



Na Biblioteca Municipal Lúdia Jorge 1º ciclo de debates “Made in Algarve”

O “Made In Algarve” que teve a sua primeira edição na Biblioteca Municipal de Albufeira foi dedicado ao tema do turismo. O evento que ocorre no âmbito da preparação do próximo período de programação 2014-2020 visa discutir a abordagem da região ao desenvolvimento futuro dos vários setores da economia, no contexto dos desafios e das orientações estratégicas do Crescimento Inteligente que reforça o foco nas empresas. O próximo debate está agendado para o dia 13 de março, em Tavira.

O debate “Turismo no Horizonte 2014-2020” decorreu na sala da Biblioteca Municipal Lúdia Jorge, em Albufeira, completamente lotada. A iniciativa integra-se no ciclo de debates temáticos “Made In Algarve” que tem por objetivo despertar o interesse das PME para o próximo quadro comunitário de apoio.

David Santos, presidente da CCDR Algarve e gestor do PO Algarve 21, disse que escolheu o Turismo para primeiro tema do debate, pelo que o local da sua realização teria, naturalmente, que ser Albufeira “o município mais turístico do País”. O Algarve, disse, tem produtos únicos, empresas de excelência, os argumentos, a capacidade e os parceiros à altura para enfrentar o desafio – bastante difícil – de escolher 30 projetos que ilustrem um leque mais alargado de atividades económicas da região, nomeadamente o Turismo, a Terra, o Mar, os Serviços e a Indústria. Estamos na reta final dos Fundos Comunitários, temos que saber aproveitar a oportunidade de apoiar as empresas na criação de valor acrescentado para a região. Temos o dobro dos Fundos, há que saber articular entre os diversos empresários para melhor canalizar e distribuir as verbas.

Estes debates servem precisamente para dar a



Sala cheia de gente interessada

conhecer as empresas que temos, os produtos que fazemos e para explicar a todos os parceiros as potencialidades do próximo quadro comunitário no apoio às empresas. Até ao final de Abril vão decorrer vários debates em diferentes zonas do Algarve – o próximo está marcado para Tavira no dia 13 de março. O culminar do evento está programado para o dia 9 de maio, em Faro, com uma Conferência destinada à apresentação das conclusões e que irá contar com a presença de todas as empresas que participaram nos diferentes ciclos.

O presidente da Câmara Municipal de Albufeira sublinhou que o Turismo é o suporte da economia da região e esta deve ser vista na sua globalidade “falta vocação associativa, mudança de mentalidades para que possamos aproveitar integralmente os Fundos que estão disponíveis”. Carlos Silva e Sousa referiu que “o desafio passa por

olhar para trás para não cometer os mesmos erros e saber aproveitar os recursos de forma inteligente. Há que fazer com que o dinheiro que entra permaneça na região e sirva para produzir produtos que possam sustentar a economia”. Falou de falsos paradigmas que se agudizaram com a crise, do combate à sazonalidade, na recuperação de saberes e de produtos de grande qualidade, como é o caso das Amendoeiras em Flor que já constituíram o principal cartaz turístico da região, da importância do posicionamento e da diversificação. O autarca destacou, ainda, que esta altura de crise serve precisamente para refletir, criar planos concretos, bem direcionados, que se veja o retorno, e em que a formação vá ao encontro da empregabilidade. Tudo isto passa por “construir um ideário que seja comum e benéfico a todos, que envolva uma revolução de mentalidades, a criação de redes que ajudem a fazer as melhores escolhas que resultem nos melhores investimentos”.

Rui Sá Fernandes, administrador e diretor geral da Sonel Hotels, quatro pequenas unidades constituídas por 400 camas, suportado em 97% de turismo alemão, foi o empresário convidado para dar o seu testemunho. O responsável que representa o conceito “hotéis de charme” afirmou que a sua aposta é

Fotos: CMA



Rui Sá Fernandes, da Sonel Hotels intervindo

diferente da hotelaria tradicional “o meu objetivo passa pelo reposicionamento dos produtos, com destaque para a gastronomia portuguesa, atrair menos clientes mas que paguem mais, o foco está em vender ao preço certo – nisto somos inflexíveis – temos que repensar a forma como vendemos os nossos produtos e dar valor ao que é autêntico”. Rui Fernandes concluiu que o problema do Algarve não é a falta de promoção “é preciso tratar os clientes de acordo com as

suas expectativas, fazer uma promoção mais direta, mais rigorosa e com feedback”.

A última intervenção coube ao presidente da Região do Turismo do Algarve que referiu que “este quadro comunitário é exigente e constitui uma excelente oportunidade para valorizar a região”. Desidério Silva colocou a ênfase na requalificação, restauração e reorganização. Numa oferta global de qualidade como fator diferenciador, que aposta na qualidade das infraestruturas e equi-

pamentos, na formação, no melhoramento das acessibilidades, captação de investimentos, valorização dos produtos identitários da região, no trabalho em rede, na promoção, na valorização dos produtos estratégicos e naqueles que contribuem para diminuir a sazonalidade. Destacou a importância de “saber potenciar os prémios que temos recebido, bem como valorizar o Clima e a Segurança, fatores que nos diferenciam de outros destinos pela positiva”.