

# Faro: uma grande cidade que exporta muito pouco

Apesar da dimensão da cidade e do concelho, Faro apresenta resultados débeis no que diz respeito à exportação de bens. Tem um défice comercial superior a 30 milhões de euros.

## FARO

RETRATO DO MUNICÍPIO

População residente  
61.749



Homens 29.505  
Mulheres 32.244

Desemprego

Registados pelo IEFP (Maio 2015)

Faro

1.332

Portugal (Continente)

520.444



Temperatura média do ar em Faro 2013  
17,8°

	Homens	Mulheres	Total
0-14 anos	4.925	4.503	9.428
15-24 anos	2.929	2.711	5.640
25-64 anos	16.500	18.123	34.623
65 e mais anos	5.151	6.907	12.058

Número de pensionistas

(2013) Total 16.000

Invalidez	1.352
Velhice	10.949
Sobrevivência	3.699

Alunos por grau de ensino

2013/14

Educação pré-escolar	1.553
1º Ciclo	3.118
2º Ciclo	1.595
3º Ciclo	2.447
Secundário	3.401
Ensino pós-secundário não superior	431
Ensino superior	7.520

Portugal  
92.225,2Km2

Algarve  
4.996,8Km2

Faro  
202,57Km2

## H

Hotelaria

Total de estabelecimentos 21

Hotéis	14
Pensões	7

Número de camas 2.087



Veículos novos vendidos

por 1000 habitantes (2013)

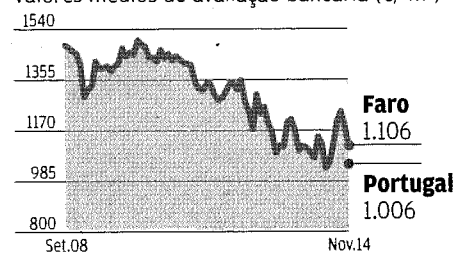
Faro  
33,24

Portugal (Continente)  
10,44



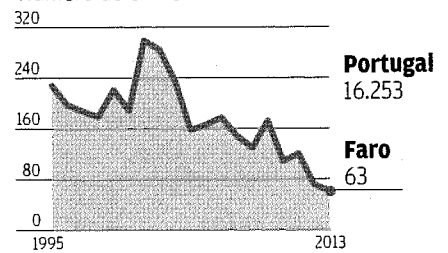
Quanto valem as casas

Valores médios de avaliação bancária (€/m²)



Licenças atribuídas

Número de edifícios



Caracterização da área

Usos do solo identificados nos PMOT (Planos Municipais do ordenamento do território) em hectares

Urbano

1.367,3

Equipamentos e espaços verdes urbanos

568,7

Industrial

188

Turismo

195,2

**NUNO AGUIAR**  
naguiar@negocios.pt

**É** o problema de ser um concelho dependente de serviços, com forte ênfase no turismo. Com um tecido produtivo relativamente frágil e pouco diversificado, Faro tem uma capacidade exportadora fraca quando comparada com o resto do País.

Com apenas 16,1 milhões de euros exportados em 2014, Faro está na segunda metade da tabela dos municípios portugueses no que diz respeito às vendas feitas ao exterior. Concelhos como Salvaterra de Magos, Sertã, Arruda dos Vinhos ou Sobral de Monte Agraço exportam mais.

Se formos mais longe nesta análise, verificamos que na relação exportações/população residente, Faro – tal como outros concelhos do Algarve – é mesmo um dos piores classificados no País, com um rácio de 264 euros por pessoa.

Os números falam mesmo por si. Apesar de estarem a crescer, os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) mostram que as exportações farenses foram pouco superiores a 16 milhões de euros no ano passado. O que é um problema quando o município necessita de importar mais de 51 milhões no mesmo ano. O resultado? Um défice de 35 milhões de euros.

A falta de capacidade exportadora observa-se nos dados disponibilizados pela Informa DB ao Negócios. Mesmo incluindo exportações de serviços, só 10% das empresas fa-

rensens vende para fora (17% no País).

Olhando apenas para bens, as principais compras são produtos do reino animal, da indústria alimentar, assim como máquinas e aparelhos. As maiores exportações vêm de vegetais, máquinas e aparelhos e material de transporte.

Essa divisão reflecte-se apenas parcialmente na lista das maiores empresas exportadoras do concelho. Um ranking dominado pelo comércio a retalho, a grosso e, claro, o turismo (que não entra nas contas do INE). ■

**CURIOSIDADE**

**33%**

**CASAMENTOS**

Um terço dos casamentos em Faro envolvem um estrangeiro. A média nacional é de apenas 11,9%.



**Médicos**

Por 1.000 habitantes (2013)

Faro	9
Portugal	4,3

**Enfermeiros**

Por 1.000 habitantes (2013)

Faro	15,5
Portugal	6,3

**Farmácias e postos farmacêuticos móveis**

Por 1.000 habitantes (2013)

Faro	0,3
Portugal	0,3

**Comércio internacional de bens**

Em milhões de euros (2014)

**PORTUGAL**

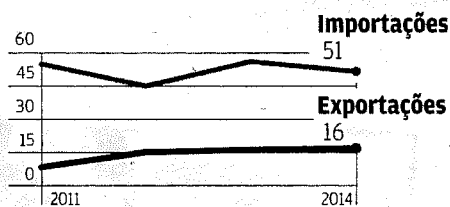
Exportações	48.177
Importações	58.853
Saldo	-10.676

**Faro**

Exportações	16,137
Importações	51,114
Saldo	-34,977

**Faro importa mais do que exporta**

Em milhões de euros



**Número de empresas 1.928**

■ Faro ■ Portugal

**Variação do volume de negócios 2012/2013**

Faro	5,5%
Portugal	-0,1%

**Variação das exportações**

Faro	12,2%
Portugal	7%

**Variação do número de empregados**

Faro	-1,1%
Portugal	-1,2%

**Peso das exportadoras**

Faro	10%
Portugal	17%

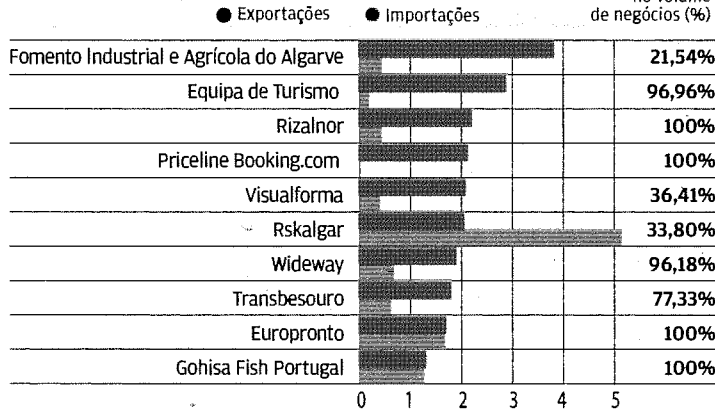
**10 Maiores empresas**

Por volume de negócios

	Volume de negócios (2013)	Idade (anos)	Nº de empregados
1 Transfar - Agência de Viagens	67.958.603,00	29	36
2 Águas do Algarve	53.035.420,79	14	167
3 TUI Portugal	48.518.438,00	34	145
4 MSCAR - Comércio de Automóveis	41.131.515,75	10	202
5 Algartalhos - Supermercados	38.394.057,54	20	308
6 EVA - Transportes	25.349.914,07	23	411
7 Rolear	23.581.637,56	35	131
8 Alcigarve	22.473.785,76	11	20
9 Goldhire Portugal	22.117.445,09	6	48
10 Fomento Industrial e Agrícola do Algarve	17.809.671,04	67	82

**10 Maiores exportadoras**

Milhões de euros (2013)



Peso das exportações no volume de negócios (%)

**Serviços "mandam" em Faro**

A actividade empresarial de Faro é dominada por empresas ligadas aos serviços: agências de viagens, mas também águas e transportes. Ao nível das exportações verifica-se que os valores, mesmo das maiores empresas, é baixo, de acordo com os dados da Informa DB.

**NOTA:** A elaboração do "ranking" resulta da metodologia de análise da Informa D&B. A informação financeira considerada é baseada no balanço e demonstração de resultados individual e respectivos anexos financeiros publicados e existentes na base de dados Informa D&B. As empresas foram classificadas em 13 sectores de actividade, excluindo-se o sector financeiro e a Administração Pública, assim como as entidades sem empregados e as empresas off-shores. Foram excluídas as empresas que não publicaram ou disponibilizaram a informação necessária. São apenas consideradas as empresas que se encontram activas.

Fonte: Informa D&B no retrato das empresas; INE e IEFP nos outros dados; Os anos variam consoante os indicadores; Infografia: Mateus Granado

**FORÇAS**

- Aeroporto** A sua existência coloca o concelho no radar dos negócios.
- Clima** O clima agradável atrai visitantes e potencia sectores.
- Universidade** A Universidade do Algarve forma quadros fundamentais para a região.
- Capital** Os serviços estão concentrados na capital de distrito.

**FRAQUEZAS**

- Rede de transportes** É quase obrigatório ter carro. Fora do horário das 9h às 19h as deslocações são difíceis.
- Acessos** Para uma cidade tão pequena, o trânsito é caótico, em certas alturas do dia.
- Baixa** A baixa de Faro está pouco dinamizada, com muitas casas fechadas. O porto é pouco explorado.

**AMEAÇAS**

- Dependência do turismo** A região está muito dependente do turismo, com verões agitados e invernos parados.
- Falta de tecido industrial** O concelho está direccionado para os serviços, tendo pouco tecido industrial.
- Conjuntura internacional** Qualquer incidente pode prejudicar o turismo ou a agricultura.

**OPORTUNIDADES**

- Zona industrial** A Câmara espera aprovar um plano pormenor para uma zona industrial, assim como uma zona ribeirinha para criar uma doca e uma marina e potenciar o turismo.
- Localização** Faro tem vias de comunicação privilegiadas para a Europa, África e América Latina.
- Sinergias** A ligação entre a Universidade e as empresas é uma mais-valia.

EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

# De um apartamento em Faro para a América Latina

**A Visualforma não é a “típica” empresa algarvia. Trabalha na área das tecnologias de informação e é uma das maiores exportadoras de Faro. Ainda bem, porque não antecipa crescimento no mercado interno, onde ainda não vê que a retoma tenha chegado.**

**NUNO AGUIAR**  
naguiar@negocios.pt  
**BRUNO SIMÃO**  
Fotografia

**L**uís Ferrinho tinha apenas 16 anos quando começou a trabalhar naquilo que viria a transforma-se na Visualforma. Vinte anos depois, a empresa factura quase seis milhões de euros, dos quais um terço vem da sua actividade fora do País. É a quinta maior exportadora do concelho de Faro.

“Iniciei o meu percurso profissional na área das tecnologias de informação, como programador de software, com apenas 16 anos. Em 1995, com 18 anos, fundei a Visualforma”, recorda Luís Ferrinho. A equipa inicial tinha apenas cinco pessoas e estava instalada num apartamento na baixa de Faro. Actualmente, são 55 e trabalham numa sede com 1.750 metros quadrados.

Mesmo em frente ao Fórum Algarve, o logotipo da Visualforma vê-se do outro lado da estrada na fachada de um edifício gigante, que a empresa partilha com o Pingo Doce (no rés-do-chão), a Direcção Regional de Educação do Algarve e a Booking.

O nome Visualforma só podia ter sido dado por um programador. Juntava dois ingredientes: o facto de, no arranque, a principal actividade da empresa ser a formação profissional; e porque a programação era feita com Visual Basic, uma “linguagem hoje em dia suplantada por muitas outras”, justifica Luís Ferrinho. A empresa cresceu, mas nunca abandonou Faro. “Durante muitos anos investi em Portugal e na nossa região e considero que a Visualforma contribuiu e continua a contribuir para o desenvolvimento da mesma”, sublinha o presidente da empresa.

Mas afinal, o que faz a Visualfor-



A Visualforma ocupa hoje uma área de 1.750 metros quadrados.

ma? É uma empresa de tecnologias de informação, factura 5,75 milhões de euros/ano e exporta cerca de um terço desse valor. Os seus dois principais serviços são o Autarquia 360 e o Omnibeas.

O primeiro, como o nome não faz segredo, é destinado às câmaras municipais portuguesas. Uma plataforma que agrega informação de todos os sectores do município, funcionando como uma ferramenta de gestão interna para a Câmara, mas também de acesso a informação para os municípios. “Dos 16 municípios do Algarve, já está em 12. Temos outros oito fechados no Alentejo e um projecto piloto na Lourinhã”, re-

fere Leonel Ruivo, director financeiro da empresa.

O Omnibeas tem uma ligação mais estreita com o turismo. É uma aplicação para hotéis que pode ser usada para gerir as reservas, canais de venda, redes sociais ou ajustar preços e inventários à procura. É o segmento de maior crescimento da Visualforma. O sistema está instalado em três mil hotéis, dos quais só 400 estão em Portugal. A aposta é feita no Brasil.

Não é por acaso que as respostas de Luís Ferrinho chegam por email. Quando o Negócios visitou a empresa em Maio, o CEO estava em São Paulo, uma das suas moradas ao lon-

go do ano. Hoje, divide a vida entre Brasil, México, Colômbia e Portugal. O negócio internacional é a chave para o futuro da Visualforma.

Um terço da sua facturação – mais de dois milhões de euros – já tem origem nas exportações. Uma percentagem que poderá continuar a ser reforçada enquanto “crise” continuar a ser uma palavra omnipresente nos negócios em Portugal.

A Visualforma tem de gerir a obrigação de pagar entre 60 e 90 dias aos seus fornecedores, com os seus clientes a demorarem, por vezes, 150 dias. Um problema especialmente recorrente com entidades públicas, que pesam cerca de 50% na activida-

de da empresa.

Leonel Ruivo reconhece que constrangimentos financeiros de autarquias se continuam a fazer notar. “Mesmo que haja muito o discurso de que já existe retoma e que o pior já passou... na prática, nota-se uma melhoria, mas chamar-lhe a toma acho excessivo”, afirma. “Hoje ve mais solicitações, mais interesse em fazer algo em termos de remodelação, mas há ainda uma entropia muito grande até à fase de ter a vba disponível e de avançar com o procedimento. Não projectam crescimento para o mercado nacional. Projectamos a manutenção de volume de negócio que temos.” ■



## PERGUNTAS A LEONEL RUIVO

Director financeiro da Visualforma



### “Nota-se uma melhoria, mas chamar-lhe retoma acho excessivo”

## Raio-x

A Visualforma existe há 20 anos e, segundo os seus responsáveis, tem uma base sólida, com crescimento da receita, pouco endividamento e lucros desde o primeiro dia. Veja em baixo alguns dos números da empresa.

# 5,75

### VENDAS

Factura quase seis milhões de euros. O volume de negócios tem crescido graças ao mercado externo.

# 1/3

### EXPORTAÇÕES

Cerca de um terço do volume de negócios da Visualforma vem das exportações.

# 50%

### SECTOR PÚBLICO

As entidades públicas representam perto de metade da actividade da empresa.

# 3.000

### HOTÉIS

A sua plataforma de hotéis (Omnibeas) está em três mil unidades.

# “

**Iniciei o meu percurso profissional com 16 anos. Em 1995, com 18 anos, fundei a Visualforma.**

LUÍS FERRINHO  
CEO da Visualforma

**Durante muitos anos investi em Portugal e na nossa região e considero que a Visualforma contribuiu, e continua a contribuir, para o desenvolvimento da mesma.**

LUÍS FERRINHO  
CEO da Visualforma

**Não projectamos crescimento para o mercado nacional. Projectamos manutenção do volume de negócio que temos.**

LEONEL RUIVO  
Director financeiro da Visualforma

# ”

Leonel Ruivo está muito optimista em relação ao crescimento da actividade da Visualforma fora de portas, graças à sua plataforma digital para a hotelaria, Omnibeas. “O céu é o limite”, afirma. Em Portugal, a empresa ainda está longe de identificar uma retoma económica.

Em 20 anos nunca mudaram de morada. Que dificuldades sentem por operarem em Faro?

As maiores desvantagens já passaram. O que era mais difícil era atrair profissionais qualificados e com experiência para virem para o Algarve. Como existiam tão poucas empresas [no ramo das tecnologias de informação], se corresse menos bem, essas pessoas podiam ficar fora do mercado.

Quanto pesa o sector público na vossa actividade?

70% da actividade da empresa no mercado interno acaba por ser ligada ao sector público. No total é entre 45% e 50%.

É um peso grande.

É grande e é para continuar. Claro que estes processos de infra-estrutura tecnológica estão sujeitos a concursos públicos. Mas ao longo de 20 anos ganhámos competência e temos pessoas altamente especializadas nesse tipo de concursos. Temos uma taxa considerável de aprovações.

Portugal atravessa uma situação de crise em que o sector público está a ajustar. As câmaras têm mais constrangimentos financeiros. Isso preocupa-vos?

Sentimos isso, principalmente em 2010 e 2012. Mesmo que haja muito o discurso de que já existe retoma e que o pior já passou... na

**“Chegámos a ter entidades públicas que acumularam quatro anos de dívidas conosco.”**

**“O mais difícil era atrair profissionais qualificados e com experiência.”**

prática, nota-se uma melhoria, mas chamar-lhe retoma acho excessivo. Nos municípios notou-se uma grande desaceleração e perda de autonomia para tomar a decisão de investir. Chegámos a ter entidades públicas que acumularam quatro anos de dívidas conosco. Quando orientámos soluções para o mercado externo, isso também veio em boa hora. O mercado interno tinha grandes carências de liquidez. Temos prazos médios de recebimento de 120 a 150 dias e pagamos aos nossos fornecedores em 60 a 90 dias.

A Visualforma tem problemas de endividamento?

Somos muito prudentes. Tivemos duas linhas PME Investe de 500 mil euros. A primeira está liquidada. A segunda está a dois anos de o ser. Para lá disso, temos uma conta corrente caucionada de 150 mil euros. Não deixa de ser

de gestão exigente devido ao desequilíbrio nos prazos médios de recebimento.

Quais têm sido os vossos resultados?

Batemos agora o nosso recorde de volume de negócios, com 5,75 milhões de euros. Em 20 anos, nunca tivemos resultados negativos. Lucros todos os anos.

Quantos clientes tem o Omnibeas, a vossa plataforma digital para hotéis?

São cerca de três mil hotéis, dos quais 400 estão em Portugal. Os restantes são internacionais, a maior parte no Brasil. O Omnibeas é o grande motor da nossa facturação. Vale 30% do que facturamos.

Já têm escritórios no Brasil?

Sim, neste momento trabalham lá 35 pessoas. Aqui [em Faro], colaboram 55.

É nesse mercado que se estão a concentrar?

Sim, o Autarquia 360 [serviço da Visualforma para autarquias] tem um universo limitado aos 308 municípios do País. Em relação a Omnibeas, o céu é o limite.

A economia brasileira já esteve melhor.

Mas o turismo está em franca expansão. Tem um crescimento a uma taxa de 100% ao ano.

Porquê escolher a América do Sul?

Contra-ciclo económico em relação ao que se passa em Portugal e na Europa e uma grande procura por estas soluções. O potencial é quase ilimitado, não só na América do Sul, mas no México e Estados Unidos. A seguir a esses dois, Chile e Peru. ■

## EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

# “Os projectos do meio académico e científico nascem para o mundo”

O CRIA é uma divisão da Universidade do Algarve, em Faro, que nasceu para dar vida a ideias de negócios. Desde que foi fundado, há mais de dez anos, já ajudou a criar 73 empresas e a atrair 30 milhões de euros em investimento para a região.

RITA FARIA  
afaria@negocios.pt

Fundado em 2003, o CRIA – Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia – é um departamento da Universidade do Algarve que, em pouco mais de uma década, ajudou a dar vida a 73 empresas, start-ups e spinoffs, assentes em conhecimento ou inovação. “O CRIA recebe, em média, cerca de 170 novos contactos por ano, incluindo potenciais empreendedores com ideias de negócio, empresas existentes que preten-

dem dinamizar parcerias com a Universidade, investigadores, ou alunos”, explica Hugo Barros, coordenador deste organismo.

Os concursos de ideias, realizados desde 2004, a cada três anos, são um dos principais mecanismos do CRIA para ajudar os empreendedores a transformarem a sua ideia num negócio. Nas últimas edições, a Universidade optou por não dar dinheiro aos vencedores, mas antes “prémios em géneros” que ajudam à constituição da empresa. “Oferecemos consultoria, formação, concepção do website e do design e até isenção no pagamento de contabilista”, esclarece o coordenador.

Os serviços que prestam não têm qualquer custo para os empreendedores, que chegam de dentro e fora

da Universidade. A política é “porta aberta”. “Há pessoas que chegam com uma ideia e nós ajudamos a passá-la para a fase de negócios”, resume Hugo Barros. “Todos precisam de prova de conceito, financiamento, licenciamento e incubação, que pode ser feita nas próprias instalações da Universidade”.

## 73

### EMPRESAS

Desde 2005, o CRIA ajudou a fundar 73 empresas. A taxa de sobrevivência é de 75%.

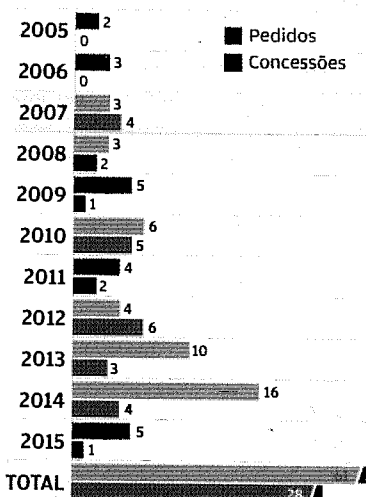
As empresas constituídas com o apoio do CRIA são de áreas tão diversas como o agro-alimentar, o turismo e as tecnologias da informação. Mas há uma que se destaca. “A economia do mar é um sector-chave”, reconhece o coordenador. “Os números dizem que sim”. A internacionalização é outro ponto comum entre elas. “A grande maioria é virada para o mercado externo. Os projectos que vêm do ambiente académico e científico nascem para o mundo. São internacionalizáveis”, acrescenta Hugo Barros.

Desde a sua fundação, o CRIA apoiou a captação de cerca de 30 milhões de euros em investimento regional, essencialmente direccionado a actividades de Inovação e Desenvolvimento Tecnológico. ■

### PATENTES NACIONAIS

Evolução do número de patentes da Universidade do Algarve

A valorização do conhecimento levou a Universidade do Algarve a apostar na protecção da criação científica e na preservação dos Direitos de Propriedade Intelectual. Desde 2005, foram registadas 28 patentes.



Fonte: CRIA

### ERVAS AROMÁTICAS

## Sal verde da culinária gourmet vai ter raízes na Ria Formosa

Criada em 2011 com o impulso do CRIA, a Mudsecrets quer incluir no seu portefólio um produto ainda pouco utilizado em Portugal: a salicórnia. Esta planta, conhecida como “sal verde” ou “espargos do mar”, já está nas ementas de vários países da Europa.

Já foi considerada uma erva daninha. Hoje é tida como um ingrediente gourmet e apreciada em restaurantes requintados de países como França, Bélgica e Holanda. A salicórnia, uma planta substituta do sal que nasce em estuários e salinas, é a mais recente aposta de Andreia Alves para projectar a Mudsecrets, a empresa que criou há quatro anos.

No pequeno armazém da firma, estão espalhadas pela mesa de trabalho várias caixas de plástico transparente, onde sobressaem os caules verdes – não é por acaso que a salicórnia é conhecida também como “espargos do mar”. Ainda que não seja familiar para a maioria dos portugueses, a planta tem ocupado grande parte do tempo da jovem empreendedora que, depois de vários meses de experiências com a salicórnia, quer arrancar com um projecto de produção na Ria Formosa no início de 2016. “Já tenho os terrenos no parque natural da Ria Formosa. Agora vou esperar o resultado da candidatura que apresentei ao PDR

2020 e, à partida, arrancar com a produção em Janeiro do próximo ano”, avança Andreia Alves.

Apesar das múltiplas potencialidades da salicórnia – cosmética, biodiesel – a fundadora da Mudsecrets quer focar-se na vertente alimentar. “Queremos mostrar aos portugueses que é um bom produto para substituir o sal”, afirma a jovem empresária. A planta, rica em iodo, fósforo, zinco e vitaminas A, C e D, é muito utilizada em saladas, pratos de peixe, marisco e até de borrego, podendo ser consumida fresca, em pó ou em conserva.

A salicórnia juntou-se recente-

### A Mudsecrets vai produzir salicórnia, uma planta que substitui o sal.

mente ao portefólio da Mudsecrets, que começou por ser uma empresa dedicada aos cosméticos naturais e à transformação de flor de sal. A ideia de criar um negócio surgiu em 2010, quando Andreia Alves, formada em higiene e segurança alimentar, perdeu o emprego. “Decidi participar no concurso de ideias do CRIA e, em 2011, constituí a empresa”, conta a empreendedora. No entanto, as pesadas “obrigações legais” levaram-na a abandonar a licença para a venda de cosméticos, e a focar-se na área alimentar, com a venda de produtos como flor de sal com ervas aromáticas, sal líquido e cavala fumada.

A salicórnia deverá juntar-se ao cabaz em meados do próximo ano e permitir à empresa aumentar a sua facturação anual de 30 para 500 mil euros em 2017, segundo estimativas da empresária. “Os clientes estão sobretudo no estrangeiro”, antecipa. “Em Portugal quase não se vende e não há hábitos de consumo. É uma batalha que vamos ter de travar”. ■

RITA FARIA

**PERGUNTAS  
A HUGO BARROS**  
Coordenador do CRIA



**“Para os bons projectos, o dinheiro vai-se arranjando”**

**Formado em Economia, Hugo Barros colabora com o CRIA desde 2005.**

Qualquer pessoa pode ser um empreendedor?

O empreendedorismo não é a solução para todos os males. E nem toda a gente pode ser um empreendedor, porque há muitos riscos. Mas é uma oportunidade como outra qualquer. Para quem tem bons projectos, o dinheiro vai-se arranjando.

Como é que se avalia se uma ideia tem potencial para se tornar num bom negócio?

Às vezes é difícil perceber o que é melhor e o que é pior. E, muitas vezes, trata-se de perceber o que está mais consolidado e mais próximo do

mercado. A avaliação tem em conta a própria ideia, as competências e a experiência do promotor e as dinâmicas do mercado nessa área.

Quais são as maiores dificuldades que os empreendedores enfrentam para criar uma empresa?

O financiamento é uma delas. Temos muitas soluções para empresas já criadas. Mas por vezes há falta de 10 ou 20 mil euros de financiamento inicial. Temos algum capital de risco, 'business angels', mas não muito. É preciso ajustar os mecanismos financeiros.

E ao nível do licenciamento?

O licenciamento das actividades inovadoras em Portugal é um verdadeiro desafio. É um processo em que

**O licenciamento das actividades inovadoras é apontado pelo CRIA como um grande desafio.**

ajudamos muito no CRIA. Temos empresas que estão à espera de licenciamento há oito anos.

Quanto tempo demora a criação de uma empresa?

As empresas de serviços são mais fáceis de constituir. Mas, no geral, pode demorar três semanas ou três anos. ■

**Apoiamos as empresas de Faro**



**Advance já com o Portugal 2020**

**O Santander Totta apoia as empresas de Faro com soluções de financiamento e/ou adiantamento dos fundos do Portugal 2020.**

**Apresente-nos a sua candidatura.**

**Informe-se já junto do seu Gestor ou do seu Balcão.**

**Mais informações em [www.portugal2020.pt](http://www.portugal2020.pt)**



Antecipação sujeita a aprovação prévia das entidades envolvidas. Não dispensa a leitura da informação pré-contratual.



Andreia Alves, gerente da Mudsecrets, começou por dedicar-se aos cosméticos e à flor de sal. A salicórnia é o próximo passo.

Bruno Simão



# É na terra das bifanas que se vai produzir caviar português

O caviar é um dos maiores luxos da gastronomia, que chega a custar cinco mil euros por quilo. A Caviar Portugal, nascida na Universidade do Algarve, vai produzir esta iguaria no próximo ano, em Vendas Novas.

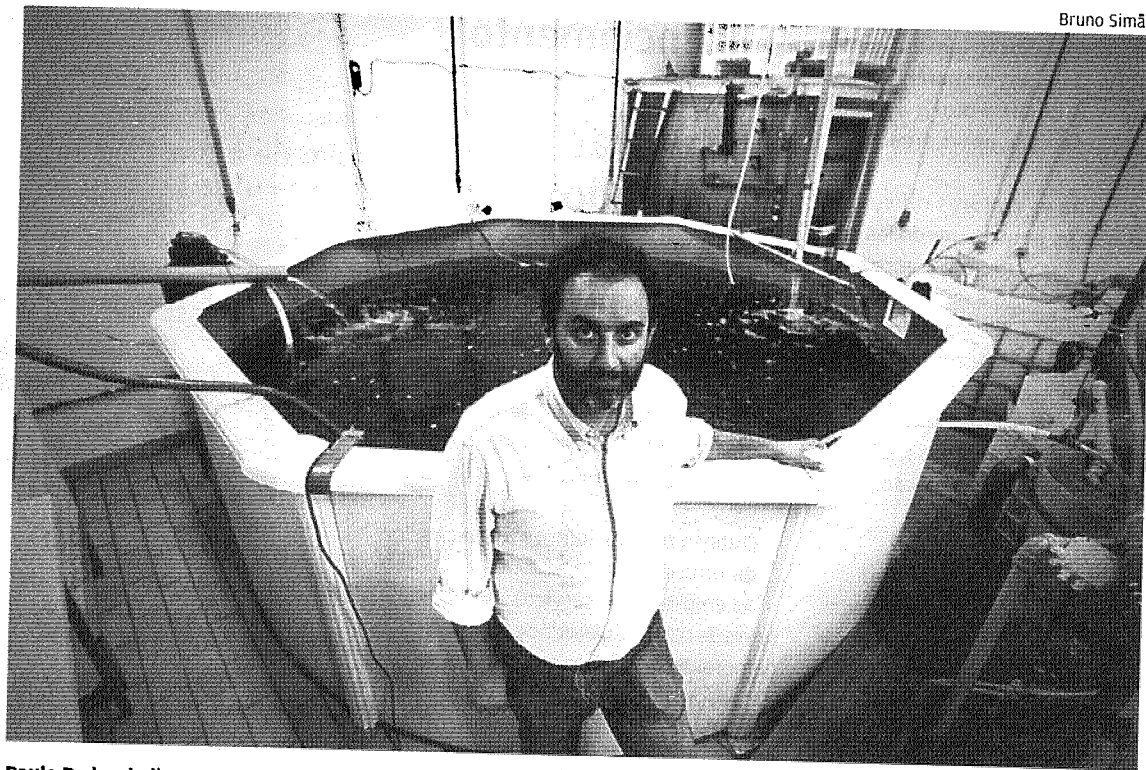
RITA FARIA  
afaria@negocios.pt

Paulo Pedro recorda-se bem do dia em que trouxe da Holanda os primeiros ovos de esturção. Mais de dois anos depois, três tanques com cerca de 300 peixes enchem as instalações da Caviar Portugal, no Campus de Gambelas, na Universidade do Algarve. A empresa, fundada em 2011, está a terminar a fase experimental e prepara-se para dar início à produção de caviar português já no próximo ano.

Para o biólogo, o interesse pela iguaria gastronómica nasceu de um golpe do destino e de um encontro inesperado, quando trabalhava na área do controlo de água. “Um dia apareceu um senhor ucraniano com uma água para analisar, porque queria fazer uma aquacultura de esturção”, conta Paulo Pedro. “Disse-lhe que a água não servia para nada mas fiquei com a pulga atrás da orelha”.

O caviar foi o mote e o CRIA a rampa de lançamento para o negócio, que acabou por tornar sócios o biólogo e Valery Afilov, antigo veterano da aquicultura de esturção na Europa de Leste. Juntos, desenharam o projecto que acabou por vencer o Prémio Especial Economia do Mar do concurso de ideias do CRIA, em 2010.

A distinção no concurso deu-lhes a possibilidade de incubar a empresa nas instalações da Universidade do Algarve. Mas, quatro anos depois, os escassos metros quadrados já não são suficientes para o ambicioso projecto industrial, que tem inscrita a meta de produção de seis toneladas de caviar por ano. Por isso, a empresa prepara-se para mudar as



Paulo Pedro dedicava-se ao controlo de água quando decidiu apostar na criação de esturção para produzir caviar.

instalações para uma unidade de produção em Vendas Novas (mais conhecida pelas bifanas), no Alentejo, já no próximo ano. Contudo, encontrar investidores para o projecto não foi tarefa fácil. “Foi uma verdadeira travessia no deserto”, confessa Paulo Pedro. “Mas já temos investidores nacionais”. O investimento

**As fêmeas de esturção podem levar de três a 10 anos a atingir a maturidade sexual e a produzir ovos.**

é de 12 milhões de euros e permitirá a criação de 25 postos de trabalho.

O preço do caviar, que pode variar entre mil e cinco mil euros por quilo, é justificado, em parte, pelo tempo de produção. A fêmea de esturção demora de três a dez anos a atingir a maturidade sexual e a produzir ovos (o caviar) que são retiradas com a morte do peixe ou através de uma intervenção cirúrgica. A preocupação com a rentabilidade do processo levou o biólogo a desenvolver um sistema de aquaponia que será aplicado à escala e permitirá a produção simultânea de peixes e vegetais. “A ideia é adicionar bactérias à água que sai dos tanques de peixes para transformar a amónia da urina em nitratos, que são óptimos para fazer crescer plantas”, explica Paulo Pedro. “Como se trata de um sistema circular, a água filtrada pode regressar aos tanques. É uma forma de criar peixes e plantas com a maior eficiência possível”.

“

**Encontrar investidores [para o projecto] foi uma verdadeira travessia no deserto.**

**[A aquaponia] é uma forma de criar peixes e plantas com a maior eficiência possível.**

PAULO PEDRO  
Sócio da Caviar Portugal

”

**TOME NOTA**  
Como nasceu o caviar de Portugal

A Caviar Portugal nasceu na Universidade do Algarve, em Faro, onde decorreu toda a investigação e experiências. Agora, prepara-se para rumar ao Alentejo onde vai arrancar o processo de produção.

**CONCURSO DE IDEIAS LANÇOU NEGÓCIO**

Em 2010, o projecto para a criação da Caviar Portugal venceu o Prémio Especial Economia do Mar do concurso de ideias do CRIA. Os dois sócios receberam apoio para constituir a empresa e a possibilidade de fazer a incubação na Universidade do Algarve.

**12 MILHÕES DE EUROS PARA DAR O SALTO**

A Caviar Portugal vai investir 12 milhões de euros numa unidade de produção em Vendas Novas, no Alentejo, que deverá arrancar no próximo ano. Os investidores são portugueses.

**AQUAPONIA POTENCIA PRODUÇÃO**

A empresa tem apostado na investigação ao nível da aquaponia - produção de peixe associada à produção de plantas e vegetais num sistema circular - para rentabilizar o processo e maximizar a eficiência energética. O objectivo é criar plantas de elevado valor no mercado.

**CARNE DE ESTURÇÃO TAMBÉM É PARA VENDA**

Além das ovas, a Caviar Portugal quer comercializar a carne de esturção que, segundo Paulo Pedro, “é muito apreciada no leste da Europa, tanto fresca como fumada”. Também a pele do peixe pode ser aproveitada para confeccionar malas e sapatos.

**CAVIAR PORTUGUÊS JÁ TEM PASSAPORTE**

O projecto está planeado, desde o início, para a exportação. “Colocámos a meta de exportação nos 95% mas, na realidade, deverá ser 100%”, afirma Paulo Pedro. A empresa vai tentar entrar no mercado nacional, mas os principais destinos do caviar serão o Canadá e países árabes.

Bruno Simão

## EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

# Ruído leva MarSensing a navegar além-fronteiras

Fundada em 2007 na Universidade do Algarve, a MarSensing desenvolve gravadores subaquáticos para medir o ruído debaixo do mar. Mais de 80% da produção já tem como destino o mercado externo.

RITA FARIA

afaria@negocios.pt

O mar é um lugar muito mais barulhento do que se possa imaginar. Que o diga Cristiano Soares que se dedica há mais de uma década à acústica submarina, a ciência que estuda a propagação do som na água. “Debaixo de água há muito ruído devido a actividades económicas”, explica o engenheiro. Há sectores que contribuem mais, como as energias renováveis ‘offshore’. Na costa portuguesa, o que se destaca é o ruído naval”.

No escritório da MarSensing, a empresa que fundou em 2007 com três sócios, Cristiano tem dispostos sobre a secretária dois instrumentos de forma cilíndrica, com cerca de 30 centímetros que, à primeira vista, não denunciam a sua utilidade. São hidrofones – gravadores subaquáticos – um dos produtos desenvolvidos e comercializados pela MarSensing. “Em Portugal, não há nenhuma empresa a desenvolver estes equipamentos”, nota Cristiano Soares. “Servem para medir o ruído, e também são utilizados para gravar outros sons subaquáticos, como golfinhos, peixes e baleias”.

Os gravadores subaquáticos, que custam entre três e nove mil euros, têm uma bateria recarregável através da luz solar e podem ser colocados até 100 metros de profundidade. A empresa não só comercializa os equipamentos, como os utiliza em serviços de consultoria – como realização de estudos de impacto ambiental – outra das vertentes do negócio. “Além de uma empresa de desenvolvimento, também somos utilizadores do produto. E uma coisa ajuda a outra”, su-

**Os gravadores subaquáticos, que custam entre três e nove mil euros, são utilizados por universidades, empresas, e pela marinha.**

blinha o empreendedor.

Formado em Engenharia de Sistemas e Computação, Cristiano Soares teve a ideia de criar a empresa em 2006, numa altura, conta, “em que havia muitos incentivos ao empreendedorismo”. Munido da experiência e do conhecimento, o jovem engenheiro contou com o apoio do CRIA – Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia – da Universidade do Algarve, para apresentar uma candidatura à Iniciativa NEOTEC. “Apresentámos a ideia e fomos premiados com incentivos. Precisávamos

“

**Debaixo de água há muito ruído devido a actividades económicas. Há sectores que contribuem mais, como as energias renováveis offshore. Na costa portuguesa, destaca-se o ruído naval.**

**Além de uma empresa de desenvolvimento, também usamos o produto. E uma coisa ajuda a outra.**

CRISTIANO SOARES  
Sócio da MarSensing

”

de um investimento inicial de 80 mil euros e conseguimos 58 mil”, explica o sócio da MarSensing.

Em Portugal, a empresa, sediada na Universidade do Algarve, tem como clientes as universidades, algumas empresas e a marinha. “A maior parte da facturação é para o exterior”, explica o sócio. “Vendemos muito para Espanha e França, para empresas de serviços ambientais”. E o peso das exportações tem crescido todos os anos: em 2012 representavam 50% da facturação, em 2013, 58% e, no ano passado, cerca de 80%. ■

## FUNDOS EUROPEUS

### Algarve captou 319 milhões no Portugal 2020

Dos 25 mil milhões de euros que o Portugal 2020 tem disponíveis, o Algarve vai receber no seu programa regional apenas 319 milhões de euros. As empresas podem candidatar-se aos programas temáticos.

O programa regional do Algarve tem disponíveis 319 milhões de euros, a menor fatia no continente por região. Isto apesar de se assumir que a região tem tido “uma perda progressiva de competitividade”, além da “fragmentação das cadeias de decisão e liderança e um crescimento acentuado da incapacidade de absorver os excedentes da mão-de-obra libertados pelos sectores em dificuldade”.

A maior fatia do programa regional é, assim, o reforço da competitividade das PME (pequenas e médias empresas) e do sector agrícola, pescas e aquicultura. Esta prioridade receberá 26,9% do bolo, seguindo-se as verbas para a promoção da sustentabilidade e qualidade do emprego e apoio à mobilidade dos trabalhadores (14,4%); para a promoção da inclusão social e combate à pobreza e qualquer tipo de discriminação (13,7%). Nos eixos prioritários está, também, a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação que receberá 12,2% das verbas regionais.

As empresas poderão, no entanto, candidatar-se ao programa temático, para a competitividade e internacionalização, que tem abertos alguns dos concursos como o destinado à internacionalização de PME, qualificação PME e inovação produtiva, a decorrer até Setembro. As candidaturas são feitas através do balcão 2020 no portal [portugal2020.pt](http://portugal2020.pt). ■ AM

Publicidade





# Tabaco e bebidas não tiram saúde à Alcigarve

Empresa-filha da Grudisul dedica-se à venda de tabaco e bebidas alcoólicas na zona sul do país. A importação de gin, rum, vodka e licores é a mais recente aposta da Alcigarve para fazer crescer o negócio.

RITA FARIA  
afaria@negocios.pt

**A**ntónio Reis regressa às instalações da empresa entre as 18 e as 19 horas. É assim todos os dias, desde que se tornou funcionário da Alcigarve, há quatro anos. Na mão traz um saco de plástico cheio de moedas, que recolheu das máquinas de tabaco que tem a seu cargo, em vários estabelecimentos do Algarve. O dia de trabalho só termina depois da contagem do dinheiro. “Tenho perto de 80 máquinas a meu cargo. O meu trabalho é reabastecê-las com tabaco e retirar o dinheiro”, explica António Reis. “Há máquinas que vendem muito bem, que dão para retirar dois mil euros de dois em dois dias. Há outras que não vendem mil euros num mês”.

Em poucos minutos, várias carlinhas perfilarão-se na garagem da empresa, num corropio de funcionários que trabalham ao som do tinter das moedas. Os veículos dividem o espaço da garagem com uma série de máquinas de tabaco danificadas. “Infelizmente, acontece muito”, lamenta João Maurício, sócio da Alcigarve. “No ano passado, foram mais de 30 máquinas para o lixo por causa dos assaltos”. De Faro a Vila Real de Santo António, a empresa tem actualmente mais de 600 máquinas de tabaco espalhadas por vários estabelecimentos, que recebem uma comissão sobre as vendas. Além disso, também comercializam para tabacarias, cafés e snack bares que vendem as embalagens avulsas.

Os cigarros são o principal negócio da Alcigarve, uma empresa de comércio grossista com mais de 30



João Maurício é sócio da Alcigarve e da Grudisul, a empresa-mãe.

**Com mais de 30 anos de história, a Alcigarve vende tabaco e bebidas alcoólicas. Os cigarros são o grande “bolo” da facturação.**

anos de história, pertencente ao grupo Grudisul. Mas não são o único. Se num dos armazéns se empilham volumes de tabaco – onde salta à vista a marca Chesterfield, que representa quase 50% das vendas de cigarros – noutra destacam-se as bebidas alcoólicas, enfileiradas em longas prateleiras.

No chão, uma linha amarela divide o armazém em dois. É para lá da linha que a empresa procede ao desalfandegamento das bebidas alcoólicas que importa para revenda, uma actividade introduzida no início deste ano. “As bebidas que estão

para além da linha é como se ainda estivessem no estrangeiro. Ainda têm de ser seladas, e só aí estarão prontas para vender”, esclarece João Maurício. “Se uma garrafa sair daquela zona sem selo, é considerado contrabando”.

O empresário acredita que o tabaco vai continuar a representar o “grande bolo da facturação” da Alcigarve, embora a aposta na importação de bebidas esteja a contribuir para o crescimento da actividade. As vendas da empresa subiram 18% no primeiro trimestre deste ano face ao mesmo período de 2014. ■

**TOME NOTA**  
Qual é o negócio da Alcigarve

A Alcigarve é uma distribuidora de tabaco e de bebidas, pertencente ao grupo Grudisul. Comercializa todo o tipo de cigarros e acessórios de tabacaria, bebidas, snacks e produtos para hotelaria.

## TABACO: O GRANDE BOLO DA FACTURAÇÃO

Desde a fundação da empresa que a venda de tabaco é o principal negócio da Alcigarve. A empresa vende cigarros em máquinas – tem cerca de 600 espalhadas por vários estabelecimentos do Algarve – e a retalhistas, que comercializam embalagens avulsas.

## TABAQUEIRA É A GRANDE FORNECEDORA

A Alcigarve compra tabaco a dois fornecedores: a Tabaqueira e a Logista. No entanto, mais de 70% da facturação diz respeito a marcas comercializadas pela Tabaqueira como Chesterfield, L&M, Marlboro SG e Português Suave.

## IMPORTAÇÃO DE BEBIDAS É APOSTA

Além de tabaco, a Alcigarve vende bebidas alcoólicas, gomas, chocolates e pastilhas a pastelarias, cafés e snack bares. No início deste ano, a empresa apostou na importação de bebidas como rum, licor, vodka e gin, que vende agora para todo o país. Segundo o sócio João Maurício, é uma aposta ganha, para continuar.

## EFEITO SAZONAL NÃO PESA NO NEGÓCIO

João Maurício considera que o negócio da Alcigarve não sofre efeitos sazonais. “Não vivemos muito do turismo”, afirma. “Em Monte Gordo ou Altura, por exemplo, há muitas diferenças entre o Verão e o Inverno. Em Faro e Olhão, nem tanto”.

## VENDAS AUMENTARAM 18% NO TRIMESTRE

As vendas da Alcigarve aumentaram 18% no primeiro trimestre deste ano face a igual período do ano passado. A empresa está sediada no concelho de Faro e tem uma delegação em Vila Real de Santo António. Conta, actualmente, com 26 trabalhadores.

“

**Há máquinas [de tabaco] que vendem muito bem, que dão para retirar dois mil euros de dois em dois dias. Há outras que não vendem mil euros num mês.**

ANTÓNIO REIS  
Funcionário da Alcigarve

**No ano passado foram mais de 30 máquinas para o lixo por causa dos assaltos.**

JOÃO MAURÍCIO  
Sócio da Alcigarve

”

EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

# Um espaço para esquecer as agruras dos dias

**O Teatro Lethes, em Faro, é gerido pela ACTA, companhia algarvia. Mas é um setubalense que está à frente. Luís Vicente vê no teatro educação e inconformismo. Mas quer mais. E reclama o facto de os fundos de apoio às artes para o Algarve serem tão baixos.**

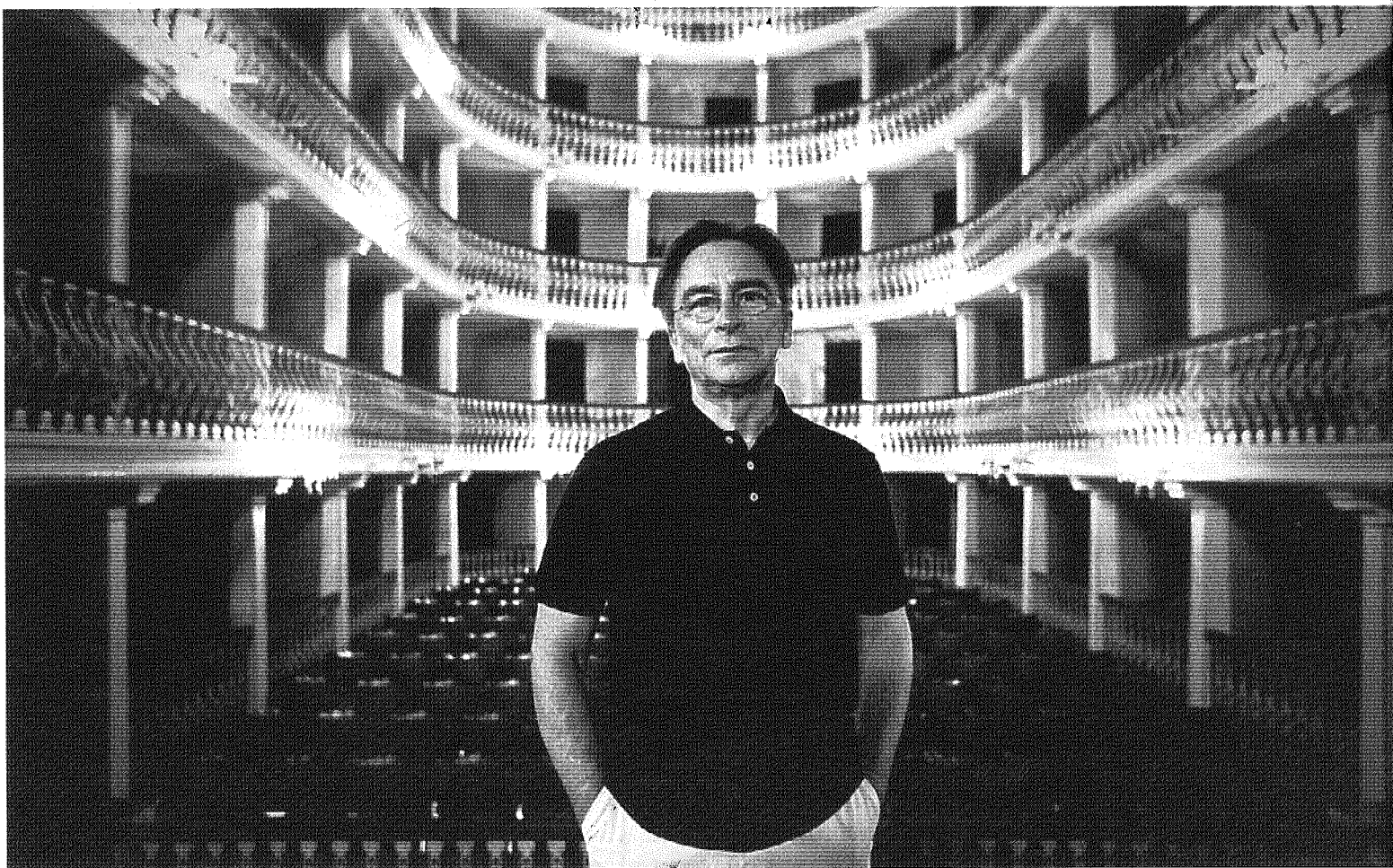
ALEXANDRA MACHADO  
amachado@negocios.pt

Quem bebesse as águas do rio Lethes ficaria com as memórias apagadas. E ficou assim na lenda como rio do esquecimento. No Teatro Lethes o que se pretende é o esquecimento das agruras da vida, mas Luís Vicente, director da companhia que gere a estrutura cénica, quer também que o teatro e as suas encenações façam as pessoas questionar. Foi o que fez com um “À Espera de Godot” revisitado, à luz da falência do Lehman Brother.

Luís Vicente, setubalense que iniciou a “aventura” algarvia há 18 anos, gostaria de levar a peça longe, quem sabe aos Estados Unidos, mas acredita que não é tarefa fácil. Os custos são elevados e não há, em Portugal, investimentos na cultura para isso. “Não tenho grandes expectativas”, avança Luís Vicente, actor, encenador, director, entusiasta. Farense “adoptado” de Setúbal, Luís Vicente luta ano após ano, há 18, por colocar Faro no mapa cénico. E consegue-o. Já se recusa a fazer memorandos ou relatórios sobre a cultura em Portugal. Os dados do Eurobarómetro são assustadores. O país está em último em quase todos os pontos. É o espelho das políticas, ou da falta delas, em Portugal. “Nunca foi feito um investimento sério na relação entre educação e cultura”.

Luís Vicente questiona, mesmo, como é possível alguém chegar ao fim da escolaridade sem ter ido uma única vez ao teatro.

É um trabalho que a ACTA - A Companhia de Teatro do Algarve, que dirige e que é a companhia residente do Teatro Lethes, faz. O serviço educativo tem várias componen-



Há quem conheça Luís Vicente da televisão. Mas é no teatro e em Faro que diz ter “um campo favorável à materialização de determinadas ideias e pontos de vista”.

tes. Uma é móvel. Num autocarro, com palco, plateia e até camarins, perto de três pessoas levam o teatro Algarve fora. As escolas são a âncora deste projecto que mereceu a distinção por parte da Gulbenkian em 2010, que atribuiu à ACTA o Prémio Educação. Neste serviço móvel apresenta-se teatro, marionetas, sombras ou espectáculos de narração. O que, aliás, já levou a ACTA ao estrangeiro, para formar professores e educadores em oito países da União Europeia e à Turquia. E, para surpresa de Luís Vicente, até foi convidado para explicar as técnicas utilizadas no seu programa escolar numa universidade que forma tradutores. Há

**A Companhia de Teatro do Algarve - ACTA - é a responsável pela gestão do Teatro Lethes.**

técnicas que podem ser utilizadas na tradução, explica Luís Vicente.

A vertente pedagógica da ACTA tem duas componentes para abranger alunos de vários graus de ensino. Até ao 12º ano de escolaridade o programa de teatro para a educação trabalha espectáculos com temáticas associadas ao programa curricular, mas também - e principalmente - a problemáticas do universo escolar.

Se a ACTA chegou a ter protocolos com 16 municípios do Algarve, hoje em dia o número é mais reduzido. E o universo de cinco mil alunos que eram “tocados” pelas iniciativas pedagógicas da ACTA foi redu-

zido para dois mil. Sinais dos tempos que obrigaram, ainda, a um diminuição no número total de pessoas a trabalhar para a companhia. São hoje onze. Mas há, ainda, os voluntários São 32 pessoas dos 19 aos 71 anos. Dois são alemães. Algarve é sinónimo de estrangeiros, mas Luís Vicente não os vê muito no teatro.

Entre as quatro paredes do teatro, propriedade da Cruz Vermelha mas cujo arrendamento é pago pela edilidade local, a programação vai variando e já está planeada até finais de 2015. Não são apenas encenações da ACTA. Qualidade e diversidade guiam Luís Vicente na escolha da programação. ■



**RATÉGIA**  
**Ar**  
**tura**  
**rais público**

## Tubos de escape e Heavy Metal num hostel de motoqueiros

O Moto Clube de Faro existe há 33 anos. Além das concentrações que organiza, é também local de paragem para quem queira descansar de uma longa viagem de mota. Perguntem ao Ralf e à Anna.

Companhia de Teatro Algarvia  
 Teatro Lethes, em pleno cen-  
 Faro. Teatro, dança, música,  
 ais, mas também educação.  
 tro tem programação já con-  
 da até final de 2015.

### ARVE TEM ICOS APOIOS

IA - A Companhia de Teatro do  
 ve está a recolher cinco mil as-  
 uras para entregar uma petição  
 arlamento. Quer saber a razão  
 alterada a situação que leva a  
 o Algarve tenha apenas 250 mil  
 s no plano para os acordos tri-  
 idos 2013-2016. É a região que  
 os receberá. Luís Vicente con-  
 e diz não entender.

### RO NO CIRCUITO RICO

companhias de teatro portu-  
 e três espanholas formam o Cir-  
 o ibérico de Artes Cénicas. A  
 A é uma das portuguesas, a par  
 Centro Dramático de Évora, Es-  
 da Noite - Grupo de Teatro de  
 mbra, Companhia de Teatro de  
 ga, Teatro das Beiras e Teatro do  
 itemuro. Do lado espanhol a rede  
 iga o Teatro Guirigai, de Los San-  
 de Maimona (Badajoz), a compa-  
 a Karlik Danza Teatro (Cáceres) e  
 Fundación (Sevilha). Sem finan-  
 mentos, a rede permite que os es-  
 táculos das várias companhias  
 culem por essas terras.

### ATRO MUNICIPAL DE RO NÃO CONCORRE

oucos quilómetros de distância  
 construído o Teatro Municipal de  
 ro, com capacidade para 800 pes-  
 as. O Teatro Lethes consegue re-  
 ber num máximo 250 pessoas.  
 as não há concorrência. O tipo de  
 ectáculos no Teatro Municipal é  
 ferente, admite Luís Vicente. No  
 tanto, pode retirar alguns apoios.

### ROGRAMAÇÃO JÁ FEITA TÉ FINAL DO ANO

Luís Vicente apresentou a programa-  
 io para o Teatro Lethes numa base  
 nual. Já a tem definida até final de  
 015. "Este é o caminho certo", es-  
 reve Luís Vicente na agenda anual  
 ublicada e que tem esse programa.

Que moto é essa? "Nunca vi isto",  
 responde José Amaro, enquanto  
 inspecciona duas motos de ar frágil,  
 carregadas com roupa, sacos de  
 cama e alguma comida, paradas em  
 frente ao Moto Clube de Faro. "Ou  
 ele percebe de mecânica...", acres-  
 centa, com ar de quem o final da fra-  
 se seria "... ou está tramado".

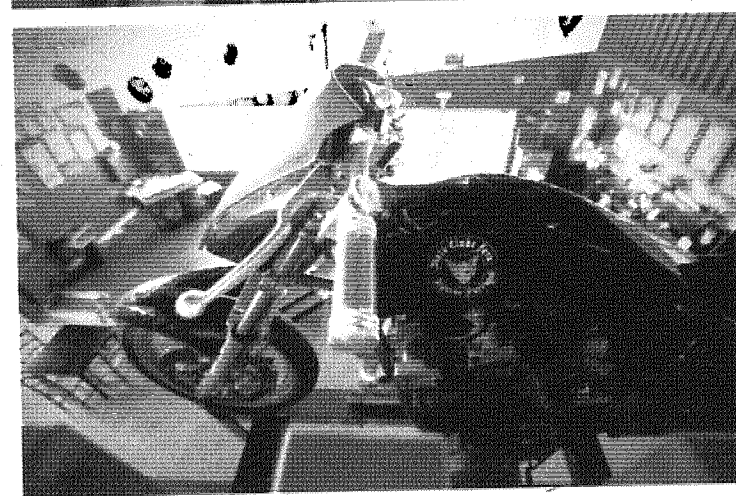
As motos pertencem a Ralf e  
 Anna. Dois jovens louros alemães a  
 caminho de Marrocos. Queriam ape-  
 nas visitar o Moto Clube, mas acaba-  
 ram por ter direito a uma camarata  
 para passar a noite, com cozinha e du-  
 che. Uma espécie de hostel moto-  
 queiro. Mas grátis. "É para o pessoal  
 que anda a passear de moto. Não pre-  
 cisa de ser sócio, pertencer a clubes,  
 nem interessa a moto que tenha", ex-  
 plica José Amaro, presidente do Mo-  
 to Clube. "Na essência, a moto é uma  
 coisa simples. Como deviam ser as  
 pessoas". No caso de Ralf e Anna, ain-  
 da bem que a qualidade da moto não  
 é critério para dormir no Clube. As  
 duas motos têm ar de não chegar lon-  
 ge num deserto marroquino. O ter-  
 mo de comparação pode não ser jus-  
 to. Afinal, Amaro conduz uma Kawa-  
 saki 1000 ZL. Um "clássico". "Já tem  
 28 anos, mas ainda é uma mota de  
 alta cilindrada." Por quanto é que a  
 vendia? "Não se vende. É uma mota  
 com pedigree... já tem estatuto."

Alto, de cabelos compridos acin-  
 zentados e t-shirt preta, é difícil não  
 reparar em José Amaro. Com 63  
 anos, diz que conduz "motorizadas"  
 desde os 15 e "motas" desde os 18. Aos  
 30 criaria o Moto Clube, com outras  
 pessoas de Faro com quem já ia a  
 concentrações no estrangeiro. Em-  
 bora o clube "só" tenha sido funda-  
 do oficialmente em 1982 - ano da  
 primeira concentração que organi-  
 zaram - já existe desde 1975.

Hoje tem cerca de 500 sócios e  
 chega a chamar 32 mil motoqueiros  
 às suas concentrações (a última teve  
 15 mil, "devido à crise"). "Quando se  
 fundou o Clube não se pensava que



Bruno Simão



Em cima: uma das camaratas do Moto Clube de Faro, onde os visitantes podem dormir. Também há cozinha e duche. Em baixo: o bar da sede do Clube.

atingisse estas proporções", admite  
 José Amaro. "O Moto Clube teve a  
 sorte de nascer na época certa. 1982  
 é uma época de começo de coisas.  
 Apanhámos um 'boom' das motas,  
 nos anos 90 e início dos 2000."

A popularidade de que o rocke o  
 heavy metal gozavam deu uma ajuda.  
 E nenhuma banda esteve tão pró-  
 xima do Moto Clube como os Iron  
 Maiden. Uma amizade que nasceu  
 do facto de um dos membros do Clu-  
 be ter sido "roadie" (que trabalha nos  
 tours) do conjunto inglês. A banda  
 aceitou ser cabeça de cartaz da con-  
 centração de 2011 e foram batidos re-  
 cordes de assistência.

"Houve sempre uma grande afi-

nidade. São pessoas simples, o Steve  
 [Harris, baixista] é altamente", refe-  
 re Amaro. "Há dias li no Facebook  
 que os Iron Maiden tinham jogado  
 no ano tal com o Benfica no Estádio  
 da Luz... o Moto Clube de Faro jogou  
 umas duas ou três vezes com eles  
 aqui no Estádio de São Luís!" E jo-  
 gam bem? "Jogam, jogam!"

As raízes podem ser radicais, mas  
 o Clube tenta integrar-se nas tradi-  
 ções do município. Embora muitos  
 dos membros não sejam católicos, co-  
 laboram com quem organiza as fes-  
 tividades da Páscoa em Faro, assim  
 como com o Banco Alimentar ou a  
 Ordem da Madre Teresa de Calcutá.

A sede onde é feita a entrevista

“

O Moto Clube teve  
 a sorte de nascer  
 na época certa.  
 1982 é uma época  
 de começo de coisas.

Na essência, a mota  
 é uma coisa simples.  
 Como deviam ser  
 as pessoas.



JOSÉ AMARO  
 Presidente do Moto Clube de Faro

”

tem apenas três anos. Aproveitaram  
 uma cedência de terrenos da Câma-  
 ra em 2007 e, através de poupanças  
 e um empréstimo da banca, concluí-  
 ram o projecto de um milhão de eu-  
 ros. O bar com esplanada - onde  
 também já tocou Steve Harris (um  
 dos fundadores dos Iron Maiden) -  
 é explorado por dois membros do  
 Clube, há 12 garagens para alugar,  
 um ginásio e uma unidade de cama-  
 ratas com 14 camas, para motoquei-  
 ros como Ralf e Anna descansarem.  
 Também há uma biblioteca (temá-  
 tica). Uma enorme chaminé de inox  
 trepa a fachada da sede. Tem a forma  
 de um tubo de escape. Pois claro. ■

NUNO AGUIAR