primeiro para o Alentejo, tocando o concelho de Odemira, sem grande im-

pacto, e logo depois, com mais violência, para Silves e Portimão, destruindo ao todo 74 casas.

O concelho de Monchique já tinha sido castigado por um grande incêndio 15 anos antes, em 2003, mas as consequências do fogo foram significativamente maiores em 2018, com unidades hoteleiras e várias localidades a serem evacuadas, 52 famílias desalojadas e 41 feridos, a maioria devido a inalação de fumos.

Ao longo de uma semana, as equipas de socorro direcionaram os esforços para o combate às chamas e salvaguarda das vidas humanas, para evitar mortes como as

registadas em 2017 nos incêndios que afetaram o centro do país.

As chamas — que chegaram a ser combatidas por mais de mil operacionais, com a ajuda de helicópteros e outros meios aéreos espanhóis —, obrigaram à evacuação de pelo menos três unidades hoteleiras e do centro de reprodução do lince ibérico.

De acordo com o Sistema Europeu de Informação de Incêndios Florestais (EFFIS), foram consumidos 27.635 hectares de floresta e de terrenos agrícolas, o que correspondeu a 75% dos 36.897 hectares de área total ardida em 2018 em Portugal.

N.C.



OLHÃO:

Poesia a Sul afirma-se como um dos grandes festivais literários da península Ibérica

Pensado, criado e organizado pelo advogado e poeta Fernando Cabrita, e com o apoio e suporte da Câmara Municipal de Olhão e também neste ano integrado na programação do 365 Algarve, volta já amanhã, 18 de Outubro e durante 11 dias, este importante certame literário e artístico volta a centrar as atenções culturais internacionais sobre Olhão e sobre o Algarve. "Passarão por Olhão, nestes dias, dezenas de poetas, músicos, pintores e artistas de mais de 30 países"; diz-

nos Fernando Cabrita, que acrescenta: "nestes 5 anos, o Festival cresceu, deu-se a conhecer no Mundo e nos circuitos literários e artísticos, tornando-se uma referência nesse círculo internacional de poetas e escritores. Nesta V Edição, O Poesia a Sul, insiste em fazer passar entre nós uma plêiade larga de poetas, entre nomes consagrados como Nuno Júdice, João Luís Barreto Guimarães, William Cliff ou Sujata Bhatt, e poetas emergentes, alguns até muito jovens, como Alba Milla



Madera ou Guilherme Marques. Estes 11 dias pautar-se-ão pela frequente animação de sessões e eventos de grande envergadura artística e intelectual, com recitais, exposições, aulas de representação e actuação teatral, lançamento de novas edições, conferências, apresentações de filmes, livros e revistas, concertos e leituras." Mas, confidencia-nos o organizador do Festival, nesta sua V edição o Poesia a Sul reforçará esse seu caminho já traçado de se abrir a outros públicos, deslocando-se a todas as freguesias, a todas as Escolas do Concelho, à Ilha da Culatra, mas também a outras cidades. Se

o ano passado o Poesia a Sul teve sessões em Lagos e Ayamonte, este ano visitará Beja e Sevilha, a convite da Biblioteca José Saramago, de Beja, onde os poetas internacionais homenagearão o escritor português que foi Nobel da Literatura; e a convite do Consulado Geral de Portugal em Sevilha, com o apoio das entidades sevilhanas Clube Cultural Lusófono, do Colectivo Surcos e da Agência Creaturas literárias, em homenagem ao grande poeta espanhol Emilio Duran. Mas outras novidades surgem na V Edição do Festival: apresentação da nova Colecção Autores do Poesia a Sul, com 3 livros de poesia



internacional publicados simultaneamente: Edifício Nautilus, da espanhola Inma Luna; Ventos, do vietnamita Chi Trung; e Missa Branca, do português Fernando Cabrita, numa iniciativa do Município olhanense, juntamente com o nº 6 dos Cadernos Poesia a Sul; ainda novas parcerias (para lá das já existentes com o Festival Internacional de Marraquexe e com o Encontro Literário Verso Adentro, de Aracena, agora com Constelação da Lira, Festival Mundial de Poesia da Rússia, com o EDITA, Festival latino-americano do Livro e da Edição, e com a Fondation Pierre le Grand, (Bélgica/Rússia). E destaque-

mos os dois espectáculos a ocorrer a 19 e a 25 de Outubro no Auditório Municipal: o musical Amar Guitarra; e o recital Vozes Poéticas da Lusofonia, pelo Embaixador Lauro Moreira. Em matéria de artes plásticas, quatro exposições de pintura integrarão o Festival: uma colectiva na Biblioteca José Mariano Gago; outras duas no Museu da Cidade; e outra ainda, já a decorrer deste 4 de Outubro, no Salão da Re-Criativa República. Entretanto estão já em curso desde dia 14 aulas práticas de representação teatral, monitorizadas pelo actor e encenador basco Iker Ortiz de Zarate.



32 | **DIRHOTEL** | ENTREVISTA | LUÍS ARAÚJO



LUÍS ARAÚJO

PRESIDENTE TURISMO DE PORTUGAL



AS PESSOAS SÃO MUITO MAIS DO QUE UM MERO ATIVO DA EMPRESA

Dirhotel - Sendo a formação um dos assuntos mais importantes para este sector, qual é a posição do Turismo de Portugal?

Luís Araújo - Quando definimos a estratégia vai fazer agora três anos completos, partimos de uma série de desafios, como os eixos, os ativos, com uma série de metas. Curiosamente ou não, uma das questões que saltava sempre mais à vista era a das pessoas. Pessoas tripartidas: as "Pessoas Turistas": aquelas que tenham melhor experiência e que venham mais e que fiquem mais tempo no território e em todo o território; "Pessoas Locais": que reconheçam o valor do turismo enquanto atividade económica, principalmente nos grandes centros urbanos, para combater aquele fantasma do *overtourism* e "Pessoas Colaboradores do Setor". Na altura trabalhavam no setor cerca de 350 mil pessoas, agora trabalham 411 mil, houve um crescimento muito expressivo nos últimos três anos. Mas esta era a trilogia, os três tipos de pessoas que deveriam estar no centro da estratégia e que foram considerados o principal ativo da estratégia 2027. Hoje, passados três anos, e vendo um pouco em perspetiva, eu acho que se mantém ainda mais atual esta questão das pessoas, e principalmente dos colaboradores do sector. Nós agora até dizemos que as 3 prioridades são os 3 D's: Descarbonização, ou seja a questão da sustentabilidade e da proteção do Planeta; Digital ou seja a introdução das tecnologias; e Demografia: Como é que nós conseguimos captar mais, como é que nós conseguimos captar os melhores: Mais, porque estamos com uma taxa de desemprego muito baixa, portanto concorremos com outros setores; como é que conseguimos captar os melhores, porque o Turismo tem uma imagem de salários baixos, de precariedade; de trabalho intensivo, de mão-de-obra intensiva. Obviamente pode ser tudo desmontado, mas essa é a imagem que temos. E, em terceiro lugar, como é que vamos dar mais qualificações às pessoas que vão entrar no sector e às pessoas que já estão no setor. Principalmente as qualificações que o sector e as empresas mais precisam e que têm muito a ver com *soft skills*, atitude, idiomas, etc. Eu diria que hoje o nosso trabalho

é muito direcionado para isso nesta componente da demografia: captar mais, captar os melhores e dar a formação adequada aqueles que vão entrar no sector ou já lá estão.

Dirhotel - Podemos falar sobre o Projeto da *Tourism International Academy*?

L.A. - O *Tourism International Academy* enquadra-se nisto. É um dos projetos que está a ser desenvolvido. Nesta terceira componente de dar formação e qualificar os nossos recursos da melhor maneira. O que nós entendemos é que quando falamos de formação no turismo, não podemos só pensar que é formação superior, formação técnico-profissional, que é formação nacional, formação internacional... a oportunidade do Estoril surgiu como um ótimo teste a esta rede colaborativa de formação. Tem uma componente de Hardware, tem uma componente de recuperação de espaço, de criar um hotel de aplicação, de ter um edifício só para *startups* que vai funcionar como incubadora específica para o sector do turismo, residência de estudantes. Mantendo as valências do Turismo de Portugal e da escola técnico-profissional com 470 alunos, e da Escola Superior de Hotelaria com 2000 alunos, o que quisemos fazer foi trazer mais para dentro, e "mais" vem de dentro do país, portanto trazer as empresas e trazer, neste caso, a Nova e o Citur - Centro de Investigação e Turismo para criar uma rede de formação que vai responder às necessidades do sector e das empresas. E esta é a componente de *Software*, conseguirmos ter esta rede dentro do Estoril, em instalações próprias, novas e recuperadas, preparadas para o futuro. As obras estão a começar agora, é um processo que vai durar até 2024. Esse é o nosso objetivo. Estamos a começar com algumas coisas: o edifício atual está a ser alvo de reformas, o auditório principal vai começar agora em breve, a parte das *startups* também e obviamente que vai correndo porque demora o seu tempo.

Na componente de *software*, além desta junção de todos em Portugal, achámos que era útil trazer escolas internacionais e basicamente o que fizemos foi dizer a

Eu diria que hoje o nosso trabalho é muito direcionado para isso nesta componente da demografia: captar mais, captar os melhores e dar a formação adequada aqueles que vão entrar no sector ou já lá estão.



várias escolas internacionais que dentro daquele campus, são 100 mil metros quadrados, lhes cedíamos espaço. E porquê? Porque achámos que seria uma ótima oportunidade porque vamos conseguir também passar a palavra nos mercados onde estas escolas estão presentes e a primeira foi o IFT de Macau. Portanto o IFT de Macau vai ter instalações, nós vamos agora no final de Outubro a Macau, vou com a área da formação precisamente para fechar todos os acordos para a formação dentro da escola que pode ir desde *workshops* sobre qualquer assunto sobre Macau, até cursos conjuntos entre todas as entidades. O projeto tem sido muito bem aceite por todos. A OMT já aceitou participar do projeto e montar dentro do Estoril a sua própria academia em colaboração com todos porque todos percebemos as valências que existem. A própria Nova percebe que o Turismo pode ter um valor acrescentado para todos os seus cursos, da Medicina à Engenharia, e eu acho que tem sido uma experiência muito positiva e nós consideramos que tem sido um projeto-âncora para esta questão da formação.

Depois temos outros projetos nesta área de formação específica para colaboradores que têm muito a ver com a atividade das escolas de turismo, com a formação *on-job* que é dada, mas também com outro tipo de formações que são dadas não só para alunos, mas também para empresários – lançámos no ano passado o *Best*, que é um programa de formação muito focado na componente digital, de marketing, para gestores intermédios, lançamos uma formação no ano passado para recursos da administração pública, nomeadamente para autarquias locais, que é o ALA+T (Administração Local Autárquica+Turismo) e que vai na segunda edição. O ano passado tivemos cerca de 130-150 participantes. Há uma série de projetos que estamos a desenvolver nesta área de qualificação de recursos. O que é importante para nós é que estes projetos tenham sempre em mente duas coisas: a qualificação das pessoas, ou seja dar-lhe as melhores ferramentas para aquilo que as empresas querem, e a segunda é perceber o que é que as empresas querem e adaptar a formação às necessidades das empresas. Nós estamos a fazer uma avaliação muito abrangente, com o IEFP, com a RIPTUR (Rede dos Politécnicos), com as associações, com as empresas, com universidades, para perceber quais são as necessidades de formação para os próximos cinco anos, numa perspetiva qualitativa e quantitativa, ou seja quantas pessoas é que precisamos e com que tipo formação.

Dirhotel - Ainda em relação à TIA - *Tourism International Academy*, além de Macau, quais são as outras escolas internacionais que vão estar?

L.A. - Nós temos vários protocolos com outras escolas. Protocolos que já existiam. O TP enquanto, Escolas Superior de Hotelaria temos falado com várias, aquelas



Eu diria que, demonstrando capacidade e vontade, é fácil crescer dentro do sector em que há necessidade de recursos.



Dirhotel - Ainda no seguimento da formação e dos recursos humanos. Que medidas estão a ser executadas para colmatar a falta de profissionais no sector?

L.A. - Essas são as outras duas partes. Com uma taxa de desemprego tão baixa, o que é bom, mas precisamos de mão-de-obra. O nós conseguirmos trazer mais pessoas para dentro do sector - e vamos lançar em breve uma campanha que demonstre o potencial e a importância do sector turístico para Portugal e de como é positivo fazer uma carreira neste setor - é uma corrida de fundo, mas é uma maratona em que, quando se aposta na formação e na qualificação, e quando se acrescenta valor às empresas a nível pessoal, o crescimento e o potencial de crescimento é muito grande e nós temos muitos exemplos disso. Em qualquer área do sector turístico. Eu diria que, demonstrando capacidade e vontade, é fácil crescer dentro do sector em que há necessidade de recursos.

Dirhotel - Como é que se vai desenvolver a campanha e quando é que vai começar?

L.A. - Isso é uma ótima pergunta. Nós temos aqui alguns *timings*, estamos a preparar porque isto envolve vários parceiros, o nosso principal parceiro é o Instituto do Emprego, com quem estamos a trabalhar porque acreditamos também há oportunidade de fazermos programas de formação para licenciados e desempregados no sector do turismo e tentarmos atrair o máximo possível. Nós queremos arran-

car com a campanha até ao final do ano, em vários meios, obviamente com uma grande componente digital, muito direccionada aos mais jovens. Mas estamos a trabalhar noutras áreas, com ações específicas, que também achamos importantes para esta captação de recursos. Estamos a trabalhar com a Missão Coordenadora das Migrações, dando formação a migrantes que tenham sido acolhidos em Portugal, em alguns casos são pessoas com qualificações nos seus países de origem, precisam apenas de um *refresh* e de alguma forma conseguimos adaptá-los ao setor, participámos também num projeto de um restaurante com sem-abrigos. Acho que o nosso papel é também dar formação a este tipo de pessoas, que muitas vezes não têm esta capacidade ou que acham que esta porta não está aberta, mostrar-lhes que a porta está aberta e reaproveitá-los num sector que está aberto a todos. É através desta gestão e destas



atividades que conseguimos captar mais gente para o sector.

Dirhotel - Existe alguma campanha ou ação para pessoas mais velhas mas que ainda não estão na idade da reforma mas estão desempregadas?

L.A. - Há dois anos tivemos um programa de formação que era o *Tourism Senior Academy*, para maiores de 55 anos que era precisamente para isso. Eram pessoas que ou estavam desempregadas ou que já estavam reformadas e que ainda têm capacidade para trabalhar, mas curiosamente o programa não teve muita procura. A procura que nós tivemos foi muito numa ótica de tempos livres e não numa ótica de trabalho. Mas faz todo o sentido até porque há áreas, de atendimento ao cliente, de relação com o cliente em que pessoas com mais idade podem ter um papel muito mais ativo e muito mais positivo. Mas estamos a tentar retomar esse programa, porque acho que era um programa muito bem feito e que eu acho que podia ser positivo.

Dirhotel - O sector tem uma taxa de fixação dos profissionais muito baixa, que mecanismos se podem implementar para fixar estes profissionais?

L.A. - Bem, isso depende das empresas. Eu acho que hoje, e isso é algo que vejo muito a nível das associações e dos empresários, as pessoas são muito mais do que um mero ativo da empresa. Se formos ver, — ainda por cima hoje com o digital, nas plataformas é tudo muito mais fácil, mais transparente — dificilmente encontramos uma crítica a um colchão mais ou menos duro, ou a um tapete mais ou menos estragado, mas se não formos bem atendidos na receção ou se o pequeno-almoço não estava bem, claramente temos aí uma reclamação, e eu acho que as empresas já perceberam a importância de cativar os seus recursos humanos e os convencerem a ficar. Acho que ainda há um grande trabalho a fazer, há um trabalho de percebermos também o que é que as pessoas querem hoje em dia e, dependendo das faixas etárias, querem diferentes coisas, e tem de haver flexibilidade para essa atratividade nas empresas. Um *Millennial* claramente prefere coisas completamente diferentes de um *Baby Boomer*. Portanto eu acho que já há essa psicologia e essa preocupação, porque muitas vezes não é uma questão financeira, outras vezes é claramente uma questão financeira..., mas já há essa preocupação, obviamente que há um caminho a fazer, mas é um caminho que se faz percebendo o que é que o nosso cliente interno quer.

Dirhotel - Como ultrapassar a falta de reconhecimento oficial das profissões na área do turismo e da hotelaria?

L.A. - Eu acho que o melhor reconhecimento são os resultados que o País tem atingido a nível do sector e a visibilidade que o País tem hoje internacionalmente graças ao sector e isso é fruto do trabalho de todos,

incluindo os diretores de hotéis. Acho que isso é o melhor reconhecimento que podemos ter. Aquilo que eu de conseguir captar os melhores e fidelizar os melhores há também um papel dos próprios diretores. Ontem estava numa aula em Lamego e estava a dizer aos alunos que a única maneira de eles conseguirem crescer é mostrarem o valor que têm, e acrescentarem o valor às empresas, aos locais de trabalho, às



equipas, eu acho que os diretores de hotéis conseguem isso e isso é muito mais importante do que um papel a dizer que só pode exercer uma determinada função quem tiver uma determinada qualificação. Isso é que é importante e acho que o reconhecimento passa por aí, passa pela validade de quem os



utiliza, os turistas, quem passa por uma experiência muito superior à expectativa que tinha.

Dirhotel - Turismo de Portugal foi reeleito para um terceiro mandato na presidência do Comité de Turismo da OCDE. O que isso significa?

L.A. - É muito bom! Em termos de Turismo de Portugal é um orgulho imenso na equipa que temos, não me farto de elogiar. As campanhas e os prémios que temos ganho nos últimos anos, as recomendações, a mais recente da WTTC a elogiar o trabalho que Portugal tem

transformação digital também do Instituto, temos reuniões periódicas, somos o organismo piloto para acabar com o papel na administração pública, monitorizamos todos os nossos indicadores a todo o momento, à distância do telemóvel, portanto temos orgulho mas é só a ponta do iceberg.

Dirhotel - Portugal foi também escolhido para *case study* do projeto "Preparing the tourism workforce for the digital future", a divulgar pela OCDE em 2020,

L.A. - Fomos sim! Aquilo que propusemos à OCDE foi mostrar como conseguimos internamente e externamente, focando na digitalização, num dos objetivos prioritários, um dos 10, como é que conseguimos articular desde a reestruturação do organismo e a digitalização do organismo até à introdução destas componentes nas várias áreas da formação, nas escolas de turismo, nas empresas com o programa *Best*, no resto da administração, especialmente a local autárquica com o ALA+T. É um *case study* de como conseguimos conciliar todas estas valências e qual é o resultado que isso tem.

Dirhotel - Agora só para acabar e muito rapidamente: Estratégia para manter os índices genéricos que temos tido.

L.A. - Telegraficamente: Conectividade aérea, visibilidade de todas as regiões e de todo o território como algo que pode ser visitado todo o ano, aposta nas redes colaborativas. Mais importante do que o local A ou B são as oportunidades que existem à volta de um território, seja a estrada nacional 2, o surf, o golfe, as Aldeias de Xisto..., diversificação de mercados, percebermos o nosso cliente em mercados distantes, principalmente Estados Unidos, Brasil, Canadá, China, Ásia, que está a ter crescimentos enormes, segmentar e canalizar a mensagem dentro daquilo que são os nossos mercados tradicionais, nomeadamente dentro da União Europeia. Isto a nível de procura. A nível de oferta, continuar a apostar na digitalização, as empresas têm de estar conscientes que têm de estar *online* e estar *online* não é só ter um website, não é só estar numa OTA, é ter as fotografias certas, estar nos canais certos, ter redes sociais, ter os conteúdos certos e principalmente, conhecer bem quem é que o seu mercado e como é que chega lá. Existe hoje uma infinidade de informação disponível para qualquer empresa. Recomendo que vejam o travelBI.turismo-dePortugal.pt, porque tem fichas de mercado sobre cada país, com informação sobre ligações aéreas, sobre tour operadores que trabalham com Portugal, agentes de viagens, os segmentos que mais interessam, é imprescindível ter o máximo de informação e o máximo de dados para tomar as melhores decisões, e finalmente a qualificação de recursos humanos que já falámos no início. Acabo como comecei. ■



A nível de oferta, continuar a apostar na digitalização, as empresas têm de estar conscientes que têm de estar *online* e estar *online* não é só ter um website, não é só estar numa OTA,

feito nestes últimos três anos, a estratégia, que somos o país que estamos a crescer mais dentro da Europa. Eu acho que é um orgulho, mas devia ser um orgulho para todos, para os diretores de hotéis, os empresários, os investidores, porque sabem que aquilo que podem ter do nosso lado é um total apoio e compreensão os ajudar a fazer o seu trabalho. Basicamente é isso que fazemos: dar visibilidade e levar aquilo que Portugal é hoje: Um país com empresas sólidas, estruturalmente fortes, com pessoas que sabem o que fazem, com diretores de hotel que percebem muito do seu negócio e mais uma vez têm esse reflexo na importância e visibilidade que Portugal tem hoje. O facto de termos subido dois lugares no ranking da competitividade do *World Economic Forum* é prova disso. É um orgulho imenso mas é apenas uma gota no oceano e é a ponta do iceberg. O iceberg por baixo é uma estrutura que hoje é muito flexível, muito coordenada entre todas as áreas de negócio, da formação à promoção, ao investimento aos jogos; muito ágil, estamos há um num processo de



ENTREVISTA

LUÍS ARAÚJO

Presidente Turismo de Portugal