



RELATÓRIO

A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, I.P. (CCDR Algarve), através da Unidade de Planeamento e Desenvolvimento Regional (UPDR), promoveu, no dia 18 de março de 2026, a 7.ª Plataforma de Inovação e Colaboração (PIC), dedicada ao “Turismo”, um dos domínios da Estratégia Regional de Especialização Inteligente do Algarve (EREI Algarve).

A iniciativa reuniu mais de 75 participantes do ecossistema regional, nomeadamente universidades, empresas, sociedade civil e administração pública.

ABERTURA

A sessão de abertura contou com a presença do Vice-Presidente da CCDR Algarve, I.P., Cristiano Cabrita, que iniciou a sessão realçando a importância do papel dos modelos de governança na dinamização regional e na adaptação às necessidades atuais, em que o Algarve “teve efetivamente que desempenhar um conjunto de dinâmicas junto das entidades públicas, de entidades privadas, para desenvolver um processo participativo, sendo que só assim faz sentido”.

Este dinamismo regional levou-o a falar não apenas de inovação no turismo, mas também na necessidade da mesma nos restantes domínios da EREI, nos recursos endógenos terrestres, nas indústrias culturais e criativas, economia do mar, na saúde, bem-estar e longevidade, e nas questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental e digitalização.

Segundo o Vice-Presidente, a CCDR Algarve, I.P. tem vindo a trabalhar neste ecossistema, com responsabilidade e com um modelo de governação que está subjacente a uma estratégia de resiliência e à Estratégia Regional de Especialização Inteligente (EREI).

Em relação ao setor do turismo, disse ser da responsabilidade da CCDR Algarve, I.P. trazer novas ideias à mesa de discussão, para alavancar o crescimento económico e dinamizar o setor, um setor que considerou estratégico e transversal a toda a região, com a constante necessidade de mais conhecimento, mais tecnologia, mais sustentabilidade, mais eficiência e uma constante procura de novos rumos.

Também na mesa de abertura, André Gomes, Presidente da Região de Turismo do Algarve (RTA) destacou a necessidade imperiosa destes momentos de reflexão, onde se percebe que, dentro daquilo que é o setor do turismo, deve-se ter a capacidade de mobilizar, participar e contribuir diariamente para responder aos desafios da região, sendo essencial pensar o turismo de forma colaborativa, aberta e orientada, em particular na área da inovação.

O responsável da RTA sublinhou ainda que a competição internacional intensificou os padrões de procura de destinos turísticos, padrões esses que estão a mudar rapidamente e a provocar o nascer de novos desafios ambientais e tecnológicos e de novas exigências ao nosso território. Perante este cenário, foi transmitida uma ideia fundamental: “o futuro do turismo não se constrói apenas com promoção... constrói-se com inovação, com conhecimento e com sustentabilidade, que não é por acaso que está na base da nossa estratégia, nomeadamente e em particular, talvez na última década.”

Ainda reiterou que “É através deste tipo de iniciativas que criamos espaços onde o conhecimento se cruza não só com aquilo que é a experiência empresarial, mas também onde podem surgir novas soluções para estes novos desafios, esta estratégia regional de especialização inteligente do Algarve aponta exatamente nesse sentido”. Em seguida defendeu que a inovação neste setor passa por 3 grandes prioridades estratégicas:

- Em primeiro lugar a sustentabilidade dos nossos recursos, em particular destacando a questão da água, num território como o Algarve, onde o turismo tem uma expressão significativa e a gestão deste recurso torna-se mais fulcral.
- A segunda prioridade recai sobre a transformação digital do setor, frisando que a digitalização está a “...alterar profundamente a forma como os turistas escolhem os destinos, como reservam as experiências e como interagem com o nosso território, os destinos que conseguirem melhorar a tecnologia e os dados na gestão turística, terão garantidamente uma vantagem competitiva”.
- Por último, e não menos importante, a diversificação e a qualificação da oferta turística, temática que, de facto, tem sido o foco do empenho da RTA.

Defendeu também que a inovação neste setor passa pela valorização dos nossos recursos naturais, culturais e económicos, mantendo a preservação da identidade, autenticidade, o que distingue esta região ao nível do mundo turístico, e que passa essencialmente por continuar a inovar, nomeadamente, nos produtos associados ao turismo da natureza.

De seguida tivemos o contributo de Patrícia Pinto, Vice-Reitora da Universidade do Algarve, também presente na abertura desta sessão, onde destacou a convicção de que o Algarve, por via do Turismo, deverá ser “mais inovador, mais sustentável e mais resiliente”, estando a universidade também no centro deste processo, através da formação de profissionais que lideram e inovam o setor.

Referiu que, seja nas licenciaturas em turismo ou em gestão hoteleira, seja nos cursos de mestrado ou de doutoramento, a oferta é muito diversificada e profundamente ligada às necessidades do setor e que a qualidade da investigação realizada na universidade e no território, através de estágios e projetos com empresas regionais é “...um verdadeiro laboratório vivo para o ensino e para a investigação no setor do turismo”.

A Vice-Reitora destacou dois pilares fundamentais da universidade relativos à inovação, os centros de investigação especificamente ligados ao turismo: o Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar (CINTURS) e o Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR) que são considerados “...referências nacionais e internacionais ao nível da produção de conhecimento com vista ao desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos”. Sublinhou que os dois centros de investigação geram ciência que informa as políticas públicas e práticas empresariais, permitindo uma investigação multidisciplinar e colaborativa que liga a academia ao tecido empresarial e à sociedade civil.

Foi ainda mencionado que “não podemos falar só em investigação, também devemos falar em transferência de conhecimento a este nível” e para isso destacou o trabalho realizado entre a universidade e o KIPT Colab, laboratório colaborativo para o conhecimento e inovação nas profissões em turismo, e com o Observatório para o Turismo Sustentável do Algarve (OTSA).

A encerrar a sessão de abertura, Lurdes Serpa Carvalho, Diretora da Unidade de Planeamento e Desenvolvimento Regional (UPDR) da CCDR Algarve, I.P., contextualizou a Estratégia de Especialização Inteligente do Algarve (EREI), a evolução de 2020 para 2030 do RIS3 Algarve, os desafios sociais, domínios e agendas. Dentro dos domínios, referiu que o intuito da sessão seria aprofundar a grande transversalidade da sustentabilidade e da digitalização e TIC, sendo muito importante reforçar a ideia de que nesta temática, o Turismo, existe uma transversalidade marcante.

Referiu também que a próxima reunião do CIRA - Conselho de Inovação Regional do Algarve seria realizada em maio, sendo que a inovação, investigação e todas as temáticas até ali abordadas, seriam exatamente os pontos a valorizar na avaliação do programa do conselho regional de inovação do Algarve, assim como de outros eventos já realizados anteriormente.

Destacou ainda a importância, como resposta a recomendações europeias, da necessidade das transições ambiental e digital, explicando que “...na ambiental, temos a eficiência do uso de recursos, temos a transição energética, temos a climática, economia circular, o desenvolvimento urbano sustentável. Na transição digital, temos desde a robótica às plataformas digitais, às tecnologias digitais, o blockchain e as cidades inteligentes”. Disse ser muito importante realizar um planeamento urbano digital, com dados abertos e com acesso a um património cultural digital.

Em seguida, a responsável referiu que os Sistemas de Incentivos a Ações Coletivas (SIAC), no âmbito do Programa Regional ALGARVE 2030, estavam a ser transversalmente aplicados ao turismo, respondendo à necessidade de financiamento de projetos como o Descarbonizar Algarve, o Spa do futuro, o Inova Algarve 3.0 e o Observatório Marinho do Algarve. Na área das incubadoras de turismo, referiu os programas FIT 2.0, desenvolvido pelo Turismo de Portugal e o Green Horizons, com candidaturas abertas até 26 de abril.

Foi mencionada a vontade da CCDR Algarve, I.P. colocar o Algarve na agenda do NEST, por este ser o grande centro de investigação de inovação para o turismo, assente em áreas como a personalização das experiências e a sustentabilidade, afirmando querer aproximá-lo mais do Algarve, do trabalho aqui desenvolvido, com maior participação ativa.

Apresentou ainda os projetos de cooperação transfronteiriça, na área do turismo, coordenados pela UPDR no âmbito do INTERREG, dos quais destacou o ForTours, sobre as fortificações de fronteira, o Ciclosend, relativamente às rotas cicláveis e o Red Cift, referente à náutica de recreio.

Antes de finalizar a sessão de abertura, Lurdes Carvalho sublinhou que as quatro prioridades da estratégia europeia para o turismo para a próxima década estavam já identificadas: competitividade e sustentabilidade, mão de obra e qualificação, dados e tecnologia, e construção da marca Europa. Referiu que estas prioridades iriam trazer novos desafios, exemplo disso eram os projetos do hotel do futuro e do spa do futuro, trabalhados no SIAC - Crosstech Algarve 2030, com o desenvolvimento de teses e espaços de descoberta empreendedora.

PARTE I | TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E VERDE NO TURISMO DO ALGARVE

Comunicação: “ESTADO DE ARTE DAS TECNOLOGIAS APLICADAS AO TURISMO”

Joaquim Nascimento | Presidente da Algarve Evolution

Nesta comunicação foi apresentada a ideia, baseada na realidade atual, de que a tecnologia está a criar “...uma grande disrupção em toda a nossa vida, mas no turismo principalmente através da inteligência artificial generativa e com personalização, realidade virtual, IoT e blockchain”.

A este propósito, o orador disse ter recolhido alguns números e dados, da Amadeus 2025, um dos grandes fornecedores de serviços de turismo, onde destacou que “...42% dos viajantes já usam a IA para planear viagens e todos nós sabemos a disrupção que foi, quando surgiu os “Bookings” e esse tipo de motores, que colocaram no turismo, neste momento a IA é capaz de ser maior ainda”.

Referiu que estão a surgir novos desafios nas organizações e nos potenciais clientes: “...pensem na vossa organização e pensem que são um potencial cliente, pode ser português, pode ser estrangeiro, se eu quiser ter um hotel com spa em Portugal, vejam se a vossa entidade aparece, porque é a forma mais reveladora, nos dias que correm, de compreender se estamos a ser encontrados ou não.”

Sabendo que, nos websites, a presença digital está muito focada para ser utilizada por humanos e serem eles a ler a informação que está disponível, Joaquim Nascimento frisou que, cada vez mais, são sites como o Chat GPT ou o Gemini que irão fazer a procura por viagens pelas pessoas, fazendo as pesquisas, comparando reservas e fazendo os pagamentos, tudo autonomamente. Avisou que, se os empresários não estiverem presentes nestas novas formas de procurar, utilizar e pagar no turismo, iriam acabar por ficar para trás.

O dirigente disse ainda que a segmentação do consumidor, seja por perfil demográfico ou pela quantidade de informação disponível, iria acelerar dramaticamente a personalização baseada na utilização, porque cada vez mais dados são recolhidos sobre as pessoas a toda a hora e os operadores de turismo podem assim potenciar as experiências dos clientes utilizando esses mesmos dados.

Outra área que referiu estar também presente no setor há algum tempo é a realidade virtual e a realidade aumentada, salientando que, quando existem estas opções nos websites, locais a visitar, museus, entre outras escolhas, o interesse e a procura pelo destino aumenta. Segundo o orador, a realidade aumentada também já é utilizada para treinar o staff, não sendo necessário a deslocação ao local.

Assinalou que a internet of things (IoT), sensores, dispositivos que providenciam a informação, também estão cada vez mais presentes, “...em quartos inteligentes, nos aeroportos para controlar o tráfego aéreo, gestão dos destinos, mas eu acho que cada vez mais, com a recolha de dados e com a IA, muitas vezes o problema que temos é dados a mais e a IA pode ajudar-nos a digerir estes dados e a tomar ações com base nestas informações”.

Porém, afirmou que não se poderia deixar de ter em conta que os avanços tecnológicos, como a IA, não resolvem muitos dos constrangimentos que hoje identificamos. Por exemplo, referiu que os robôs que servem às mesas ainda são uma solução imperfeita, são caros e não resolvem um problema de escassez de mão de obra, embora ajudem a resolver muitos constrangimentos de tarefas administrativas rotineiras. Neste âmbito, disse que existem tarefas em que a IA e a robótica podem ajudar, funções repetitivas e realizadas por trabalhadores menos qualificados,

mas que esta ajuda pode causar outro problema, porque muito embora de momento haja falta de mão de obra, daqui a alguns anos poderemos estar, pelo contrário, com mão-de-obra a mais. Rematou o seu discurso informando que “fazer uma implementação destas, que liberta 30% do tempo de uma equipa, não é impressionante, não é ficção científica, aconteceu no último mês”.

Por fim, Joaquim deixou três conselhos práticos aos empresários turísticos:

Primeiro, fazer uma auditoria de dados, porque as empresas, já tendo os dados que lhes permitem conhecer e ter uma visão completa do cliente, nomeadamente pelos registos, e-mails, contas sociais ligadas ou não, a IA pode absorver isto tudo e ajudar a melhorar a oferta.

Em segundo lugar, com as pesquisas a serem feitas cada vez mais por IA e menos por pessoas, recomenda-se pensar o que é que poderá ter um website para ser encontrado pelo Chat GPT, sendo que a pesquisa de informação e o tipo de informação que essas ferramentas vão procurar é completamente diferente da realizada por pessoas.

E por último, experimentarem automatizar o envio de preços/informações por e-mail, utilizando as novas tecnologias, começando por algo simples. Por mais pequeno que seja a mudança, usar a IA para acrescentar valor é fundamental, porque quanto mais e mais se utilizar as novas tecnologias, mais vantagem competitiva haverá no setor do turismo.

1.ª Mesa-Redonda | O TURISMO E O ECOSISTEMA REGIONAL DE INOVAÇÃO

Moderação: Aquiles Marreiros (Programa Regional ALGARVE 2030)

O moderador da primeira mesa-redonda, Aquiles Marreiros, do Programa Algarve 2030, iniciou o debate com uma nota que se prende com a temática da EREI Algarve. Disse que, embora haja muitas ações de disseminação, sessões, reuniões, EDE e outros eventos sobre os domínios da EREI, considerou fundamental centrarmos a nossa atenção no seu objetivo específico, que parte de um pressuposto definido no início de 2020, no contexto do Programa Regional: “A estratégia chama-se Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente, é esse o foco, o ter financiamento a seguir é uma consequência”. Neste âmbito, referiu que, na área do turismo, existe já muito caminho feito, mas há muitos mais caminhos para fazer por forma a consolidar esta noção de inovação no contexto do turismo e chegar efetivamente ao mercado, sendo que o ecossistema regional de inovação mudou, as infraestruturas mudaram e os atores mudaram.

A terminar a sua alocação aditou que, quando se trabalha em temáticas como a inovação e a investigação de um fenómeno, temos de ter connosco os atores que importam, estejam onde estiverem a desenvolver o seu trabalho e no Algarve, existem atores com características absolutamente diferentes, tanto no setor associativo empresarial, como no setor ligado à academia.

De seguida foi realizada uma muito breve apresentação dos convidados para esta sessão, dando-se o início à mesa-redonda.

Miguel Fernandes | Dengun - Startup Studio & Agência Digital

Miguel criou a sua empresa de inovação e tecnologia há 20 anos, considerando que tem sido complicado acompanhar estas inovações. Para ele, toda a tecnologia desenvolvida durante esses anos, não se compara, em nada, com as inovações tecnológicas que agora surgem e alertou que vai ser muito difícil acompanhar a rapidez dos próximos desenvolvimentos, mesmo porque “...nós estamos pela primeira vez na história da humanidade com uma inteligência que não é humana”.

Assinalou que a transformação digital “...vai ser tão acelerada e rápida, que possivelmente terá um impacto maior do que a revolução industrial de há 200 anos”. Considerou ainda que nesta transformação, não apenas digital, teríamos colaboradores de IA a trabalhar com os nossos colegas, ao nível do management, no dia a dia, ao nível de operações, a interagirem com clientes, o que, a seu ver, seria assustador, tanto para trabalhadores, como para as organizações.

O empresário afirmou ter esta temática como uma das suas grandes preocupações, sendo que a sua empresa de tecnologia e inovação no Algarve, se não acompanhar o ritmo a que mudam as tecnologias, não iria sobreviver, assim como tantas outras na mesma situação. Referiu ainda que “...com estas transformações, as pessoas e empresas têm de perceber o que é, como é que implementamos colaboradores, como é que começamos a automatizar e o que é que fazemos às pessoas”

Deu depois o bom exemplo de um investidor que se mudou para o Algarve, com cerca de 60 anos, que criou e vendeu seis empresas, ou seja, criou uma empresa, vendeu, criou, voltou a vender, seis vezes, o que na opinião de Miguel Fernandes: “...é isto que nos falta, saber fazer, saber criar, saber vender e fazer este loop várias vezes”.

Daniela Fazenda | Projeto OMA - CCMar

A Daniela Fazenda apresentou-se como gestora de inovação no Centro de Ciências do Mar do Algarve (CCMAR), sendo o seu trabalho ouvir os investigadores e traduzir aquilo que eles fazem para objetos auditáveis. Para o efeito disse serem aproveitados os vários stakeholders, os laboratórios colaborativos, do CINTURS à própria universidade, entre outras unidades de investigação.

Afirmou que o CCMAR acabou por se posicionar, saindo um bocadinho da porta da biotecnologia para a porta da sustentabilidade, pois as empresas e instituições com as quais já colaboravam (hotéis e câmaras municipais) foram realizando um trabalho conjunto, passando a ver a sustentabilidade como um investimento. Questionando como é que uma região pode

valorizar isso referiu “...claramente o que se produz para a economia não recebemos de volta” e que existiam ainda muitas coisas no Algarve que poderiam ser capitalizadas, mesmo com ecossistemas mais protegidos.

Daniela considerou o Algarve como uma região cada vez mais resiliente, não só resiliência económica, mas resiliência social, dando o exemplo de existirem imensas famílias a trabalhar na hotelaria que, caso houvesse um fenómeno biológico que afetasse os hotéis, isso iria causar impacto em todas essas famílias.

Referiu vários exemplos de inovações que podem desenvolver-se através de parcerias com o CCMAR, como soluções ao nível da análise das águas, dos microplásticos, dos sistemas de filtragem independentes e que, em muitos casos, têm necessidade de equipamentos que estão disponíveis no CCMAR. Porém, disse que há falta de conhecimento por parte da hotelaria de que estas soluções existem e, por outro lado, também os parceiros colocam desafios que o CCMAR ainda não pensou ou que ainda não estão na sua agenda.

Finalizou a sua intervenção com outro assunto muito debatido e que várias instituições realçam e com necessidade de alternativas inovadoras, que é a questão dos resíduos, existente em todas as áreas do turismo, e não só, com grande peso em todas as operações, informando que a primeira edição do Algarve Summit foi dedicada ao tema dos resíduos e da economia circular. Deu como exemplo o projeto das ostras na Culatra, que estuda o que fazer com os resíduos, em que se podem transformar e como podem ser reutilizados, fugindo aos aterros, sendo um projeto que surge dessa necessidade de soluções inovadoras.

Mafalda Brilhante | Grupo Pestana

Em termos de apresentação foi referido que o Grupo Pestana tem sido exemplar em avançar com um conjunto de medidas que estão alinhadas com a ótica da transição ambiental e digital.

Mafalda Brilhante referiu que “...sendo o maior grupo hoteleiro, temos uma responsabilidade acrescida no turismo e, portanto, no exemplo que damos”. Neste âmbito frisou que, nos últimos dois anos, o Grupo Pestana tinha obtido o selo Save Water, que distingue as unidades que conseguem realizar alterações nas suas infraestruturas e poupar 15% de água, tendo não só conseguido a distinção em todas as unidades do grupo, como atingido uma poupança de 16%. Outro exemplo de boas práticas em soluções inovadoras no uso da água, referido pela oradora, foi o facto de há dois anos terem conseguido reativar a dessalinizadora de Alvor, muito embora não seja usada na totalidade das suas potencialidades por ser uma dessalinizadora privada.

Salientou também que foi criada uma comunidade de energia para todos os seus hotéis, aproveitando o excedente de energia para partilhar o mesmo entre hotéis, sendo que na época alta já conseguiram que o seu autoconsumo atingisse os 40%. A educação dos colaboradores foi outro fator muito importante destacado por Mafalda Brilhante, para que haja o entendimento enraizado e generalizado de que todos os recursos devem ser poupados ao máximo.

No campo do golfe, disse ter havido uma transição ambiental, pela alteração das máquinas de cortar relva, ditas normais, para robôs elétricos, abandonando a solução a diesel, ao que juntaram o uso de drones fertilizantes, que andam pelos campos e fazem a fertilização.

Afirmou, por fim, que o grupo tem hotéis com muitos anos e que os hotéis mais antigos começaram a sentir a necessidade de modernizar os equipamentos existentes, adaptando-se à procura, tendo, nesse sentido, começado a surgir novas soluções muito mais sustentáveis e muito mais eficientes.

Antónia Correia | KIPT CoLab

Antónia Correia disse ter a seu cargo a responsabilidade da formação e capacitação de muitos dos profissionais que vão trabalhar para o Turismo e a responsabilidade de gerir o KIPT Colab, o primeiro e único laboratório colaborativo de turismo em Portugal.

Afirmou o seguinte: “Através da investigação científica e através dos artigos científicos, traduzidos para português, pretendemos influenciar a decisão política e ajudar as empresas a inovar, e são esses os nossos dois grandes objetivos, dando prioridade ao conhecimento, à investigação e à sua tradução”. Disse ainda que “...nós não queremos ser só sustentáveis, queremos ter uma competitividade sustentável, porque é a única forma de estarmos na vanguarda daquilo que se faz de melhor no turismo e, portanto, sermos os líderes das melhores práticas”.

A responsável asseverou que a transição digital implica obrigatoriamente capacitação, leitura de dados, perceber os números e o que fazer com eles, mas a transição ambiental, vê-a mais como uma transição de espaços e de comunidades “...porque o ambiente surge dentro de uma comunidade e o que nós temos que preservar é a comunidade como o melhor sítio para se viver”.

Com a análise de dados e pelos trabalhos desenvolvidos nos Observatórios, informação que se complementa uma à outra, referiu poder constatar situações que, de outra forma, não saíam à vista e que se deveria ter em conta que “...a partir dos 55 anos de idade, ninguém é promovido no turismo. Isto significa o quê? Significa que há 15 anos de ineficiência no setor...”

Assinalou que os focos principais do KIPT Colab são os três grandes problemas da região: a governança, a eficiência e a redução de emissões, e a preservação das comunidades.

Antónia Correia ainda salientou que os problemas relacionados com o setor do turismo não podem ser só resolvidos com soluções inovadoras, passa também por uma mudança da narrativa. Os trabalhos por turnos, o não saírem a horas, os que não tem horas para entrar, os que trabalham aos fins-de-semana, os que trabalham no Natal, na Passagem de Ano, os maus salários... foram situações referidas e que acontecem em muitas profissões, não apenas no turismo, porque é uma questão cultural. Neste âmbito, afirmou que o KIPT Colab tem realizado

muito trabalho para mudar essa narrativa, referindo que “...a verdade é que no último ano os salários em Portugal cresceram 6% e no turismo cresceram 8%”.

Por último, para finalizar esta mesa-redonda, foi lançado um desafio aos oradores: uma oportunidade e um desafio para o setor, para animar e torná-lo um destino mais inteligente, mais sustentável e mais inclusivo.

Em termos de oportunidades referiram duas situações importantes que estão a surgir: uma, é que o aumento dos preços na oferta turística regional tem originado um aumento do nível de turismo que nos procura, ficando o setor com mais recursos financeiros para investir; outra, é que os mercados estão a reagir à sustentabilidade, devendo-se perceber o seu efeito, estudá-los e aplicar na nossa região.

Como desafios e possíveis soluções para os mesmos, os oradores realçaram a dificuldade na retenção de talentos e a dificuldade na adaptação às alterações climáticas; a falta de saber trabalhar em colaboração com o outro; a necessidade de criar um turismo mais inteligente e mais autêntico; ter financiamentos estratégicos na inovação, na qualificação e na transição digital, e a valorização das experiências e das comunidades.

EDE - ESPAÇO DE DESCOBERTA EMPREENDEDORA

Joaquim Lourenço | Salema Eco Camp | Taxa de Gestão de Resíduos

O participante começou por informar que o Salema Eco Camp é um espaço 100% sustentável, com cinco anos de neutralidade em carbono, em que toda a água residual é tratada e utilizada na rega e no qual são produtores de toda a sua eletricidade com painéis solares, produzindo eletricidade para todos os dias. Acrescentou que concebem os próprios sistemas de esgotos, para cujo tratamento recorrem a microrganismos efetivos eficientes que eles mesmos produzem e têm uma equipa de sustentabilidade, ecologia e regeneração. Disse ainda que estavam ligados à associação ambiental Zero e que, presentemente, eram também um espaço zero waste, com 25 toneladas de composto orgânico produzido no último ano, tendo como objetivo, através dos sistemas de compostagem, atingir as 30 ou 35 toneladas de composto.

Mas agora, o que Joaquim Lourenço considerou ser um exemplo de excelência na inovação ambiental, deparou-se com um problema: a empresa Algar informou o Eco Camp que este passou a ser um grande produtor de recicláveis, o que corresponde a ter 1200 l de recicláveis diários, tendo procedido à notificação de que iriam deixar de fazer recolha dos seus recicláveis, passando a mesma a ter de ser realizada por uma empresa privada.

O empresário referiu: “...vivemos no outro canto do Algarve e o que sabíamos era que havia uma empresa aqui que era a Blue Water. A Blue Water tentou ter um centro de triagem no Algarve, em Loulé, mas não foi aprovado, ou seja, presentemente não tem presença no Algarve, mas quando acabamos por contratar a Blue Water, o que é que acontece? Acontece que temos um custo

inesperado, porque efetivamente, como trabalhamos muito bem a reciclagem, temos um número muito grande de produtos para reciclar”.

Afirmou, por fim, que em negócios de pequena dimensão como um parque de campismo para 650 pessoas, o pagamento destas taxas de resíduos leva a que os negócios sejam prejudicados por fazer bem a própria economia ambiental. Referiu ainda que o lixo era maioritariamente trazido de fora do parque pelos clientes, o que, a seu ver, também mostra a necessidade da mudança de mentalidades, para que a diminuição deste flagelo seja geral. Esta situação levou-o a pensar em cobrar uma taxa de resíduos aos clientes e para o efeito solicitou a ajuda da CCDR Algarve, I.P., por forma a compreender como o fazer, se existem alternativas, porque disse não existir na lei uma alínea de taxa de resíduos a aplicar.

Jorge Coelho | Bable Smart Cities | Ecossistemas de referência para promover a inovação do setor no Algarve.

O orador disse que pretendia compreender, em relação à noção de ecossistema, como e de que forma se quer desenvolver o conceito de inovação, qual a perspetiva a seguir, pois existindo muitos desafios específicos, havia que compreender quais as frentes novas a investir para ter de facto avanços concretos.

Tendo frisado que a inovação funciona também numa base de comunidade e, portanto, seria interessante perceber isto nessa dimensão, questionou como é que se poderia trabalhar a inovação de uma forma conjunta com a comunidade.

Referiu então que os desafios acabam por ser comuns entre os diferentes setores, colocando-se a questão de quais é que são as comunidades de inovação que devem ser concebidas como referência, assinalando a possibilidade de não se ter essas referências, pelo que todas estas dúvidas deveriam ser trabalhadas.

Jorge Coelho disse ter começado a trabalhar numa start-up alemã, a Bable Smart Cities, colocando um desafio a si mesmo, durante um ano, um ano e meio, trabalhar com o país por inteiro, para não cair na zona de conforto de trabalhar apenas com as pessoas que conhecia na região. Passado esse período, referiu estar a abordar mais os atores locais e a participar neste tipo de eventos.

Luís Azevedo Rodrigues | Centro de Ciência Viva de Lagos | PaleoCoast - Antes que o Mar leve a História

Luís Rodrigues começou por referir que o projeto PaleoCoast é sobretudo um projeto de comunicação e literacia científica, pensado inicialmente a partir de pedidos realizados por

operadores turísticos, tendo confidenciado que “...na semana passada, fiz uma formação para operadores turísticos de barcos, que querem passar para um outro nível”.

Informou que as falésias do Algarve recuam 1-2 cm por ano, fazendo desaparecer jazidas de pegadas de dinossauros com 125 milhões de anos, património paleontológico de relevância ibérica que a maioria dos turistas nem sabe que existe. O PaleoCoast nasceu desta urgência dupla: preservar digitalmente o que a erosão destrói e torná-lo acessível a quem o visita.

O investigador acrescentou que a plataforma combina fotogrametria 3D de alta resolução, mapas interativos e inteligência artificial, um sistema de três níveis que garante o rigor científico na narração gerada, distinguindo factos verificados, inferências plausíveis e especulação bloqueada, sendo que a experiência se adapta automaticamente ao perfil do visitante: idioma, idade, nível de conhecimento.

Afirmou ainda que o mercado do geoturismo sustentável estava em crescimento na Europa, mas as soluções digitais existentes eram fragmentadas: mapas num sítio, modelos 3D noutra, áudio noutra. Assim sendo, salientou que o PaleoCoast é a primeira plataforma a integrar tudo num único produto, sendo um projeto que resulta de materiais produzidos na divulgação do património natural, seja geológico, biológico ou paleontológico.

Realçou, assim, que se tratava de um projeto de turismo científico, sendo que o turismo científico não era no sentido de ser apenas um congresso de cientistas, mas sim de um turismo com uma camada de informação que muitos dos turistas que visitam ao Algarve poderiam ter, saber mais sobre o passado, um passado que não era só histórico, mas histórico ou natural, de há milhões e milhões de anos.

Finalizou com a seguinte frase: “Eles estão muitas vezes na praia, deitados e olham para as arribas e precisam entender, precisam entender até as invasões das algas, por exemplo, o que é que está a acontecer ou o que é que não está a acontecer. E, sobretudo, o PaleoCoast remete-nos para um passado, ou seja, os turistas chegam, estão no presente”.

Rui Simão Costa | Choose Your Route | Pressão turística e falta de infraestrutura

O orador referiu que o crescimento exponencial do turismo no Algarve, nas últimas duas décadas, não foi acompanhado por um desenvolvimento proporcional das infraestruturas de suporte e que essa realidade gerou tensões crescentes entre residentes, trabalhadores do setor e visitantes, particularmente em áreas críticas como mobilidade, estacionamento e ordenamento da costa.

Ao mesmo tempo, disse verificar-se uma forte dependência de plataformas internacionais de intermediação turística, que concentravam reservas e capturavam uma parte significativa do

valor económico gerado no destino, reduzindo a margem dos operadores locais e transferindo receita para fora do país.

Acrescentou ainda o fenómeno do caravanismo desregulado, que pressiona ecossistemas sensíveis e infraestruturas locais sem gerar retorno proporcional para a economia regional.

Posto isto, Rui Costa considerou que o desafio passava por repensar o modelo de gestão do turismo no Algarve, reforçando o investimento em infraestruturas críticas, melhorando o ordenamento territorial e criando soluções nacionais ou regionais que reforçassem a autonomia do setor turístico português face às grandes plataformas internacionais.

Tendo criado uma pequena empresa, Rui considerou que a sua participação neste tipo de eventos era a melhor forma de evoluir, sendo que, para ele, existia uma fragmentação entre entidades, associações e municípios, o que levava à dificuldade de trabalhar e tentar fazer melhor na sua atividade.

Afirmou: “Eu vou já dar um caso muito específico, participei num estudo da Trail Gazers, da INTERREG, e produziu-se algum material científico muito bom e eu estou à espera, há um ano e qualquer coisa, de uma reunião com a Câmara”.

Abordou a problemática do turismo de autocaravanas, muito enraizado no nosso país, com muita procura, mas que disse manter-se ineficiente pela falta de infraestruturas e a muitos outros níveis envolvidos.

Referiu ter começado o seu projeto com apenas uma carrinha, como guia turístico, tendo depois submetido um projeto à transição energética, para a aquisição de duas carrinhas elétricas, projeto que teve de desistir, porque não existiam locais com capacidade para carregar as mesmas. Disse que atualmente tem seis carrinhas, todas a gasóleo, porque, de facto, ainda não tem a capacidade de infraestruturas de carregamento para fazer a transição.

Sublinhou, assim, a necessidade dos municípios pensarem como um todo, coordenando o turismo que temos, tanto o litoral como o barrocal. Finalizou com a seguinte frase: “Devíamos todos lutar um bocadinho mais para salvaguardar, principalmente aqui, a nossa natureza”.

PARTE II | CAMINHOS DE SUSTENTABILIDADE E RESILIÊNCIA NO TURISMO

Comunicação: “INOVAÇÃO E RESILIÊNCIA NO TURISMO”

Hugo Pinto, Investigador CinTurs e Docente na Faculdade de Economia, Universidade do Algarve

O orador começou por considerar que o sucesso turístico era diferente da resiliência económica, que uma economia dependente era uma economia disfuncional, transmitindo a ideia de que se deveria robustecer o modelo antes da próxima crise, usando a especialização inteligente para transformar o Algarve, dados, informação, conhecimento e sabedoria.

Nos últimos 20 anos e com uma nota de otimismo, definiu o Algarve como “...estando agora muito mais à frente. Fizemos muitas coisas positivas e nota-se aqui, pela audiência e pela quantidade de projetos, de iniciativas que atualmente temos e até pela nossa própria cultura e pela nossa mentalidade, sobre muitos temas que são complexos e que são de difícil resolução”.

O professor trouxe cinco princípios orientadores, que poderiam ser pensados como cinco princípios estratégicos. A primeira ideia era que, na atualidade, o turismo do Algarve servia de motor económico, que a região era reconhecida de forma global, com distinções, quer ao nível do turismo mais tradicional, quer em alguns produtos específicos, como o golfe, tornando-a um modelo consolidado.

Muito embora fosse considerada um modelo consolidado, Hugo Pinto disse que continuava a dominar a ideia de que o sucesso se media apenas pelos números, de turistas e de receitas, e que essa ideia trazia problemas, assim como a subordinação existente aos fluxos externos, à procura Internacional, aos transportes e ciclos económicos, que todas estas situações traziam uma grande fragilidade ao nosso turismo, muito dependente, muito volátil.

Um segundo princípio transmitido foi que “uma economia dependente é uma economia disfuncional”. Acrescentou que a concentração excessiva limitava o potencial do desenvolvimento e que existiam sinais desta disfuncionalidade, como a saída do valor económico da região para outros sítios do mundo, a precariedade, em particular a precariedade laboral, as questões da habitação, a pressão sobre os recursos naturais, sobre os ecossistemas, sobre a água e a sazonalidade.

A este propósito, o investigador afirmou: “Um princípio orientador aqui para a nossa reflexão, mas podia ser para a nossa vida. Aceitar que algo não está funcional ou está disfuncional é o primeiro passo para conseguirmos melhorar, para conseguirmos capacitar algo que queremos que corra bem no futuro”.

Um terceiro princípio apresentado foi a necessidade de robustecer o modelo antes da próxima crise e com isto entrou no tema da resiliência, o que fazer, quando o fazer e a certeza de que já o devíamos ter feito. Segundo Hugo Pinto, a resiliência não era só resistir, não era só recuperar, a resiliência seria mais do que resistir e recuperar, mas sim a capacidade de adaptação, a capacidade de transformar, a capacidade de mudar, de garantir a diversidade económica.

O quarto princípio exposto foi o da especialização inteligente para transformar o Algarve. Neste âmbito, referiu que a transformação do Algarve poderia ter várias opções, ou criar novos caminhos ou manter a situação atual enquanto fosse possível, correndo o risco da extinção,

estagnação da trajetória. Para o investigador, a criação de um novo caminho, em lugar da manutenção, implicaria a modernização, a sofisticação do produto turístico, a ramificação da trajetória que tem muito a ver com aquilo a que designou “...a diversificação, a criação de trajetórias, é quando criamos novos caminhos a partir desse, de áreas que são emergentes, que são novas, a importação das trajetórias, quando trazemos novos players, novos tipos de atores, novos tipos de setores para a nossa região”.

E ainda ressaltou que “A especialização inteligente, no caso de estarmos a refletir sobre o turismo, não é só apenas a diversificação da base económica regional, ou seja, outros setores, mas tem muito ver com a diversificação do próprio produto turístico”.

Fechando esta nota, referiu que a RIS3, desde 2012, já tinha sofrido grandes alterações, mas que havia áreas que eram mais evidentes e onde se mantinha a necessidade de sustentabilidade, mais do que a sustentabilidade, a regeneração, pois ter-se-ia de recuperar e reconstruir o que se foi perdendo ao longo dos anos.

E por último, mas não menos importante, apresentou o quinto princípio relativo aos dados, à informação, ao conhecimento e à sabedoria. O professor afirmou que, quando começou a trabalhar, na mudança do milénio, falava-se da sociedade de informação, de uma sociedade onde os dados eram organizados, e que depois se passou a falar sobre a sociedade do conhecimento, a informação com significado e que, neste momento, acredita-se que o fundamental será termos uma sociedade de sábios, a sabedoria.

Finalizou afirmando que o Algarve “...não é só um laboratório vivo de turismo enquanto atividade económica, é também um território de referência na produção académica ao nível global”.

2.ª Mesa-Redonda | VIAS DE INOVAÇÃO: DA SUSTENTABILIDADE À REGENERAÇÃO DO DESTINO ALGARVE

Moderação: Duarte Padinha (Região de Turismo do Algarve)

Duarte Padinha iniciou os trabalhos com uma nota pessoal, quis sinalizar que estes encontros nos induzem à reflexão e nunca serão de mais os debates sobre esta atividade, que contribuem para a melhoria do setor na região. Foram de seguida apresentados os oradores desta mesa e iniciadas as apresentações.

Nita Barroca | Vale da Lama

O projeto do Vale da Lama foi apresentado pela sua sócia-gerente, que o definiu como uma quinta regenerativa de 42 hectares, com um projeto de agroturismo que integrava agricultura biológica, regeneração dos solos e hospitalidade sustentável. Frisou que trabalhavam no desenvolvimento de um modelo de turismo regenerativo, da horta ao prato e do prato à horta, ligando produção alimentar, educação e experiências de contato com a natureza.

Trabalhando em Vale da Lama há mais de 25 anos, Nita Barroca referiu que o projeto também alberga em si a poupança e reutilização das águas, considerando-a um bem essencial nestes tempos. Convidou os presentes a visitar a quinta para conhecerem as técnicas utilizadas para a preservação da água e melhoramento dos solos, em particular técnicas para a regeneração dos solos através de galinhas, que andam a passear à solta pelo pomar, fazendo parte integrante do sistema.

Informou que a quinta tinha sido recentemente aumentada para o dobro, com a abertura de um restaurante, cujo conceito, para Nita, resumia o que considerava ser o turismo regenerativo e a hospitalidade, com o lema “Da horta para o prato e do prato para a horta”, ou seja, numa economia circular pura.

Neste âmbito afirmou: “Para quem já fala em turismo regenerativo, já começa a falar em hospitalidade e já começa a não gostar muito dessa palavra no turismo. Eu não tenho problema nenhum com palavras, nem sustentabilidade, nem regeneração, porque eu acho que elas são usadas de forma abusiva e é isso que se tem feito nos últimos anos”.

Acrescentou que a quinta biológica do projeto era certificada, vendendo os produtos em dois mercados locais. Frisou ser importante que o nosso turismo, o turista, pelo menos os que estavam habituados a receber no Vale da Lama, fosse ao mercado porque quer ver os produtos locais, seria esse o tipo de clientes que lhe interessava.

Perguntou-nos “Quem vos visita? Como é que participa ativamente nesse processo de regeneração? Ou seja, como é que deixa de ser apenas um consumidor de experiências para ser um participante ativo nesse processo de regeneração?”. Nita descreveu várias formas inovadoras de motivar o turista nessa participação, nomeadamente através de workshops, cursos, trilhos, mas destacou as visitas guiadas pela quinta, informando o cliente de tudo o que está a acontecer em termos de sustentabilidade.

Os exemplos foram bastante ilustrativos de como do pequeno se faz muito. A oradora considerou que o uso de tecnologias tem o seu valor e que a inovação deveria ser aplicada, mas que havia marcas que se deveriam manter, que nos tornavam únicos, a nossa autenticidade, a nossa cultura, que era algo que se estaria a perder e era desvalorizado, tornando-se essencial conseguir o equilíbrio na aplicação de todas estas soluções inovadoras e a parte económica.

João Ministro | Proactivetur - Turismo Responsável e de Natureza

João Ministro considerou que o Algarve fez um caminho bastante interessante, nos últimos 20 anos, ao nível da oferta turística, existindo, de facto, vários motivos e necessidades no destino que contribuíram para as mudanças, entre elas a questão da sazonalidade, tendo levado a diversificar a oferta e direcionar visitantes para outras partes do território. Neste aspeto, assinalou que a Região de Turismo teve um papel muito relevante, começando a dinamizar espaços para outras atividades e outros mercados.

Realçou a constante necessidade de conhecer o que acontece a nível internacional e que foi também esse conhecimento que fez impulsionar a realização de algumas mudanças no Algarve, tendo frisado que “...o trabalhar em turismo é muitas vezes quase um projeto, um processo sociológico, não é? Temos de olhar o que é que temos cá e temos de estar a ver o que é que se passa lá fora, isto é um fator diário.”

João referiu que, desde os anos 90, se encontra ligado a projetos de conservação da natureza, e que já se sabia que o Algarve era extremamente rico, e ainda é, em natureza, atestado pelo facto de quase 50% do território ser classificado como Reserva Natura 2000, estando repleto de parques naturais. Numa região com esta percentagem de área natural, constatou, na altura, que se deveria começar a refletir sobre como motivar as visitas e aproveitar esse ativo importantíssimo que a natureza tinha proporcionado.

Salientou que os mercados estavam a crescer, informando que “...ainda esta semana, li um relatório sobre como é que o turismo outdoor tem evoluído ao nível do espaço europeu e continua a crescer imenso, sobretudo o cicloturismo. Mas também as caminhadas continuam a crescer bastante, tudo o que são experiências imersivas no território, seja com vinhos, seja com gastronomia, estão a aumentar muito”.

Disse estar a trabalhar num mercado de valor acrescentado, de alta qualidade, com capacidade de investimento acima da média, que valoriza muito aquilo que realmente se quer mostrar e preservar, reiterando que tem havido vários motivos e fatores que fizeram evoluir o turismo algarvio.

A propósito de novos produtos de turismo de natureza recordou o seguinte: “...há 20 anos atrás, eu lembro-me perfeitamente quando se falava de birdwatching era uma coisa completamente estranha, como dizíamos na altura, por exemplo, no Reino Unido havia milhares de pessoas que praticavam este tipo de atividade...”.

Por fim, referiu que existiam agora mais empresas a trabalhar nestes mercados, a oferecer este tipo de experiências, cada vez mais alicerçadas no que é o património natural e cultural algarvio.

Martinho Fortunato | Marlagos - Marina de Lagos

Martinho Fortunato participou em representação do turismo náutico, um tipo de turismo que, segundo a sua opinião, combate bastante a sazonalidade, porque tem o mês de outubro e novembro como os dois meses de maior taxa de ocupação, muito embora consiga uma ocupação anual muito próxima dos 100%. Para o orador, isto acontece pelo facto de se estar na rota dos grandes eventos de náutica, como também a nível de estágios desportivos, inclusive até com a presença de vários atletas olímpicos.

Por outro lado, referiu a necessidade de haver mais infraestruturas, mas também questionou como é que esta carência se compatibiliza com a necessária preservação dos ecossistemas, das áreas protegidas, das áreas naturais. A esta pergunta, Martim respondeu de forma muito pessoal: “A resposta fácil é dizer, a procura é enorme, fabricam-se muito mais barcos do que se criam lugares em marinas e, portanto, na maior parte das regiões do mundo, há espaço para ter mais marinas, o Algarve teria mercado para ter mais dez marina; a resposta difícil, que é a que eu dou, não acho que esse seja o objetivo ...faltou tocar no assunto, que é a capacidade de carga. Quanto mais hotéis aguentamos no Algarve? Quantos mais voos aguentamos? Quantas mais marinas aguentamos? Porque o limite temos de ser nós a colocá-lo”.

Salientou que se deveria olhar para as marinas existentes e pensar como é que se poderiam requalificar e ampliar, como já foi feito em Vilamoura, Lagos e Portimão, que tem já um projeto em andamento, assim como Faro. Portanto, segundo o empresário, seria de analisar os portos existentes, cujo impacto já foi realizado, e com essa informação requalificar e melhorar as frentes ribeirinhas, perceber como é que poderiam ser requalificadas e melhoradas, e olhar para as bacias naturais e os portos naturais e perceber se se conseguiria enquadrar um projeto totalmente sustentável.

Martinho deu ainda exemplos de algumas situações a ser pensadas, onde há grande apetência náutica, mas onde também existem alguns constrangimentos, não da própria atividade em si, mas em vários fatores, como o estacionamento de embarcações, que têm um grande impacto no ambiente, porque os barcos fundeiam e acabam por danificar o fundo do mar. Concluiu que, se houvesse marinas totalmente recicláveis, o impacto seria mínimo e controlado.

Um outro assunto que considerou ser pouco debatido foi a requalificação das áreas que estão poluídas e danificadas “...como tivemos na Expo, por exemplo, ou mesmo em Lagos, no porto de pesca. É isso que estamos a fazer, estamos a limpar, a tirar toneladas e toneladas de lixo de anos de pesca e de violência que foi feita na bacia existente”.

Em relação à biodiversidade e ao problema da agressividade exercida sobre o ambiente, informou que a marina de Lagos tem um projeto com o CCMAR, que consiste na criação de recifes artificiais, colocados por baixo dos pontões e que foi acompanhado por estudantes de mestrado da universidade, constituindo um exemplo de como as marinas podem ter um impacto positivo na biodiversidade.

Sara Silva | Comissão Vitivinícola do Algarve (Enoturismo)

Sara Silva, presidente da Comissão Vitivinícola do Algarve, entidade que representa 60 produtores, começou por salientar que, nos últimos 25 anos, se deu uma grande transformação no setor, passando de uma produção mais ligada às cooperativas para uma produção mais particular, em que os produtores optaram por produções independentes, tendo para esse efeito surgido muito investimento em novas adegas, na requalificação das vinhas e em recursos humanos. Por outro lado, a área do turismo, que, segundo a responsável, começou por ser vista

com uma baixa perceção de qualidade e de valor, já surge, atualmente, como uma bandeira promocional da região.

Sara afirmou que: “...isto foi fundamental para a situação de estarmos atualmente com este nível de reconhecimento da qualidade dos nossos vinhos e da dinâmica que o setor atualmente apresenta, que é fruto deste investimento contínuo da parte dos produtores”.

Segundo a oradora, a Comissão Vitivinícola do Algarve também contribuiu para a representação coletiva destes produtores, que triplicaram ao longo dos últimos anos, além de ser o agente principal na divulgação dos produtos e, acima de tudo, uma entidade certificadora destes vinhos.

Por forma a inovar este setor do turismo, Sara Silva disse ter havido uma aposta no cliente internacional, nas castas internacionais, os showrooms, os cabernets, os syrah, houve uma reformulação para trazer uma maior identidade para os vinhos do Algarve, procurando a sua diferenciação.

Continuou frisando que houve uma aposta na profissionalização, na consciencialização e na liderança do trabalho que a comissão tem vindo a desenvolver e que tem ajudado na formação dos vários atores, na capacitação dos produtores.

Para a presidente da CVA, o enoturismo, à semelhança do turismo náutico, tem combatido a sazonalidade da região, oferecendo alternativas que funcionam o ano todo, com diferenciação e novas experiências. Considerou um tipo de turismo que pode atrair novos mercados e novos públicos, apoiando-se na Rota dos Vinhos do Algarve, tentando aqui uma série de iniciativas descentralizadas da época alta, para se poder atrair também o público português.

Na sua comunicação afirmou que se deveria “...começar a falar nestas questões, sobre aproveitar este ativo importantíssimo, para motivar a visitaçã, e depois outros tipos de turismo que forem surgindo, não só os vinhos, mas também a questão da cultura, que hoje também é um ativo fortíssimo, e também o turismo industrial, que está aí em desenvolvimento...”.

Destacou ainda o papel da Região de Turismo do Algarve na sua estratégia de promoção, ao incluir ofertas como as caminhadas, o cicloturismo, o enoturismo, considerado um caminho que tem vindo a dar frutos, porque cada vez mais empresas têm aderido a estes mercados.

Neste ponto, Duarte Padinha lançou uma nova questão a cada um dos oradores, tendo sido inicialmente perguntado a Nita Barroca se, inserido nas atividades desenvolvidas, conseguia envolver os visitantes nas comunidades locais.

A resposta da oradora foi afirmativa, explicando que o próprio cliente já procura isso, não só na natureza, o cliente quer envolver-se com a comunidade e é muito presente nos locais. Ou seja,

Nita Barroca explicou que o turista deixou de querer apenas “sol e praia”, e passou a também querer experienciar a cultura, a autenticidade, a identidade das tradições.

De seguida, o moderador desafiou Sara Silva a tentar explicar como se poderia usar ou invocar o vinho para reforçar a identidade nacional ou regional. Sara afirmou que o vinho era um elemento cultural e que havia alguma pesquisa relativamente a isso, que era um produto que estava na nossa bacia do mediterrânico, referindo o património da dieta mediterrânica e reforçando a ideia que o vinho tem de estar ligado à identidade das nossas tradições.

Concluiu com a seguinte afirmação: “Quando falamos da sustentabilidade social, também é a valorização das tradições. Portanto, é o vinho. O vinho também pode contribuir para isso, para este elemento cultural do Algarve, que às vezes esquecemos nas zonas mais massificadas do litoral”.

Duarte Padinha lançou nova pergunta, desta vez a João Ministro: “Como é que as empresas de animação turística, sobretudo as de turismo de natureza, mas não exclusivamente, conseguem no fundo dar esse contributo para a Regeneração do território, expressão que tu não gostas, e não apenas demonstrar preocupação sobre o mesmo?”

João Ministro disse não criticar o termo em si, mas sim a forma como o mesmo era utilizado, considerando que existia um caminho importante a percorrer, sobretudo pela forma como este tipo de turismo se vai desenvolver, havendo aqui um papel importante dos privados. Referiu que muito do valor gerado no território não ficava no território, uma situação que a manter-se ou não, dependeria muito da sensibilidade dos empresários em relação ao seu papel ativo no território onde desenvolvem a sua atividade e nas suas ligações com as entidades locais.

João lembrou que fazia parte de um grupo de trabalho do Turismo de Portugal, em que já se falou muito da questão de sustentabilidade. “...eu lembro-me perfeitamente que a certa altura, numa das discussões, se falava como é que de fato as empresas podem contribuir para projetos. E falava-se na ideia de haver uma bolsa de projetos, em que as próprias empresas pudessem contribuir...”. Neste âmbito referiu que deveria haver algum sítio onde fosse possível encontrar projetos interessantes, que eventualmente alguém quisesse apoiar.

O moderador finalizou a mesa-redonda voltando a dirigir-se a Martinho Fortunato, com a seguinte questão: “Estamos num país de mar, numa região, como já foi referido, com marinas de excelência, galardoada nacional e internacionalmente, mas nós, enquanto povo, parece que continuamos a encarar o oceano apenas numa perspetiva de veraneio de sol e praia. Como é que mudamos esta perspetiva?”

De acordo com o administrador da marina, a questão ia muito atrás, historicamente, porque o mar, para as pessoas locais, esteve sempre ligado ao trabalho, ao sofrimento, aos transportes, à pesca e, portanto, tem sido difícil fazer esta separação. Para ilustrar a sua resposta disse o seguinte: “É uma atividade desportiva que se pode praticar até completarmos 100 anos, o que é

que o que é que podemos fazer mais e que não fazemos? Nós temos uma série de clubes náuticos no Algarve e no país todo, que têm meios, têm barcos, têm treinadores, têm acesso à água, temos estádios, é usá-los.”

Referiu-se à necessidade de se desmistificar a ideia de que o desporto náutico era um desporto elitista e dos clubes privados, havendo necessidade de abrir portas aos miúdos locais e de haver escolas a preços mais acessíveis, para que surgisse um número maior de praticantes locais. Ainda sublinhou que, no caso das marinas, têm um problema, a dependência internacional, afirmando que: “...se houver uma guerra ou algo que afete aquilo que é a componente internacional dos nossos clientes, nós ficamos com 50% dos clientes, tal como o golfe”.

EDE - ESPAÇO DE DESCOBERTA EMPREENDEDORA

Aura Fraga | Vicentina - Associação para o Desenvolvimento do Sudoeste | Projeto "Turismo Fora d'Horas"

A oradora informou que o projeto surgiu através da coordenação com a associação de desenvolvimento local, a Vicentina, a partir de uma preocupação com o desenvolvimento dos territórios rurais e com a economia local. Referiu que foi designado de “Turismo Fora d´Horas” porque era um projeto que pretendia promover e dinamizar o turismo fora do mapa turístico tradicional, onde o turismo era mais concentrado, promovendo a atividade em épocas onde o turismo era menos intenso.

Disse que tinha o foco nos territórios do interior, em esbater a zonalidade e conseqüentemente, também se focava na questão da sustentabilidade económica, social e cultural destes territórios, mantendo a população e a economia local, que se desenvolveria através do turismo. O grande objetivo seria, assim, trazer turismo para os territórios rurais, contribuir para a dispersão da procura turística, baixar a sazonalidade, estruturar produtos todo o ano, valorizar recursos do território e apoiar pequenos operadores turísticos cujas taxas de ocupação, nestes territórios, eram geralmente baixas.

Entre os objetivos definidos para o projeto, Aura Fraga destacou a valorização através do património local, a capacitação para estruturar a oferta nos territórios rurais, a capacitação das comunidades para o acolhimento de visitantes, a promoção do património local e a motivação da visitação destes territórios através de histórias e de narrativas sobre os mesmos. Para isso, frisou, foi preciso desenvolver uma marca de referência para promoção do turismo territorial comunitário.

Neste âmbito, disse que se visou construir uma plataforma digital inovadora, uma plataforma que não concentrava operadores nem a venda de produtos ou de serviços, mas sim concentrava conteúdos que procuravam tornar recursos locais sem valor turístico em ativos turísticos, desafiando também os visitantes a fazerem escolhas por experiências locais imersivas nestes territórios.

“É feito por pessoas e se formos visitar o território, vamos ser recebidos por pessoas do território e experiências reais”

Para Aura, se os territórios rurais fossem devidamente apresentados e promovidos poderiam constituir ativos turísticos atrativos e motivação para visitar o Algarve. Terminou, referindo que a plataforma era constituída por várias histórias em formatos variados, escritos, visuais ou testemunhos orais, experiências que eram propostas turísticas de um operador e que já existiam nos territórios.

João Caldas Fernandes | Amendoeira Golf Resort | Aplicação do conceito de agricultura microbiológica à manutenção de campos de golfe no Algarve

O orador começou por dizer que o golfe tinha sido um produto que naturalmente ajudou a atenuar a sazonalidade, inicialmente muito ligado a projetos imobiliários, com grandes investimentos em infraestruturas, equipamentos e recursos humanos. Depois, durante um período lato, o investimento foi gradualmente menor, tendo a região continuado a usufruir daquilo que tinha sido feito.

No produto golfe, João afirmou que “...continua a ser um destino belo, a ganhar prémios internacionais, mas ganhamos até ao ponto em que deixaremos de ganhar, certamente”. A este propósito referiu que agora começava a haver reinvestimento na requalificação dos campos e de outras realidades conexas, tendo importância em aspetos como a diversificação da oferta.

Quanto ao projeto que a sua empresa desenvolve, João Fernandes informou que poderá reduzir cerca de 80% dos químicos aplicados nos campos (herbicidas, pesticidas e adubos), com uma inovação que, no fundo, deslocaliza uma inovação que já foi aplicada na agricultura, nomeadamente em gramíneas, semelhantes à relva, que é a agricultura microbiológica. Segundo explicou, o princípio é uma lógica de economia circular, estimulando a capacidade biológica dos solos para gerarem azoto, fósforo, potássio, agentes que combatem patogénicos e com essa capacidade, deixar de haver a necessidade de aplicar químicos.

João Fernandes: “Este projeto que, envolve drones, envolve Data Colab, envolve milhões de dados que têm de ser traduzidos depois para um modelo de gestão, não é uma coisa simples que fazemos apenas com compostagem. Estamos a falar de um projeto holístico, que é pioneiro a nível mundial e que eu espero que venha a ter um efeito de arrastamento para os outros campos”.

Referiu ainda que o drone filmava todo o campo, todos os dias, com uma certeza de cerca de 1 cm. Com a análise dessa informação poderiam saber se a relva tinha alguma doença, se havia uma praga a aparecer ou a necessidade de aumentar a água naquele ponto, por se ter detetado ineficiência hídrica, ou se o índice de clorofila da planta ali não era bom ou não tinha um desempenho tão adequado.

De acordo com o orador, essa informação permitiria criar a microbiologia necessária para substituir os químicos, o que já estava a ser feito, sendo essa microbiologia transportada por um drone, durante a noite, quando não há jogos, porque não interessava sobrecarregar o terreno.

João Fernandes sublinhou, no final, que “...nós queremos também transmitir o conhecimento a outros e portanto, estamos também na linha de criar o primeiro curso de agricultura microbiológica para golfe com esta lógica de projeto on going e com a possibilidade de in loco podermos formar as pessoas e os outros colegas dos outros campos...”.

José Manuel Trigo | Associação Amigos Algarve | Qualidade territorial do Algarve

O orador começou por lançar o seguinte desafio: “...nós saímos do Aeroporto de Faro, saímos do Porto de Portimão, depois de um transatlântico, de um glamour fantástico, se eu entrar pela Ponte do Guadiana e se sair da A2 e entrar na Via do Infante o que é que eu vejo? O que é que eu analiso? O que é que me atrai?”

José Trigo trouxe ao debate uma crítica ao estado e qualidade territorial do Algarve, desde infraestruturas degradadas, grafites por todo o lado, que ninguém limpa, censurando a ineficácia dos políticos por um paisagismo inadequado e sem continuidade, referindo a urgente necessidade de harmonização e tratamento paisagísticos.

Quis deixar esta temática para reflexão, perguntando quando é que o Algarve, depois de tanta ciência, tanta reflexão, poderia atingir a qualidade que merece, salientando que “...é fundamental acrescentar-lhe valor”.

Para o orador, a região dispunha das infraestruturas, dos recursos e da paisagem, mas não tinha um conjunto coerente, que acrescentasse valor como um todo, alegando que o Algarve não necessitava de mais turismo, mas de melhor turismo.

ENCERRAMENTO

Vice-presidente da CCDR Algarve, I.P. | Cristiano Cabrita

A sessão encerrou com uma análise do Vice-Presidente da CCDR Algarve, I.P, Cristiano Cabrita, elogiando a sessão: “...de facto podemos discutir muita coisa, mas a discussão só faz sentido se tivermos pessoas capacitadas e pessoas com qualidade. E aquilo que eu vi hoje foi que efetivamente o Algarve tem muita capacidade de pensar, se conseguíssemos traduzir isto tudo da parte teórica para a parte prática, transcrever tudo o que nós pensamos, tínhamos um Algarve seguramente melhor”.

Sublinhou a importância da discussão académica, da discussão empresarial, muitas vezes tão difícil de articular com a administração pública, relação que considerou fundamental estabelecer, porque os desafios eram completamente diferentes.

Na sua opinião seria necessário dar valor ao Algarve, como um todo, acrescentar valor a tudo o que tem sido feito, entender e olhar para o mundo. Frisou que o Algarve, enquanto destino turístico e atendendo a outros destinos concorrenciais, nomeadamente o sul de Espanha, França, Grécia, tinha um produto de excelência, mas que por vezes não se conseguia valorizar a sua qualidade, dando como exemplo as nossas praias, que eram públicas e abertas a todos, enquanto noutros locais não era assim.

Salientou, por fim, ser da sua responsabilidade juntar e criar dinâmicas de discussão sobre o desenvolvimento do Algarve, não só com os autarcas, mas sobretudo com a sociedade civil, com os não autarcas, como associações ligadas ao turismo, ao ambiente, universidades, representados no Conselho Regional.

1.ª Reunião - Plataforma de Inovação e Colaboração TURISMO

CCDR Algarve, I.P. – 18 de março de 2026, 14h30-18h00

PROGRAMA

ABERTURA

14:30 | Oradores

- Cristiano Cabrita, Vice-Presidente da CCDR Algarve, I.P.
- André Gomes, Presidente da Região de Turismo do Algarve
- Patrícia Pinto, Vice-Reitora da Universidade do Algarve
- Lurdes Serpa Carvalho, Diretora da Unidade de Planeamento e Desenvolvimento Regional da CCDR Algarve, I.P. - [PDF](#)

PARTE I – TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E VERDE NO TURISMO DO ALGARVE

15:15 | Comunicação

“ESTADO DE ARTE DAS TECNOLOGIAS APLICADAS AO TURISMO”

Joaquim Nascimento, Presidente da Algarve Evolution - [PDF](#)

15:30 | Mesa Redonda

«O Turismo e o Ecosistema Regional de Inovação»

Moderação: Aquiles Marreiros (Programa Regional ALGARVE 2030)

- Miguel Fernandes, Dengun (Tecnologia de Turismo)
- Antónia Correia, KIPT CoLab (Investigação Aplicada)
- Mafalda Brilhante, Grupo Pestana (Hotelaria)
- Daniela Fazenda, OMA.CCMar / Projeto OMA (Transição climática)

16:00 | Espaço de Descoberta Empreendedora

Questões e contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma (Intervenções de 5 minutos)

PARTE II – CAMINHOS DE SUSTENTABILIDADE E RESILIÊNCIA NO TURISMO

16:30 | Comunicação

“INOVAÇÃO E RESILIÊNCIA NO TURISMO”

- Hugo Pinto, Investigador CinTurs e Docente na FE - Universidade do Algarve - [PDF](#)

16:45 | Mesa Redonda

«Vias de Inovação: Da Sustentabilidade à Regeneração do Destino Algarve»

Moderação: Duarte Padinha (Região de Turismo do Algarve)

- João Ministro, Proactivetur (Turismo Responsável e de Natureza)
- Nita Barroca, Vale da Lama (Turismo Regenerativo)
- Martinho Fortunato, Marlagos - Marina de Lagos (Turismo Náutico)
- Sara Silva, Comissão Vitivinícola do Algarve (Enoturismo)

17:15 | Espaço de Descoberta Empreendedora

Questões e contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma (Intervenções de 5 minutos)

ENCERRAMENTO

17:45 | Conclusões

Cristiano Cabrita, Vice-Presidente da CCDR Algarve, I.P.

Contributos | Parte I – TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E VERDE NO TURISMO DO ALGARVE

Hilal Akdemir	KIPT Colab	Título: Pessoas do Mar - Explorar o património marítimo no Algarve, cultura e tradições.
Joaquim Lourenço	Salema Eco Camp	Título: Taxa de gestão de resíduos
Jorge G Coelho	BABLE Smart Cities GmbH	Título: Qual/quais os ecossistemas de referência com que estão a trabalhar para promover a inovação do setor no Algarve?
Luís Azevedo Rodrigues	Centro Ciência Viva de Lagos	<p>Título: PaleoCoast - Antes que o Mar Leve a História</p> <p>As falésias do Algarve recuam 1-2 cm por ano. Com elas, desaparecem jazidas de pegadas de dinossauros com 125 milhões de anos — património paleontológico de relevância ibérica que a maioria dos turistas nem sabe que existe. O PaleoCoast nasce desta urgência dupla: preservar digitalmente o que a erosão destrói e torná-lo acessível a quem o visita.</p> <p>A plataforma combina fotogrametria 3D de alta resolução, mapas interativos e inteligência artificial constrangida por guardrails epistemológicos — um sistema de três níveis que garante rigor científico na narração gerada, distinguindo factos verificados, inferências plausíveis e especulação bloqueada. A experiência adapta-se automaticamente ao perfil do visitante: idioma, idade, nível de conhecimento. O mercado do geoturismo sustentável está em crescimento na Europa, mas as soluções digitais existentes são fragmentadas: mapas num sítio, modelos 3D noutra, áudio noutra. O PaleoCoast é a primeira plataforma a integrar tudo num único produto.</p>
Rui Simao Costa	Choose Your Route	<p>Título: Pressão turística e falta de infraestrutura: desafios estruturais do destino Algarve; Tecnologia como aliado</p> <p>O crescimento exponencial do turismo no Algarve nas últimas duas décadas não foi acompanhado por um desenvolvimento proporcional das infraestruturas de suporte. Esta realidade gera tensões crescentes entre residentes, trabalhadores do setor e visitantes, particularmente em áreas críticas como mobilidade, estacionamento e ordenamento da costa.</p> <p>Ao mesmo tempo, verifica-se uma forte dependência de plataformas internacionais de intermediação turística, que concentram reservas e capturam uma parte significativa do valor económico gerado no destino, reduzindo a margem dos operadores locais e transferindo receita para fora do país.</p> <p>Acréscce ainda o fenómeno do caravanismo desregulado, que pressiona ecossistemas sensíveis e infraestruturas locais sem gerar retorno proporcional para a economia regional.</p> <p>O desafio passa por repensar o modelo de gestão do turismo no Algarve, reforçando o investimento em infraestruturas críticas, melhorando o ordenamento territorial e criando soluções nacionais ou regionais que reforcem a autonomia do setor turístico português face às grandes plataformas internacionais.</p>

Contributos | Parte II – CAMINHOS DE SUSTENTABILIDADE E RESILIÊNCIA NO TURISMO

Aura Fraga	Vicentina - Associação para o Desenvolvimento do Sudoeste	Título: Projeto "Turismo Fora d'Horas"
Carolina Delfim	Casa dos Moinhos	Título: Sustentabilidade no ensino do surf - Turismo de Aventura
João Caldas Fernandes	Amendoeira Golf Resort	Título: Aplicação do conceito de agricultura microbiológica à manutenção de campos de golfe no Algarve.
José Manuel Trigo	A Associação Amigos Algarve	Título: Qualidade territorial do Algarve
Maria Inês Galvão	KIPT Colab	Título: Retour Lab - Repensar o turismo através de soluções territoriais regenerativas e inteligentes.
Rafael Henriques	SUP HUT	Título: Corrupção no Algarve