

# Rolear e UAlg desenvolvem sistema inovador de ar condicionado

Protótipo do novo sistema de aquecimento, ventilação e ar condicionado deverá estar pronto em julho

Desenvolver um sistema que minimize o impacto da má qualidade do ar em ambientes interiores é o o desafio que a Rolear e a Universidade do Algarve (UAlg) estão a desenvolver no Laboratório de Energias Renováveis, em Faro. Quatro manequins (Júlia, Marisa e as gémeas Natália e Natacha) têm sido cobaias nos testes que meia dúzia de mestrandos e doutorandos, orientados pelo professor Eusébio Conceição, da Faculdade de Ciências e Tecnologia, desenvolvem nos dois espaços afetos ao projeto «Safeair». Sentadas numa câmara experimental que simula uma sala de aula, as bonecas simulam a respiração humana através de pulmões artificiais.

Se até aqui, num espaço normal, os sistemas implantados centram-se no ar que entra, negligenciando muitas vezes o que circula e sai, no projeto «Safeair» a lógica é outra. Focado na melhoria da qualidade do que se respira, o novo sistema AVAC (Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado) baseia-se na ventilação personalizada.

Para se perceber, é pre-

ciso começar pelo primeiro piso, onde um escritório especial de menos de três metros por três, forrado a madeira, com piso radiante, tem instalado um sistema de jatos verticais e horizontais. «Os jatos confluentes já são trabalhados há anos», admite Eusébio Conceição, responsável pela investigação. «A combinação que estamos a fazer é que é inovadora, porque um jato confluyente horizontal combina a extração à saída. O ar vai espalhar-se pelo chão. Não se sentem correntes de ar e não há risco de resfriamento. É tudo muito homogéneo», explica.

Na prática, este sistema é mais sustentável do ponto de vista energético. Tem dispositivos de ventilação que criam cortinas de ar junto das superfícies e dispositivos de extração, localizados acima das cabeças dos ocupantes da sala, o que garante uma extração mais eficiente dos contaminantes libertados por cada indivíduo. «Começamos com um protótipo e agora queremos validar os nossos modelos», acrescenta. O sistema, no futuro, poderá ser configurado para

climatizar aviões, autocarros ou comboios, por exemplo. Todos os materiais são fornecidos pela Rolear. A empresa criada há 42 anos, na mesma altura em que nasceu a UAlg, está desde o início ligada à academia e a muitos dos projetos do centro de investigação daquela instituição. «Temos fomentado sempre a inovação e vamos pôr a solução no terreno», acrescenta António Parreira Afonso, sócio fundador da empresa, que vê abertura no mercado para este género de soluções, «ainda mais nesta altura de pandemia, em que a sensibilidade das pessoas é muito maior do que há cinco anos» para a problemática da qualidade do ar em ambientes fechados.

O responsável pelo grupo, que opera nas áreas do ar condicionado, energias renováveis, gás, eletricidade, manutenção industrial, construção e infraestruturas, aponta possíveis interessados nas soluções «Safeair» em «hospitais, transportes públicos, lares ou em salas de aulas».

«Vamos criar janelas e simular a radiação solar e ver



Parreira Afonso e Eusebio Conceição

como o sistema reage com mais calor», acrescenta Eusébio Conceição.

«Queremos também testar situações mais complicadas, como o funcionamento dos jatos quando temos alguns obstáculos, mobiliário por exemplo. Queremos testar os sistemas horizontais e o processo de respiração e a extração do monóxido de carbono. Em espaços com grande densidade humana é um fator importante». Será feita uma análise de partículas para se perce-

ber a quantidade que cada pessoa pode emitir e qual o trajeto das mesmas.

«Vamos usar técnicas como gases traçadores para analisar o percurso, o deslocamento no espaço, a idade das partículas e a sua taxa de renovação. Essas técnicas mensuráveis irão permitir avaliar vários parâmetros de qualidade do ar», descreve.

A componente experimental do projeto só é possível pelo financiamento do CRESC Algarve 2020, no contexto do combate à COVID-19.

O apoio permitiu avançar para a aquisição de equipamento de medição topo de gama, de que a UAlg não dispunha.

Eusébio Conceição lembra que, num espaço fechado sem a renovação de ar adequada, a concentração de dióxido de carbono pode ultrapassar os 1800 miligramas por metro cúbico (m<sup>3</sup>) e causar cefaleias.

O sistema «Safeair» deverá baixar esses valores para níveis abaixo dos 1200 miligramas por m<sup>3</sup>.



OPINIÃO HELDER CARRASQUEIRA | Professor da Universidade do Algarve

## A internacionalização da hotelaria do Algarve

Quando nos referimos à internacionalização da hotelaria, no caso português, logo nos ocorre as grandes cadeias nacionais que se expandiram além-fronteiras como o Pestana Hotel Group que está presente em 16 países ou o Vila Galé que se tornou um especialista no Brasil, com os seus 10 hotéis naquele país. Outros podiam ser referidos como o grupo Continental em Espanha, Porto Bay no Brasil e VIP, Oásis Atlântico ou Montebelo em África.

Porém, algum destes grupos é do Algarve? Que tenhamos conhecimento, não! Aquele que tem sido o principal destino turístico do país não conseguiu gerar uma grande cadeia internacional (o Vila Galé nasceu no Algarve, mas está sediado em Lisboa). Em Espanha, por exemplo, na ilha de Maiorca, arquipélago das ilhas Ba-

leares, viu nascer cadeias de grande relevo internacional como o grupo Meliá, RIU, Barceló ou Iberostar.

Todavia, apesar de não ter sido até agora agraciado pelo grande empreendedorismo, o Algarve não está à margem do fenómeno da internacionalização na hotelaria (tenha-se desde logo presente que os turistas são internacionais e a grande distribuição é protagonizada por conglomerados internacionais).

Algumas das grandes cadeias internacionais têm marcado presença com marcas conhecidas da indústria, como a Sheraton, Meridien, Hilton, Crowne Plaza ou Ibis. A marca hoteleira que mais hotéis tem a nível mundial sob o modelo *franchise* (Holiday Inn), está presente na região. Recentemente, a cadeia líder mundial no modelo *franchise*, a Wyndham, com origem nos Estados Unidos e

presente em mais de 80 países, passou a marcar presença na região.

Ou seja, marcas que pertencem a grupos hoteleiros de topo a nível internacional têm vindo em crescendo. Note-se ainda que estas marcas tendem a expandir usando formatos contratuais como o *franchise*, o *management* ou o *leasing*, sendo que o seu portfólio próprio tem sido mingado pelo recurso à venda dos imóveis, com retoma comercial, através do modelo *sale & lease back*.

Curiosamente, o Algarve não tem sido uma opção para as grandes cadeias espanholas. Não deixa de ser curioso o forte investimento que se verificou na margem esquerda do Guadiana em Isla Canela (hotéis de *resort* com identidade própria e dimensão), e nenhuma destas cadeias ter preferido (ou conseguido) fazer um hotel no Algarve, des-

tinuo mais consolidado e com menor sazonalidade.

Exceção para a cadeia Be Live, que tem no Algarve o segundo maior hotel da região com 517 quartos. Esta tendência parece estar a inverter-se pois têm surgido alguns anúncios de que são exemplo a Smy Hotels ou a aquisição pelo fundo Azora de dois hotéis Tivoli, pertença da cadeia tailandesa Minor e que são em termos de gestão operados pela cadeia New Hotels de Espanha. Confusão? Assim é a hotelaria na atualidade.

Quem também marca presença na hotelaria da região são as unidades da TUI, o maior *Tour Operador* (OT) da distribuição turística clássica, que com o seu perfil integrado é simultaneamente o maior operador hoteleiro do Mediterrâneo na área do *resort* (380 hotéis, incluindo as parcerias); no

Algarve opera marcas como o Club Robinson ou TUI Blue. Acresce que os OT também desenvolvem estratégias de *co-brand* com hoteleiros das regiões, ou seja, contratam hotéis na região que se ajustam às suas marcas conceito (ex. TUI Family Life ou Sensimar) visando melhor identificação com segmentos como as famílias ou *adults only*.

Além deste movimento, a hotelaria portuguesa na região, também apresenta alguma atividade na sua inserção internacional através da participação em consórcios. Estes são uma forma de hoteleiros independentes (ou mesmo das cadeias) colocarem determinadas unidades hoteleiras de características específicas ao abrigo de marcas internacionais (alianças de marketing) direcionadas a segmentos específicos da clientela internacional. Beneficiam do efeito rede da

marca (prestígio, cartão de pontos, base de dados, feiras internacionais, formação, assistência técnica, etc), sendo por vezes bastante ativa nos mercados de que é originária.

São exemplos de consórcios presentes no Algarve a *Relais et Chateaux* (hotéis de luxo e com gastronomia de assinatura), *Leading hotels of the world* (*resorts* de cinco estrelas/luxo), *Small Luxury Hotels of the World* (hotéis em pousadas, palácios e edifícios históricos) ou *Best Western* (neste caso, hotéis urbanos na esfera dos indivíduos em negócios).

Muito mais poderia ser dito sobre a internacionalização da hotelaria no Algarve. De facto, até ao momento ainda não se conseguiu gerar uma cadeia própria da região com dimensão internacional; porém a internacionalização no mercado está bem presente.