

# CISION®

## PRESS BOOK

Clipping 2019-05-27

CISION®

1. AHRESP premeia os melhores do ano no Turismo, Hotelaria e Restauração, Ambitur Online, 27/05/2019	1
2. Vaga de calor vai deixar temperaturas perto dos 40 graus, Correio da Manhã Online, 27/05/2019	3
3. Federação quer mais promoção das feiras pelo Turismo de Portugal e autarquias, Diário de Notícias Online, 27/05/2019	4
4. Táxis, TVDE e tuk-tuk alvo de fiscalização "intensiva" a partir desta segunda-feira, Jornal Económico Online (O), 27/05/2019	5
5. Pinto Lopes "embarca" seniores portugueses para 150 países, Negócios, 27/05/2019	6
6. Alterações do PS aos contratos verbais geram "muitas dúvidas", Negócios, 27/05/2019	7
7. Albufeira cumpre sonho ao receber Feira de Caça, Pesca, Turismo e Natureza, Sul Informação Online, 27/05/2019	10
8. Nós e o património, Público - P2, 26/05/2019	12
9. Booking.com prepara o seu ataque à reserva de atividades independentes, TecnoHotel Online, 26/05/2019	13
10. "A Minha é Melhor que a Tua", TVI - Jornal das 8, 25/05/2019	14
11. Carlos Barbosa garante mais três anos o Rali de Portugal, AutoLook Online, 25/05/2019	15
12. Empresas do Algarve devem apostar na diversificação, Dinheiro Vivo, 25/05/2019	17

## AHRESP premeia os melhores do ano no Turismo, Hotelaria e Restauração

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/05/2019

Melo: Ambitur Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=7f851199>

O restaurante Epur, o Chef António Loureiro, o Chão do Rio - Turismo de Aldeia e a Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa são os grandes vencedores da 5ª edição dos Prémios AHRESP, que distinguem os melhores do ano no setor do Turismo, Hotelaria e Restauração, nas categorias de Conceito/Marca, Jovem Empresário/Empreendedor do Ano, Sustentabilidade Ambiental e Entidade Regional de Turismo, respetivamente.

A entrega de galardões teve lugar na passada sexta-feira, dia 24, no Pavilhão Carlos Lopes, em Lisboa, com apresentação de Catarina Furtado, e premiou igualmente a Feira do Fumeiro de Vinhais como Contributo para a Defesa da Gastronomia como Património Nacional, a Accessible Portugal como Produto ou Serviço do Ano, o programa da TVI "A Minha é Melhor que a Tua" na categoria de Programa de Divulgação de Oferta Turística, a Cozinha Popular da Mouraria como Projeto de Solidariedade e o Amass. Cook. na categoria de Site ou Projeto Digital.

A Comissão de Honra dos Prémios AHRESP homenageou igualmente João Pires e Manuel Marques como Técnico de Serviço de Restauração e Similares e Técnico de Serviço de Alojamento, respetivamente, a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto como Entidade Formadora e a Pastelaria Canelas na categoria Portugueses Lá Fora. O Prémio Carreira foi entregue a Emílio Andrade da Adega Tia Matilde, em Lisboa e o Prémio Excelência foi dedicado a Pedro Machado, presidente do Turismo do Centro de Portugal.

Entre as nove categorias votadas pelo público, os vencedores distinguem-se de diversas formas: o restaurante Epur do Chef francês Vincent Farges, localizado no Chiado, em Lisboa é o galardoado na categoria Conceito/Marca e tenta levar os visitantes a uma viagem de cozinha purista, simples, privilegiando a proximidade entre a frescura do produto e do produtor. Já o Chef António Loureiro foi considerado o Empreendedor do Ano com o Restaurante A Cozinha, em Guimarães, ao tentar aligeirar e dar um toque contemporâneo à cozinha tradicional da cidade-berço; na categoria Sustentabilidade Ambiental o vencedor é o Chão do Rio, no sopé da Serra da Estrela, perto de Seia. O espaço é rodeado por um extenso arvoredo e encetou diversas iniciativas sustentáveis, promovendo a biodiversidade, incentivando experiências amigas do ambiente, divulgando o património local e reduzindo impactos ambientais através de várias medidas; como Contributo para a Defesa da Gastronomia como Património Nacional, a Feira do Fumeiro de Vinhais destacou-se pela participação de 150 produtores de fumeiro e um Espaço Gourmet, com vários stands de produtos de excelência, aos quais alia outros produtos naturais da região, artesanato, espetáculos musicais, arraial, luta de touros, tasquinhas, restaurantes e outras atividades durante quatro dias; Já a Accessible Portugal foi distinguida como Produto ou Serviço do Ano pela promoção do Turismo Acessível para Todos, no território nacional; o programa da TVI "A Minha é Melhor que a Tua" percorre Portugal em busca das melhores iguarias nacionais, sendo por isso distinguido como Programa de Divulgação de Oferta Turística; a Cozinha Popular da Mouraria foi galardoada com o Projeto de Responsabilidade Social ao criar uma cozinha comunitária para integração de todos e onde cada um pode cozinhar para fora numa cozinha certificada, cumprindo as regras da ASAE; o Amass. Cook. é um blog dedicado à gastronomia nortenha portuguesa, nomeadamente na cidade do Porto e arrecadou o Prémio de Site/Projeto Digital.

A cerimónia contou com a presença do secretário de Estado da Defesa do Consumidor, Jorge Torres, de vários autarcas, bem como de instituições como o Turismo de Portugal, a ASAE, a CIP, a AEP, a

AIP, a APAVT, a UACS, a AHP, a ADHP entre outros, que assistem ao sucesso da iniciativa pela constante inovação, diversidade de novos conceitos como sinais que apontam novos caminhos e tendências para o futuro do setor.

Os vencedores estiveram em votação online durante mais de um mês no site oficial da iniciativa e foram escolhidos através de um júri de renome presidido por: Ana Peralta, responsável PT Empresas na área do Turismo e Hotelaria; Adriano Guerreiro, editor Gastronomia NIT; Alberto Pires, organizador do Lisbon Bar Show; António Catarino, jornalista TSF, Programa "TSF à Mesa"; Carlos Madeira, presidente da ACPP (Associação Cozinheiros Profissionais de Portugal); Fátima Vila Maior, diretora da Área de Feiras da AIP; Inês Siqueira, diretora de Marketing da Délifrance; João Farinha, representante do ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas; João Pedro Oliveira, diretor geral da Revista Time Out; Júlio Fernandes, vice presidente da AHRESP; Márcio Cruz, diretor de Comunicação da Coca-Cola; Marco Nanita, diretor de Marketing da Delta Cafés; Nuno Pinto de Magalhães, diretor de Comunicação e Relações Institucionais da Sociedade Central de Cervejas; Paulo Amado, diretor-geral das Edições do Gosto; Paulo Brilhante, coordenador Editorial do "Boa Cama Boa Mesa" Expresso/SIC; Paulo Salvador da TVI; Ricardo Fagundes, Responsável de Marketing Negócio Gas&Power da Galp; Rodrigo Costa - diretor de Marketing SUMOL + COMPAL; Susana Ramalho, responsável da Área de Operadores de Recolha da Sociedade Ponto Verde e Vera Costa, departamento de Marketing e Comunicação do EuroBic.

A iniciativa vai já na 5ª edição e é co-organizada pela Green Media com a AHRESP - Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal.

## Vaga de calor vai deixar temperaturas perto dos 40 graus

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	27/05/2019
Melo:	Correio da Manhã Online	Autores:	João Saramago

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=7ecafea2>

Indicados 39 graus em Coruche e Alcácer do Sal para o próximo fim de semana.

As previsões apontam para que nos próximos dias haja uma subida gradual da temperatura, pelo que no fim de semana as máximas estarão próximas dos 40 graus em alguns locais do Alentejo e do Ribatejo.

O Instituto Português do Mar e da Atmosfera indica previsões de 39 graus em Alcácer do Sal e Coruche a partir de sexta-feira.

O calor intenso resulta da circulação de uma massa de ar quente a partir do Interior da Península Ibérica. Por capitais de distrito, Santarém será a cidade mais quente, com a indicação de 38 graus, também na sexta-feira. No mesmo dia em Lisboa são esperados 35 graus, em Coimbra, 34 graus, e em Faro e no Porto 29 graus.

Associado às altas temperaturas, o índice para os raios ultravioleta apresenta valores de oito para os próximos dois dias. O risco é, então, muito elevado, pelo que na exposição solar é recomendado o uso de óculos de sol com filtro UV, chapéu, t-shirt, guarda-sol e protetor solar. É recomendado também evitar a exposição direta das crianças ao Sol.

Face à previsão de calor, a Direção-Geral da Saúde recomenda a ingestão de muita água e sumos de fruta, refeições ligeiras e a permanência em locais frescos.

[Additional Text]:

Calor

Praia da Calada em Mafra

Época balnear arrancou em 35 praias do Algarve

Calor

Praia da Calada em Mafra

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

Calor

Praia da Calada em Mafra

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

&#201;poca balnear arrancou em 35 praias do Algarve

João Saramago

## Federação quer mais promoção das feiras pelo Turismo de Portugal e autarquias

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/05/2019

Melo: Diário de Notícias Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=b1a8c532>

Lisboa, 27 mai 2019 (Lusa) -- O presidente da Federação Nacional das Associações de Feirantes (FNAF), Joaquim Santos, defendeu hoje uma maior promoção das feiras e dos mercados do país através do Turismo de Portugal e das autarquias para valorizar e dinamizar o setor.

Na véspera do 14.º Encontro de Feirantes em Fátima, concelho de Ourém, distrito de Santarém, e da primeira celebração oficial do Dia Nacional do Feirante, Joaquim Santos falou à Lusa sobre os problemas do setor e a importância das feiras para o desenvolvimento das localidades. "Neste momento o setor não passa os melhores dias. Temos uma concorrência agressiva a nível de comércio e lojas de grande superfície com áreas com mais conforto. É difícil para nós concorrer com este tipo de espaços", disse. Entre os problemas apontados por Joaquim Santos estão o preço dos terrados praticados nas feiras e a lei da rotatividade dos espaços, pelo que o representante defende que o feirante deveria ficar por no mínimo 10 anos no mesmo local. "Defendemos também que as autarquias deveriam divulgar as feiras e sobretudo gostaríamos de ver esse trabalho também feito no Turismo de Portugal. Vamos começar a preparar a documentação para podermos abordar este assunto com o próximo Governo", disse. No entendimento do presidente da FNAF, o Turismo de Portugal pode ser a melhor forma de divulgação das tradições e da atividade no país. "A plataforma do Turismo de Portugal pode fazer o postal turístico das feiras e mercados do país", disse. Sobre o 14º. Encontro de Feirantes que vai decorrer na terça-feira em Fátima, Joaquim Santos destacou que este ano "vai ter mais sabor". "Vamos assinalar pela primeira vez de forma oficial o Dia Nacional do Feirante, efeméride que nós já comemorávamos, mas não de forma oficial. Este dia vem reconhecer e valorizar a profissão de feirante, que é tão antiga e que passa de pais para filhos", disse. No final de abril, foi publicado em Diário da República uma resolução da Assembleia da República que consagra a última terça-feira do mês de maio como Dia Nacional do Feirante e recomenda ao Governo o reconhecimento e valorização do trabalho dos feirantes. Na resolução é recomendado ao Governo que realize - em articulação com as associações representativas do setor, a FNAF e as suas estruturas regionais, a Associação Nacional dos Municípios Portugueses (ANMP) e a Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE) - uma avaliação rigorosa do atual quadro legislativo do setor, tendo como objetivo o seu aperfeiçoamento. "É uma mais-valia para a classe. Um reconhecimento para os que ao longo dos anos fizeram pela atividade. Lembro que esta atividade é muito importante para as pessoas e para o desenvolvimento das localidades", disse. A este propósito, destacou a história da feira de Espinho, que tem mais de cem anos. "As pessoas vinham fazer negócios. O seu comércio deu potencial à localidade para que se tornasse concelho. Se olharmos para todos os municípios portugueses, podemos verificar que os que não têm feiras ou mercados são menos desenvolvidos", salientou. Na terça-feira, os feirantes vão participar numa missa seguida de um almoço, no qual vão ser debatidos assuntos relativos ao setor.

Lusa

## Táxis, TVDE e tuk-tuk alvo de fiscalização "intensiva" a partir desta segunda-feira

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	27/05/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	José Varela Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=2ec6283b>

Esta operação de fiscalização da GNR, que decorre até domingo, dia 2 de junho, procura verificar o licenciamento e a certificação dos motoristas e dos seus veículos, além de verificar o cumprimento das normas do Código da Estrada.

A Guarda Nacional Republicana (GNR) inicia esta segunda-feira, 27 de maio, uma operação de fiscalização "intensiva" aos transportes individuais de passageiros em todo o país. A operação decorre até domingo, dia 2 de junho, com o objetivo de garantir o cumprimento da lei e das regras da concorrência.

Em comunicado, a GNR fez saber que a fiscalização vai abranger todos os transportes de passageiros em veículos descaracterizados a partir de plataforma eletrónica (TVDE), 'Tuk-Tuk', transferes e táxis.

Segundo a GNR, será "uma operação de fiscalização rodoviária intensiva em todo o continente", que visa "zelar pelo cumprimento da lei e das regras da concorrência relativas à utilização de veículos afetos ao exercício da atividade de transporte individual e remunerado de passageiros".

Esta operação de fiscalização da GNR vai procurar, sobretudo, verificar o licenciamento e a certificação dos motoristas e dos seus veículos, além de verificar o cumprimento das normas do Código da Estrada.

Este corpo militar reconhece a "época de franca expansão de diferentes formas e conceitos de transporte", reconhecendo a necessidade de, por isso, fiscalizar os moldes das operações das empresas táxis, agências de viagens e turismo, empresas de animação turística e, sobretudo pela atividade de TVDE, que alimentam fortemente novos conceitos de viagens.

Somente as operação de TVDE "conta com mais de 4.300 operadores e cerca de 11.400 motoristas", sublinhou a GNR em comunicado.

Ler mais

José Varela Rodrigues





## TURISMO

# Pinto Lopes “embarca” seniores portugueses para 150 países

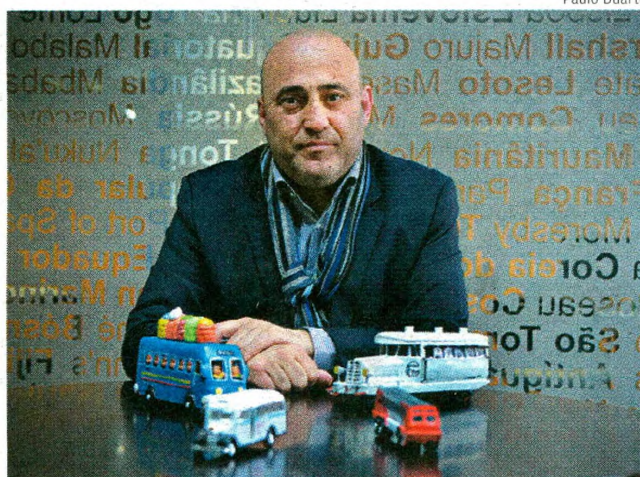
A agência especializada em viagens culturais de grupo para maiores de 60 anos está a investir dois milhões na expansão dos balcões únicos do Porto e Lisboa, prevendo fazer 750 circuitos e transportar 22 mil clientes em 2019.

**ANTÓNIO LARGUESA**  
alarguesa@negocios.pt

“Se quiser umas férias nas Caraíbas, na neve ou um bilhete de avião, não vendemos. Fazemos exclusivamente circuitos culturais em grupo e com guia para todo o mundo. É essa a nossa especialidade.” É assim que se apresenta a Pinto Lopes Viagens (PLV), que no catálogo acumula atualmente 150 destinos diferentes, dos mais habituais na Europa até outros mais exóticos, como a expedição à Antártida ou o circuito da Coreia do Norte.

Com clientes por todo país, desde Bragança até às ilhas, mas com foco prioritário nas Áreas Metropolitanas do Porto e de Lisboa, o administrador Rui Pinto Lopes sublinha ao Negócios que o público-alvo também está bem definido e segmentado. “Geralmente tem mais de 60 anos e é culturalmente evoluído. É um cliente que busca segurança, um serviço padronizado, que vá ao encontro das suas expectativas e com uma relação qualidade/preço apetecível”, resume.

Em 2018, o negócio detido a 100% por uma família originária da freguesia de Cete, no concelho de Paredes, atingiu a marca dos 650 grupos, num total de 20 mil passageiros. Para este ano, o empresário de 45 anos, que pertence à segunda geração da família – os outros dois irmãos também trabalham na empresa, na área financeira e dos transportes – prevê expandir as vendas em 20% e chegar ao final de dezembro com 750 viagens e 22 mil pessoas transportadas.



Rui Pinto Lopes diz que o foco da agência são as áreas metropolitanas.

## Obras nos balcões

A história empresarial da família começou há 160 anos, quando os Pinto Lopes se dedicaram aos transportes públicos de passageiros, fazendo carreiras e diligências em combinação com os comboios na zona de Entre-os-Rios. Até que, em 1973, Joaquim começou a organizar viagens ao estrangeiro para os amigos, em autocarro, que no circuito original passavam por França, Bélgica e Holanda.

Em 1994 autonomizou o segmento da agência de viagens e no início do século deixou de ter participações noutras firmas de transportes. Integrada no grupo mantém a empresa de autocarros, que trabalha exclusivamente para o operador turístico, e outra de camiões de mercadorias, cujo peso não excedeu os 5% nas vendas totais de 26,5 milhões de euros no ano passado.

Empregando 60 funcionários, a PLV investiu 1,2 milhões numa loja nova em Lisboa (Picoas), que abriu em março, e está a aplicar um valor semelhante para expandir o balcão

e a sede no Porto, na zona de Campanhã, que estarão prontos no terceiro trimestre deste ano. No entanto, Rui Pinto Lopes rejeita ter “vocação para abrir uma rede de lojas, ao contrário de outros operadores”, mantendo os dois pontos de venda, o site e o catálogo com 450 páginas. “No nosso modelo de negócio não faz sentido expandir para outros locais e nos próximos dois anos não vamos alterar o projeto. A distância física nunca foi um obstáculo à venda”, argumentou. ■

“

**No nosso modelo não faz sentido expandir para outras locais. A distância física nunca foi obstáculo à venda.**

**RUI PINTO LOPES**  
Administrador da PLV





## TRABALHO

# Alterações do PS aos contratos verbais geram “muitas dúvidas”

O PS propõe que os contratos de muito curta duração se dirijam aos setores “correlacionados” com atividades agrícolas e turismo. O que está incluído? Advogados antecipam dúvidas.

CATARINA ALMEIDA PEREIRA  
catarinapereira@negocios.pt

**S**ão os únicos contratos a termo que não exigem forma escrita. Nas alterações que apresentou em abril, e que deverão ser votadas em junho, o PS propôs que os contratos de muito curta duração possam ser utilizados em “setores correlacionados”. Os transportes estão incluídos? E os cafés ou restaurantes? Os advogados contactados pelo Negócios dão resposta a esta questão mas antecipam “muitas dúvidas”.

Atualmente, os contratos de muito curta duração têm a duração máxima de 15 dias (num total de 70 dias com o mesmo empregador) e dirigem-se a atividades sazonais da agricultura ou a eventos turísticos. Exigem uma comunicação à Segurança Social mas não a forma escrita. Além disso, em caso de violação de limites, não se transformam em contratos sem termo (como é habitual no caso dos contratos a termo), mas antes em contratos a prazo de seis meses. O Governo sustenta que estes contratos, criados em 2009, podem ajudar a reduzir o trabalho informal; os críticos alegam que po-

dem aumentar a precariedade.

A proposta original do Governo de alteração ao Código do Trabalho começou por aumentar a duração permitida a cada um destes contratos (de 15 para 35 dias), alargando-o a todos os setores. Nas alterações que apresentou, o PS mantém os 35 dias, mas corrige os setores abrangidos: propõe agora que possam ser utilizados em atividades sazonais e agrícolas (como já são), no turismo (um conceito um pouco mais lato) e “nos setores correlacionados”.

Que atividades são abrangidas pelos setores correlacionados? “A resposta a esta questão vai decerto gerar muitas dúvidas interpretativas”, responde Nuno Pais Gomes, da CS Associados. O advogado admite que o trabalho prestado em adegas cooperativas, lagares de azeite ou armazéns de recolha de frutas

e legumes estejam incluídos. “E será que se poderão enquadrar também atividades com fluxos de trabalho inconstantes, nas áreas da produção pecuária e florestal e mesmo na jardinagem? Fica a dúvida.” Incluir atividades de suporte administrativo a estes setores talvez seja “excessivo”, considera.

Inês Arruda não tem dúvidas de que por exemplo no caso do turismo ficam incluídas as agências de viagens ou os hotéis (que se dedicam exclusivamente ao setor) bem como as atividades que fornecem bens e serviços a empresas que atendem turistas, como serviços auxiliares de transporte.

As dúvidas poderão surgir em relação a atividades “dedicadas ao residente local mas utilizadas pelos turistas”. Ou seja, “restaurantes locais, lojas, artesanatos locais ou transportes”, ilustra a advogada.

Para Fausto Leite, “o adjetivo ‘correlacionados’ não tem qualquer rigor técnico”. “Por exemplo, há diferentes formas de turismo (de negócios, cultural, religioso, rural, termal e outros), com múltiplas ligações aos setores secundário e terciário. Será que o transporte ferroviário, marítimo e aéreo está incluído no turismo?”, questiona.

Nuno Pais Gomes entende que, ao alargar o âmbito a setores correlacionados com o turismo (o que vai além dos “eventos turísticos”), a

proposta do PS pode enquadrar, além da hotelaria, o alojamento em geral, restauração e bebidas, incluindo parques de campismo, atividades desenvolvidas em campos de golfe, parques de diversões, agências de viagens ou empresas de transporte turístico. O advogado sublinha que apesar de restringir os setores (face à proposta original do Governo), o texto do PS pode alargar as empresas abrangidas. Isto porque deixa cair a exigência de verificação de uma situação de acréscimo de atividade. “Com esta alteração passa a ser possível utilizar este tipo de contratos em todas estas atividades e durante todo o ano, independentemente dos concretos fluxos de trabalho”, conclui.

## Ainda não é certo que a alteração passe

As votações na especialidade estão marcadas para junho e não é certo que a proposta passe. “Ainda estamos a analisar todas as questões. A nossa preocupação é verificar se está a ser refletido o acordo de concertação social”, responde ao Negócios a deputada Clara Marques Mendes, do PSD, partido que ajudou o PS a viabilizar o diploma na generalidade.

Já os deputados José Socio, do BE, e Rita Rato, do PCP, revelam que vão votar contra a proposta do PS, por divergências de fundo. ■

# 35

## DIAS

É a duração máxima de um contrato de curta duração proposta pelo Governo e pelo PS. Atualmente, o limite é de 15 dias.



As primeiras votações na especialidade sobre





o Código do Trabalho estão marcadas para 11 de junho.



**A resposta à questão [sobre os setores e atividades abrangidas] vai, decerto, gerar muitas dúvidas interpretativas.**



**NUNO PAIS GOMES**  
Advogado da Campos Ferreira,  
Sá Carneiro & Associados

**Percebe-se o conceito, embora fosse mais clara a redação anterior. [...] Sendo a intenção do legislador restringir ao turismo e atividade agrícola (o que não se compreende), poder-se-ia referir apenas isso.**



**INÊS ARRUDA**  
Advogada da Vasconcelos,  
Arruda & Associados

**O adjetivo “correlacionado” não tem qualquer rigor técnico.**



**FAUSTO LEITE**  
Advogado de  
Direito do Trabalho



## EM SÍNTESE

### O que diz a lei e como evoluíram as propostas

Até 2015, eram residuais (menos de 2 mil por mês) os contratos de muito curta duração declarados, segundo dados oficiais. A proposta do PS corrige a do Governo mas também alarga o regime.

#### AS REGRAS QUE SE APLICAM

A lei em vigor estabelece que os contratos de trabalho “em atividade sazonal agrícola” ou “para realização de evento turístico” que não dure mais de 15 dias não estão sujeitos a forma escrita. Exige-se apenas a comunicação à Segurança Social. Contudo, a duração total destes contratos com o mesmo empregador não pode exceder 70 dias. Caso se violem as regras não se transformam em contratos sem termo (como nos restantes casos) mas antes em contratos a termo de seis meses.

#### O QUE PROPÕS O GOVERNO

A proposta do Governo de alteração ao Código do Trabalho prevê o alargamento destes contratos a todos os setores, além de aumentar a duração potencial de cada um de 15 para 35 dias (mantendo o limite de 70 dias). Contudo, na proposta original ficariam limitados a situações que façam face a “acréscimo excecional e substancial da atividade de empresa cujo ciclo anual apresente irregularidades decorrentes do respetivo mercado” ou ainda “de natureza estrutural” não “passível de assegurar pela sua estrutura permanente”.

#### O QUE PROPÕE AGORA O PS

O PS mantém o aumento para 35 dias mas recua nos setores abrangidos, porque estabelece que estes contratos que não estão sujeitos a forma escrita serão afinal possíveis “em atividade sazonal agrícola ou do turismo, bem como em setores correlacionados”, uma expressão que levanta dúvidas. Contudo, deixa de exigir a justificação de um “acréscimo excecional de atividade”.



# negócios

negocios.pt

Segunda-feira, 27 de maio de 2019 | Diário | Ano XVI | N.º 4002 | € 2,50  
Diretor **André Veríssimo** | Diretor adjunto **Celso Filipe**

## António Costa embala para as Legislativas

PSD tem o pior resultado de sempre nas Europeias. Bloco e PAN são os outros vencedores da noite.

Sondagem: PS alarga vantagem sobre o PSD. A opinião de Luís Marques Mendes.



HOMEPAGE 2, PRIMEIRA LINHA 4 a 7, OPINIÃO 30 e EDITORIAL

## Carros elétricos com "apagão" em abril

A venda de automóveis recuou mais de 50% face a março e pela primeira vez em mais de um ano. O fim da verba para os incentivos públicos pesou nesta evolução negativa.

EMPRESAS 18

**Cobrança coerciva do Estado dispara 22%**

ECONOMIA 10

**CGD fecha empresa que criou com a PT**

EMPRESAS 16

**Visabeira vende 70 milhões em imobiliário**

EMPRESAS 17

### Trabalho

Alterações do PS aos contratos verbais geram "muitas dúvidas"

ECONOMIA 8 e 9

Publicidade

### investidor privado

**Já há cinco plataformas de crowdfunding. Saiba o que oferecem e como funcionam**



**CBK**  
Insurance brokers  
WE FIGHT FOR YOU

www.cbk.pt | LISBOA | PORTO | MADRID | ÁDOROS  
CBK (UBB04): Machado Seguros, Lda - R. Rodrigues Faria 15 -  
4.º Lda - T. 215127752 | seguros@cbk.pt | N.º de Registo: 276120037  
Inscrição: 276120037 | ASF - categoria Agência Seguros: 407546305  
N.º de Registo: 501274766 | Capital Social: 50.000,00€



## Albufeira cumpre sonho ao receber Feira de Caça, Pesca, Turismo e Natureza

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/05/2019

Melo: Sul Informação Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=61693559>

Cartaz musical conta com Richie Campbell e António Zambujo

Albufeira vai receber, de 5 a 7 de Julho, pela primeira vez, a Feira de Caça, Pesca, Turismo e Natureza, um sonho que se tornou realidade.

O certame vai decorrer na Marina de Albufeira.

Além das habituais exposições ligadas à caça, pesca, turismo, natureza, produtos da terra e máquinas agrícolas, haverá várias demonstrações equestres, mostras de raças autóctones algarvias e exposição de raças exóticas, falcoaria, concursos (mel, ovelha churra algarvia, cães, doçaria), a mesa redonda de Turismo e Citricultura "Exportar cá dentro", o colóquio "Gestão e sanidade de espécies Cinegéticas, apresentação de livros, o Concurso de Matilhas - 9º Troféu Duarte Rosa, a Final do Campeonato Regional de Sto Huberto, a 1ª Taça "José Maria Seromenho" da Zona de Caça de Albufeira e a 1ª Taça de Obstáculos - Cidade de Albufeira.

O evento conta, ainda, com programação musical: no dia 5 (sexta-feira), às 23h00, sobe ao palco Richie Campbell, no dia 6 (sábado), à mesma hora, os participantes são brindados com a atuação de António Zambujo e no dia 7 (domingo), às 20h00, o encerramento do programa musical fica à responsabilidade do Grupo albufeirense José Praia e Áquaviva.

A apresentação oficial do certame contou com as presenças de José Carlos Rolo, presidente da Câmara de Albufeira, João Amaral, administrador da Albumarina, Vítor Palmilha, presidente da Direção da Federação de Caçadores do Algarve, Fernando Medronho, presidente da Assembleia Geral da Federação de Caçadores do Algarve, Pedro Valadas Monteiro, diretor regional de Agricultura do Algarve, e João Arez, presidente da Associação de Caçadores e Pescadores do concelho de Albufeira.

O evento teve ainda uma particularidade: foi a primeira iniciativa pública em que Joaquim Castelão Rodrigues participou enquanto diretor regional do Instituto de Conservação da Natureza e Florestas do Algarve, após ter saído da Câmara de Portimão.

O certame, que vai ocupar uma área de exposição coberta com 2100 metros quadrados, necessita de espaço ao ar livre para instalação do picadeiro, boxes e bancadas, mostras equestres, exposição de animais, máquinas e equipamentos agrícolas, tasquinhas, artesanato, entre outras atividades.

José Carlos Rolo revelou que este foi o principal desafio que se colocou para conseguir trazer o evento para Albufeira, tendo confessado que já há algum tempo que havia esta vontade.

O José Arez e o Vítor Palmilha foram os grandes responsáveis por conseguirmos realizar este sonho, mas não foi fácil. Felizmente conseguimos chegar a acordo com a Marina de Albufeira e a Feira vai mesmo acontecer, disse.

O autarca sublinhou que este tipo de eventos são uma mais-valia para o concelho e para a própria região, uma vez que atraem muitos visitantes e ajudam a alavancar a economia.

Além da vertente da caça e da pesca, ligadas ao equilíbrio e preservação das espécies, a feira integra, também, a área dedicada ao turismo e à natureza, o que faz todo o sentido, uma vez que a dinamização do turismo rural e de natureza ajudam a diversificar o produto e são complementares ao turismo de sol e praia , concluiu.

Já o administrador da Marina de Albufeira disse estar muito feliz pelo convite da Câmara Municipal para realizar o evento naquele local, tendo sublinhado que a experiência dos últimos 22 anos da empresa são uma mais-valia e dão a garantia de que o evento irá chegar a bom porto .

João Amaral realçou a importância do evento, que na sua opinião deveria ser replicado noutros locais, com vista a atrair e fixar pessoas no interior do Algarve e ajudar a combater os problemas da sazonalidade .

Vitor Palmilha aproveitou para fazer um balanço sobre o percurso do evento ao longo dos últimos 23 anos, dos diferentes locais por onde passou e pela adequação aos novos tempos, nomeadamente no que se refere à alteração do nome, o que se prende, naturalmente, com novas vertentes e a dinâmica que se pretende imprimir nas áreas do Turismo e da Natureza .

O presidente da Direção da Federação de Caçadores do Algarve fez questão de frisar que a mudança para Albufeira foi consensual, informação corroborada pelo seu colega Fernando Medronho que apontou como principais razões a centralidade do concelho e as boas acessibilidades .

Além de imensos participantes provenientes da área do barlavento algarvio, a organização conta este ano, também, com a presença de representantes da Galiza, País Basco e Andaluzia.

Por sua vez, o presidente da Associação de Caçadores e Pescadores de Albufeira sublinhou que a associação, que tem 31 anos de existência, tem estado ligada à organização do evento desde o primeiro momento.

João Arez referiu que a coletividade tem um campo de tiro, gere uma zona de caça municipal e tem praticantes nas modalidades da caça e pesca, que ao longo do ano participam em várias provas.

Somos caçadores e pescadores, mas temos preocupações com o ordenamento do território e estamos conscientes de que estas atividades têm uma enorme importância a nível turístico, social e ambiental , disse.

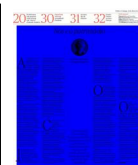
A sustentabilidade ambiental, a defesa dos produtos endógenos e do mundo rural foram os principais desafios apontados para a região pelos responsáveis da Agricultura e do Instituto da Conservação da Natureza e Florestas.

Pedro Valadas Monteiro qualificou o certame como "uma mostra de excelência da caça e da pesca, mas também ao nível das atividades agroalimentares e do artesanato, o que é muito importante porque é uma maneira de puxar por outras atividades", tendo a propósito destacado a Mesa Redonda de Turismo e Citricultura, agendada para o segundo dia do evento.

Joaquim Castelão Rodrigues aproveitou para elogiar a perspicácia da organização ao levar o evento para a Marina: é uma forma de trazer o interior para junto do mar , sublinhando, igualmente, a perseverança dos organizadores que ao longo de 23 anos continuam empenhados e a lutar para que o evento seja um sucesso .

A iniciativa conta, também, com os apoios da Região de Turismo do Algarve, Agência de Promoção de Albufeira - APAL e Crédito Agrícola de Albufeira.

Sul Informação



# Nós e o património



**Grande angular**  
**António Barreto**

**A**s eleições chamam a atenção para a definição do que é a Europa. E cada vez mais sobressai uma evidência: realmente europeu é o património. A história e a cultura. A cultura europeia também pertence a religião, que não nasceu na Europa, mas na Europa se fez e hoje aspira à universalidade. E outros fenómenos europeus, como as liberdades, os direitos humanos e a democracia, deixaram de ser distintivos, são de vários continentes e espera-se que possam vir a ser do mundo inteiro. Também o Estado social parece ter as suas raízes na Europa, mas começa a ser olhado por outras paragens. Ao contrário de outras áreas, o património é o mais sólido e perene traço distintivo da Europa.

A Europa está a perder todos os dias para a América, a Ásia, o Próximo Oriente e a China. Talvez até para a Rússia e a Índia, mais tarde. A Europa tem cada vez menos a oferecer ao mundo. O património é, com a protecção social, o que a Europa tem de melhor e diferente, que outros não têm, têm menos ou diferente. A cultura é mesmo o que a Europa mais dá ao mundo inteiro, às centenas de milhões de turistas que vagueiam pelo mundo. O que vêm fazer essas pessoas à Europa? Beber, dormir, bronzear e comer, seguramente. Mas tudo isso pode também ser feito e consumido noutros sítios. O património é que não. Está construído, preso à terra e aos edifícios, fechado em museus, presente na sociedade, nos vales e nas planícies. E nas cidades.

**J**á ninguém duvida da existência da crise na Europa, na União e nos países europeus. O que a pode salvar? E o que pode salvar Portugal? Evidentemente, a liberdade, a economia e a ciência. Mas isso

também se arranja noutros sítios, não faz a diferença. O que nos pode salvar e distinguir é a cultura e o património. A batalha da competitividade está perdida. Nada nos permitirá chegar aos pés dos Estados Unidos ou da China. As batalhas da ciência e da tecnologia estão perdidas, não tão inexoravelmente quanto as da competitividade, mas não teremos a hipótese do primeiro lugar. Com muito trabalho, um honroso segundo ou terceiro lugar. Mesmo se com atributos especiais, a democracia começa a viver por outros lados também. O Estado de protecção social é um bem querido, mas não é necessariamente uma oferta ao mundo. Já o património cultural é distintivo, único, com enorme capacidade de atracção. Cidades, aldeias e regiões, monumentos, edifícios e artes diversas. Há uma geografia patrimonial única e atraente. O património é uma realidade humana com valor. Ajuda-nos a viver. E a sobreviver. O património tem a vantagem de, sendo europeu, é irremediavelmente nacional. Tem identidade.

**C**om a Europa em crise económica, tecnológica e política, a cultura deveria transformar-se em prioridade. Do Estado, da sociedade e dos povos. Em tempos de capitalismo desregulado e de negócios sem escrúpulos, Portugal vai perdendo todos os dias. Para se distinguir da Europa e para a Europa se distinguir do mundo, só o património e a cultura. Sublinhe-se o património. Na verdade, tudo o que é móvel é transportável por definição. Por isso os museus e as salas de teatro e música do Próximo Oriente, do Japão e dos Estados Unidos proliferam.

A definição de prioridades para a cultura é uma das mais difíceis tarefas que se conhece.

*O património é uma realidade humana com valor. Ajuda-nos a viver. E a sobreviver. O património tem a vantagem de, sendo europeu, é irremediavelmente nacional. Tem identidade*

Especialmente porque, na hora de fazer contas, é considerada supérflua e dispensável. Além disso, definir prioridades é escolher e deixar alguém de fora. Ora, grande parte dos beneficiários das políticas culturais tem voz alta. E os "agentes culturais" têm altifalantes potentes, enquanto os autores do património estão mortos. Infelizmente, o património não ganha eleições. Mas o património é urgente.

**O** crescimento do turismo nos últimos anos foi um maná para a economia e o emprego. Foi talvez a mais importante contribuição para o crescimento económico. Já se percebeu que os turistas não vêm apenas pela praia e pelo vinho. As cidades, a paisagem, o património construído e humano, uma certa maneira de viver, os preços baixos, uma boa localização geográfica, paz nas ruas e ausência de violência religiosa ou política: tudo isso conta. Verdade é que o património tem desempenhado papel importante na atracção de visitantes. Basta vê-los, de pé, ao sol, em filas de espera de duas horas para entrar nos Jerónimos ou na Torre de Belém. É verdade que esses são fenómenos especiais, os restantes monumentos exibem números menores. Mas o certo é que as cidades interessantes (por exemplo Lisboa, Porto, Coimbra, Évora e Braga) não aguentam mais. Os conjuntos monumentais importantes (por exemplo Jerónimos, Belém, Batalha, Cristo e Alcobaça) não resistem mais. E muitas pequenas cidades estão a rebentar.

Portugal tem pouca cultura clássica para mostrar. Com excepção dos festivais pop e rock, os museus, os teatros e as salas de música são pouco visitados. Mas o que tem é importante. E o mais interessante é o sítio, a geografia, as cidades e o património. Tudo

está a rebentar pelas costuras. A hotelaria está talvez a desfigurar parte das cidades. O peso, o stress e a pressão do turismo ameaçam destruir em poucos anos o que demorou séculos a construir. Portugal não soube prever este crescimento.

Em menos de vinte anos, o número de passageiros nos aeroportos passou de 20 para quase 60 milhões por ano! Em menos de quinze anos, o número de turistas passou de 11 para 21 milhões. E o de estrangeiros de 5 para 13 milhões. Se é verdade que uma boa parte do bem-estar actual se deve ao turismo, não é menos verdade que uma bomba ao retardador está à espera. A sociedade portuguesa não está preparada para esta avalanche. O património está mal protegido.

**O**utros acontecimentos recentes obrigam-nos a pensar a política de cultura e de património. Para além da intriga e do crime, as colecções Berardo, BES e Ellipse são realmente de importância excepcional. São milhares de obras (pintura, escultura, fotografia, livros e moedas) à espera do mercado, dos especuladores e dos tribunais, uma tríade fatal.

É razoável perguntarmo-nos o que se deve fazer com estas obras importantes. A pergunta é simples: deve o Estado comprar ou não? Desde que o negócio seja limpo e que se respeite a lei, o Estado deve comprar, conservar e divulgar. Para já, impõe-se a interdição de exportação. Moedas e livros são património histórico. Pintura, escultura e fotografia passarão a sê-lo. E tudo será património público. É assim que deve ser.

Longe de nós, Notre Dame recorda a eternidade da história e a fragilidade do património. E a certeza da cultura.

**Sociólogo**



## Booking.com prepara o seu ataque à reserva de atividades independentes

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 26/05/2019

Melo: TecnoHotel Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=b1578ede>

Há já algum tempo, o Booking.com oferece atividades e experiências na sua plataforma. Mas eram sempre oferecidos quando da reserva de um quarto. Ler mais

Há já algum tempo, o Booking.com oferece atividades e experiências na sua plataforma. Mas eram sempre oferecidos quando da reserva de um quarto.

No entanto, como adianta o Skift, o gigante tecnológico está a preparar uma nova volta na sua estratégia de negócios, permitindo reservar atividades de forma independente.

Aparentemente, Booking.com está a finalizar um plano piloto de atividades e experiências para lançar em Amsterdão, Londres, Paris, Berlim, Roma, Barcelona, Viena, Praga, Edimburgo e Dubai. Os viajantes podem entrar na Booking.com para comprar ingressos para museus, passeios e excursões.

Uma vez que os viajantes reservam atividades podem reservar também a viagem ou o hotel, mas o que a Booking.com pretende com esta estratégia é simplesmente alcançar os residente. Podem também chegar ao viajantes que, por exemplo, reservaram o hotel diretamente ou através de outro operador.

Como a TripAdvisor, a Booking.com opta por focar exclusivamente nas mais importantes atracções turísticas, ao contrário Airbnb, que apesar de também oferece experiências, estas são, por vezes, muito mais personalizado ou vanguardistas.

O viajante conectado ...

Essa estratégia é parte dessa nova abordagem para o viajante conectado que a empresa adotou. Os usuários do Booking.com poderão filtrar as suas pesquisas por passeios e atividades, mas também por opções de restaurantes, atividades noturnas ou para as famílias.

O objetivo é fornecer serviços ao viajante em todas as suas necessidades, desde vãos e hotéis até atracções ou veículos de aluguel. A Integração com a FareHarbor, empresa adquirida em 2018 pela Booking Holding, especializada em passeios e atividades em mais de 150 cidades, começa a dar frutos. O teste piloto que a Booking.com está a desenvolver agora irá determinar se esta nova vertente tem o sucesso esperado.



## "A Minha é Melhor que a Tua"

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=f843be9a-b1b3-40cf-9d58-7facc18c9ab6&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Portugal é o maior consumidor de peixe por habitante na União Europeia e o terceiro a nível mundial. Os especialistas garantem que temos o melhor peixe do mundo e a nossa gastronomia é prova disso, por exemplo, caldeirada ou cataplana. Qual a melhor?

Comentários de José Manuel Alves, grão-mestre Confraria Gastrónomos do Algarve; Daniel Piedade, gerente restaurante "Canhão II"; Maria Luísa, cozinheira restaurante "A Lagosteira".

Repetições: TVI - Diário da Manhã , 2019-05-27 09:34

TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-05-27 09:35

## Carlos Barbosa garante mais três anos o Rali de Portugal

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	25/05/2019
Melo:	AutoLook Online	Autores:	Carlos Sousa

URL: <https://autolook.pt/carlos-barbosa-garante-mais-tres-anos-o-rali-de-portugal/>

O Vodafone Rali de Portugal regressa, 18 anos depois, à região Centro e vai manter-se aí pelo menos nos próximos três anos, disse hoje, em Coimbra, o presidente do Automóvel Club de Portugal (ACP), Carlos Barbosa.

(auto.look2010@gmail.com) - Fotos: FERNANDO MOURA / NOTÍCIAS DE COIMBRA

Nós viemos para ficar, assim as câmaras (municipais) e a entidade regional Turismo Centro de Portugal queiram, tal o entusiasmo com que fomos recebidos e porque as autarquias fizeram um grande investimento, afirmou Carlos Barbosa, que falava hoje, na Câmara de Coimbra, na sessão de assinatura do protocolo de apoio à presença da edição deste ano da prova na região, envolvendo o ACP, os municípios de Arganil, Coimbra, Góis e Lousã, e a Agência para o Desenvolvimento das Aldeias do Xisto (ADXTUR).

Para além de 2019, três anos mais estão garantidos, disse, recordando ter ainda quatro anos de mandato. Ressaltou, no entanto, que o Vodafone Rali de Portugal poderá ter de abandonar a região se se vierem a registar problemas de segurança.

A falta de segurança ou problemas relacionados com ela, designadamente por os espectadores não cumprirem as regras e indicações das autoridades, como um incidente mesmo pequeno, é motivo que pode fazer com que a prova seja retirada, pela federação internacional, não só da região Centro, mas também do país, salientou Carlos Barbosa.

Os investimentos significativos feitos pelas câmaras, designadamente na reabilitação de troços de vias e colocação de rails de protecção, pela Turismo Centro de Portugal e rede das Aldeias do Xisto, para, 18 anos depois, a prova regressar à região, terão um retorno quatro ou cinco vezes superior ao dinheiro aplicado, sustentou Carlos Barbosa, referindo que a realização do rali envolve um custo superior a três milhões de euros.

O investimento feito terá seguramente um retorno muito superior, subscreveu o presidente da Turismo Centro de Portugal, Pedro Machado, destacando aspectos como o facto de a competição ser acompanhada por mais de uma centena de televisões dos mais diferentes países.

O Vodafone Rali de Portugal 2019, que decorre entre 30 de Maio e 2 de Junho, tem início em Coimbra, Junto à Porta Férrea, na Alta Universitária, classificada Património Mundial da Humanidade, e passa, na região Centro, pelos concelhos de Lousã, Góis e Arganil, cujos presidentes das câmaras também participaram, tal como o de Coimbra, na sessão de hoje para a assinatura do protocolo.

Os autarcas de Góis e de Arganil, Lurdes Castanheira e Luís Paulo Costa, respectivamente, apelaram para que, em próximas edições, o rali seja alargado a outras áreas da região, designadamente concelhos vizinhos, que também participaram no processo que faz com que a prova regresse ao Centro do país e também estão envolvidos de algum modo na sua organização, pois os reflexos da competição também se irão sentir nos seus territórios.

Não vai ser fácil alargar (o ralo outras áreas , pois há compromissos com outras câmaras municipais , reagiu Carlos Barbosa. Este tipo de eventos é muito importante para a região , não só pelos seus efeitos directos e imediatos, mas também pelas suas repercussões a médio e longo prazo, defendeu o presidente da Câmara de Coimbra, Manuel Machado, afirmando que, por isso mesmo, a região está a trabalhar nesse sentido.

Mas para que o rali, que é um reflexo dessa aposta, possa trazer todas as contrapartidas para a região, é necessário que seja uma festa e que corra na perfeição, que não haja contratempos e, portanto, que ninguém corra riscos e arrisque (em relação à segurança), apelou.

Carlos Sousa





# Fórum PME Global

CONFERÊNCIA AGEAS SEGUROS

## Empresas do Algarve devem apostar na diversificação

A competitividade da região algarvia esteve em debate em Loulé, numa iniciativa da Ageas Seguros.

—MÁRIO LINO

redacao@dinheirovivo.pt

“No país, a coisa está feia. No Algarve, está um bocadinho melhor.” Quem o diz é Luis Serra Coelho, presidente da Ordem dos Economistas no Algarve, ao apontar para números a vermelho na apresentação de PowerPoint. Numa sala lotada, público e intervenientes seguem com atenção os dados que o economista garante serem inovadores, retirados do Amadeus, uma plataforma global que concentra 23 milhões de empresas, com 100% de capital privado, incluindo sociedades por quotas e anónimas.

Luis Serra Coelho faz zoom e foca-se no turismo. São 41 mil empresas em Portugal, 14% do total, com um volume de negócios de 21,4 mil milhões de euros. Mais zoom, o Algarve: 3735 empresas ligadas ao turismo, 1,8 mil milhões de receitas. A grande maioria ligada ao alojamento e restauração, claro. Primeiro, a boa notícia: no PIB per capita, a região sobe ao segundo lugar do pódio, logo atrás da Área Metropolitana de Lisboa. Depois, vem o choque. Em Portugal, 38,8% das empresas turísticas estão tecnicamente falidas ou são economicamente inviáveis. 43,9% reportaram prejuízo. No caso do Algarve,

o número baixa para 32% no primeiro caso, 36,1% no segundo.

Algo que faz que a prevenção de risco, sobretudo na área operacional, se torne ainda mais urgente, diz José Gomes, membro da Comissão Executiva da Ageas Seguros: “se uma empresa tem apenas uma máquina para criar um determinado bem e essa máquina se avaria, a seguradora cobre e paga uma máquina nova. Mas, o que acontece entretanto?” — questiona. De olhos bem abertos para o panorama na-

**O Algarve tem 3735 empresas ligadas ao turismo, a maioria ligada ao alojamento e restauração, que geram 1,8 mil milhões de euros de receita, avança o presidente da Ordem dos Economistas no Algarve.**

cional, assente fundamentalmente em PME, a seguradora tem investido em consultoria gratuita, em *software e know-how*, especializando-se nesta área de risco e ajudando a prevenir, em vez de remediar.

Os empresários presentes admitem que apesar da tendência positiva, o cenário não é de festa. “Nós estamos com uma boa conjuntura, há muitos clientes a investir no Algarve, mas isto pode não durar muito tempo”, reconhece Reinaldo Teixeira, administrador do grupo Garvetur/Enolagest que inclui 41 empresas ligadas ao imobiliário, seguros, *rent-a-car*, trabalho temporário, entre outros. A solução é diversificar e aproveitar a qualidade que o Algarve tem para oferecer, fazendo face às incertezas da concorrência.

“Nós temos sabido aproveitar as oportunidades. Por exemplo, atualmente, o Algarve tem beneficiado muito do mercado francês, que anteriormente não existia. Para já, ainda não sentimos os efeitos do *bretxit*. Aliás, quanto mais se afasta o Reino Unido da Europa mais perto nós teremos de estar deles” — adverte —, garantindo que o investimento do grupo na educação, através da aquisição do Colégio Internacional de Vilamoura, por exemplo, se tem revelado uma aposta acertada na estra-

tégia de captação de novos mercados.

Outro dos temas quentes, ao aproximar-se o verão, é a falta de mão-de-obra. Algo que no Algarve se torna crítico, dada a dificuldade dos assalariados em encontrar habitação que não seja a preço de turista. “Como é possível pagar rendas de 600 euros e ter salários de 700 ou até 1000 euros?”, questiona Reinaldo Teixeira. “Há câmaras que têm terrenos! Desafiem os empresários a construir a custos controlados! Também é negócio!”, desafiou.

Vitor Neto, presidente do Núcleo Empresarial da Região do Algarve (NERA) — que acolheu a conferência —, concorda que o problema é grave e admite que a solução não é fácil, dada a assimetria demográfica na região. “O Algarve tem um desequilíbrio estrutural. 80% da população vive em 20% do território. E 70% desta realidade verifica-se no litoral”, recorda, explicando parcialmente o desequilíbrio nos preços da habitação. Por outro lado, não esquece o abandono dos campos: “A primeira produção do Algarve no século XIV era de figos. Hoje, importamos figo, amêndoa, azeite! Nós não temos turismo a mais, temos é outras áreas a menos!”, conclui o ex-secretário de Estado do Turismo.







**“Nós não temos turismo a mais. Temos é as outras áreas a menos.”**

—VÍTOR NETO  
Presidente do NERA

**“Estamos com uma boa conjuntura, há muitos clientes a investir no Algarve, mas isto pode não durar muito tempo.”**

—REINALDO TEIXEIRA  
Administrador do grupo Garvetur/Enolaguest

**“Não tivemos dificuldade em encontrar mão-de-obra porque valorizamos muito os nossos recursos humanos.”**

—NUNO BATTAGLIA  
Chairman da Battaglia Capital

**“No país, a coisa está feia. No Algarve, está um bocadinho melhor [em relação à saúde financeira das empresas turísticas].”**

—LUÍS SERRA COELHO  
Presidente da Delegação do Algarve da Ordem dos Economistas

## Português de sucesso nos EUA investe em Lagos

Nuno Battaglia investiu 16 milhões de euros numa unidade de processamento de peixe, que opera desde março.

“Nós temos um problema político. O último rei que esteve no Algarve foi D. Carlos, em 1889, quando o caminho-de-ferro chegou a Faro. E antes desse, sabe quem tinha sido o último a visitar o Algarve? O D. Sebastião!”, exaspera-se Vítor Neto, presidente do Núcleo Empresarial da Região do Algarve, confessando que ainda hoje os algarvios se sentem votados ao isolamento – exceção feita ao período das férias de verão.

No entanto, em Lagos, há quem diga que D. Sebastião regressou. Talvez não de Alcácer Quibir, mas antes do Utah, nos Estados Unidos da América. Por enquanto, Nuno está a vencer a *battaglia*: “A fábrica inaugurou neste ano em março e nós não tivemos dificuldade em encontrar mão-de-obra porque valorizamos muito os nossos recursos humanos. Mas reconheço que é difícil investir. Estivemos um ano parados, porque nos faltava uma licença”, adianta ao Dinheiro Vivo Nuno Battaglia, de 54 anos, *chairman* da Battaglia Capital que acaba de investir numa unidade de processamento de peixe, em Lagos, 16 milhões de euros, dos quais 10 milhões de capitais próprios e 6,5 milhões comparticipados com fundos do programa operacional Mar 2020.

Chama-se Congelagos, fica a três quilómetros da cidade. O principal objetivo a cumprir, garante o gestor, é o de valorizar toda a cadeia desde a produção (pesca) até ao consumidor, contribuindo para a sustentabilidade da atividade pesqueira e dos

recursos existentes. As linhas já estão a funcionar com 45 postos de trabalho qualificados, que deverão aumentar para 75 assim que a fábrica passe a operar 24 horas por dia. A unidade consegue processar até trezentas toneladas de pescado por dia e armazenar até 3400 toneladas, estando concentrada sobretudo na cavala, no carapau e no polvo que se destinam, fundamentalmente, à exportação.

Recorrendo a tecnologia de ponta, incluindo alguns setores robotizados, a nova unidade é atualmente a maior da Península Ibérica e – segundo o grupo – uma das tecnologicamente mais avançadas, a nível mundial.

Mas (a) Battaglia promete não ficar por aqui: o grupo já está a investir também em aquacultura, construção, piscinas e na área do turismo, com o *Presidential Train*, uma experiência de gastronomia *gourmet* que junta um *chef* Michelin e um antigo comboio presidencial – uma peça de museu – na linha do Douro.

O empresário explica porque decidiu investir em Portugal, o que, para muitos, constitui um contrassenso: “Eu e a minha mulher (ela é americana, mas fala português) investimos e criámos nos EUA uma empresa de gestão de fundos de pensões e conseguimos que fosse cotada em bolsa. Correu muito melhor do que esperávamos e por isso decidimos tirar um ano de sabática em Portugal, onde eu tenho as minhas raízes. Após estarmos cá, pensámos em tudo o que existe de bom e decidimos ficar e de certa forma devolver algo que nos faz pertencer aqui.”

Há quatro anos fora dos States, Nuno sabe que é uma batalha que mal começou. Mas garante, acima de tudo, que está em paz com a decisão.

### Quanto vale a economia do turismo em 2017?

- É possível identificar 40 920 empresas ligadas ao turismo na base de dados consultada

(estas representam 1,64% do total de empresas portuguesas, sendo responsáveis por um volume de negócios no ordenado dos 21,6 mil milhões de euros (7,1% do total do País))

- São 3 735 as empresas ligadas ao turismo com sede fiscal no Algarve

(representam 9,1% das empresas portuguesas ligadas ao turismo)

(estas representam 1,64% do total de empresas portuguesas, sendo responsáveis por um volume de negócios no ordenado dos 21,6 mil milhões de euros (7,1% do total do País))



1 Camilo Lourenço moderou o debate entre Gustavo Barreto, Nuno Battaglia, Paula Martins, Reinaldo Teixeira e Vítor Neto.  
2 Luís Serra Coelho, presidente da Ordem dos Economistas no Algarve.  
3 José Gomes, membro da Comissão Executiva da Ageas Seguros.  
4 Reinaldo Teixeira, administrador do grupo Garvetur/Enolaguest, e Vítor Neto, presidente do Núcleo Empresarial da Região do Algarve.  
FOTO: ANDRÉ VIDIGAL/GI