



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

RELATÓRIO DE ATIVIDADE PROFISSIONAL:

***DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS EM ÁREAS
DE DESTINO
O CASO DO BIRDWATCHING NO ALGARVE***

Duarte Filipe Gomes Padinha

Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos

Trabalho Efetuado sob a orientação de:
Professor Doutor Júlio Mendes

2013

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

RELATÓRIO DE ATIVIDADE PROFISSIONAL:

***DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS EM ÁREAS
DE DESTINO
O CASO DO BIRDWATCHING NO ALGARVE***

Duarte Filipe Gomes Padinha


Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos

Trabalho Efetuado sob a orientação de:
Professor Doutor Júlio Mendes

2013

RELATÓRIO PROFISSIONAL DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS EM ÁREAS DE DESTINO – O CASO DO *BIRDWATCHING* NO ALGARVE

Declaro ser o autor deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

A handwritten signature in black ink, reading "Duarte Filipe Gomes Padinha". The signature is written in a cursive, flowing style.

Copyright Duarte Filipe Gomes Padinha.

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

ÍNDICE

INDICE DE QUADROS	5
INDICE DE IMAGENS	6
LISTA DE ABREVIATURAS.....	7
RESUMO	8
ABSTRACT	11
1.INTRODUÇÃO.....	14
2.MARKETING DE ÁREAS DESTINO – ENQUADRAMENTO TÉCNICO- CIENTÍFICO	16
3.ATIVIDADE TURÍSTICA NO ALGARVE – EVOLUÇÃO DOS PRINCIPAIS INDICADORES	20
3.1.MOVIMENTOS NO AEROPORTO INTERNACIONAL DE FARO.....	20
3.2.HÓSPEDES EM ALOJAMENTO OFICIAL	23
3.3.DORMIDAS EM ALOJAMENTO OFICIAL	24
4.DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS NO ALGARVE – O CASO DO <i>BIRDWATCHING</i>	28
4.1.ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL.....	29
4.2.POTENCIAL DA PROCURA	32
4.3.BIRDWATCHING NO ALGARVE – PROCURA ATUAL.....	34
4.4.DESENVOLVIMENTO DO PROJETO DE ESTRUTURAÇÃO DO PRODUTO <i>BIRDWATCHING</i> NO ALGARVE	36
4.4.1. <i>Relatório – Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização</i>	36
4.4.2. <i>Intervenção territorial</i>	39
4.4.3. <i>Ações de promoção e informação do potencial da região</i>	40
5.DESCRICÃO DETALHADA DO CURRÍCULUM VITAE	44
5.1.PERCURSO ACADÉMICO	44
5.2.FORMAÇÃO COMPLEMENTAR	48
5.2.1. <i>AÇÕES DE FORMAÇÃO</i>	48
5.2.2. <i>SEMINÁRIOS, CONGRESSOS E CONFERÊNCIAS</i>	50
5.3.ATIVIDADE PROFISSIONAL	55
6.CONCLUSÕES E RESULTADOS	67
BIBLIOGRAFIA	69
ANEXOS	73

INDICE DE QUADROS

Quadro 3.1 – Movimentos de passageiros no aeroporto de Faro, por nacionalidade – 2000/2009.....	21
Quadro 3.2 – Variações nos movimentos de passageiros no aeroporto de Faro, por nacionalidade – 2000/2009.....	22
Quadro 3.3 – Hóspedes em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009.....	24
Quadro 3.4 – Variações nos hóspedes em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009.....	24
Quadro 3.5 – Dormidas em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009	25
Quadro 3.6 – Variações nas dormidas em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009.....	26
Quadro 4.1 – Associados da BirdLife Internacional por nacionalidade.....	32

INDICE DE IMAGENS

Imagem 3.1 – Movimentos mensais de passageiros no APT de Faro – 2000/2009.....	22
Imagem 3.2 – Número de noites em alojamento oficial – 2000/2009.....	26
Imagem 4.1 – Produtos estratégicos por região.....	29
Imagem 4.2 – Sazonalidade da procura no Algarve.....	30
Imagem 4.3 – Principais produtos turísticos do Algarve.....	30
Imagem 4.4 – Identidade visual do produto <i>birdwatching</i> Algarve.....	40
Imagem 4.5 – Desdobrável informativo/ promocional de <i>birdwatching</i> no Algarve.....	40
Imagem 4.6 – Guia de observação de aves no Algarve.....	42

LISTA DE ABREVIATURAS

ARH – Administração da Região Hidrográfica

ASA – Associação Sotavento Algarvio

ERT – Entidade Regional de Turismo

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve

ICNB – Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade

ICNF – Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas

MI – Meeting Industry

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

SPEA – Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves

RESUMO

O desenvolvimento de novos produtos tem sido apontado como sendo, mais do que um caminho, a forma dos destinos turísticos se rejuvenescerem e fazerem face à crescente competitividade que parece, cada vez mais, caracterizar esta atividade.

A região algarvia, com alto grau de especialização no turismo, parece não querer alhear-se desta realidade e tem vindo, paulatinamente, a desenvolver um novo olhar sobre o seu território, os seus recursos, bem como sobre a procura turística (atual e potencial).

Sendo tradicionalmente identificado e conotado com o produto sol e mar, o Algarve tem tentado, ao longo dos anos, alargar a base da sua oferta, numa tentativa de atenuar os efeitos da elevada sazonalidade que afeta a região, bem como para serem criadas complementaridades com a oferta principal, valorizando-a. Nesse contexto se justificam as apostas nos restantes produtos consignados como estratégicos para a região no Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT): golfe, *meeting industry* (congressos e incentivos), turismo náutico, saúde e bem-estar, turismo residencial.

Não obstante este esforço, parece ser consensual entre os diversos intervenientes do setor que há ainda trabalho a desenvolver neste campo. De facto a região continua a estar sujeita a uma procura concentrada sobretudo no período de verão, algo facilmente confirmado pela análise dos principais indicadores da atividade turística. Tal parece indiciar uma necessidade de se reforçar a aposta em produtos que contribuam para a diversificação da oferta, sobretudo nos que permitam captar fluxos no período compreendido entre outubro e abril.

Atenta a esta necessidade, a Entidade Regional de Turismo do Algarve (ERTA), organismo que chama a si a responsabilidade da gestão do marketing do destino, fez uma aposta fundamentada no desenvolvimento do produto *birdwatching* na região, processo aqui relatado.

Apoiada numa parceria com a associação ambientalista algarvia Almargem, e com a Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA), a ERTA começou por identificar as áreas geográficas do Algarve com maior potencialidade para esta prática (*hotspots*), fazendo um levantamento das necessidades de intervenção para a valorização dos espaços e apontando caminhos para promoção do produto. Os resultados foram refletidos num relatório denominado “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b).

Ainda no âmbito do desenvolvimento do produto e conscientes da necessidade de recolher alguma informação sobre o *birdwatching* no Algarve, situação que foi identificada como sendo deficitária, foi ainda apoiado o desenvolvimento de uma dissertação de mestrado (Machado, 2011). Tal veio a possibilitar suprir esta lacuna, bem como ajudar na orientação de algumas das ações a desenvolver, em função dos perfis traçados.

Toda a informação apurada, coligida e transposta quer no relatório “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b), quer na dissertação desenvolvida pela mestranda veio a demonstrar-se ser extremamente valiosa na fundamentação das opções tomadas, bem como na abordagem a outros parceiros, nomeadamente as câmaras municipais e Instituto de Conservação da Natureza e da Floresta (ICNF), ambos com capacidade de intervenção ao nível da gestão territorial.

Conscientes de que o papel da ERTA neste processo deveria ser de dinamizador e de coordenador do processo (até por força da sua definição de competências), tentando que haja coerência e consistência regional, levou a que esta entidade desenvolvesse ainda um conjunto de ações de suporte à boa implementação do projeto por parte dos parceiros, nomeadamente:

- Identidade visual do subproduto *birdwatching* – contemplando não só o logótipo criado para o efeito, como o respetivo manual de normas de aplicação do mesmo;
- Projeto de estruturas-tipo para observação de aves – de forma a tentar evitar que o conjunto de infraestruturas de suporte a esta atividade, aquando do seu desenvolvimento pelas câmaras municipais e ICNF, fossem muito heterogêneos

ao longo do território, foi facultado aos parceiros um conjunto de projetos de arquitetura para as estruturas tipo que haviam já sido identificadas no relatório “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b): plataformas de observação; observatórios; abrigos; painéis informativos; passadiços; bancos; caixotes de lixo; outros.

Não obstante a materialização do projeto em si ter caído num certo impasse, fruto da conjuntura atual, que tem condicionado a possibilidade dos municípios e ICNF intervirem nos seus territórios, edificando infraestruturas, ou fazendo arranjos nas zonas identificadas como prioritárias, várias outras ações têm sido concretizadas:

- Criação de desdobrável informativo/promocional com a principal informação sobre *birdwatching* na região;
- Participação em diversos certames internacionais alusivos a esta prática, promovendo desta forma a região;
- Criação de guia de *birdwatching* no Algarve;
- Organização de diversas *fam trips* e *press trips* internacionais, para mostrar o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido, bem como as potencialidades da região.

Ainda que o projeto de desenvolvimento do *birdwatching* no Algarve esteja longe da sua conclusão, estamos em crer tratar-se de uma boa aposta na tentativa de alargar a base de produtos turísticos disponíveis na região. De facto, a receptividade evidenciada por todos os intervenientes do setor tem vindo a demonstrar a pertinência da aposta, bem como do acerto na atuação da ERTA no seu papel de gestora do marketing do destino, nomeadamente na vertente de desenvolvimento de novos produtos.

Termos chave: *birdwatching*; produtos turísticos; marketing do destino; destino turístico.

ABSTRACT

New products development has been pointed out as being the right path for tourist destinations to rejuvenate themselves and face up to the growing competitiveness that seems, more and more, to be a characteristic of this activity.

The Algarve region, with a high degree of specialization in tourism, seems to be aware of this reality and is now trying to develop a new look over its territory, its resources, as well as over the tourist demand (current and potential).

Being traditionally identified as a sun and sea destination, the Algarve has tempted, over the years, to widen its range of products, in an attempt to smooth down the effects of the elevated seasonality that affects the region. In that context we find justification for the bet in the remaining products consigned as strategic for the region in the National Strategic Plan of Tourism (PENT): golf, meeting industry (congresses and incentives), nautical tourism, health and welfare, residential tourism.

Despite this effort, there seems to be some consensus regarding the need to keep developing some work in this field. In fact the region continues to have its demand highly concentrated during summer period, something easily confirmed by the analysis of the main indicator of the tourist activity, something that reveals the need to reinforce the bet in products that contribute for the diversification of the offering, especially for the October - April period.

Aware of this need, the Regional Tourist Board (ERTA), a regional government body that calls to itself the responsibility of managing the destination marketing, has been trying to develop a new emerging product - birdwatching - process here described.

In partnership with a regional environmental association (Almargem), and with the Portuguese Society for the Study of Birds (SPEA), ERTA began this approach with the identification of the geographical areas of the Algarve with bigger potential for this

activity (hotspots), detecting the needs of intervention and the best approaches for the promotion of the product. The results were described in a report identified as “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b). Keeping the scope in product development and conscious of the need to collect some information about birdwatching in the Algarve, something that was identified as being in deficit, a master’s degree dissertation was endorsed (Machado, 2011). This enabled to overcome this gap, supporting some activity planning.

All the information collected and reflected both in the report “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b), as well as in the dissertation developed by the master's degree candidate has proven to be extremely valuable in the substantiation of the options taken, as well as in the approach to others partners, namely the town councils and Institute for Nature and Forest Conservation (ICNF), both able to intervene in terms territorial management.

Conscious that its role in this project should be one of coordination, keeping it coherent and regionally consistent, led ERTA to developed another set of actions in order to support the activities undertaken by the other partners, namely:

- Corporate image for the birdwatching product in the Algarve – comprising not just the logo, but also the corresponding application norms manual;
- Project for birdwatching infrastructures – most of the infrastructures were a responsibility either of the municipalities or the ICNF. Trying to avoid some heterogeneity along the territory, a project containing an architectural proposal for the development of the infrastructures identified in the report “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b) was presented to the partners. Observation platforms, shelters, informative panels, trash bins; were some of the infrastructures presented.

Although the project has reached a certain impasse as a result of the current economical crisis, making it difficult both for the municipalities and ICNF to intervene in their territories, several other actions have been implemented:

- Development of an informative/ promotional leaflet with useful information about birdwatching in the region;
- Participation in several international events dedicated to this activity, promoting the region;
- Development of a birdwatching guide to the Algarve;
- Organization of several international fam and press trips, to create international awareness of the project.

Even if the project for the development of birdwatching in the Algarve is far from its conclusion, we believe that it's a safe bet in the attempt to widen the set of available tourist products in the region. In fact, all the feedback given by the participants shows the pertinence of this option, confirming as well ERTA's role in the management of the destination marketing, namely in the development of new products.

Keywords: birdwatching; tourism products; destination marketing; tourist destination.

1.INTRODUÇÃO

Existindo nos destinos turísticos uma enorme diversidade de atores, nem sempre com interesses convergentes, é reconhecida a importância da presença de uma entidade que tenha a capacidade de assumir um certo número de competências como, por exemplo, o da condução do marketing do destino.

No contexto algarvio, esse papel é assumido pela Entidade Regional de Turismo do Algarve (ERTA) que perspetiva essas atribuições nas suas diversas vertentes, que não apenas o da promoção turística. De facto, não obstante verificar-se uma grande preponderância das atividades ligadas à comunicação e imagem, as outras componentes do marketing não são esquecidas.

O presente relatório tem pretensões de demonstrar que, ainda que existam limitações de ordem financeira e, em certa medida, falem mecanismos que lhe possibilitem intervir no território, a ERTA tem uma visão global sobre o território e sobre os seus recursos. Aqui será descrito todo o processo tendente ao desenvolvimento de um novo produto turístico, nomeadamente o *birdwatching*, atividade em franca expansão em todo o mundo, em particular na Europa.

O relatório começará por contextualizar o papel desta entidade regional de turismo no âmbito do marketing do destino, referindo de maneira sucinta de que forma atua sobre cada um dos Ps do marketing.

Seguidamente proceder-se-á a uma breve análise da atividade turística no Algarve, tentando apurar quais os mercados com maior peso nos resultados da região. Esta apreciação tentará avaliar se as nacionalidades com maior preponderância na procura turística regional, serão igualmente aqueles em que o consumo do produto *birdwatching* é mais significativo, o que poderia levar a uma necessidade de menor investimento de comunicação, por já existir alguma tipo de identificação e de afinidade com o destino.

Uma vez contextualizado o projeto, referindo ainda as fases que levaram à identificação do produto *birdwatching* como sendo uma aposta relevante para o Algarve, este será descrito no que concerne ao seu desenvolvimento e implementação, bem como relativamente às ações ainda a desenvolver.

2.MARKETING DE ÁREAS DESTINO – ENQUADRAMENTO TÉCNICO-CIENTÍFICO

O Algarve, considerada a mais importante região turística do país, tem sofrido os efeitos de uma crescente competição, que não se refere apenas aos seus tradicionais concorrentes, como Espanha, Turquia, ou Grécia, alargando-se agora a destinos com uma aposta recente no turismo, como são os casos de Croácia, Bulgária, ou Tunísia (Associação Turismo do Algarve, 2006; Turismo de Portugal, 2006b).

Neste processo concorrencial que é comum à generalidade dos destinos turísticos, o marketing territorial (ou de áreas de destino) acaba por se assumir como uma ferramenta essencial na captação de investimento, de fluxos turísticos, ou de outros recursos passíveis de reforçarem a posição competitiva da região (Hospers, 2004).

Ainda que o desenvolvimento e implementação do marketing do destino pressuponha um entendimento coletivo, bem como um esforço integrado dos diversos intervenientes (Kavaratzis e Ashworth, 2008) existe, no caso do Algarve, um consenso algo generalizado relativamente à necessidade de que a Entidade Regional de Turismo do Algarve (ERTA) assuma funções de liderança e de consensualização entre os parceiros.

Este papel a que a ERTA se propõe acaba por ser uma consequência lógica da assunção da sua missão e das suas atribuições (aliás comuns a todas as Entidades Regionais de Turismo - ERTs), que se encontram vertidas no Decreto-Lei 67/2008 de 10 de abril e que são enumeradas da seguinte forma:

Missão (número 1, artigo 5º) – (...) valorização turística das respetivas áreas, visando o aproveitamento sustentado dos recursos turísticos (...)

Atribuições (alíneas a) a d), número 2, artigo 5º) – colaborar com órgãos centrais e locais, com vista à prossecução dos objetivos da política nacional que for definida para o turismo; promover a realização de estudos de caracterização das respetivas áreas

geográficas, sob o ponto de vista turístico e proceder à identificação e dinamização dos recursos turísticos existentes; monitorizar a oferta turística regional, tendo em conta a afirmação turística dos destinos regionais; dinamizar e potenciar os valores turísticos regionais.

Aqueles que são os princípios que norteiam a atividade das ERTs parecem ter uma redação suficientemente abrangente para contemplarem intervenções nos comumente designados 4 P(s) do marketing e que representam o universalmente reconhecido *marketing mix*, ou seja, os elementos que devem ser geridos para que as empresas (e, neste caso, os destinos) se mantenham competitivos (Kotler, 1997; Zeithaml e Bitner, 2000; Fyall e Garrod, 2005). A saber:

Produto – o que se coloca no mercado e de que forma deve ser adaptado para corresponder às necessidades do mercado. No caso do turismo parece tratar-se de um elemento crucial, uma vez que, de acordo com Middleton (2001:121), neste setor (do turismo) as decisões relativas ao(s) produto(s) são passíveis de influenciarem decisivamente, não só os outros elementos do *marketing mix*, como toda a estratégia das empresas (e do destino);

Preço – o que é cobrado pelo consumo ou utilização do produto. A referência normalmente é tida em termos de unidades monetárias contudo, estamos num mercado livre e concorrencial, pelo que a ERTA (enquanto entidade pública) não tem grande intervenção a este nível, antes sendo os operadores privados a fazerem essa definição. Não obstante, é reconhecido que o preço pode ser definido em termos dos sacrifícios que o consumidor tem que fazer para obter o produto/serviço (Zeithaml e Bitner, 2000). Assim, o preço poderá ser traduzido em termos de custo de tempo, de pesquisa, ou até de esforço físicos, pelo que a ERTA pode e deve atuar ao nível, por exemplo, da otimização da experiência, com informação relevante sobre como chegar aos locais e sobre o que fazer e ver nos locais, de entre outras intervenções;

Place (distribuição) – pontos de venda e de acesso ao mercado. Não sendo a ERTA, ela própria, um elemento ativo da distribuição, acaba por condicionar de alguma forma esta questão se, estrategicamente, optar por fomentar uma abordagem *business to consumer*, ou *business to business* nas suas ações;

Promoção – meios utilizados para que aqueles que estão presentes no mercado tenham consciência da existência do produto e que fiquem favoravelmente predispostos para o consumirem.

Contrariamente a uma ideia algo generalizada, a atividade de marketing do destino não se deve circunscrever meramente às iniciativas de promoção (Kavaratzis e Ashworth, 2008). De facto esta aplicação dos princípios utilizados nas empresas à escala dos destinos, pressupõe uma definição em termos de planeamento e comercialização, conduzidos por “uma visão estratégica e respetivos objetivos, bem como pela satisfação das necessidades e pedidos dos utilizadores alvo identificados, selecionados de acordo com os objetivos estratégicos” (Bramwell, 1998:36). Esta abordagem subentende uma visão integrada do destino em que, incontornavelmente, os diversos elementos do *marketing mix* deverão ser considerados (também eles) de forma integrada, sob pena de se verificarem desequilíbrios entre aquilo que a região tem para oferecer, o que é apresentado e promovido junto dos potenciais clientes e aquilo que os potenciais clientes procuram.

O projeto de desenvolvimento do *birdwatching* aqui apresentado neste relatório, encontra fundamento na premissa anteriormente enunciada. Ainda que os orçamentos anuais da entidade regional de turismo denotem grande preocupação com os componentes *distribuição* e, sobretudo, *promoção* (exemplo ERTA 2007, 2008), os restantes elementos do *marketing mix* não são descurados e, tal como é o caso aqui descrito, são normalmente desenvolvidos e implementados numa perspetiva colaborativa com os diferentes intervenientes e de organização dos diferentes elementos da oferta.

Esta lógica de atuação veio realçar que, à escala do destino turístico, a importância (e em certa medida, a complexidade) da definição do produto aumenta exponencialmente. De facto, a este nível deverão ser considerados componentes como (Fyall e Garrod, 2005:106): atrações do destino e seu ambiente; facilidades e serviços; acessibilidade; imagem e preço (estes dois últimos, como referimos anteriormente, deverão igualmente ser perspetivados enquanto elementos do próprio *marketing mix*).

Esta multiplicidade de componentes, muitas vezes detidos (ou sob a jurisdição) por mais do que uma entidade, torna então extremamente difícil a tarefa de gerir o destino e os seus produtos (Fyall, Garrod e Tosun, 2006; Buhalis, 2000).

Assim, face a esta pluralidade de intervenientes, torna-se essencial a existência de uma entidade que consiga congrega esses interesses potencialmente dispersos e assumir a liderança no desenvolvimento e implementação do marketing do destino, podendo (e devendo) essa entidade ter as características da ERTA (Jefferson, 1990).

3.ATIVIDADE TURÍSTICA NO ALGARVE – EVOLUÇÃO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

3.1.MOVIMENTOS NO AEROPORTO INTERNACIONAL DE FARO

Qualquer análise ao desempenho do setor do turístico algarvio passa, inevitavelmente, por fazer referência à atividade do aeroporto internacional de Faro. De facto, trata-se de uma infraestrutura que, ao longo dos tempos, tem vindo a assumir-se como uma das principais portas de entrada na região, dada a sua acentuada vocação para o tráfego internacional de turismo (Almeida, 2010).

A sua relevância para a atividade turística da região encontra-se refletida no número de passageiros movimentados/ano que, desde 2006, tem vindo sucessivamente a ultrapassar os 5 milhões de passageiros. No decénio 2000-2009¹, o pico destes movimentos foi atingido em 2007, com 5.407.020 passageiros (quadro 3.1).

Não obstante o registo negativo de 2009, foi neste ano que o aeroporto internacional da capital algarvia, seguindo uma estratégia continuada de diversificação do tráfego, recebeu 7 novas ligações regulares, passando a estar ligado (através de voos regulares) a 54 destinos em 16 países europeus (ANA, 2010).

Quando a análise é feita particularizando os principais países de origem de voo, destaca-se a enorme preponderância do Reino Unido que, no período em causa, registou sempre valores superiores a 2 milhões de passageiros movimentados/ano, o que o coloca como o mercado com maior representatividade na atividade desta importante infraestrutura turística regional. A reforçar esta constatação estão os 56,3% que caracterizam o peso deste mercado nos movimentos do aeroporto para o período em causa.

O segundo mercado, em termos de volume, é o alemão. De facto, não obstante ter vindo a apresentar fortes descidas ao longo da década (-45,8%), passando de 985.360 (em 2000) para 533.987 (em 2009) passageiros movimentados, continua a ter enorme relevo

¹ Tendo projeto de desenvolvimento do produto *birdwatching* no Algarve tido o seu início em 2009, optou-se por apresentar dados para o desempenho turístico da região até esse momento, de forma a fundamentar (esperamos) a pertinência desta aposta.

no turismo algarvio (13,9% dos movimentos aeroportuários entre 2000 e 2009) – ver quadros 3.1 e 3.2.

Os irlandeses eram, em 2009, o terceiro mercado mais representativo do aeroporto de Faro, sendo de assinalar o vigoroso aumento no número de passageiros durante o período em análise, que mais do que duplicou, passando de 204.103 passageiros em 2000, para 449.924 em 2009.

Quadro 3.1 – Movimentos de passageiros no aeroporto de Faro, por nacionalidade – 2000/2009

NACIONALIDADE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total	Quota Total
PORTUGAL	265.489	249.592	234.519	212.288	210.796	198.947	195.994	193.133	192.881	200.602	2.154.241	4,4%
ALEMANHA	985.360	887.819	778.039	716.583	612.160	596.282	559.152	544.489	533.706	533.987	6.747.577	13,9%
ESPAÑHA	51.407	45.191	54.516	76.380	88.663	80.075	93.607	150.571	128.731	143.994	913.135	1,9%
HOLANDA	433.256	433.401	405.103	379.660	352.546	360.845	414.147	418.041	432.722	380.489	4.010.210	8,3%
IRLANDA	204.103	231.163	271.773	309.433	300.901	355.351	427.727	483.705	477.039	449.924	3.511.119	7,2%
REINO UNIDO	2.137.050	2.277.708	2.522.994	2.584.958	2.659.507	2.785.327	2.967.055	3.223.631	3.202.389	2.987.063	27.347.682	56,3%
SUB-TOTAL 1	3.811.176	3.875.282	4.032.425	4.067.014	4.013.777	4.177.880	4.461.688	4.820.437	4.774.587	4.495.457	42.529.723	87,5%
AUSTRIA	15.484	12.486	14.854	14.383	13.331	8.145	5.597	5.244	5.081	5.082	99.687	0,2%
BÉLGICA	94.098	92.398	84.964	96.510	83.180	82.719	122.926	131.055	131.086	126.656	1.045.592	2,2%
DINAMARCA	65.879	44.305	25.551	17.055	17.529	32.086	37.900	41.336	41.774	44.911	368.326	0,8%
FINLÂNDIA	35.549	30.532	24.769	24.567	28.579	24.235	23.517	19.713	22.365	32.752	266.578	0,5%
FRANÇA	40.966	48.733	44.355	38.968	42.776	46.752	39.054	49.424	56.358	41.732	449.119	0,9%
ITÁLIA	15.763	12.445	9.746	9.215	5.463	3.844	6.674	3.083	377	3.369	69.979	0,1%
NORUEGA	43.754	52.070	47.230	49.623	42.915	28.723	30.970	40.905	41.367	26.171	403.728	0,8%
POLÓNIA	8.760	8.214	14.684	11.242	5.397	4.160	16.686	20.633	29.969	19.704	139.449	0,3%
SUÉCIA	53.176	39.585	30.773	11.622	19.100	18.788	31.461	23.921	23.745	30.777	282.948	0,6%
SUIÇA	46.081	34.340	34.163	24.130	20.095	11.650	10.261	9.998	14.609	7.263	212.590	0,4%
OUTROS	74.847	79.511	57.415	58.340	62.208	49.393	55.364	53.382	53.658	32.970	577.088	1,2%
SUB-TOTAL 2	494.357	454.619	388.504	355.655	340.573	310.495	380.410	398.694	420.390	371.387	3.915.084	8,1%
TOTAL	4.571.022	4.579.493	4.655.448	4.634.957	4.565.146	4.687.322	5.038.092	5.412.264	5.387.858	5.067.446	48.599.048	100%

Fonte: ANA (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

A Holanda, não obstante as oscilações que registou entre 2000 e 2009, encontrava-se (no final desse período) na 4ª posição em termos de número de passageiros transportados. De salientar ter sido em 2009 o mercado com maior quebra, de entre os principais países emissores de turismo para a região.

Portugal e Espanha, ainda que apresentando quotas de algum relevo neste período (4,4% e 1,9% respetivamente), têm um peso substancialmente inferior ao dos mercados anteriormente enunciados. Tal situação poderá ser parcialmente explicada pela opção por outros meios de transporte, nomeadamente por via terrestre, fruto da sua proximidade do Algarve, que tornam a acessibilidade aérea como meramente residual para o mercado ibérico que procura a região (cf. com nº de hóspedes, página 24).

Merece igualmente uma nota de destaque, pela sua relevância, o facto do conjunto dos seis mercados anteriormente enumerados, comumente aceites como sendo os mais

relevantes para a atividade turística regional, terem representado 91,9% dos passageiros movimentados no aeroporto internacional de Faro durante o período em análise (quadro 3.1).

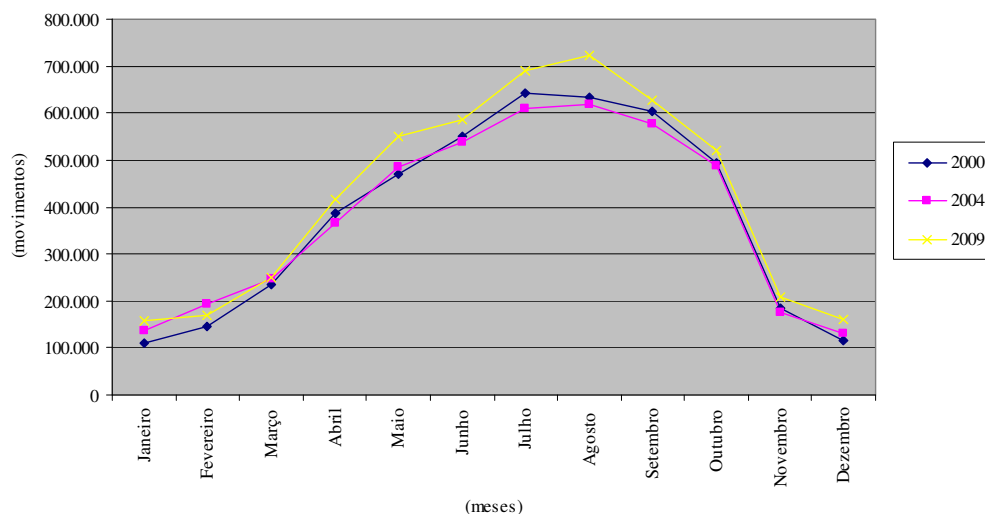
Quadro 3.2 – Variações nos movimentos de passageiros no aeroporto de Faro, por nacionalidade – 2000/2009

NACIONALIDADE	Var 01/00	Var 02/01	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06	Var 08/07	Var 09/08	Var 09/00
PORTUGAL	-6,0%	-6,0%	-9,5%	-0,7%	-5,6%	-1,5%	-1,5%	-0,1%	4,0%	-24,4%
ALEMANHA	-9,9%	-12,4%	-7,9%	-14,6%	-2,6%	-6,2%	-2,6%	-2,0%	0,1%	-45,8%
ESPAÑA	-12,1%	20,6%	40,1%	16,1%	-9,7%	16,9%	60,9%	-14,5%	11,9%	180,1%
HOLANDA	0,0%	-6,5%	-6,3%	-7,1%	2,4%	14,8%	0,9%	3,5%	-12,1%	-12,2%
IRLANDA	13,3%	17,6%	13,9%	-2,8%	18,1%	20,4%	13,1%	-1,4%	-5,7%	120,4%
REINO UNIDO	6,6%	10,8%	2,5%	2,9%	4,7%	6,5%	8,6%	-0,7%	-6,7%	39,8%
SUB-TOTAL 1	1,7%	4,1%	0,9%	-1,3%	4,1%	6,8%	8,0%	-1,0%	-5,8%	18,0%
AUSTRIA	-19,4%	19,0%	-3,2%	-7,3%	-38,9%	-31,3%	-6,3%	-3,1%	0,0%	-67,2%
BÉLGICA	-1,8%	-8,0%	13,6%	-13,8%	-0,6%	48,6%	6,6%	0,0%	-3,4%	34,6%
DINAMARCA	-32,7%	-42,3%	-33,3%	2,8%	83,0%	18,1%	9,1%	1,1%	7,5%	-31,8%
FINLÂNDIA	-14,1%	-18,9%	-0,8%	16,3%	-15,2%	-3,0%	-16,2%	13,5%	46,4%	-7,9%
FRANÇA	19,0%	-9,0%	-12,1%	9,8%	9,3%	-16,5%	26,6%	14,0%	-26,0%	1,9%
ITÁLIA	-21,0%	-21,7%	-5,4%	-40,7%	-29,6%	73,6%	-53,8%	-87,8%	793,6%	-78,6%
NORUEGA	19,0%	-9,3%	5,1%	-13,5%	-33,1%	7,8%	32,1%	1,1%	-36,7%	-40,2%
POLÓNIA	-6,2%	78,8%	-23,4%	-52,0%	-22,9%	301,1%	23,7%	45,2%	-34,3%	124,9%
SUÉCIA	-25,6%	-22,3%	-62,2%	64,3%	-1,6%	67,5%	-24,0%	-0,7%	29,6%	-42,1%
SUIÇA	-25,5%	-0,5%	-29,4%	-16,7%	-42,0%	-11,9%	-2,6%	46,1%	-50,3%	-84,2%
OUTROS	6,2%	-27,8%	1,6%	6,6%	-20,6%	12,1%	-3,6%	0,5%	-38,6%	-56,0%
SUB-TOTAL 2	-8,0%	-14,5%	-8,5%	-4,2%	-8,8%	22,5%	4,8%	5,4%	-11,7%	-24,9%
Total	0,2%	1,7%	-0,4%	-1,5%	2,7%	7,5%	7,4%	-0,5%	-5,9%	10,9%

Fonte: ANA (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

A imagem 3.1 deixa transparecer a forte sazonalidade a que o destino está sujeito, com uma assinalável concentração da procura nos meses de verão, reflexo da forte especialização no produto sol e mar (Turismo de Portugal, 2006).

Imagem 3.1 – Movimentos mensais de passageiros no aeroporto de Faro – 2000/2009



Fonte: ANA (2000; 2004; 2009) – dados tratados

Tal situação parece não ter sofrido qualquer alteração no período em análise, considerando as semelhanças na configuração da curva para os anos aí representados.

3.2.HÓSPEDES EM ALOJAMENTO OFICIAL

Os dados relativos ao número de hóspedes oriundos dos mercados português e espanhol no decénio 2000-2009 parecem confirmar aquilo que dos mesmos foi referido no âmbito dos movimentos aeroportuários. De facto, a maior preponderância que ambos assumem neste indicador indicia uma forte opção por outras vias que não a aérea (quadro 3.3).

No caso português os valores são de tal forma significativos que, neste período, é o mercado com maior quota neste indicador (31,1%), bem como o único que não apresenta qualquer decréscimo em nenhum dos 10 anos.

O Reino Unido confirma, também aqui, ser o mercado estrangeiro com maior peso na atividade regional (27,2% de quota total), não obstante a variação negativa registada no período em análise (-7,4%). De notar que as quedas mais significativas se dão nos dois últimos anos (-7,2% em 2008 e -18,8% em 2009), altura em que a crise económica mundial se começa a fazer sentir – ver quadros 3.3 e 3.4.

O desempenho do mercado alemão neste indicador vem corroborar a análise efetuada aos dados do aeroporto de Faro: é o segundo mercado estrangeiro (9,7% de quota total) e registou uma queda acentuada neste decénio (-46,3%).

Relativamente à Irlanda e Holanda, invertem as suas posições (em termos de volume), comparativamente aos movimentos registados no aeroporto – 4,1% e 5,7% de quota total de hóspedes, respetivamente – tendo os holandeses peso semelhante ao mercado espanhol neste indicador.

Tal como no que concerne ao número de passageiros processados no aeroporto de Faro, também relativamente aos hóspedes existe um claro predomínio dos 6 principais

mercados que aqui representaram 83,5% da quota total no período 2000-2009, sendo que destes, o peso dos mercados estrangeiros mais relevantes é superior a 50%.

Quadro 3.3 – Hóspedes em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009

NACIONALIDADE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL	QUOTA TOTAL
Portugal	650.994	749.550	769.484	822.999	844.940	896.000	937.276	972.790	1.005.046	1.031.530	8.680.609	31,1%
Alemanha	395.851	351.064	298.808	261.140	236.930	250.881	236.884	232.961	223.648	212.545	2.700.712	9,7%
Espanha	74.783	80.612	99.302	120.046	138.210	173.090	216.066	240.130	214.826	229.596	1.586.661	5,7%
Holanda	161.506	170.368	163.878	147.612	130.982	146.842	159.344	166.172	183.960	164.958	1.595.622	5,7%
Irlanda	85.883	95.591	110.497	131.282	112.878	110.720	119.352	130.390	131.890	113.750	1.142.033	4,1%
Reino Unido	713.425	766.421	730.840	724.291	703.307	781.406	813.174	876.817	813.909	660.938	7.584.528	27,2%
SUB-TOTAL 1	1.431.248	1.464.056	1.403.325	1.384.371	1.322.307	1.462.939	1.544.820	1.646.470	1.568.233	1.381.787	14.609.556	52,4%
AUSTRIA	10.303	10.028	9.246	7.966	7.971	7.818	8.535	9.391	10.047	10.964	92.269	0,3%
BELGICA	29.858	29.118	26.090	26.627	24.336	26.400	32.227	33.229	33.532	31.156	292.573	1,0%
DINAMARCA	29.839	22.339	13.406	10.431	11.499	12.824	15.221	16.680	18.359	14.749	384.842	1,4%
FINLÂNDIA	13.753	12.969	11.612	11.826	13.556	12.846	11.531	12.712	13.463	17.958	132.226	0,5%
FRANÇA	30.456	32.294	31.655	31.064	29.282	37.908	42.909	49.070	61.002	64.695	517.068	1,9%
ITALIA	29.748	23.789	24.503	20.810	18.933	17.360	22.409	23.927	23.839	22.531	227.849	0,8%
NORUEGA	24.415	32.666	28.146	29.155	22.200	17.722	16.120	17.239	18.021	9.791	744.917	2,7%
POLÓNIA	6.340	6.610	7.631	6.800	4.927	5.091	10.011	15.603	20.442	15.383	98.838	0,4%
SUÉCIA	28.936	28.852	21.137	14.795	19.157	18.712	21.054	17.829	17.616	15.177	843.755	3,0%
SUIÇA	23.375	20.139	19.402	16.122	16.923	15.237	15.375	15.961	16.014	16.557	174.505	0,6%
OUTROS	124.106	121.255	102.619	95.272	102.685	98.979	105.787	117.726	122.205	107.162	1.097.796	3,9%
SUB-TOTAL 2	351.129	340.058	295.447	270.868	271.489	270.897	301.179	329.367	354.540	326.123	4.606.638	16,5%
TOTAL	2.433.371	2.553.664	2.468.256	2.476.238	2.438.736	2.629.836	2.783.275	2.948.627	2.927.819	2.739.440	27.896.803	100%

Fonte: INE (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

Quadro 3.4 – Variações nos hóspedes em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009

NACIONALIDADE	01/00	02/01	03/02	04/03	05/04	06/05	07/06	08/07	09/08	09/00
PORTUGAL	15,1%	2,7%	7,0%	2,7%	6,0%	4,6%	3,8%	3,3%	2,6%	58,5%
ALEMANHA	-11,3%	-14,9%	-12,6%	-9,3%	5,9%	-5,6%	-1,7%	-4,0%	-5,0%	-46,3%
ESPAÑHA	7,8%	23,2%	20,9%	15,1%	25,2%	24,8%	11,1%	-10,5%	6,9%	207,0%
HOLANDA	5,5%	-3,8%	-9,9%	-11,3%	12,1%	8,5%	4,3%	10,7%	-10,3%	2,1%
IRLANDA	11,6%	15,6%	18,8%	-14,0%	-1,9%	7,8%	9,2%	1,2%	-13,8%	32,8%
REINO UNIDO	7,4%	-4,6%	-0,9%	-2,9%	11,1%	4,1%	7,8%	-7,2%	-18,8%	-7,4%
SUB-TOTAL 1	2,3%	-4,1%	-1,4%	-4,5%	10,6%	5,6%	6,6%	-4,8%	-11,9%	-3,5%
AUSTRIA	-2,7%	-7,8%	-13,8%	0,1%	-1,9%	9,2%	10,0%	7,0%	9,1%	6,4%
BELGICA	-2,5%	-10,4%	2,1%	-8,6%	8,5%	22,1%	3,1%	0,9%	-24,7%	4,3%
DINAMARCA	-25,1%	-40,0%	-22,2%	10,2%	11,5%	18,7%	9,6%	10,1%	-19,7%	-50,6%
FINLÂNDIA	-5,7%	-10,5%	1,8%	14,6%	-5,2%	-10,2%	10,2%	5,9%	33,4%	30,6%
FRANÇA	6,0%	-2,0%	-1,9%	-5,7%	29,5%	13,2%	14,4%	24,3%	6,1%	112,4%
ITALIA	-20,0%	3,0%	-15,1%	-9,0%	-8,3%	29,1%	6,8%	-0,4%	-5,5%	-24,3%
NORUEGA	33,8%	-13,8%	3,6%	-21,7%	-22,3%	-9,0%	6,9%	4,5%	-45,7%	-59,9%
POLÓNIA	4,3%	15,4%	-10,9%	-27,5%	3,3%	96,6%	55,9%	31,0%	-24,7%	142,6%
SUÉCIA	-0,3%	-26,7%	-30,0%	29,5%	-2,3%	12,5%	-15,3%	-1,2%	-13,8%	-47,5%
SUIÇA	-13,8%	-3,7%	-16,9%	1,2%	-6,7%	0,9%	3,8%	0,3%	3,4%	-29,2%
OUTROS	-2,3%	-15,4%	-7,2%	7,8%	-3,6%	6,9%	11,3%	3,8%	-12,3%	-13,7%
SUB-TOTAL 2	-3,2%	-13,1%	-8,3%	0,2%	-0,2%	11,2%	9,4%	7,6%	-8,0%	-7,1%
TOTAL	4,9%	-3,3%	0,4%	-1,6%	7,8%	5,8%	5,9%	-0,7%	-6,4%	12,6%

Fonte: INE (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

3.3.DORMIDAS EM ALOJAMENTO OFICIAL

Quanto ao indicador das dormidas, a única novidade aqui introduzida relativamente aos valores referentes ao número de hóspedes, prende-se com a maior preponderância do Reino Unido, em detrimento do mercado interno (quadro 3.5). De facto, não obstante terem maior relevância no número de pessoas registadas em alojamento classificado (conforme referido anteriormente), os portugueses, fruto de estadas médias mais curtas

(ver imagem 3.2), têm menos dormidas assinaladas que os britânicos durante o período em causa (22,1%, contra os 35% de quota total)

Os mercados alemão e holandês confirmam-se como o segundo e terceiro mercados estrangeiros mais representativos (13,4% e 8,8% da quota total de dormidas), sendo que o mercado irlandês (5,6% de quota) ganha algum ascendente neste particular, em detrimento do espanhol (3,4%).

Neste indicador, o peso dos principais mercados externos sobe para 66,3% no período em análise, não obstante o bom desempenho do mercado interno (22,1%).

Será relevante referir ainda que as oscilações sentidas anualmente no número de hóspedes, são acompanhadas por movimentos semelhantes nas dormidas, embora nestes as quebras sejam (na generalidade) substancialmente mais acentuadas e as subidas, quando ocorrem, mais moderadas (cf quadros 3.4 e 3.6). Tal será um reflexo da tendência generalizada para se encurtarem os períodos de férias.

Quadro 3.5 – Dormidas em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade –
2000/2009

NACIONALIDADE	2000	2001 (*)	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL	QUOTA TOTAL
PORTUGAL	2.360.010	2.724.451	2.924.652	3.036.433	3.122.247	3.163.340	3.330.660	3.348.339	3.537.058	3.647.189	31.194.379	22,1%
ALEMANHA	2.901.539	2.653.276	2.140.130	1.927.310	1.741.952	1.785.843	1.590.323	1.526.198	1.424.655	1.300.597	18.991.823	13,4%
ESPAÑA	246.133	275.118	325.950	370.527	415.769	508.679	659.183	712.107	635.724	697.662	4.846.852	3,4%
HOLANDA	1.328.218	1.390.923	1.310.517	1.179.904	1.009.587	1.165.311	1.235.171	1.255.480	1.375.557	1.223.260	12.473.928	8,8%
IRLANDA	657.516	748.952	868.446	985.721	816.375	753.028	771.371	819.015	809.714	677.218	7.907.401	5,6%
REINO UNIDO	5.054.230	5.484.179	5.105.892	5.034.204	4.696.490	5.051.855	5.047.026	5.398.998	4.748.598	3.824.516	49.445.988	35,0%
SUB-TOTAL 1	10.187.681	10.552.448	9.750.935	9.497.666	8.680.173	9.264.716	9.303.074	9.711.798	8.994.248	7.723.253	93.665.992	66,3%
AUSTRIA	57.366	58.360	50.652	42.777	43.454	39.219	45.310	47.268	47.968	53.885	486.259	0,3%
BELGICA	201.886	203.177	176.218	187.095	159.223	157.922	189.099	192.917	177.927	177.219	1.822.683	1,3%
DINAMARCA	206.839	152.680	83.803	60.613	69.546	74.706	91.184	98.660	107.965	83.016	1.029.012	0,7%
FINLÂNDIA	97.636	87.955	71.843	71.570	84.186	79.063	71.852	79.008	80.435	104.884	828.432	0,6%
FRANÇA	128.294	138.909	136.661	133.925	121.110	177.199	201.562	261.828	290.552	322.097	1.912.137	1,4%
ITALIA	101.208	87.866	85.141	69.528	70.246	60.962	78.953	84.433	81.847	77.016	797.200	0,6%
NORUEGA	178.039	234.856	194.834	206.031	144.619	112.344	101.899	109.569	110.233	57.409	1.449.833	1,0%
POLÓNIA	39.695	41.611	47.816	45.922	29.850	31.007	64.030	95.935	124.697	80.192	600.755	0,4%
SUECIA	209.081	205.529	132.868	84.876	109.750	107.814	126.982	103.069	98.078	83.460	1.261.507	0,9%
SUIÇA	139.789	121.336	109.445	92.313	91.797	81.701	78.289	80.659	76.861	77.295	949.485	0,7%
OUTROS	663.948	694.859	529.435	508.830	526.672	464.281	480.758	490.901	537.295	440.688	5.337.667	3,8%
SUB-TOTAL 2	2.023.781	2.027.138	1.618.716	1.503.480	1.450.453	1.386.218	1.529.918	1.644.247	1.733.858	1.557.161	16.474.970	11,7%
TOTAL	14.571.472	15.304.037	14.294.303	14.037.579	13.252.873	13.814.274	14.163.652	14.704.384	14.265.164	12.927.603	141.335.341	100%

Fonte: INE (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

Quadro 3.6 – Variações nas dormidas em alojamento oficial no Algarve, por nacionalidade – 2000/2009

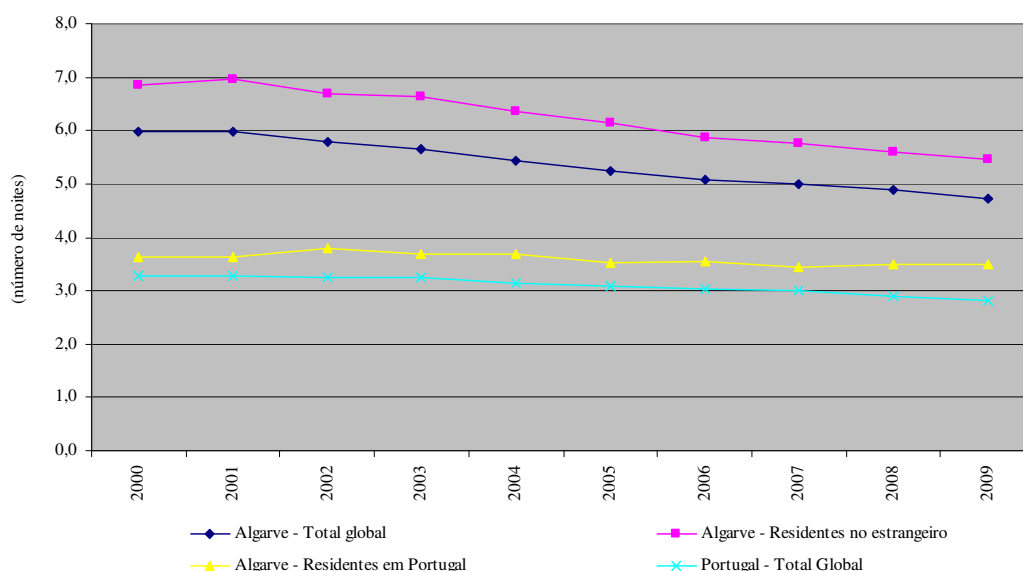
NACIONALIDADE	Var 01/00	Var 02/01	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06	Var 08/07	Var 09/08	Var 09/00
PORTUGAL	15,4%	7,3%	3,8%	2,8%	1,3%	5,3%	0,5%	5,6%	3,1%	54,5%
ALEMANHA	-8,6%	-19,3%	-9,9%	-9,6%	2,5%	-10,9%	-4,0%	-6,7%	-8,7%	-55,2%
ESPAÑA	11,8%	18,5%	13,7%	12,2%	22,3%	29,6%	8,0%	-10,7%	9,7%	183,4%
HOLANDA	4,7%	-5,8%	-10,0%	-14,4%	15,4%	6,0%	1,6%	9,6%	-11,1%	-7,9%
IRLANDA	13,9%	16,0%	13,5%	-17,2%	-7,8%	2,4%	6,2%	-1,1%	-16,4%	3,0%
REINO UNIDO	8,5%	-6,9%	-1,4%	-6,7%	7,6%	-0,1%	7,0%	-12,0%	-19,5%	-24,3%
SUB-TOTAL 1	3,6%	-7,6%	-2,6%	-8,6%	6,7%	0,4%	4,4%	-7,4%	-14,1%	-24,2%
AUSTRIA	1,7%	-13,2%	-15,5%	1,6%	-9,7%	15,5%	4,3%	1,5%	12,3%	-6,1%
BELGICA	0,6%	-13,3%	6,2%	-14,9%	-0,8%	19,7%	2,0%	-7,8%	-0,4%	-12,2%
DINAMARCA	-26,2%	-45,1%	-27,7%	14,7%	7,4%	22,1%	8,2%	9,4%	-23,1%	-59,9%
FINLANDIA	-9,9%	-18,3%	-0,4%	17,6%	-6,1%	-9,1%	10,0%	1,8%	30,4%	7,4%
FRANCA	8,3%	-1,6%	-2,0%	-9,6%	46,3%	13,7%	29,9%	11,0%	10,9%	151,1%
ITALIA	-13,2%	-3,1%	-18,3%	1,0%	-13,2%	29,5%	6,9%	-3,1%	-5,9%	-23,9%
NORUEGA	31,9%	-17,0%	5,7%	-29,8%	-22,3%	-9,3%	7,5%	0,6%	-47,9%	-67,8%
POLONIA	4,8%	14,9%	-4,0%	-35,0%	3,9%	106,5%	49,8%	30,0%	-35,7%	102,0%
SUECIA	-1,7%	-35,4%	-36,1%	29,3%	-1,8%	17,8%	-18,8%	-4,8%	-14,9%	-60,1%
SUIÇA	-13,2%	-9,8%	-15,7%	-0,6%	-11,0%	-4,2%	3,0%	-4,7%	0,6%	-44,7%
OUTROS	4,7%	-23,8%	-3,9%	3,5%	-11,8%	3,5%	2,1%	9,5%	-18,0%	-33,6%
SUB-TOTAL 2	0,2%	-20,1%	-7,1%	-3,5%	-4,4%	10,4%	7,5%	5,4%	-10,2%	-23,1%
Total	5,0%	-6,6%	-1,8%	-5,6%	4,2%	2,5%	3,8%	-3,0%	-9,4%	-11,3%

Fonte: INE (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

Esta leitura parece ser corroborada pelo gráfico 3.2, em que se constata ainda que a estada média registada no Algarve (período 2000-2009) é sempre superior à registada no resto do país.

Confirma-se igualmente que, no Algarve, os residentes no estrangeiro apresentaram estadas médias mais elevadas, em comparação com os residentes em Portugal.

Imagem 3.2 – Número de noites em alojamento oficial – 2000/2009



Fonte: INE (2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009) – dados tratados

Face aos dados da atividade turística aqui apresentados parece ser evidente que o Algarve sofre os impactos de uma procura sazonal, fortemente concentrada no período de verão. Tal parece indicar que os esforços desenvolvidos pela região no sentido de alargar o período de incidência da procura não têm produzido os efeitos desejados.

Verifica-se igualmente uma concentração em 6 mercados principais, situação que normalmente é apontada como uma desvantagem, dada a excessiva dependência de um limitado número de mercados emissores, mas que poderá apresentar alguns benefícios se houver uma estratégia de diversificação da oferta. Tal situação possibilitaria uma mais rápida captação de novos clientes desses mercados, dada a eventual prévia identificação com a região – assumindo que os novos produtos vão de encontro às expectativas e prioridades dos clientes desses mercados emissores/de origem.

4.DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS NO ALGARVE – O CASO DO *BIRDWATCHING*

Face ao cenário anteriormente descrito, um destino com algum grau de maturidade, como parece ser o caso do Algarve, deverá encontrar formas de se rejuvenescer aos olhos dos turistas (Butler, 1980).

Nesta fase, o simples investimento em comunicação parece não ser (por si só) suficiente, pelo que se torna necessário atuar diretamente sobre a oferta, seja por via de uma intervenção nos produtos turísticos já existentes, conferindo-lhes outros usos e outra imagem, ou ainda pela criação de novos produtos, sejam eles indutores da procura, ou com capacidade de criarem complementaridades com os existentes (UNWTO e ETC, 2011).

A criação/estruturação de produtos que alarguem a base da oferta do Algarve tem sido apontada como uma necessidade para a região (ERTA, 2009). De facto, o seu desenvolvimento tem sido fortemente alicerçado no sol e mar, de alguma forma secundado pelo golfe e pelo *MI - Meeting Industry*, tendo produtos como saúde e bem-estar, náutica, ou residencial, alguma expressão (Turismo de Portugal, 2006).

Não obstante esta linha de pensamento parecer relativamente consensual entre os diversos atores regionais e nacionais, é também evidente que a gestão de escassos recursos (nomeadamente financeiros) torna imperioso que o investimento no desenvolvimento e promoção de um novo produto vá de encontro aos anseios e expectativas dos clientes alvo, sob pena destes optarem por destinos concorrentes (Bramwell, 1998).

Ainda que a abordagem ao *birdwatching* aqui descrita encare esta atividade de forma individualizada, nunca foi perdida a perspetiva de conjunto, por se acreditar que o Algarve, como a generalidade dos destinos, é visto como uma amálgama de produtos e de oportunidades de experiência, que no seu todo compõem a experiência total do destino (Murphy, Pritchard e Smith, 2000).

Esta tónica na experiência tem sido enfatizada na literatura, havendo referências ao produto turístico como sendo o resultado de um processo produtivo, através do qual o turista utiliza as diversas infraestruturas e serviços para gerar o *output* final, que é em si mesmo, a experiência (Gunn, 1988; Smith, 1994). Todo este resultado é criado e interpretado durante o período de consumo, que foi desenvolvido e organizado pela(s) empresa(s), e/ou pelo destino (Kompulla, 2001).

Tendo presentes estes pressupostos, a ERTA optou por focalizar os seus esforços no Turismo de Natureza, com particular incidência no *birdwatching*.

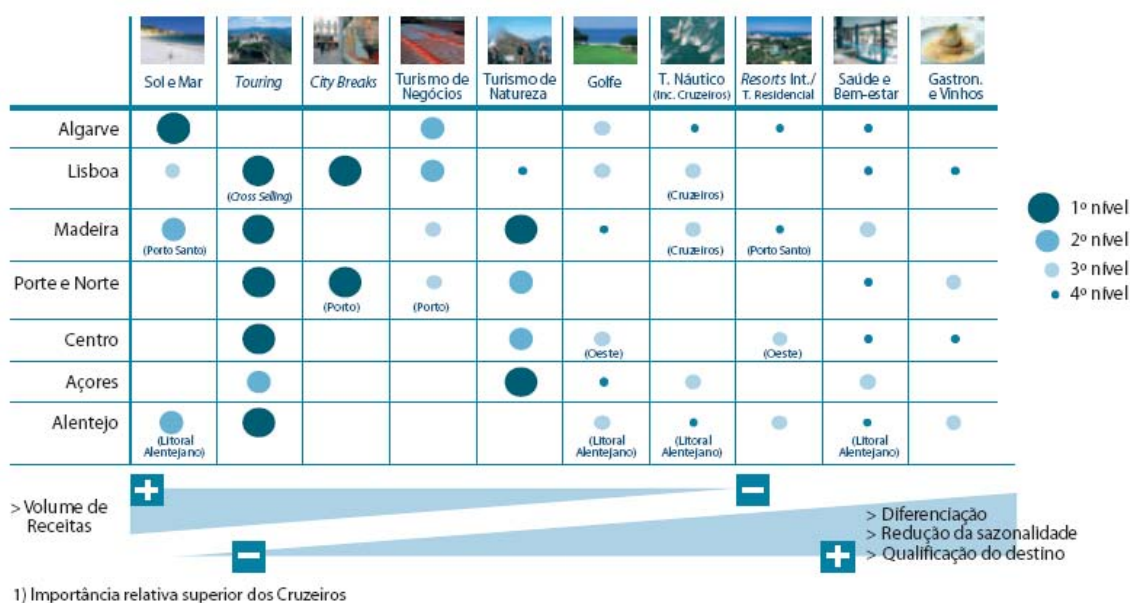
4.1. ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL

Dada a sua especialização histórica no produto sol e mar, ainda que complementada com a existência de outros produtos (principalmente o golfe e MI), são recorrentes as alusões à necessidade do Algarve criar um leque diversificado de produtos turísticos, que lhe permitam acrescentar valor aos existentes, bem como alargar a base da procura.

De acordo com o Plano Estratégico Nacional do Turismo – PENT (Turismo de Portugal, 2006), documento que visa traçar os objetivos e respetivos caminhos para o desenvolvimento da atividade turística nacional, o Algarve deve sustentar a sua atividade enquanto destino em 5 produtos estratégicos (imagem 4.1):

- Sol e Mar – o mais relevante, único considerado de 1º nível
- MI (*Meeting Industry*) – considerado como sendo de 2º nível
- Golfe – assumido como sendo 3º nível
- Turismo Náutico – avaliado como sendo de 4º nível
- Saúde e Bem-estar – apreciado como sendo de 4º nível
- Turismo Residencial – também considerado como sendo de 4º nível

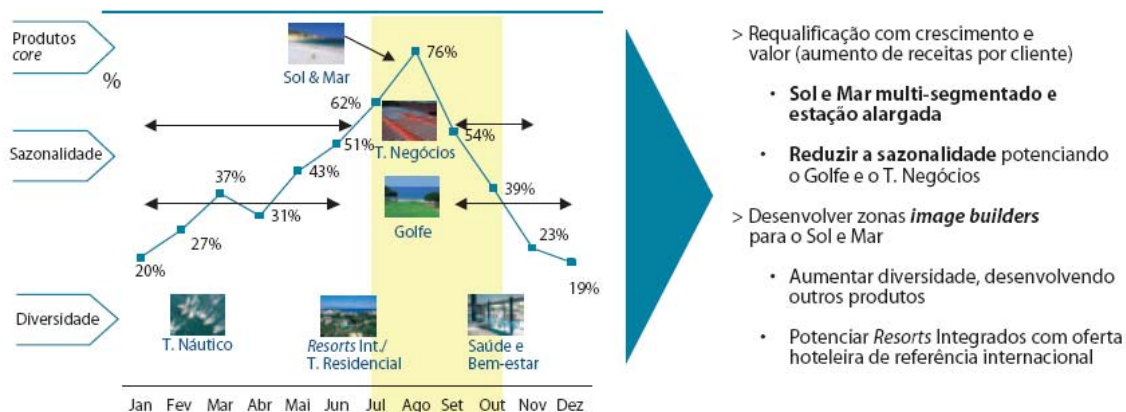
Imagem 4.1 – Produtos estratégicos por região



Fonte: Turismo de Portugal (2006)

Ainda que reconhecendo a importância deste conjunto de produtos, o PENT (2006) refere uma elevada sazonalidade a eles associada, pelo que aí é igualmente identificada a necessidade de aumentar a diversidade, desenvolvendo outros produtos (imagem 4.2).

Imagem 4.2 – Sazonalidade da procura no Algarve



Fonte: Turismo de Portugal (2006)

Numa tentativa de aproximar a diretrizes do PENT (documento de âmbito nacional) da realidade e expectativas dos *stakeholders* da região, a ERTA promoveu o desenvolvimento de um estudo encabeçado pela consultora Roland Berger (que já havia

sido responsável pelo desenvolvimento PENT), intitulado “Projeto piloto de alinhamento do Plano Regional do Algarve com os objetivos e iniciativas estruturantes do PENT” (ERTA, 2009).

Neste projeto conclui-se que o PENT (Turismo de Portugal, 2006) poderá ter apresentado uma visão algo redutora do Algarve, minimizando (de entre outros) o potencial do Turismo de Natureza.

Imagem 4.3 – Principais produtos turísticos do Algarve



Fonte: ERTA (2009)

A imagem 4.3 é ilustrativa desta visão mais próxima da realidade regional, tal como é percecionada pelos diversos *stakeholders*: o Turismo de Natureza é apresentado como uma motivação secundária com forte potencial para ascender a primária, bem como o de Saúde e Bem-Estar (que deixa de ser considerado primária, tal como apresentado no plano estratégico nacional).

Alicerçada neste documento a ERTA optou assim por empreender num projeto que potenciase o Turismo de Natureza, conceito bastante abrangente e que contempla várias e diversificadas atividades, razão pela qual foram auscultados alguns intervenientes no mercado. Desta auscultação concluiu-se que o *birdwatching* seria a aposta mais efetiva, quer pelo potencial de procura, quer pelas características intrínsecas do território (ERTA, 2009).

De facto, cerca de 39% do território algarvio está integrado na Rede Natura 2000², o que conjugado com o facto de na região ser possível avistar cerca de 300 espécies de aves ao longo do ano (ERTA, 2009b) tornam o Algarve num cenário privilegiado para o desenvolvimento desta prática.

Esta opção tomou em consideração não só os fatores anteriormente enunciados, como as evidências encontradas na literatura de que o *birdwatching*, enquanto produto turístico, pode representar uma mais-valia na oferta das áreas de destino, com a possibilidade de forte impacto económico para a comunidade (Scott e Thigpen, 2003; Sekercioglu, 2002).

4.2.POTENCIAL DA PROCURA

Dados recentes demonstram que os mercados alemão, britânico, holandês, escandinavo francês e italiano representam cerca de 91% da procura de turismo de natureza na Europa (Turismo de Portugal, 2013). Como podemos constatar na análise do desempenho turístico do Algarve (ver pp 20-27), de entre os mercados preponderantes na procura atual da região, encontramos precisamente os três primeiros referidos, podendo ainda considerar-se de peso significativo a Escandinávia e a relevância crescente de França. Esta situação parece, em si, representar uma vantagem na abordagem a estes países emissores, pela eventual identificação prévia com o destino (embora eventualmente com outra conotação ao nível da oferta).

Na tentativa de aprofundarmos o conhecimento sobre estes mercados no que concerne ao consumo do produto Turismo de Natureza, facilmente nos apercebemos de que não existem muitos estudos sobre a dimensão do mercado de *birdwatching*. Ainda assim, dos elementos recolhidos podemos afirmar, com algum grau de segurança, que existirão mais de 100 milhões de pessoas no mundo que se dedicam à observação de aves (ERTA, 2009b). Ao nível da Europa, escasseando os dados, tomamos como referência o número de associados da prestigiada organização “BirdLife International” (ver quadro 4.1)

² Rede ecológica para o espaço comunitário da União Europeia, resultante da aplicação das diretivas 79/409/CEE (Diretiva Aves) e 92/43/CEE (Diretiva Habitats), formada por Zonas de Proteção Especial (ZPE) – Diretiva Aves – e Zonas Especiais de Conservação (ZEC) – Diretiva Habitats.

Quadro 4.1 – Associados da BirdLife Internacional por nacionalidade

PAÍS	Nº DE SÓCIOS
Reino Unido	1.049.000
Alemanha	420.000
Holanda	125.000
Suíça	57.000

Fonte: ERTA (2009b)

Relativamente aos países com maior incidência desta prática, Roig (2008) identifica a Alemanha, o Reino Unido, a França, os Estados Unidos e a Espanha como sendo aqueles em que existirá grande preponderância por parte da procura, fazendo sobre os mesmos a seguinte análise:

Alemanha

Esta modalidade tem aqui uma implementação recente, sendo escassos os dados sobre a mesma. À falta de outro tipo de elementos Roig (2008) dá como referência número de clientes dos três mais importantes operadores especializados e que conseguirão angariar entre 700 a 900 clientes/ano. Neste mercado verifica-se ainda a tentativa de ganhar dimensão por parte das micro e pequenas empresas especializadas, que procuram sinergias com as grandes empresas, seja através de parcerias, ou mesmo de fusões.

O cliente tipo deste produto tem, maioritariamente, mais de 50 anos e além do interesse pela natureza, dedica igualmente atenção à cultura e educação, gostando de caminhadas e de andar de bicicleta.

Reino Unido

Não obstante as suas preferências se centrarem bastante no produto sol e mar, tem-se vindo a registar um aumento substancial das atividades ligadas ao ecoturismo, sendo este um dos principais mercados emissores de turismo ornitológico. A este propósito, estima-se que cerca de 2,4 milhões de pessoas com mais de 15 anos realizem, de forma regular ou ocasional, algum tipo de atividade ligada à observação de aves.

França

Grandes consumidores de turismo de natureza, estima-se em cerca de 2,3 milhões o número de potenciais *birdwatchers*. Embora minoritária, quando comparada com outras atividades, como por exemplo o pedestrianismo, o *birdwatching* tem já relevância nas viagens cuja motivação é o contacto com a natureza.

Espanha

Não sendo, por si só, a principal atividade procurada pelos ecoturistas espanhóis, a sua relevância parece justificar o investimento que as entidades competentes têm feito na sua promoção, quer no mercado interno, quer junto dos mercados externos.

Estados Unidos da América

As atividades de *outdoor* têm tido um crescimento assinalável e embora, no caso da observação de aves, os norte-americanos prefiram visitar sítios perto da sua área de residência, cerca de 20 milhões demonstram predisposição para viajar para locais mais distantes.

4.3.BIRDWATCHING NO ALGARVE – PROCURA ATUAL

O Algarve, bem como o resto do país, parece padecer da mesma situação quanto inexistência de dados oficiais que atestem a importância desta atividade em termos turístico (ERTA, 2009b), embora seja crescente o número de empresas de animação turística que operam nesta área, bem como do turismo de natureza em geral, o que parece indicar ser um produto com potencial.

Parecendo confirmar este indicador, está o facto do Parque Natural da Ria Formosa ser a 3ª reserva natural de Portugal, em termos de visitantes (ICNF, 2012) – 13.722 visitantes em 2011 – tendo o Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina e a Reserva do Sapal de Castro Marim e Vila Real de St. António, também números assinaláveis (9.599 e 4.374 respetivamente).

Knuth em Machado (2011), num estudo referente a turistas alemães no Algarve, refere que cerca de 62% dos inquiridos não conheciam as áreas protegidas da região, ainda que 53% considerasse o *birdwatching* uma atividade importante.

Machado (2011:23), invocando o relatório “Birdwatching no Algarve – Propostas de Estruturação e Organização” (ERTA, 2009b) refere que esta baixa perceção por parte dos turistas internacionais, aliada a uma falta de infraestruturas adequadas, bem como a ausência de informação sobre a generalidade dos sítios para observação de aves na região, representam algumas das maiores ameaças ao desenvolvimento deste produto no Algarve.

Ainda que, tal como anteriormente referido, exista uma falta de informação generalizada sobre o perfil do *birdwatcher* que visita o Algarve, tal situação parece ter sido de alguma forma minimizada por um trabalho académico desenvolvido por Machado (2011) e que contou com o apoio da ERTA no âmbito do projeto de desenvolvimento do produto *birdwatching* no Algarve.

Através de um conjunto de inquéritos aplicados *online* em que recolheu informação de 210 *birdwatchers*, conseguiu apurar que 71,4% dos entrevistados já tinha visitado o Algarve.

Dos dados analisados junto deste último grupo, se extraem as seguintes conclusões (pp. 95-96):

- Existe uma clara predominância de turistas oriundos do Reino Unido e Holanda, o que denota propensão (atualmente) destes mercados para consumirem este produto na região;
- Verifica-se que a idade média do turista *birdwatcher* é ligeiramente superior no Algarve (55), comparativamente ao do resto da Europa (52);
- Existe maior probabilidade de visita ao Algarve em *birdwatchers* cujo agregado familiar é de 2, em detrimento daqueles que vivem sozinhos.

4.4.DESENVOLVIMENTO DO PROJETO DE ESTRUTURAÇÃO DO PRODUTO BIRDWATCHING NO ALGARVE

Todo o projeto foi delineado em três grandes eixos:

- Definição estratégica (consubstanciada no relatório “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização”), compreendendo
 - Avaliação territorial
 - Abordagem aos interlocutores regionais
 - Identificação de necessidades
- Intervenção territorial
 - Apresentação do projeto aos parceiros
 - Intervenção dos parceiros
- Ações de promoção e informação do potencial da região
 - Produção de materiais promocionais e informativos
 - Ações com jornalistas, operadores e associações do setor
 - Participação em feiras e eventos da especialidade

4.4.1.Relatório – Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização

A base do trabalho desenvolvido assentou numa primeira avaliação do potencial da região enquanto destino de *birdwatching*. Os resultados dessa apreciação foram apresentados sob a forma de relatório, designado por “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (ERTA, 2009b). Toda a vertente de fundamentação e pesquisa de campo foi apoiada, em termos técnicos e científicos, pela associação regional de defesa do ambiente Almargem, bem como pela Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA), cujo trabalho se encontrou alicerçado em duas grandes vertentes: a prospeção de campo e; a consulta junto das entidades da região.

Através da primeira tentou obter-se um retrato atualizado e fiável dos locais com maior potencial para o *birdwatching* no Algarve, realçando aspetos relevantes para o desenvolvimento desta atividade, nomeadamente, as acessibilidades, a sinalética informativa, o estado de conservação dos habitats, etc. De forma a sistematizar-se a

informação recolhida em cada local, foi elaborada uma ficha de campo, através da qual foram recolhidos os seguintes dados:

- Localização;
- Acessos e estacionamento;
- Formas de uso;
- Exploração turística;
- Atividades potencialmente incompatíveis;
- Estado de conservação do sítio;
- Infraestruturas existentes para *birdwatching*;
- Principais espécies de aves (e outros grupos);
- Sugestões;
- Contactos relacionados com a gestão do sítio (conservação e turística);
- Registo fotográfico.

A identificação dos sítios estudados resultou da recolha de informação publicada, bem como do conhecimento da equipa técnica que desenvolveu o trabalho.

A posterior seleção dos locais para figurar na lista final dos sítios com maior interesse para o *birdwatching* baseou-se, principalmente, no respetivo valor ornitológico e na presença de espécies chave que podem ser atrativas do ponto de vista turístico. Esta informação foi fundamentada nos conhecimentos técnicos da equipa de trabalho e em bibliografia especializada.

Em paralelo ao trabalho de prospeção, procedeu-se ao contacto com diversas organizações e instituições da região. Foi remetido um inquérito para todos os municípios do Algarve, para as entidades públicas representadas na região (ICNB - Instituto de Conservação da Natureza e da Biodiversidade; ARH - Administração da Região Hidrográfica do Algarve, etc.), Associações de Desenvolvimento Local (Vicentina, In Loco e Terras do Baixo Guadiana), Associações de Promoção Turística (ASA - Associação Sotavento Algarvio, Promosagres), de entre outras. Nesta abordagem às diversas entidades regionais, foram suscitadas algumas questões, nomeadamente relacionadas com eventuais planos ou projetos previstos para o seu território de intervenção, ao nível da promoção do *birdwatching* ou outras atividades de

turismo de natureza, no sentido de avaliar o grau de articulação com os objetivos do presente estudo.

Promoveram-se, ainda, diversas reuniões com *stakeholders* locais, nomeadamente o ICNB (Reserva Natural do Sapal de Castro Marim e Vila Real de St. António, Parque Natural da Ria Formosa), municípios, Associação Odiana, Associação A Rocha, empresas de animação turística, hotéis, entre outros. Estes contactos demonstraram preponderância ao nível da obtenção de informações concretas para cada local analisado, identificando (uma vez mais) projetos em curso dentro da temática em análise.

Os resultados apurados foram organizados segundo fichas de local, onde se apresentam os principais valores, os aspetos positivos e negativos e as respetivas propostas de intervenção para cada um deles.

Com o objetivo de diferenciar o grau de importância dos locais visitados, definiram-se vários critérios que permitiram identificar as zonas *Hotspot* (mais relevantes) e as *Complementares*.

Todo o trabalho desenvolvido, como foi já anteriormente referido, pressupôs uma identificação dos elementos considerados como essenciais para que o *birdwatching*, enquanto atividade, pudesse ser considerada como um produto turístico. Esta necessidade havia já sido referida na literatura por Smith (1994), ao afirmar que o produto turístico, para ser considerado como tal, deverá reunir cinco elementos fundamentais: estrutura física (*physical plant*); serviço (*service*); hospitalidade (*hospitality*); liberdade de escolha (*freedom of choice*); envolvimento (*involvement*).

Tentando enquadrar a iniciativa da ERTA nestes pressupostos, conseguiremos identificar: os recursos naturais (que compreendem igualmente a fauna) e infraestruturas necessárias para esta prática (**estrutura física**); tudo isto só fará sentido com a existência de *inputs* considerados como úteis pelos turistas e que, neste caso, compreendem situações como adequada manutenção e limpeza, prestadores de serviço de apoio à visita/estada, como por exemplo guias turísticos qualificados e conhecedores, ou adequada provisão de serviços de alimentação e bebidas (**serviço**); a questão da

hospitalidade refere-se ao “algo extra” que os turistas obtêm do serviço e que pode passar pelo sorriso, ou cortesia do prestador de serviço; para os turistas é igualmente importante sentirem que têm um leque de opções algo diversificado no destino, para que a experiência seja gratificante (**liberdade de escolha**); como é evidente, tudo isto apenas faz sentido com a participação do turista, sendo certo que a base do sucesso consiste numa adequada combinação de todos os pontos anteriormente enunciados (**envolvimento**).

Resultados do trabalho de campo

Entre junho e setembro de 2009 foram visitados mais de 30 sítios em todo o Algarve, com o objetivo de avaliar as condições aí existentes para a dinamização de atividades de *birdwatching*. Em cada local foram identificados os pontos fortes e fracos para esta atividade turística, tendo em conta um conjunto de critérios previamente definidos, nomeadamente a presença de infraestruturas, as acessibilidades, de entre outros. Estes dados permitiram identificar as zonas mais importantes para o *birdwatching* no Algarve (*Hotspots*) e as áreas complementares.

4.4.2. Intervenção territorial

Todo o trabalho de base desenvolvido veio a provar-se como sendo de extrema relevância na abordagem aos parceiros (câmaras municipais e ICNF), por permitir hierarquizar as prioridades na sua intervenção.

De facto a total concretização do projeto pressupunha a envolvimento destas entidades, considerando que a ERTA não tem qualquer capacidade de intervenção no território, atribuição com enquadramento legal na atividade de câmaras municipais e ICNF.

Projeto de estruturas-tipo para observação de aves

De forma a tentar evitar que o conjunto de infraestruturas de suporte a esta atividade, aquando do seu desenvolvimento e implementação pelas câmaras municipais e ICNF, fossem muito heterogéneos ao longo do território, foi facultado aos parceiros um conjunto de projetos de arquitetura para as estruturas tipo que haviam já sido identificadas no relatório “Birdwatching no Algarve – Propostas de Estruturação e

Organização” (ERTA, 2009b): plataformas de observação; observatórios; abrigos; painéis informativos; passadiços; bancos; caixotes de lixo; outros.

Ainda que a receptividade ao projeto tenha sido boa, a execução do conjunto de infraestruturas propostas não foi ainda implementada, devidos às restrições financeiras com que os parceiros se viram confrontados, devido à atual situação económica do País.

Não obstante, qualquer dos envolvidos assumiu que assim que os respetivos orçamentos o permitissem, o projeto seria retomado.

4.4.3. Ações de promoção e informação do potencial da região

De forma a materializar a estratégia delineada, um conjunto de ações foram definidas e implementadas, com o intenção de atrair novos clientes à região:

Identidade visual do produto *birdwatching*

Com o intuito de garantir alguma coerência e consistência a toda a comunicação a produzir, foi criado um logótipo alusivo a esta atividade na região (imagem 4.4), bem como o respetivo manual de normas de aplicação do mesmo.

Imagem 4.4 – Identidade visual do produto *birdwatching* Algarve



Fonte: ERTA (2011)

Desdobrável informativo/ promocional

Havendo a necessidade de se fazer uma primeira abordagem ao mercado, bem como de criar um suporte promocional que a sustentasse, foi desenvolvido um desdobrável informativo/promocional (imagem 4.5).

Imagem 4.5 – Desdobrável informativo/promocional de *birdwatching* no Algarve

L' Algarve
Situé à l'extrême sud du Portugal, l'Algarve est l'une des régions du pays qui offrent les meilleures conditions pour l'observation d'oiseaux. Tout au long de l'année, plus de 300 espèces parcourent les cieux algariens, accueillant d'innombrables oiseaux de proie, de mer, oiseaux limacés, arctiques, passeriformes et bien d'autres.

Bonnes Conduite
Lorsque vous sollicitez les services d'interprètes de tourisme, prenez soin de vous informer et cela-ci peut être crucial et il est très important de bien les utiliser pour développer des activités sur des domaines protégés.

Bonnes Conduite
Respecter les particularités des zones d'observation d'oiseaux, protéger les oiseaux et leurs habitats, contribuer ainsi à l'amélioration de l'économie de la région.

Bonnes Conduite
Respecter les particularités des zones d'observation, et tout particulièrement les périodes de nidification, en évitant de perturber les oiseaux. Ne s'approcher et surtout briser l'habitat des oiseaux.

Bonnes Conduite
Si vous rencontrez un oiseau blessé, veuillez contacter l'une des associations suivantes:
OEA - Oiseau en Urgence de l'Algarve de la Région de l'Environnement - Lousada - Tel: 212 221 221 - Email: oea@oia.pt
OEA - Oiseau en Urgence de l'Algarve de la Région de l'Environnement - Lagos - Tel: 212 221 221 - Email: oea@oia.pt
OEA - Oiseau en Urgence de l'Algarve de la Région de l'Environnement - Faro - Tel: 212 221 221 - Email: oea@oia.pt

Talève Sultane
Falco tinnunculus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Netto Roussin
Nettion nettion
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Hirondelle Rousseline
Hirundo lunifrons
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Traquet Oreillard
Coturnix coturnix
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Vautour Fauve
Bubo ferrugineus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Goéland d'Audouin
Larus audouinii
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Outarde Caspétière
Otus scops
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Fauvette Mélanocéphale
Sylvia melanocephala
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Fauvette Pitchou
Sylvia pusilla
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Ibis Falcinelle
Plegadis falcinellus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Flamant Rose
Phoenicopterus roseus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Guépier d'Europe
Sitta europaea
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Sterne Naine
Sterna bergii
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Glaréole à Collier
Scolopax ferruginea
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Spatule Blanche
Platysternus leucorhinus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Biongéon Nain
Sitta pusilla
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Pio Bleue
Cyanopica cyanus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Élarion Blanc
Elanus leucurus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Gravolot à Collier
Lanius excubitorides
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Puffin de Méditerranée
Puffinus puffinus
Espèce commune en Algarve. Elle se reproduit dans les zones humides, les zones littorales et les zones de montagne. Elle est présente dans tout le territoire algarien.

Fonte: ERTA (2011)

Trata-se de uma versão simplificada de uma outra edição de cariz informativo que viria a ser desenvolvida – Guia de observação de aves do Algarve – contendo informação sobre a região, bem como sobre as aves que aí ocorrem.

Foi editado em português, inglês, francês, alemão e espanhol.

Organização de diversas fam trips e press trips internacionais

Sendo os mercados estrangeiros os com maior potencial para o consumo deste produto, tem havido uma aposta continuada na realização de visitas de familiarização (*fam trips*) – com profissionais do setor – e imprensa – *press trips* – com imprensa especializada, ambas com participantes oriundos de países com maior tradição na prática do *birdwatching*. O intuito destas iniciativas é o de mostrar o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido, bem como as potencialidades da região.

De entre as entidades que marcaram presença nestas iniciativas, destacam-se:

Press trips: British Bird Magazine, Vogel Magazine, Wildlife Magazine, Vogelsschutz, Field Guides Incorporated, de entre outros.

Fam trips: Sunbirds, Naturtrek, Albatroz Tours, Inezia Tours, Globe Naturreizen, Birding Tours, de entre outros.

Guia de *birdwatching* no Algarve

Principal instrumento promocional deste produto, contém informação detalhada sobre a região, melhores locais para a observação de aves, bem como sobre as diversas espécies que aí ocorrem.

Pelo seu elevado valor informativo, tem tido ampla solicitação e encontra-se disponível em português, inglês, espanhol, alemão e francês (ver imagem 4.6).

Imagem 4.6 – Guia de observação de aves no Algarve



Fonte: ERTA (2011)

Participação em feiras e outros eventos alusivos a esta atividade

Dada a especificidade deste mercado e consequente necessidade de se efetuar uma promoção muito focalizada e direcionada para o público-alvo, procedeu-se à identificação de um conjunto de certames que pudessem servir como veículo de aproximação aos potenciais clientes da região.

De entre os eventos em que o Algarve tem marcado presença, destacam-se: Fiets & Wandelbeurs (Holanda), Destination Nature (França), British Bird Fair (Reino Unido), ou Vogels Festival (Alemanha).

Apoio a dissertação sobre *birdwatching*

Com a já identificada escassez de recursos financeiros, a forma encontrada para obviar a inexistência de dados sobre esta prática no Algarve, foi a de apoiar o desenvolvimento do trabalho de investigação de uma mestranda da Universidade de Bournemouth. Facilitando à aluna Ana Machado o acesso a informação, ou intermediando o seu contacto com alguns interlocutores regionais, possibilitou-se uma mais célere recolha de informação, que veio a comprovar-se de extrema utilidade para o desenvolvimento dos trabalhos da ERTA.

Ações de sensibilização para boas práticas

Encontra-se em preparação um regulamento para a cedência e utilização do logótipo do *birdwatching* no Algarve, o que possibilitará responder de forma adequada às inúmeras solicitações por parte das empresas, que pretendem utilizar este símbolo nos seus materiais de comunicação.

Condição inequívoca para a cedência desta imagem, passará pela verificação de um conjunto de elementos junto das empresas, de forma a atestar que estas seguem regras de boas práticas ambientais e demonstram preocupação com o serviço prestado ao cliente.

5.DESCRICÃO DETALHADA DO CURRICULUM VITAE

O trabalho aqui relatado e que foi coordenado pelo mestrando, acaba por refletir o percurso profissional e académico do mesmo, algo que veio a orientar de forma decisiva o desenvolvimento deste projeto.

De facto, a sua formação de base em Turismo (bacharelato), complementada por uma licenciatura (Curso de Estudos Superiores Especializados) em Marketing e valorizada com a frequência do mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos, bem como pela já concluída parte escolar do Programa de Doutoramento em Turismo, terão lançado os alicerces para sustentar esta abordagem ao desenvolvimento de novos produtos em áreas de destino, nomeadamente o produto *birdwatching*.

Tal desiderato só foi possível porque, a nível profissional se encontra ligado à entidade que, a nível regional, maior capacidade tem de participar ao nível de desenvolvimento de novos produtos turísticos à escala territorial – a ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve.

A descrição que se apresenta do curriculum vitae assenta sobretudo na análise do percurso académico e profissional, abarcando ainda formações, participação em seminários, congressos, bem como outras competências adquiridas ao longo dos anos.

5.1.PERCURSO ACADÉMICO

O percurso académico do mestrando assenta as suas bases num bacharelato em turismo, tendo sempre procurado formas de se atualizar e de valorizar esta formação de base.

Assim e conforme descrito neste ponto, além do referido bacharelato, detém ainda um licenciatura em marketing, frequentou o mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos, bem como o Programa de Doutoramento em Turismo, todos eles ministrados pela Universidade do Algarve.

Programa de Doutoramento em Turismo – 2007/(...)

Frequência do I Programa de Doutoramento em Turismo, ministrado pela Faculdade de Economia – Universidade do Algarve, tendo concluído a componente escolar com média de 16 valores.

Relação das cadeiras frequentadas:

- Tópicos avançados de metodologias de investigação I
- Impactos económicos do turismo desportivo
- Tópicos avançados de metodologias de investigação II
- Tópicos avançados de metodologias de investigação III
- Questões de investigação em turismo
- Políticas e estratégias de turismo-cultural – desafios e perspetivas
- Percursos de investigação em turismo e cultura
- Crescimento e modelos de desenvolvimento em turismo
- Análise de dados quantitativos
- Modelos de competitividade em turismo I
- Análise de dados qualitativos e mistos
- Modelos de competitividade em turismo II

Projeto de tese aprovado em 07/04/2009, com o tema: A avaliação da qualidade dos destinos turísticos. A perspetiva dos turistas.

Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos – 2001/(...)

Frequência do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos, ministrado pela Faculdade de Economia – Universidade do Algarve, tendo concluído a componente escolar com a média de 14 valores.

Relação das cadeiras frequentadas:

- Planeamento e Projeto em Turismo
- Economia do Turismo
- Gestão de Serviços em Turismo
- Gestão e Estratégia para Áreas Costeiras

- Política e Estratégia de Áreas-Destino
- Administração Regional e Local
- Avaliação e Gestão de Projetos Turísticos
- Marketing de Áreas-Destino
- Metodologias de Investigação
- Turismo em Áreas Costeiras

Por motivos de ordem profissional e pessoal, não foi possível submeter a dissertação para obtenção do grau de mestre, situação que se pretende colmatar com a apresentação do presente relatório de atividade profissional, com o tema: Desenvolvimento de Novos Produtos em Áreas de Destino – O Caso do Birdwatching no Algarve (relatório desenvolvido sob a orientação do Professor Doutor Júlio Mendes).

Curso de Estudos Superiores Especializados (CESE) em Marketing – 1996/1997

Através da frequência e aprovação do CESE em Marketing, ministrado pela Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo – Universidade do Algarve, obteve o grau de licenciado, com o referido curso a ser concluído com a média final de 14 valores.

Relação das cadeiras frequentadas:

- Estratégia e Políticas de Gestão
- Políticas Económicas e Monetárias
- Psicossociologia das Organizações
- Marketing de Serviços
- Projeto
- Métodos de Investigação nas Organizações e Análise de Mercados
- Planeamento e Estratégia de Marketing
- Política de Preço e Produto
- Política de Promoção e de Distribuição
- Sistemas de Informação de Marketing
- Simulação de Marketing
- Estratégia de Internacionalização de Empresas
- Marketing Industrial

- Marketing Internacional

Bacharelato em Turismo – 1991/1995

O seu ingresso no ensino superior fez-se através do curso superior de Turismo (bacharelato), na Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo - Universidade do Algarve, tendo obtido a média final de 14 valores.

Relação das cadeiras frequentadas:

- Informática
- Técnicas de comunicação I
- Língua estrangeira I
- Introdução às ciências sociais
- Princípios gerais do turismo
- Inglês I
- Estatística
- Introdução à gestão
- Operações turísticas I
- Geografia do turismo
- Inglês II
- Língua Estrangeira II
- Gestão dos recursos humanos
- Sociologia dos tempos livres
- Operações turísticas II
- Economia do turismo
- Princípios de contabilidade
- Técnicas de comunicação II
- Estágio
- Direito
- Inglês III
- Francês III
- Marketing
- Análise financeira

- Antropologia do turismo
- Relações públicas
- Legislação turístico-hoteleira
- Animação
- Transportes
- Técnicas de comunicação III

5.2.FORMAÇÃO COMPLEMENTAR

5.2.1.AÇÕES DE FORMAÇÃO

2013 (6 a 8 de maio) – *SIADAP* (21 horas) – INA – Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas

2012 (12 de setembro) – *Princípios sobre Segurança e Saúde no Trabalho* (7 horas) – Turismo de Portugal, I.P.

2009 (4 e 5 de maio) – *Ação de Formação/Informação às Entidades Regionais de Turismo e às Direções Regionais de Economia* (12 horas) – Turismo de Portugal, I.P.

2008 (15 a 20 de setembro) – *Desenho e Análise Estatística de Questionários* (21 horas) – Universidade do Algarve.

2008 (junho) – *Serviços – posicionamento e diferenciação* (25 horas) – Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P.

2008 (junho) – *Planeamento de Meios* (25 horas) – Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P.

2007 (6 de dezembro) – *Curso de Formação Profissional – Apresentação de Resultados da Implementação e do Manual da Qualidade* (7 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (5 de dezembro) – *Curso de Formação Profissional – Apresentação de Resultados da Implementação e do Manual da Qualidade* (7 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (25 a 26 de setembro e 13 a 14 de novembro) – *Curso de Formação Profissional – Gestão da Qualidade* (28 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (10 a 11 de abril) – *Curso de Formação Profissional – Gestão da Qualidade* (14 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (8 de abril a 15 de novembro) – *Curso de Formação Profissional – Elaboração da Documentação do SGQ* (119 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (20 a 21 de março) – *Curso de Formação Profissional – Gestão de Processos* (14 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (8 de março) – *Curso de Formação Profissional – Elaboração do Planeamento Detalhado do Programa e Sua Aprovação* (7 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2007 (27 de fevereiro) – *Curso de Formação Profissional – Apresentação do Programa e Execução do Diagnóstico* (7 horas) – B.I. eQ. Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda.

2004 (março a abril) – *Curso de Access – nível 1* (45 horas) – NERA (Núcleo Empresarial da Região do Algarve) – concluído com 18 valores.

2001 (outubro a dezembro) – *Curso de iniciação à fotografia* (60 horas) – Instituto Português da Juventude.

1999 (10 e 11 de agosto) – *Formação sobre Legislação Turística e Procedimentos Administrativos* - Direção Geral do Turismo (Gabinete de Apoio ao Investidor).

1999 (12 e 13 de agosto) – *Formação sobre Sistemas de Incentivos ao Investimento no Turismo (QCA II)* – Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (Gabinete de Apoio ao Investidor).

1999 (maio a julho) – *Curso de Formação Pedagógica de Formadores* (90 horas) – CEAL. Aprovado e credenciado para ministrar formação.

1999 (abril a agosto) – *Curso de Iniciação Informática* (74 horas) - ambiente Windows (concluído com Muito Bom); Word (concluído com Bom) e; Excel (concluído com Bom) - Instituto Português da Juventude.

1993 (novembro a dezembro) – *Curso de iniciação de vídeo* (40 horas) - Instituto Português da Juventude.

5.2.2. SEMINÁRIOS, CONGRESSOS E CONFERÊNCIAS

31 de maio de 2013: *Seminário de lançamento da Revista de Investigação Criminal* – vários – Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo e Associação Sindical dos Funcionários de Investigação Criminal da Polícia Judiciária – Faro.

12 de abril de 2012: + *Iniciativa Emprego e Empreendedorismo* – vários – Câmara Municipal de Loulé, Instituto de Emprego e Formação Profissional IP, Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, CCDRALgarve e NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve – Loulé.

07 de outubro de 2011: *Conferência Internacional de Turismo “Inovar em Turismo pelo Conhecimento e Criatividade”* – vários – Enterprise Europe Network, CCDRALgarve e Comissão Europeia – Faro.

26 de maio de 2011: *“Novas perspetivas para o Algarve – Turismo de Nichos”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

23 de fevereiro de 2011: *Conferência Internacional de Turismo “Novas Vias para o Crescimento”* – vários – Turismo de Portugal, IP – Lisboa.

11 de outubro de 2010: *“Algarve: Caminhos e Oportunidades para a Atividade Turística”* – vários – Turismo do Algarve – Albufeira.

25 de fevereiro de 2010: *“Nova legislação turística (animação turística, RJET e alojamento local)”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

24 de setembro de 2009: *“Hypercluster do Mar – Que futuro?”* – vários – Câmara Municipal de Cascais, Agência Cascais Atlântico, Associação Comercial de Lisboa, SaeR – Sociedade de Avaliação de Empresas e Risco, Universidade Técnica de Lisboa e Estrutura de Missão para os Assuntos do Mar – Estoril.

29 de junho de 2009: *“O que vale o mercado interno para o Algarve”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

24 de junho de 2009: *Conferência Internacional de Marketing Places* – vários – Câmara Municipal de Portimão – Portimão.

20 de maio de 2009: *“Náutica Desportiva e de Lazer – Rotas de Afirmação”* – vários – Câmara Municipal de Portimão – Portimão.

22 de abril de 2009: *“Modelos de Gestão no Setor do Turismo”* – vários – APCER – Albufeira.

27 de março de 2009: *“Projetos PIN e investimentos estruturantes no Algarve”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

27 de fevereiro de 2009: *“Turismo do Algarve – balanço e perspetivas”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

10 de fevereiro de 2009: *“Turismo Residencial no Algarve Que posicionamento? Que estratégias?”* – vários – ANA – Aeroportos de Portugal – Vale do Lobo.

17 de novembro de 2008: *“Algarve: Um Destino Turístico sustentável”* – vários – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional e Entreprise Europe Network – Faro.

14 e 15 de novembro de 2008: Workshop Internacional de Turismo de Natureza *“As potencialidades turísticas do birdwatching – A observação de aves em Portugal”* – vários – Turismo de Portugal, IP – Troia.

13 de novembro de 2008: Workshop Interno *“Sistema de Gestão da Qualidade nos Postos de Turismo”* – vários – Turismo do Algarve – Faro.

14 de outubro de 2008: *“Novo regime jurídico dos empreendimentos turísticos”* – vários – Região de Turismo do Algarve – Faro.

08 de outubro de 2008: *“QREN – Sistemas de Incentivos às Empresas”* – vários – PO Algarve 21 e Entreprise Europe Network – Faro.

20 de junho de 2008: *“Turismo Residencial”* – vários – Região de Turismo do Algarve – Faro.

28 de abril de 2008: *“QREN e o Setor do Turismo”* – vários – Região de Turismo do Algarve, António Paquete – Economistas Associados, Lda. e Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve – Faro.

18 de abril de 2008: *“O Novo Paradigma dos Núcleos de Desenvolvimento Turístico”* – vários – Região de Turismo do Algarve – Faro.

13 de setembro de 2007: Seminário Técnico *“Turismo Sustentável”* – vários – TÜV Akademie Rheinland – Oeiras.

04 de junho de 2007: Sessão de apresentação e Debate *“Plano de Ação para um Turismo Europeu mais Sustentável ”* – vários – Euro Info Centre e Centro Europe Direct, serviços de informação europeia da CCDR Algarve – Faro.

12 de janeiro de 2007: *Apresentação pública do projeto IMPACTUR* – vários – Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo – Faro.

10 de fevereiro de 2006: *“Competitiveness and Management of Tourism Destinations”* – vários – Agência do Arade – Lagoa.

26 de janeiro de 2006: *“How to improve online tourism promotion”* – vários – World Tourism Organisation – Madrid.

4 e 5 julho de 2005: *2º Congresso do Turismo de Portugal – “Reinventar o Turismo, Afirmar Portugal”* – vários – Confederação do Turismo Português – Estoril.

20 de maio de 2005: *“Que futuro para o turismo no Algarve?”* – vários – Rotary Clube da Praia da Rocha – Alvor.

21 de maio de 2004: *Conferência Europeia “Turismo e Desporto Sustentáveis – Formação Profissional”* – vários – Plano Regional de Turismo do Algarve – Faro.

10 de maio de 2004: *“Algarve – Inovação e Diversificação de Mercados Emissores”* – vários – Associação Turismo do Algarve, Região de Turismo do Algarve, Euro Info Centre da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve – Faro.

22 de outubro de 2002: *“Sustentabilidade, o caminho para o turismo no Algarve”* – vários – Região de Turismo do Algarve, Embaixada Britânica em Portugal, Universidade do Algarve e Direção Regional do Ambiente e Ordenamento do Território – Faro.

18 de dezembro de 2001: *“Investigação e Turismo”* – vários – Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo - Estoril.

03 de maio de 2001: *“A qualidade no Turismo”* – vários – Índice, consultores Lda – Faro.

20, 21 e 22 de abril de 2001: *IV Congresso da Associação Nacional das Regiões de Turismo* – vários – ANRET (Associação Nacional das Regiões de Turismo) – Porto.

28 e 29 de julho de 2000: *II Congresso das PME, Algarve-Andaluzia – “Desafios da União Europeia e das regiões periféricas no séc. XXI”* – vários - CEAL, FOE e CEA – Vilamoura.

13 de abril de 2000: *“Atividades turísticas na zona do Parque Natural da Ria Formosa”* – vários - Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

5 e 6 de março de 1997: *“Habitat II – As cidades do amanhã”* – vários – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

21 de outubro de 1996: *“Pequenas empresas, grandes soluções”* – Professor Doutor António Lopes de Sá – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

29 de abril de 1992: *“Turismo e Ambiente”* – Nuno Lecquoc, Diretor do Parque Natural da Ria Formosa – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

24 de abril de 1992: *“O Time-share na oferta turística do Algarve”* – Sérgio Palma Brito, Diretor do RCI – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

8 de abril de 1992: *“New Russia in search of its identity”* – Guenadi Guerassimov, Embaixador da Rússia em Portugal – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

13 de março de 1992: *“A Região de Turismo do Algarve no contexto dos destinos turísticos europeus”* – Horácio Cavaco, Presidente da Região de Turismo do Algarve – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Faro.

5.3.ATIVIDADE PROFISSIONAL

Não obstante ter desempenhado funções noutras entidades, parte substancial do seu percurso profissional está intimamente ligado ao setor institucional do turismo da região algarvia, seja na sua ligação à Região de Turismo do Algarve/Entidade Regional de Turismo do Algarve, ou à Associação Turismo do Algarve.

2013 (agosto)/ (...) Região de Turismo do Algarve – Faro – técnico superior afeto à Equipa Multidisciplinar de Investimento e Desenvolvimento – emissão de pareceres e apoio técnico às diversas atividades desenvolvidas.

2012 (novembro)/ 2013 (agosto) Turismo do Algarve – Faro – vice presidente da Direção – responsabilidades deliberativas nesta entidade, tutelando as seguintes áreas: Comunicação e Imagem; Promoção e Animação Turística; Informação Turística; Investimento e Desenvolvimento; Caravela “Boa Esperança”. Representante do Turismo do Algarve nos corpos sociais de: ATA – Associação Turismo do Algarve (correpresentante); Globalgarve; Associação Rota da Cortiça; AREAL.

2012 (novembro)/ 2013 (agosto) Associação Turismo do Algarve (ATA) – Faro – vice presidente da Direção – responsabilidades deliberativas na entidade responsável pela promoção do Algarve nos mercados externos.

2011 (janeiro)/ 2012 (outubro) Turismo do Algarve – Faro – diretor do Departamento de Marketing – responsabilidade direta por todas as atividades desenvolvidas pelas Equipas Multidisciplinares de:

Investimento e Desenvolvimento – estudos de caracterização do setor e do destino; formatação e submissão de candidaturas a diversos programas de apoio financeiro; organização de seminários, debates e congressos sobre o setor do turismo; participação em diversas comissões de acompanhamento nacionais e regionais; emissão de pareceres diversos; atendimento e apoio ao investidor, gestão do Centro de Documentação e Informação do Turismo do Algarve; outras;

Informação Turística - gestão dos Postos de Informação Turística do Turismo do Algarve, em termos de infraestruturas, gestão do atendimento e das vendas de produtos regionais e *merchandising*;

Comunicação e Imagem – desenvolvimento de suportes e campanhas de comunicação do destino Algarve e das atividades empreendidas pelo Turismo do Algarve; conceção de novas edições informativas e promocionais; gestão do site promocional do destino, bem como da sua presença nas redes sociais;

Promoção e Animação – organização e apoio a eventos e ações de promoção, animação e de divulgação do destino.

2010 (junho)/ 2010 (dezembro) – *Turismo do Algarve* – Faro – chefe da Equipa Multidisciplinar de Investimento e Desenvolvimento – responsabilidade direta por todas as atividades desenvolvidas pela Equipa Multidisciplinar:

- estudos de desempenho de diversos setores do Turismo do Algarve (TA);
- levantamento, tratamento, sistematização e divulgação de informações e estatísticas sobre a caracterização, avaliação e perspetivas de desenvolvimento do setor turístico;
- desenvolvimento e implementação de metodologias de avaliação de atividades desenvolvidas pelo TA;
- formatação e desenvolvimento de candidaturas a diversos programas de apoio financeiro (PROAlgarve, outras);
- gestor do procedimento de Avaliação da Satisfação dos Clientes, no âmbito do Sistema de Gestão da Qualidade nos Postos de Turismo do TA;
- organização do seminário “Algarve: caminhos e oportunidades para a atividade turística” (outubro 2010);
- participação nas comissões de acompanhamento dos aterros sanitários do barlavento e sotavento algarvio;
- conceção e desenvolvimento de Guia de Apoio ao Investidor na área do turismo;
- barómetro do Turismo do Algarve, cujo intuito é perspetivar tendências da atividade turística, criando assim um instrumento de apoio à tomada de decisão;
- implementação do projeto de desenvolvimento do produto *birdwatching* no Algarve;
- formatação e desenvolvimento de diversas apresentações e comunicações para membros da direção do TA;
- vistorias a empreendimentos turísticos e unidades de alojamento;

- pareceres para instrução do processo dos pedidos de declaração de interesse para o turismo e outros;
- atendimento e prestação de informação a investidores, consultores, institucionais e outros;
- desenvolvimento de estudo sobre as perceções dos turistas relativamente à qualidade do destino Algarve (em curso);
- acompanhamento dos projetos de: aquisição de montras interativas para 6 postos de turismo e de; implementação de rede de informação por telemóvel. Ambos cofinanciados pelo Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), no âmbito de candidatura submetida e aprovada às Redes Urbanas para a Competitividade e Inovação (RUCI) – em parceria com os municípios de Albufeira, Faro, Loulé, Olhão, Tavira e S. Brás de Alportel;
- participação na Comissão Técnica de Normalização para o Turismo (CT 144), que visa a elaboração de normas portuguesas no domínio da atividade turística, bem como nas subcomissões: mergulho, serviços termais, informação turística, golfe, praias, destinos turísticos e alojamento em empreendimentos turísticos;
- orador no seminário Desenvolvimento Turístico e Sustentabilidade no Baixo Guadiana (Mértola, fevereiro de 2011), com a comunicação “Planeamento e Estratégias de Desenvolvimento em Territórios Estruturados por rios navegáveis”;
- outras.

2007 (junho)/ 2010 (maio) – Região de Turismo do Algarve/Entidade Regional de Turismo do Algarve/Turismo do Algarve – Faro – chefe da divisão de Estudos e Projetos – responsabilidade direta por todas as atividades desenvolvidas pela divisão:

- estudos de desempenho de diversos setores da RTA/ERTA/TA (avaliação da satisfação dos clientes dos postos de turismo 2008 e 2009; Algarve Convida 2007, 2008, 2009 e 2010; Algarve Invita Galicia 2009; apreciação do CDI por parte dos seus utentes 2007, 2008, 2009; outros);
- desenvolvimento e implementação de metodologias de avaliação de atividades desenvolvidas pela RTA/ERTA/TA;

- conceção e desenvolvimento de boletim de análise estatística “Algarve conjuntura turística”, com a análise dos dados a ser efetuada pela divisão de Estudos e Projetos;
- participação em reuniões de trabalho com o *trade*, para desenvolvimento de estratégia de atuação da RTA;
- formatação e desenvolvimento de candidaturas a diversos programas de apoio financeiro (PROAlgarve, Apoio à Ação Cultural 2009, outras);
- barómetro do Turismo do Algarve, cujo intuito é perspetivar tendências da atividade turística, criando assim um instrumento de apoio à tomada de decisão;
- elaboração do projeto para submissão de contributos por parte do Turismo do Algarve para a parceria “Turismo 2015”, no âmbito da Estratégia de Eficiência Coletiva – Cluster do Turismo (QREN);
- participação na 1ª reunião do Conselho de Parceria do “Turismo 2015”, no âmbito da Estratégia de Eficiência Coletiva – Cluster do Turismo (QREN);
- implementação de Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) nos Postos de Turismo da RTA/ERTA/TA;
- participação na Comissão Técnica de Normalização para o Turismo (CT 144), que visa a elaboração de normas portuguesas no domínio da atividade turística, bem como nas subcomissões: mergulho, serviços termais, informação turística, golfe, praias, destinos turísticos e alojamento em empreendimentos turísticos; Gestor da Qualidade (SGQ); Gestor dos Procedimentos: Avaliação da Satisfação dos Clientes, Auditorias Internas, Tratamento de Não Conformidades/Sugestões de Melhoria e Gestão e Planeamento (SGQ);
- comissão consultiva do Plano Estratégico Regional de Turismo do Algarve;
- coordenação da elaboração do: Plano de Atividades 2008 (Plano de Ação Promocional e Marketing), Plano de ação Algarve 2009 e Plano de Ação Algarve 2010;
- participação nas comissões de acompanhamento dos aterros sanitários do barlavento e sotavento algarvio;
- conceção e desenvolvimento de Guia de Apoio ao Investidor na área do turismo;
- vistorias a empreendimentos turísticos e unidades de alojamento;
- emissão de pareceres para projetos de Turismo em Espaço Rural;
- pareceres para instrução do processo dos pedidos de declaração de interesse para o turismo e outros;

- organização do ciclo de debates “Turismo, o Farol da Economia Regional” (2008);
- organização do ciclo de debates “Turismo – Que futuro?” (2009);
- organização do ciclo de debates 2010;
- coorganização de *press trip* subordinada à temática da economia e turismo, no âmbito do debate “Projetos PIN e investimentos estruturantes no Algarve” (Ciclo de debates Turismo – que futuro?);
- coordenação da Comissão de Acompanhamento do Projeto de Limpeza de Praias do Algarve;
- atendimento e prestação de informação a investidores, consultores, institucionais e outros;
- formatação e desenvolvimento de diversas apresentações e comunicações para membros da direção da RTA/ERTA/TA;
- orador no I Fórum Activis – Turismo, Desporto e Natureza (Alcoutim, maio de 2008), com a comunicação “Potencialidades do Algarve para o Turismo de Natureza”;
- orador na I Semana Náutica da Praia de Faro (Faro, junho de 2008), com a comunicação “Plano Estratégico Nacional de Turismo”;
- orador no seminário Modelos de Gestão no Setor do Turismo (Albufeira, abril de 2009), com a comunicação “O Setor do Turismo no Algarve”;
- organização de reuniões da Comissão Encarregada do Estudo e Elaboração do Plano de Obras da Zona de Jogo do Algarve (até março de 2008);
- coordenação institucional e acompanhamento do estudo do “Perfil do Turista Nacional que Visita o Algarve” (Universidade do Algarve - 2008/2009);
- preparação e coordenação de sessão de apresentação pública dos resultados do estudo do “Perfil do Turista Nacional que Visita o Algarve” – Bolsa de Turismo de Lisboa (2009);
- coordenação operacional do Projeto-piloto de “Alinhamento do Plano Regional do Algarve com os objetivos e iniciativas estruturantes do PENT” (Roland Berger – 2009);
- preparação e coordenação de sessão de apresentação pública dos resultados do projeto do “Alinhamento do Plano Regional do Algarve com os objetivos e iniciativas estruturantes do PENT” (2009);

- coordenação institucional do estudo “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização” (Almargem e SPEA, 2009);
- preparação e coordenação de sessão de apresentação pública de resultados do estudo “Birdwatching no Algarve – propostas de estruturação e organização”, articulada com *press trip* alusiva a este produto turístico (2009);
- implementação do projeto de desenvolvimento do produto *birdwatching* no Algarve;
- formatação e submissão de candidatura aos prémios Turismo de Portugal 2008;
- participação nos grupos de trabalho: sinalização turística, comissão de acompanhamento do PROAlgarve, observatório do PROT, Plano de Gestão da Reserva Natural do Sapal de Castro Marim e Vila Real de Stº António, Plano de Requalificação da área de salinas tradicionais de Castro Marim (PRAST), carta de desporto da natureza do Parque Natural da Ria Formosa;
- estudo de avaliação do impacto do encerramento do espaço aéreo europeu, devido às erupções vulcânicas na Islândia (2010);
- estudo sobre conceitos e modelos de estação náutica e sua aplicação no Algarve (2009);
- conceção e redação de proposta de adaptação do programa qualificação-emprego ao setor do turismo (2010);
- outras atividades e projetos.

2006 (novembro)/ 2007 (junho) – Região de Turismo do Algarve – Faro – coordenador da divisão de Estudos e Projetos – coordenação e/ou operacionalização das diversas atividades desenvolvidas pela divisão:

- estudos de desempenho de diversos setores da RTA;
- desenvolvimento e implementação de metodologias de avaliação de atividades desenvolvidas pela RTA;
- barómetro do Turismo do Algarve, cujo intuito é perspetivar tendências da atividade turística, criando assim um instrumento de apoio à tomada de decisão;
- conceção e desenvolvimento de boletim de análise estatística “Algarve conjuntura turística”, com a análise dos dados a ser efetuada pela divisão de Estudos e Projetos;

- formatação e desenvolvimento de candidaturas a diversos programas de apoio financeiro (PIPITAL, PROAlgarve, outras);
- implementação de Sistema de Gestão da Qualidade nos Postos de Turismo da RTA;
- da participação nas comissões de acompanhamento dos aterros sanitários do barlavento e sotavento algarvio;
- conceção e desenvolvimento de Guia de Apoio ao Investidor na área do turismo;
- vistorias a empreendimentos turísticos e unidades de alojamento;
- emissão de pareceres para TER;
- pareceres para instrução do processo dos pedidos de declaração de interesse para o turismo e outros;
- participação em reunião de preparação da Campanha Bandeira Azul 2007;
- formatação e desenvolvimento de diversas apresentações e comunicações para membros da direção da RTA;
- representante da RTA em reunião para criação de Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável do Algarve (SIDS);
- atendimento e prestação de informação a investidores, consultores, institucionais e outros;
- organização de reuniões da Comissão Encarregada do Estudo e Elaboração do Plano de Obras da Zona de Jogo do Algarve;
- outras.

2005 (fevereiro)/ 2006 (novembro) – Associação Turismo do Algarve (ATA) – Faro – diretor executivo – responsabilidade direta por todas as ações desenvolvidas:

- campanhas de comunicação internacionais;
- campanhas promocionais em parceria com operadores turísticos;
- *press trips*;
- *fam trips*;
- candidaturas ao programa de apoio financeiro do Estado PIQTUR;
- candidaturas ao programa de apoio financeiro PRIME;
- *newsletter* informativa da ATA;
- desenvolvimento de novos materiais promocionais e de comunicação da ATA;
- gestão de participação em feiras internacionais de turismo;

- organização de *roadshows* e *workshops*;
- comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve World Cup (2005)*;
- comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Seniors Open (2005)*;
- comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Ladies Open (2005)*;
- comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Open de Portugal CGD (2006)*;
- protocolos estabelecido com os Planos de Ação Especifica do Algarve (PAEs) no âmbito da Contratualização da Promoção Turística;
- cocoordenador dos PAEs/ correpresentante da ATA em reuniões das respetivas comissões de gestão;
- Protocolo para a Promoção e Desenvolvimento do Turismo na Região do Algarve, que visa estabelecer um fundo de apoio à captação de novas rotas aéreas;
- representante da ATA no Grupo Gestão do Protocolo para a Promoção e Desenvolvimento do Turismo na Região do Algarve;
- negociação com a companhia aérea easyjet para estabelecimento de protocolo tendente ao estabelecimento de novas rotas diretas para Faro;
- Plano de Marketing para a Promoção Internacional do Algarve 2007-2009;
- participação no Painel de Peritos para o Plano de Marketing para a Promoção Internacional do Algarve 2007-2009;
- conselheiro no Conselho Estratégico de Promoção Turística (CEPT);
- Plano de Atividades e Orçamento da ATA;
- Relatório de Atividades e Execução Financeira da ATA;
- organização das Reuniões de Direção e das Assembleias-gerais;
- um dos representantes da ATA na *International Golf Travel Market 2005*, em que Algarve recebeu galardão de *Best Established Golf Destination 2006*;
- sessões de esclarecimento e apresentação das atividades da ATA;
- ações de charme e relações públicas;
- outras.

2004 (agosto)/ 2005 (fevereiro) – Associação Turismo do Algarve (ATA) – Faro – coordenador das atividades da ATA – coordenação operacional das atividades desenvolvidas pela ATA:

- elaboração/apresentação de candidaturas ao programa de apoio financeiro do Estado PIQTUR;
- inscrição e participação em feiras internacionais de turismo;
- organização e participação em *roadshows* e *workshops*;
- *fam trips*;
- *press trips*;
- campanhas de comunicação internacionais;
- desenvolvimento de novos materiais de comunicação;
- apoio a operadores turísticos;
- representante da ATA na *Routes 2004* (Madrid) – Fórum de desenvolvimento de novas rotas aéreas;
- ações de charme e relações públicas;
- outras.

2004 (janeiro)/ 2004 (agosto) – Associação Turismo do Algarve (ATA) – Faro – Gestor de Produto - promoção turística de cariz internacional – responsabilidade operacional direta:

- gestão da promoção nos mercados: Reino Unido, Irlanda, Noruega e Finlândia;
- *press trips*;
- *fam trips*;
- ações de apoio a operadores;
- campanhas de comunicação;
- participação em feiras;
- ações de charme e relações públicas;
- participação em estudo sobre a competitividade do aeroporto internacional de Faro;
- coordenador de participação em feiras de turismo internacionais nos principais mercados emissores para o Algarve;
- outras.

2001 (novembro)/ 2003 (dezembro) – Região de Turismo do Algarve (RTA) – Faro – técnico superior afeto ao setor de Promoção Turística:

- participação em feiras de turismo em Portugal e no estrangeiro;

- acompanhamento e coordenação de *fam trips* e *press trips*;
- participação em *roadshows*;
- ações conjuntas com operadores turísticos;
- ações de charme e relações públicas;
- apoio técnico ao Plano de Marketing do Turismo do Algarve; apoio ao Plano de Ação Plurianual do Turismo do Algarve 2002-2004 (PAPTA);
- apoio à adaptação do Plano de Marketing do Turismo do Algarve a candidatura à Contratualização da Promoção Turística;
- participação nas reuniões preparatórias da III Cimeira Mundial do Turismo;
- outras.

2000 (abril)/ 2001 (outubro) – Região de Turismo do Algarve (RTA) – Faro – técnico superior afeto ao Gabinete de Incentivo ao Investimento Turístico no Algarve (GIITAL):

- prestação de informação, a potenciais e atuais investidores, sobre projetos de investimento turístico e sistemas de incentivos;
- organização de seminários de divulgação dos sistemas de incentivos com aplicabilidade no Turismo;
- divulgação do GIITAL na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) 2001;
- formador em ação subordinada ao tema *Enquadramento Legal e Institucional da Atividade Turística em Portugal*, ministrada a funcionários da RTA e de outras entidades (em colaboração com o CIMAAL);
- elaboração de candidaturas tendentes a financiar projetos da RTA (PROALGARVE e medida de apoio ao Associativismo);
- orador no XI Congresso do Algarve, com comunicação sobre o tema “Incentivo ao Investimento Turístico no Algarve”;
- outras.

1999 (agosto)/ 2000 (março) – Região de Turismo dos Templários (Floresta Central e Albufeiras) – Tomar – técnico superior com funções no Gabinete de Apoio ao Investidor e; Marketing da Região de Turismo:

- criação do Gabinete do Apoio ao Investidor;

- responsável pela prestação de informação a potenciais e atuais investidores, sobre projetos de investimento turístico e sistemas de incentivos;
- atividades de marketing da RTT (FCA), incluindo participação em feiras em Portugal e no estrangeiro, organização de eventos de animação e conceção de anúncios e outros materiais de comunicação;
- elaboração de notas de imprensa;
- elaboração de candidaturas tendentes a financiar projetos da RTT (FCA);
- outras.

1998 (outubro) – Orador no Seminário Europeu sobre “*Marketing de Cidades e Desenvolvimento Local*”, no painel *Metodologias e Preparação de Planos de Marketing* – Escola de Hotelaria e Turismo de Faro, dias 1 e 2 de outubro (organização: Ambifaro).

1998 (abril)/ 1999 (abril) – *Business Innovation Centre Algarve-Huelva* – Olhão – técnico do Departamento de Marketing:

- prestação de informação, a potenciais e atuais investidores, sobre projetos de investimento;
- elaboração de Planos de Marketing;
- promoção do Concurso de Ideias Algarve Inovação 98;
- produção de textos para a Newsletter InfoBIC;
- organização e logística em série de 6 seminários subordinados à temática do Euro (iniciativa da AIPortuense);
- presença em diversas feiras/mostras empresariais e/ou institucionais;
- organização e logística em série de seminários subordinados à temática do Euro (iniciativa dos Organismos de Informação Europeia do Algarve);
- outras atividades.

1998 (janeiro)/ 2000 (janeiro) – *Ambifaro* – Faro – membro da equipa especializada (externa), reunida para a elaboração do Plano de Marketing da cidade de Faro – design e implementação de inquéritos a turistas; tratamento estatístico dos dados recolhidos e posterior elaboração de relatório.

1995 (julho)/ 1996 (março) – Virgin/Aldeasa – aeroporto de Faro - secção de vendas da loja *duty-free*.

1995 – *Decisão Plus*- Albufeira - redação de artigos sobre a temática do Turismo.

1994 (6 meses) – *Delegação Regional do Sul da Secretaria de Estado da Cultura* – Faro – (Estágio) promoção do concerto de “Lucky Peterson Blues Band”; inventariação do património megalítico do Algarve; elaboração de um estudo subordinado ao tema: “Políticas e Eventos de Índole Turístico-Cultural da Região Algarvia”.

1993 (10 semanas) – *Câmara Municipal de Faro* – Faro – (Estágio) levantamento e listagem de recursos (poços e engenhos de elevar a água) do concelho de Faro; posterior elaboração de um roteiro.

1989 (julho a setembro) – *Agência de Viagens RN Tours* – aeroporto de Faro – remunerações a motoristas; acolhimento de clientes.

6. CONCLUSÕES E RESULTADOS

Ainda que a atuação da ERTA tenha uma componente muito visível e de projeção imediata, nomeadamente em termos de comunicação e imagem, os seus responsáveis têm assumido que o seu papel não se esgota nessas funções. De facto, a assunção de que o marketing do destino não se circunscreve apenas à sua promoção, levou a que tenha sido desenvolvido todo um trabalho tendente ao desenvolvimento de um novo produto – o *birdwatching*.

A opção por este produto foi fundamentada numa análise dos recursos da região, das expectativas dos diversos atores do mercado, bem como na apreciação do potencial da procura.

Havendo uma perceção de que se trata de um produto em franca expansão em termos mundiais (e na Europa em particular), e que os mercados de maior potencial coincidem com aqueles em o Algarve desfruta de alguma notoriedade, conduziu a que o desenvolvimento deste produto acabasse por ser uma escolha natural.

O reconhecimento da existência de restrições de ordem orçamental e, sobretudo, da ausência de instrumentos legais que lhe permitissem atuar no território, levou a que a ERTA optasse por assumir uma posição de liderança regional, envolvendo os parceiros que tivessem alguma essa capacidade de intervenção – as câmaras municipais e o ICNF.

A dinâmica que caracteriza, em termos genéricos, os destinos turísticos parece indicar que se trata da abordagem mais adequada. De facto, a existência de um tão grande e heterogéneo grupo de interlocutores regionais, conduz-nos à conclusão de que apenas através da liderança será possível conjugar e articular os interesses dos diversos *stakeholders*.

A tentativa de cativar os parceiros para o projeto foi feita através da demonstração do potencial desta atividade para a região, bem como das necessidades de intervenção em cada concelho, tendo essa abordagem sido apresentada sob a forma de relatório técnico.

Num esforço de harmonização da imagem dos elementos cujo desenvolvimento ficasse à responsabilidade das câmaras e ICNF, a ERTA apresentou igualmente um projeto de estruturas tipo a edificar, algo que teve enorme acolhimento por parte dos parceiros.

Não obstante a aceitação generalizada da iniciativa, a atual conjuntura económica, que muito tem condicionado as entidades públicas neste período, parece ter inibido o desenvolvimento desta atividade. De facto, até ao momento apenas os municípios de Faro e de Vila do Bispo estarão a avançar com estas edificações, sendo unânimes as justificações a invocarem restrições de ordem orçamental para a não concretização das ações.

Crentes de que o projeto ficaria valorizado com esta intervenção territorial, mas que não seria comprometido com a mesma a ser protelada, a ERTA não tem descurado a componente promocional. De facto, a análise de destinos concorrentes, bem como os elementos facultados pelos diversos participantes em *fam* e *press trips*, revela-nos que acaba por possuir as características que verdadeiramente são relevantes – a diversidade da aves – sendo necessário ainda melhorar na comunicação sobre o produto.

Face a estas evidências, diversos suportes promocionais têm vindo a ser desenvolvidos, tem-se marcado presença em diversos certames internacionais alusivos a esta atividade e tem-se promovido a aproximação a diversos operadores turísticos especializados.

Assim, ainda que atendendo à baixa execução dos projetos de infraestruturas e não podendo suportar qualquer análise à efetividade do projeto num eventual aumento da procura (dada a atual inexistência de dados), o projeto tem vindo a ser considerado como um verdadeiro estudo de caso, com algumas outras regiões turísticas a quererem replicar o modelo e com o Turismo de Portugal a tentar adotar uma lógica semelhante à escala nacional.

Da mesma forma, o acolhimento que o projeto tem recebido por parte do setor turístico regional, levam-nos a acreditar que esta iniciativa tem produzido os frutos desejados.

BIBLIOGRAFIA

Almeida, C. (2010) *Aeroportos e Turismo Residencial: Do Conhecimento às Estratégias*, Lisboa, Editorial novembro.

ANA – Aeroportos Algarve (2000) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2000*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2001) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2001*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2002) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2002*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2003) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2003*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2004) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2004*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2005) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2005*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2006) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2006*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2007) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2007*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2008) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2008*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2009) *Evolução Mensal por mercados – Passageiros locais – Aeroporto de Faro - 2009*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

ANA – Aeroportos Algarve (2010) *Relatório Anual de Tráfego '09*, Faro, ANA – Aeroportos Algarve.

Associação Turismo do Algarve (2006), *Plano Estratégico de Marketing para o Algarve 2007-2009*, Faro, Associação Turismo do Algarve.

Bramwell, B. (1998) User satisfaction and product development in urban tourism, *Tourism Management*, vol 19, 1, 35-47.

Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21, 97-116.

Butler, R (1980) The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *Canadian Geographer*, XXIV, 1, 5-12.

Cooper, C. (1990) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 2, London, Belhaven Press in Association with the University of Surrey.

Decreto-Lei 67/2008 de 10 de abril, *Diário da República* n° 71/2008 1ª série.

Diretiva 79/409/CEE de 2 de abril, *Jornal Oficial* n° L 103, edição especial portuguesa: capítulo 15, fascículo 2, 125-141.

Diretiva 92/43/CEE de 21 de maio, *Jornal Oficial* n° L 206, edição especial portuguesa: capítulo 15, fascículo 2, 102-145.

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve (2007), *Plano de Atividades e Orçamento - 2008*, Faro, Entidade Regional de Turismo do Algarve.

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve (2008), *Plano de Atividades e Orçamento - 2009*, Faro, Entidade Regional de Turismo do Algarve.

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve (2009), *Projeto Piloto de alinhamento do Plano Regional do Algarve com os objetivos e iniciativas estruturantes do PENT*, Faro, Entidade Regional de Turismo do Algarve.

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve (2009b), *Birdwatching no Algarve – Propostas de Estruturação e Organização*, Faro, Entidade Regional de Turismo do Algarve.

ERTA – Entidade Regional de Turismo do Algarve (2011), *Projeto de Estruturas-tipo para observação de aves*, apresentação PowerPoint, Faro, Entidade Regional de Turismo do Algarve.

Fyall, A., B. Garrod e C. Tosun (2006) Destination Marketing: A Framework for Future Research, in M. Kozak e L. Andreu (eds.) *Progress in Tourism Marketing*, Advances in Tourism Research Series, Oxford, Elsevier, 75-86.

Fyall, A. e B. Garrod (2005) *Tourism Marketing: A Collaborative Approach*, Clevedon, Channel View Publications.

Gunn, C. (1988) *Tourism Planning* (2nd edition), New York, Taylor and Francis.

Hospers, G. (2004) Place Marketing in Europe: The branding of the Oresund region, *Intereconomics*, vol 39, n° 5, pp 271-279, disponível em <http://hdl.handle.net/10419/41801> (último acesso a 14/12/2012).

ICNF – Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (2012) *Visitantes que contactaram as Áreas Protegidas 1996-2011*, Lisboa, Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas, disponível em <http://www.icnf.pt/portal/turnatur/resource/docs/visi-1996-2011> (ultimo acesso em 14/12/2012).

Instituto Nacional de Estatística (2000), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2001), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2002), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2003), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2004), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2005), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2006), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2007), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2008), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2009), *Estatísticas de Turismo*, Faro, Instituto Nacional de Estatística.

Jefferson, A. (1990) Marketing in National Tourist Offices, in C. Cooper (ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 2, London, Belhaven Press in Association with the University of Surrey, 82-95.

Kavaratzis, M. e G. Ashworth (2008) Place marketing: how did we get here and where are we going?, *Journal of Place Management and Development*, vol. 1, 2, pp 150-165.

Kompulla, R. (2001) *New-Product Development in Tourism Companies: Case Studies on Nature-Based Activity Operators*, 10th Nordic Research Symposium, October 18-20 2001, Vasa, Finland.

Kotler, P. (1997) *Marketing Management: Analysis, planning, implementation and control* (9th edition), New Jersey, Prentice Hall.

Machado, A. P. G. (2011) *Bird-watching in Europe: case study of the Algarve*, dissertação não publicada, Bournemouth University.

Middleton, V. (2001) *Marketing in Travel and Tourism* (3rd edition), Oxford, Butterworth-Heinemann.

Murphy, P., M. P. Pritchard e B. Smith (2000) The destination product and its impact on traveller perceptions, *Tourism Management*, 21, 43-52.

Roig, J. L. (2008) El Turismo Ornitológico En El Marco Del Postfordismo, Una Aproximación Teórico-Conceptual, *Cuadernos del Turismo*, n 21, 85-111.

Scott, D., J. Thigpen (2003) Understanding the Birder as Tourist: Segmenting Visitors to the Texas Hummer/Bird Celebration, *Human Dimensions of Wildlife*, 8, 199-218.

Sekercioglu, C. H. (2002) Impacts of birdwatching on human and avian communities, *Environmental Conservation*, 29, 282-289.

Silva, J. A., J. C. Mendes e M. M. Guerreiro (2001) *Construção de Indicadores de Avaliação da Qualidade no Turismo*, Projeto de Investigação não publicado (Relatório final – volume 1), Universidade do Algarve.

Smith, S. L. J. (1994) The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, vol 21, 3, 582-595.

Turismo de Portugal (2006) *Plano Estratégico Nacional de Turismo*, Lisboa, Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal (2006b) *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal: Sol e Mar*, Lisboa, Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal (2012) *Destino Portugal – Marketing Turístico: Linhas de Orientação Operacional para 2013*, Lisboa, Turismo de Portugal.

UNWTO – World Tourism Organization, ETC – European Travel Commission (2011) *Handbook on Tourism Product Development*, Madrid, UNWTO – World Tourism Organization, ETC – European Travel Commission

Zeithaml, V. e M. J. Bitner (2000) *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (2nd edition), Boston, McGraw-Hill.

ANEXOS

COMPROVATIVOS DE HABILITAÇÕES ACADÉMICAS

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
SERVIÇOS ACADÉMICOS

JULIETA DO NASCIMENTO MATEUS, Directora dos Serviços Académicos
da Universidade do Algarve----- :

Certifico que DUARTE FILIPE GOMES PADINHA ----- ,
natural de Faro----- ,
filho de Francisco José de Almeida Padinha e de Ana de Jesus Gomes Padinha ----- ,
no dia vinte e quatro do mês de Maio do ano de mil novecentos e noventa e cinco --- ,
concluiu o Curso de Bacharelato em Turismo ----- ,
com a informação final de catorze (14) valores ----- ,
qualificação de Bom----- .

O interessado já requereu o respectivo diploma----- .

A presente certidão vai autenticada com o selo branco desta Universidade----- .

Faro, em 13 de Julho de 1995.

A Directora dos Serviços



(Julieta Mateus)

Em. Certidão:-30\$00

Em. Urgência:---\$--

Total-----30\$00

Conferido:

MJM/ 

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
SERVIÇOS ACADÉMICOS

JULIETA DO NASCIMENTO MATEUS, Directora dos Serviços Académicos
da Universidade do Algarve-----:

Certifico que DUARTE FILIPE GOMES PADINHA -----,
natural de Faro -----,
filho de Francisco José de Almeida Padinha e de Ana de Jesus Gomes Padinha-----,
no dia dezassete do mês de Outubro do ano de mil novecentos e noventa e sete
concluiu o Curso de Estudos Superiores Especializados em Marketing,tendo como
habilitação precedente o Curso de Bacharelato em Turismo, pelo que em
conformidade com as disposições legais em vigor, lhe foi atribuído o grau de
licenciado em Marketing -----,
com a informação final de catorze (14) valores-----,
qualificação de Bom-----.

O interessado já requereu o respectivo diploma-----.

A presente certidão vai autenticada com o selo branco desta Universidade-----.

Faro, em 10 de Dezembro de 1997.

A Directora dos Serviços



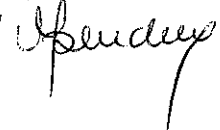
(Julieta Mateus)

Em. Certidão:-1500\$00

Em. Urgência:-----\$--

Total-----1500\$00

Conferido:

MJM/ 

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

SERVIÇOS ACADÉMICOS

CERTIDÃO DE HABILITAÇÕES

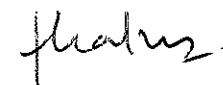
Aluno : **3124 - DUARTE FILIPE GOMES PADINHA**
Filiação : FRANCISCO JOSÉ DE ALMEIDA PADINHA
ANA DE JESUS GOMES PADINHA
Data Nascimento : 1973-08-18
BI N° : 10051764
Naturalidade : FARO
Curso : 1266 - GESTÃO E DESENVOLVIMENTO EM TURISMO
Grau : Mestrado

CdDep	CdDis	Disciplina	Nota	Extenso	Data	Duração
1266	1006	PLANEAMENTO E PROJECTO EM TURISMO	16	Dezasseis	2002-01-07	Semestral
1266	1001	ECONOMIA DO TURISMO	16	Dezasseis	2002-05-24	Semestral
1266	1000	GESTÃO DE SERVIÇOS EM TURISMO	14	Catorze	2002-05-25	Semestral
1266	1003	GESTÃO E ESTRATÉGIA PARA ÁREAS COSTEIRAS	15	Quinze	2002-05-27	Semestral
1266	1002	POLÍTICA E ESTRATÉGIA DE ÁREAS-DESTINO	13	Treze	2002-05-29	Semestral
1266	1004	ADMINISTRAÇÃO REGIONAL E LOCAL	13	Treze	2002-06-28	Semestral
1266	1005	AVALIAÇÃO E GESTÃO DE PROJECTOS TURÍSTICOS	13	Treze	2002-10-25	Semestral
1266	1007	MARKETING DE ÁREAS-DESTINO	16	Dezasseis	2002-10-31	Semestral
1266	1009	METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO	14	Catorze	2003-01-10	Semestral
1266	1008	TURISMO EM ÁREAS COSTEIRAS	14	Catorze	2003-01-16	Semestral

Face aos respectivos registos, certifico que o aluno acima identificado, obteve aprovação com as classificações indicadas, nas disciplinas e datas referidas, ficando habilitado com a parte curricular do curso indicado.

A presente certidão vai por mim assinada e autenticada com o selo branco desta Universidade.

Faro, 8 de Maio de 2003
A Directora dos Serviços Académicos



(JULIETA MATEUS)

Emolumentos : 33,12 €

Conferido : 



FACULDADE DE ECONOMIA
Universidade do Algarve

CONSELHO CIENTÍFICO DA FACULDADE DE ECONOMIA

Excerto do Extracto da Acta n.º 160 de 20 de Maio de 2009

Observando o disposto no artigo 45.º do Regulamento n.º 217 da Universidade do Algarve – Capítulo V, Programas de Doutoramento -, o Director do Programa de Doutoramento em Turismo, Prof. Doutor João Albino Silva, apresentou os resultados da avaliação dos doutorandos deste Programa a seguir mencionados, cujos projectos de tese foram recentemente aprovados pelos respectivos júris de avaliação - constituídos conforme o previsto na alínea b) do n.º 2 do artigo 12.º do Regulamento deste programa doutoral :

Doutorando(a):	Proposta de média final do 1º ano	Aprovação do Projecto de Tese
Duarte Filipe Gomes Padinha	16 valores	07.04.09

(...)

Em resultado desta apresentação e para efeitos do n.º 2 do artigo 46.º do Regulamento da Universidade do Algarve acima mencionado, o Conselho Científico deliberou por unanimidade aceitar os Projecto de Tese de Doutoramento em Turismo, e designar as respectivas orientações, referidas no quadro seguinte, que foram nos termos regulamentares – artigo 47.º do já referido Regulamento - propostas pelos doutorandos acima mencionados, apresentando para o efeito as declarações de aceitação expressa da parte dos orientadores.

Tema do Projecto de Tese aceite:	Doutorando(a) proponente:	Orientadores designados:
"A avaliação da qualidade dos destinos turísticos. A perspectiva dos turista"	Duarte Filipe Gomes Padinha	Doutor Júlio da Costa Mendes (FEUALG); Doutora Patrícia S. Oom do Valle (FEUALG).

(...)

Está conforme o original

O Presidente do Conselho Científico

Prof. Doutor João Albino Silva

Duarte Padinha
Avª da República, 104-5º
8000-079 Faro

**Exmo. Senhor
Presidente do Conselho Científico
Faculdade de Economia
Universidade do Algarve
Edifício 9 - Campus de Gambelas
8005-539 Faro**

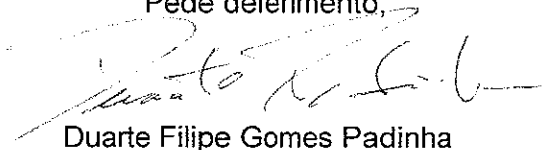
Duarte Filipe Gomes Padinha, doutorando do Programa de Doutoramento em Turismo, edição de 2007/2010, vem, de acordo com o Regulamento de Cursos e de Programas de Formação Avançada da Universidade do Algarve – artigo 46º - submeter à aprovação do Conselho Científico da Faculdade de Economia, a sua Proposta de Tese desenvolvida no âmbito deste Programa Doutoral, conforme documentos em anexo.

Mais informo que a referida proposta, intitulada "A avaliação da qualidade dos destinos turísticos. A perspectiva dos turistas" foi aprovada no dia 07 de Abril de 2009 pelo júri de avaliação previsto no Regulamento do Programa de Doutoramento.

Ainda de acordo com o Regulamento acima mencionado, submeto à aprovação do Órgão a que V. Exa. preside, os nomes do(s) orientador(es) da investigação – Doutores Júlio da Costa Mendes e Patrícia Susana Lopes Guerrilha dos Santos do Oom Valle - cujas declarações de aceitação constam do processo de discussão do referido Projecto.

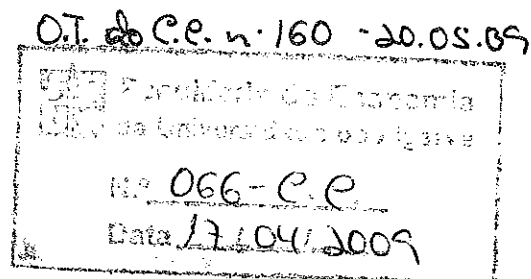
Faro, 15 de Abril de 2009

Pede deferimento,



Duarte Filipe Gomes Padinha

Anexos: - Proposta de Tese;



COMPROVATIVOS DE FORMAÇÃO COMPLEMENTAR



Uma Questão de Atitude



ENTIDADE
FORMADORA
ERTIFICADA

INSTITUTO PORTUGUÊS DE QUALIFICAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS
HUMANOS
FORMADORA
E ORGANIZADORA DE CURSOS DE FORMAÇÃO
PROFISSIONAL
E DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS
HUMANOS
SERVIÇOS DE QUALIFICAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS
HUMANOS

CERTIFICADO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

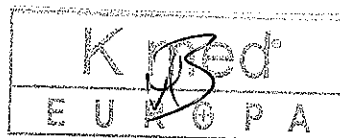
Certifica-se que Duarte Filipe Gomes Padinha, natural de Faro, nascido em 18/08/1973, titular do nº de identificação 10051764, válido até 06/05/2015, concluiu com aproveitamento o curso de Formação Profissional

“Princípios sobre Segurança e Saúde no Trabalho”

em 12 de Setembro de 2012, com a duração de 7 horas.

Faro, 29 de Outubro de 2012.

O Responsável pela Entidade Formadora



Certificado de Participação

Certifica-se que **Duarte Padinha** participou na

Acção de Formação/Informação às
Entidades Regionais de Turismo
e às
Direcções Regionais de Economia

organizada pelo Turismo de Portugal, I.P., a qual teve lugar
nos dias 4 e 5 de Maio de 2009, na Escola Superior de
Hotelaria e Turismo do Estoril, com a duração de 12 horas.



Luís Manuel Patrão
Presidente do Turismo de Portugal, I.P.



INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, I.P. *

Avenida José Malhoa, 11 – 1099-018 Lisboa
Pessoa Colectiva n.º 501442600

Centro de Formação Profissional de Faro

Certificado de Qualificações

Certifica-se que **DUARTE FILIPE GOMES PADINHA**

natural de **FARO**

nascido(a) em **19-07-1977**

titular do **BILHETE DE IDENTIDADE** n.º 10051764

emitido por **FARO**, em **03-06-2004**

obteve certificação na(s) seguinte(s) unidade(s):

Componente	Código	Unidades de Competência/Unidades de Formação de Curta Duração
Formação de base	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----

	Código	Unidades de Formação de Curta Duração
Formação tecnológica	0433	Serviços – posicionamento e diferenciação
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----



INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, I.P. *

Avenida José Malhoa, 11 – 1099-018 Lisboa
Pessoa Colectiva n.º 501442600

Centro de Formação Profissional de Faro

Certificado de Qualificações

Certifica-se que **DUARTE FILIPE GOMES PADINHA**

natural de **FARO**

nascido(a) em **18-08-1973**

titular do **BILHETE DE IDENTIDADE** nº 10051764

emitido por **FARO**, em **03-06-2004**

obteve certificação na(s) seguinte(s) unidade(s):

Componente	Código	Unidades de Competência/Unidades de Formação de Curta Duração
Formação de base	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----

	Código	Unidades de Formação de Curta Duração
Formação tecnológica	0438	Planeamento de Meios
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----
	----	----

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 6 de Dezembro de 2007, com a duração total de 7 horas, o Curso de Formação Profissional

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DA IMPLEMENTAÇÃO E DO MANUAL DA QUALIDADE

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. - Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
[Assinatura]
A. Patrícia

Certificado Nº. 260/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 5 de Dezembro de 2007, com a duração total de 7 horas, o Curso de Formação Profissional

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DA IMPLEMENTAÇÃO E DO MANUAL DA QUALIDADE

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
A Gerência

Certificado Nº. 297/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 25 e 26 de Setembro e 13 e 14 de Novembro de 2007, com a duração total de 28 horas, o Curso de Formação Profissional

AUDITORIAS DA QUALIDADE

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. - Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
A Gerência

Certificado Nº. 240/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 10 e 11 de Abril de 2007, com a duração total de 14 horas, o Curso de Formação Profissional

GESTÃO DA QUALIDADE

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. - Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
A Gerência

Certificado Nº. 218/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou de 8 de Abril a 15 de Novembro de 2007, com a duração total de 119 horas, o Curso de Formação Profissional

ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DO SGQ

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. - Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
A Gerência

Certificado Nº. 230/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 20 e 21 de Março de 2007, com a duração total de 14 horas, o Curso de Formação Profissional

GESTÃO DE PROCESSOS

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. - Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
[Assinatura]
A Gerência

Certificado Nº. 206/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 8 de Março de 2007, com a duração total de 7 horas, o Curso de Formação Profissional

ELABORAÇÃO DO PLANEAMENTO DETALHADO DO PROGRAMA E SUA APROVAÇÃO

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. – Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
A Gerência

Certificado Nº. 194/2008

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Dec. Reg. nº 35/2002)

A B.I.eQ. – Consultores de Engenharia e Gestão Industrial, Lda., sita na Rua Mário Castelhana Nº 42 – E1/E2, Queluz de Baixo, 2730-120 Barcarena, pessoa colectiva nº. 504105337,

Certifica que

DUARTE FILIPE GOMES PADINHA

natural de Faro nascido a 18/08/1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador do documento de identificação B.I. nº. 10051764, emitido pelo Arq. Ident. de Faro em 03/06/2004 frequentou a 27 de Fevereiro de 2007, com a duração total de 7 horas, o Curso de Formação Profissional

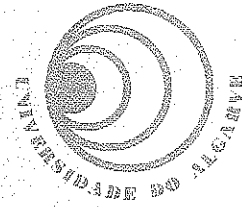
APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA E EXECUÇÃO DO DIAGNÓSTICO

Queluz de Baixo, 31 de Dezembro de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

B. I. e Q. Consultores de
Engenharia e Gestão Industrial, Lda.
[Assinatura]
A. Correia

Certificado Nº. 182/2008



Certifica-se que

Duarte Filipe Gomes Padinha

frequentou o curso de

**Desenho e Análise
Estatística de Questionários**

Que decorreu de 15 a 20 Setembro de 2008 num total de 21 horas.

CDAEQ

CERTIFICADO



O Presidente do Conselho Directivo da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve
Prof. Doutor Efigénio da Luz Roberto



A Directora do Departamento de Estatística da Universidade de Salamanca, Espanha
Prof.ª Doutora Maria Purificación Galindo Villardón



O Presidente da Direcção do CEAP - Centro de Estatística Aplicada e Previsão
da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve
Prof. Doutor Rui José da Cunha da Sousa Nunes

20 de Setembro de 2008

Data



**CERTIFICADO DE
FORMAÇÃO PROFISSIONAL
(Dec. Reg. N.º 35/2002)**

O **NERA** – *Associação Empresarial da Região do Algarve*, contribuinte n.º 502280328, com sede em Loulé, na qualidade de entidade formadora certifica que o(a) Senhor(a) **Duarte Filipe Gomes Padinha**, natural do Faro, nascido(a) a 18-08-1973, nacionalidade Portuguesa, sexo Masculino, portador(a) do Bilhete de Identidade N.º 10051764, emitido pelo Arquivo de Identificação de Faro, em 24-05-1999, concluiu com aproveitamento em 30-04-2004, o Curso de Access - Nível 1, que decorreu de 15-03-2004 a 30-04-2004, com a duração total de 45 horas, tendo obtido a classificação final de 18,00, numa escala de 0 a 20 valores.



Portugal em Acção



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



P. O. E. F. D. S.

O Responsável pela
Entidade Formadora

Loulé, 30 de Abril de 2004

Certificado N.º 1442/2004

Entidade Acreditada pelo INOFOR
Processo n.º 973

fotografia

Certificado

Certifica-se que:

DUARTE PADINHA

Frequentou o curso de Iniciação à Fotografia, que decorreu no Instituto Português da Juventude - Delegação Regional de Faro entre 12 de Outubro a 18 de Dezembro de 2001, com a duração de 60h, obtendo a classificação de Apto.

O Delegado Regional de Faro do I.P.J.

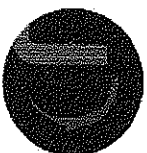
INSTITUTO PORTUGUÊS DA JUVENTUDE

SERVIÇOS REGIONAIS DE FARO

(Custódio Moreno)

O Formador

(Nuno Jesus)





CERTIFICADO

Certifico, para os devidos efeitos, que Duarte Filipe Gomes Padinha, técnico da Região de Turismo dos Templários, recebeu formação sobre os incentivos constantes do Quadro de Apoio Financeiro ao Investimento no Turismo (QCA II), no Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, durante o período de 12 a 13 de Agosto de 1999, no âmbito do protocolo de colaboração no domínio do apoio ao investidor.


Alberto Marques
Director

Lisboa, 17 de Fevereiro de 2000

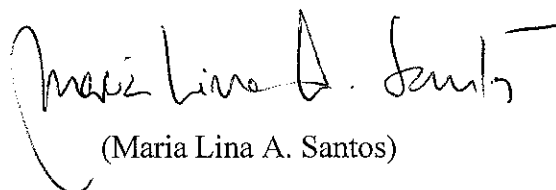
Declaração

Para os devidos efeitos, se declara que **Duarte Filipe Gomes Padinha**, técnico superior da Região de Turismo dos Templários, frequentou um estágio no Gabinete de Apoio ao Investidor desta Direcção-Geral, nos dias 10 e 11 de Agosto de 1999, sobre Legislação Turística e Procedimentos Administrativos.

Por ser verdade e por me ter sido pedida se passa a presente declaração que vai por mim assinada.

Lisboa, 27 de Julho de 2001.

A Directora de Serviços



(Maria Lina A. Santos)



REPÚBLICA PORTUGUESA

MINISTÉRIO DO TRABALHO E DA SOLIDARIEDADE

SNCP

SISTEMA NACIONAL DE CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL

CERTIFICADO DE APTIDÃO PROFISSIONAL

(Decreto Lei n.º 95/92, de 23 de Maio e Decreto-Regulamentar n.º 68/94, de 26 de Novembro)

Certifica-se que **DUARTE FILIPE GOMES PADINHA** nascido em 18-08-1973, natural de Faro, portador do B.I. nº 10051764 emitido pelo Arquivo de Identificação de Faro, em 24-05-1999, possui competências pedagógicas para exercer a profissão de **FORMADOR (M/F)**, conforme as que são definidas no respectivo perfil profissional.



IEFP

Instituto do Emprego e Formação Profissional, entidade certificadora competente ao abrigo dos Decretos Regulamentares 66/94 de 18 de Novembro e 26/97 de 18 de Junho.

Faro, 25 de Fevereiro de 2000

O Delegado Regional

(Lúcio de Sousa)

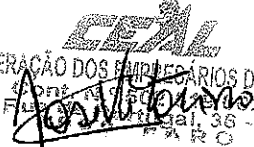


CONFEDERAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO ALGARVE

DECLARAÇÃO

Para os devidos efeitos declara-se que, **DUARTE FILIPE GOMES PADINHA**, portador do Bilhete de Identidade n.º **10051764**, emitido a **25/05/94**, em **FARO**, frequentou com aproveitamento no ano de **1999** o Curso de **FORMAÇÃO PEDAGÓGICA INICIAL DE FORMADORES** – Acção: **1/5** com um total de **90Horas**, promovido e coordenado pela **CEAL – Confederação dos Empresários do Algarve** com sede na **Rua de Portugal, n.º36, 1.º Dt.º 8000-281 Faro**, tendo sido ministrado nas Instalações do **CENTRO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO INSTITUTO DE EMPREGO** em **FARO**.

O Presidente da CEAL


CONFEDERAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO ALGARVE
Sede: Rua de Portugal, 36 - 1.º Dt.º
FARO

(José Vitorino)

Faro, 14.07.99

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA

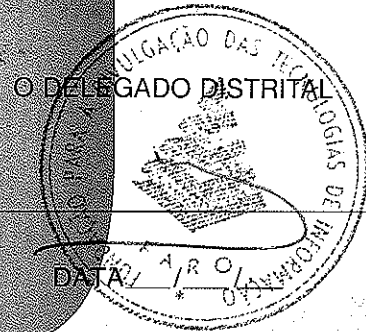
Certifica-se que Duarte Filipe Gomes Padinha

natural de Faro, portador do B.I. n.º 10051764

concluiu o módulo de Folha de Calculo (Excel 97)

em 09 08 99 com a duração de 30 horas

Obteve a classificação de BOM



FUNDAÇÃO para a DIVULGAÇÃO das TECNOLOGIAS de INFORMAÇÃO

Instituída pelo Instituto Português da Juventude e pelo
Instituto do Emprego e Formação Profissional

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA

Certifica-se que Duarte Filipe Gomes Padinha

natural de Faro, portador do B.I. n.º 0051764

concluiu o módulo de Sistema Operativo Windows 98

em 14 05 99 com a duração de 20 horas

Obteve a classificação de MUITO BOM



FUNDAÇÃO para a DIVULGAÇÃO das TECNOLOGIAS de INFORMAÇÃO

Instituída pelo Instituto Português da Juventude e pelo
Instituto do Emprego e Formação Profissional

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA

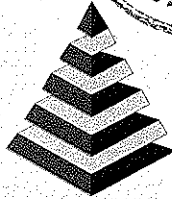
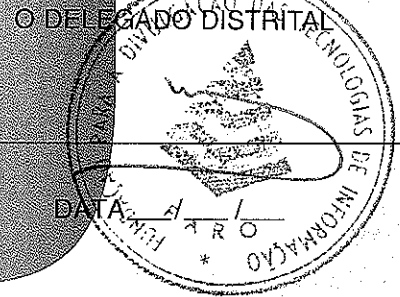
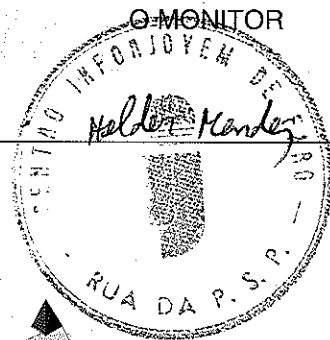
Certifica-se que Duarte Filipe Gomes Padinha

natural de Faro, portador do B.I. n.º 10051764

concluiu o módulo de Proc. de Texto (Winword 97)

em 21 de 06 de 99 com a duração de 24 horas

Obteve a classificação de MON



FUNDAÇÃO para a DIVULGAÇÃO das TECNOLOGIAS de INFORMAÇÃO

Instituída pelo Instituto Português da Juventude e pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional

**COMPROVATIVOS DE PARTICIPAÇÃO EM
SEMINÁRIOS CONGRSSOS E CONFERÊNCIAS**

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

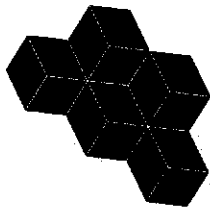
Certifica-se que **Duarte Filipe Gomes Padinha**, na qualidade de Diretor do Departamento de Marketing, participou na ação de sensibilização "Sensibilização SGQ – Colaboradores da Sede", que decorreu no dia 4 de Outubro de 2012, no auditório do Edifício Sede do Turismo do Algarve, organizado pela equipa multidisciplinar de Gestão da Qualidade.

Faro, aos 11 de Dezembro de 2012

O Presidente,



Desidério da Silva



+INICIATIVA

EMPREGO E EMPREENDEDORISMO

Declaração

Declara-se que Quarte Pedrinha participou na **+INICIATIVA Emprego e Empreendedorismo**, promovida pela parceria constituída pela Câmara Municipal de Loulé, Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP, Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve e NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve, realizada no dia 12 de Abril de 2012, na EXPOALGARVE, Loteamento Industrial de Loulé.

Loulé, 12 de Abril de 2012

PELA PARCERIA ORGANIZADORA
O VEREADOR DA CÂMARA MUNICIPAL DE LOULÉ

Aníbal Sousa Moreno

Organização:



Colaboração:



INOVAR EM TURISMO PELO CONHECIMENTO E CRIATIVIDADE
INNOVATING IN TOURISM BY KNOWLEDGE AND CREATIVITY

CERTIFICADO



Certifica-se que

Dr. António Filipe Gomes Redondo

participou na Conferência Internacional "Inovar em Turismo pelo Conhecimento e Criatividade" que se realizou no dia 7 de Outubro de 2011, em Faro, numa organização conjunta da rede Enterprise Europe Network, da CCDR Algarve e da Comissão Europeia.

O Presidente da CCDR Algarve

J. Varejão
João Varejão Faria





Certifica-se que Duarte Padinha participou no debate organizado pelo Turismo do Algarve sobre «**Novas perspectivas para o Algarve - Turismo de Nichos**».

Faro, 26 de Maio de 2011

António Ventura Pina
(Presidente)

**BTL - I CONFERÊNCIA
INTERNACIONAL
DE TURISMO**

TURISMO DE
PORTUGAL

23 FEVEREIRO 2011
LISBOA

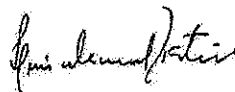
TURISMO
Novas Vias para
o crescimento

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

O TURISMO DE PORTUGAL IP, CERTIFICA QUE

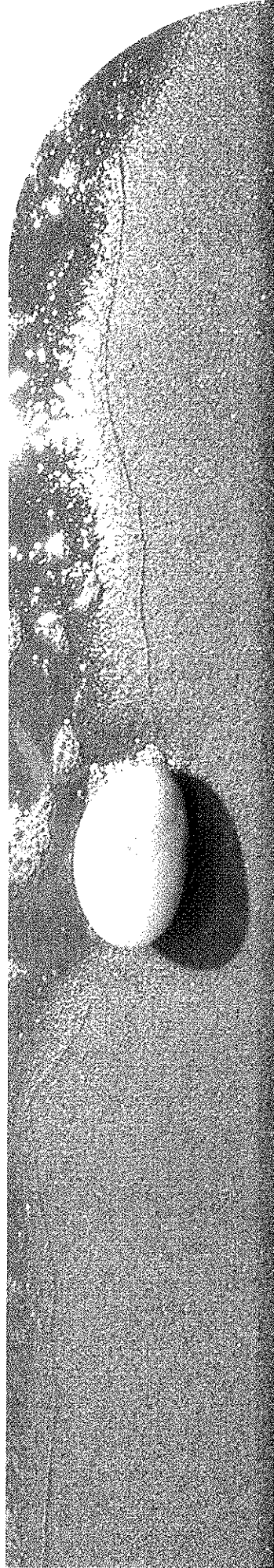
Duarte Padinha

participou na I Conferência Internacional de Turismo,
sob o tema "Novas Vias para o Crescimento", realizada no dia 23 de Fevereiro de 2011
na Bolsa de Turismo de Lisboa na FIL – Feira Internacional de Lisboa.



Luis Manuel Patrão
Presidente do Conselho Directivo





CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que *Luís Roberto* participou no seminário organizado pelo Turismo do Algarve denominado «Algarve: Caminhos e Oportunidades para a Actividade Turística».

Albufeira, 11 de Outubro de 2010

Nuno Miguel Fernandes Aires

Nuno Aires
(Presidente)

Apoios

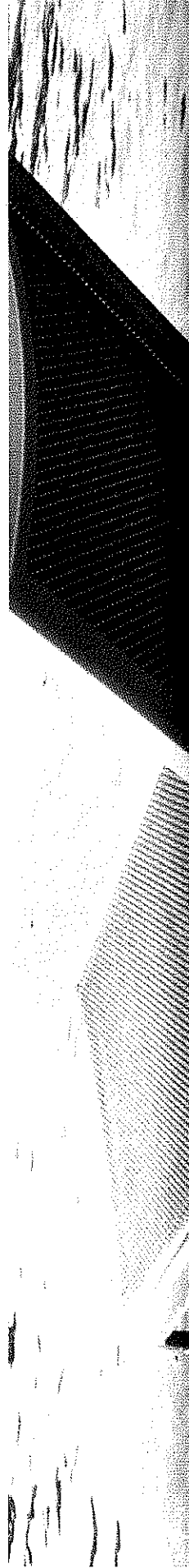
eurologistix
AUDIOVISUAIS & EVENTOS



GRANDE REAL
SANTA EULÁLIA
RESORT & HOTELISM
ALBUFEIRA

Organização

TURISMO DE
PORTUGAL  **algarve**



CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que *Duarte Filipe Gomes Padinha* participou no debate organizado pela Entidade Regional de Turismo do Algarve sobre «Nova legislação turística (animação turística, RJET e alojamento local)».

Faro, 25 de Fevereiro de 2010

Nuno Aires
(Presidente)



HyperCluster do mar que futuro?


24 de Setembro - Dia Mundial do Mar


Certificado de Participação

Certifico-se que Duarte Filipe Gomes Radinho

participou no Seminário HyperCluster do Mar - Que Futuro? Inscrito no Green Festival no Centro de Congressos do Estoril


Cascais, 24 de Setembro de 2009


Carlos Cavaleiros
Presidente do Agência Cascais Atlântico


GREENFEST
www.greenfestival.org

PELOAS PESSOAS.
PELO AMBIENTE.
PELA ECONOMIA.
POR SI, POR NÓS.
PELO FUTURO.
FAÇA PARTE.

Organização
.....
 **Cascais**
Câmara Municipal

 **Atlântico**
Associação para o Desenvolvimento do Turismo

 **AG**
Associação Geral Elétrica





Apoio


 **dia**
Associação de Cascais de História e Património









Ciclo de Debates

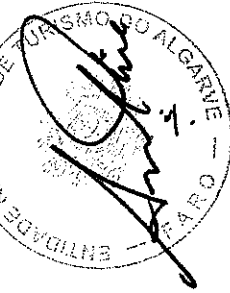
Turismo - que futuro?



CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Luís Filipe Gomes Taborda participou no debate organizado pela Entidade Regional de Turismo do Algarve sobre «O que vale o mercado interno para o Algarve».

Faro, 29 de Junho de 2009



António Ventura Pina
(Presidente)

CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE MARKETING PLACES

Philip Kotler
Seppo Rainisto | Cathy Parker
Fernando Perna | Maria João Custódio

Certifica-se que Duarte Padinha

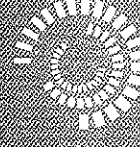
participou na Conferência Internacional de Marketing Places

que teve lugar em Portimão no dia 24 de Junho de 2009.



Manuel da Luz
Presidente da Câmara Municipal de Portimão.

COMPETITIVIDADE TERRITORIAL
ideias para o futuro



Portimão
Câmara Municipal

CONFERÊNCIA INTERNACIONAL
**A NÁUTICA
DESPORTIVA
e de LAZER**

CERTIFICADO

Certifica-se que

Duarte Filipe Gomes Raduabe

participou na Conferência Internacional

“Náutica Desportiva e de Lazer - Rotas de Afirmção”,

que se realizou no dia 20 de Maio de 2009, em Portimão.

**Rotas de
Afirmção**



Portimão

CCDR *Algarve*



CIIT

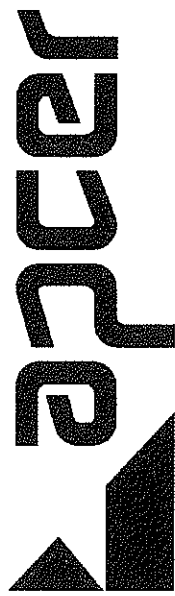
CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TURISMO E RECREIO
INTERNACIONAL CENTER OF
RESEARCH AND TOURISM RESEARCH



IPIA - Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos, I.P.
Boulevard 2010

TURISMO DE PORTUGAL  algarve





A Marca da Certificação



CERTIFICADO

Pelo presente, se declara que Dr. Duarte F. Lopes Gomes Padinha participou no Seminário “**Modelos de Gestão no Sector do Turismo**” que decorreu no dia 22 de Abril de 2009, em Albufeira, no Auditório da AHETA - Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve, com a duração total de 6,5 horas.

Albufeira, 22 de Abril de 2009

Direcção de Marketing

Colmeia Fernandes

Ciclo de Debates

Turismo - que futuro?



CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que José de Sá Gomes Pedreira participou no debate organizado pela Entidade Regional de Turismo do Algarve sobre «Projectos PIN e investimentos estruturantes no Algarve».

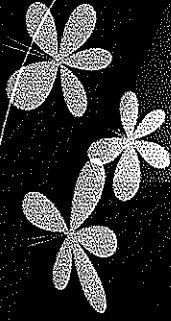
Faro, 27 de Março de 2009



António Ventura Pina
(Presidente)

Ciclo de Debates

Turismo - que futuro?

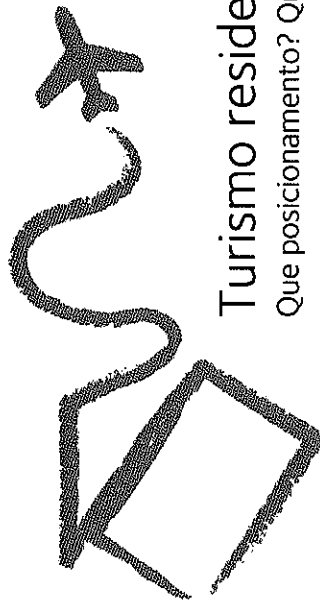


CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Luís Filipe Gonçalves participou no debate organizado pela Entidade Regional de Turismo do Algarve sobre «Turismo do Algarve – balanço e perspectivas».

Faro, 27 de Fevereiro de 2009

António Ventura Pina
(Presidente)



Turismo residencial no Algarve
Que posicionamento? Que estratégias?

CERTIFICADO DE PRESENÇA

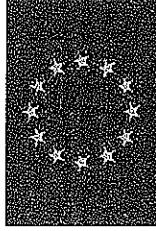
A ANA - Aeroportos de Portugal declara que Duarte Filipe Gomes Pedreira participou na Conferência "Turismo residencial no Algarve. Que posicionamento? Que estratégias?", que se realizou no dia 10 de Fevereiro de 2009 em Vale do Lobo.



O apoio às empresas junto de si



COMISSÃO DE COORDENAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ALGARVE



UNIÃO

EUROPEIA

CERTIFICADO

Certifica-se que Luís Filipe Gomes Padua participou no Seminário “Algarve: Um Destino Turístico Sustentável”, que se realizou em Faro, no dia 17 de Novembro de 2008, numa co-organização da rede europeia Enterprise Europe Network e da CCDR Algarve.

O Presidente da CCDR Algarve

João Varejão Faria



Workshop Internacional de Turismo de Natureza

14 e 15 Novembro 2008, Tróia

As potencialidades turísticas
do **Birdwatching**

A Observação de Aves em Portugal

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que

Duarte Rodrigues

participou no Workshop Internacional de Turismo de Natureza
"As potencialidades turísticas do Birdwatching",
organizado pelo Turismo de Portugal, IP,
nos dias 14 e 15 de Novembro de 2008, em Tróia.

O Presidente do Conselho Directivo do Turismo de Portugal, IP

Luís Manuel Patrão

Luís Manuel Patrão

13 de Novembro 2008

Dia Mundial da Qualidade

Estamos empenhados em garantir a qualidade dos nossos serviços.

Workshop Interno

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Diogo Filipe Gomes Pedreira participou no workshop interno "Sistema de Gestão da Qualidade nos Postos de Turismo", organizado pelo Turismo do Algarve, no âmbito das comemorações do Dia Mundial da Qualidade.

Faro, 13 de Novembro de 2008



António Ventura Pina
(Presidente)

Ciclo de Debates Turismo, o Farol da Economia Regional

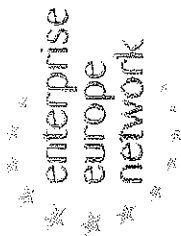
CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Luís Filipe Gomes Rodrigues participou no debate organizado pelo Turismo do Algarve sobre «Novo regime jurídico dos empreendimentos turísticos».

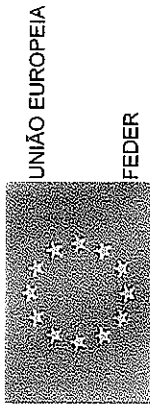
Faro, 14 de Outubro de 2008



António Ventura Pina
(Presidente)



ALGARVE 21
PROGRAMA OPERACIONAL

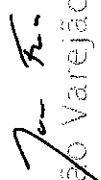


O apoio às empresas junto de si

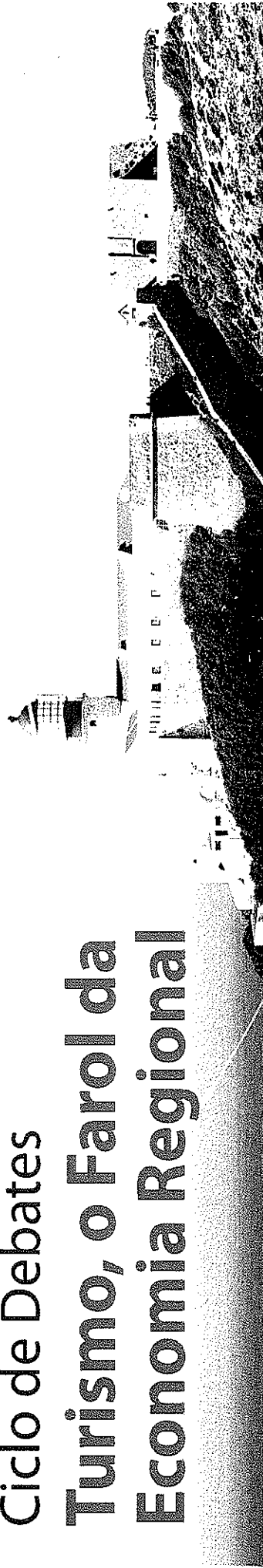
CERTIFICADO

Certifica-se que Diogo Filipe Gomes Radialbe participou no Seminário QREN – Sistemas de Incentivos às Empresas, que se realizou em Faro, no dia 8 de Outubro de 2008, numa co-organização do PO Algarve21 e da rede europeia Enterprise Europe Network.

O Presidente da CCDR Algarve


João Varejão Faria

Ciclo de Debates Turismo, o Farol da Economia Regional



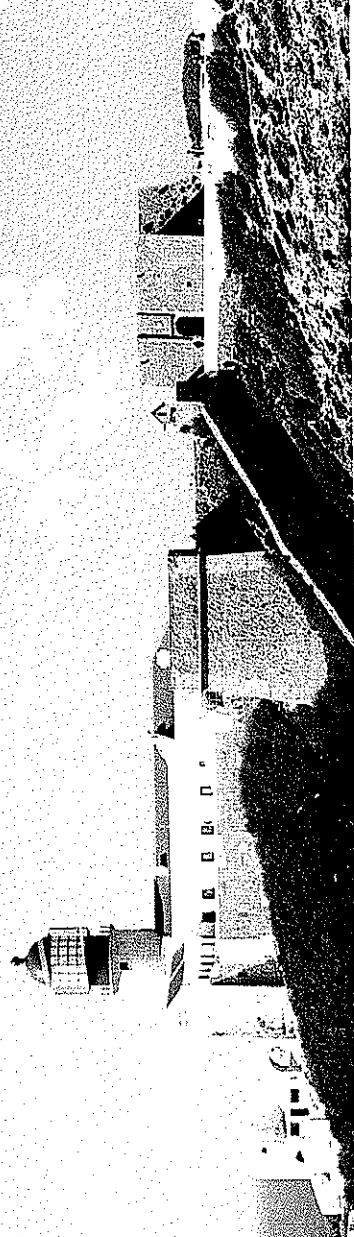
CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Luís Filipe Gomes Ribeiro participou no debate organizado pela
Região de Turismo do Algarve sobre «Turismo Residencial».

Faro, 20 de Junho de 2008

António Ventura Pina
(Presidente)

Ciclo de Debates Turismo, o Farol da Economia Regional



CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Quarte Filipe Gomes Teófilo participou no debate realizado na Região de Turismo do Algarve sobre «QREN e Sector do Turismo».

Faro, 28 de Abril de 2008

António Ventura Pina
(Presidente)

Organização conjunta:
Região de Turismo do Algarve
ANTÓNIO PAQUETE - Economistas Associados, Lda.
Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve



Ciclo de Debates Turismo, o Farol da Economia Regional



CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Duarte Lopes Fernandes participou no debate organizado pela Região de Turismo do Algarve sobre «O Novo Paradigma dos Núcleos de Desenvolvimento Turístico».

Faro, 18 de Abril de 2008

António Ventura Pina
(Presidente)



TÜV Rheinland Group

TÜV Akademie
Rheinland

A TÜV Akademie Rheinland comprova que

Duarte Padinha

esteve presente no

SEMINÁRIO TÉCNICO
Turismo Sustentável

Realizado no dia 13 de Setembro de 2007, no Auditório do Edifício
Zenith, em Oeiras, Portugal.

João Pedro Consolado
Director Geral

Sessão de Apresentação e Debate

**“PLANO DE ACÇÃO PARA UM TURISMO EUROPEU MAIS
SUSTENTÁVEL”**

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica-se que Duarte Filipe Gomes Teófilo participou na Sessão de Apresentação e Debate **“Plano de Acção para um Turismo Europeu mais Sustentável”**, organizado pelo Euro Info Centre e pelo Centro Europe Direct, serviços de informação europeia da CCDR Algarve, realizado em Faro, no dia 4 de Junho de 2007.

O Presidente da CCDR Algarve



José António de Campos Correia



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO

INTERNATIONAL CENTER OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH

Certificado

Certifica-se que Duarte Padinha
participou na apresentação pública do projecto IMPACTUR que
decorreu na Universidade do Algarve, no dia 12 de Janeiro de
2007, promovido pelo Centro Internacional de Investigação em
Território e Turismo.

O Coordenador do CIITT

Fernando Perna

Fernando Perna



Certificado de Participação

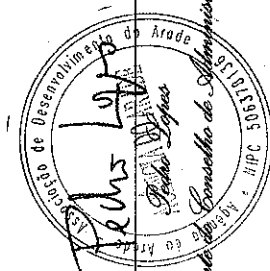
Certifica-se que Duarte Padinha participou no

Seminário *Competitiveness and Management of Tourism Destinations*

realizado no Hotel Fivoti Almansor, em Carvoeiro, Lagoa,

a 10 de Fevereiro de 2006.

Arade, 10 de Fevereiro de 2006


Presidente Conselho de Administração

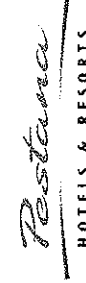
Organização:



Agência do Arade - Associação de Desenvolvimento do Arade
Rua Impasse à Rua Poela António Alaisio, Bloco B - R/Ch - 8506-525 Portimão - Portugal
Tel: 282 482 889/09/10 - Fax: 282 427 270 - E-mail: agencia.arade@mail.telepac.pt



Apoios:



2006



Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair



OMT. WNO. IFTO

CONSEJO EMPRESARIAL OMT
WTO BUSINESS COUNCIL
CONSEIL PROFESSIONNEL OMT

World Tourism Organization / Organización Mundial del Turismo

Awards this/Otorgan este

CERTIFICATE / CERTIFICADO

to: / a : Duarte Padinha

for participating
in the
**WTOBC SEMINAR
"HOW TO IMPROVE ONLINE
TOURISM PROMOTION"**

Madrid, Spain
26 January 2006

por la participación
en el
**SEMINARIO DEL CEOMT
"COMO MEJORAR LA PROMOCIÓN
TURÍSTICA ON LINE"**

Madrid, España
26 de enero 2006

Francesco Frangialli
UNWTO Secretary-General
Secretario General de la OMT

Antonio de la Morena
WTOBC Chief Executive Officer
Director General del CEOMT

Certificado de Participação

Duarte Padinha

Participou no 2º Congresso do Turismo de Portugal, sob o tema "*Reinventar o Turismo, Afirmar Portugal*", o qual teve lugar no Centro de Congressos do Estoril, entre os dias 4 e 5 de Julho de 2005



Confederação do Turismo Português

Palácio Fancesa Pálha
Trv. Recolhimento Lázaro Leitão, 1
1149-044 LISBOA

Reinventar o Turismo, Afirmar Portugal
2º Congresso do Turismo de Portugal
Estoril, 4 e 5 de Julho de 2005

Patrocínio

Organização



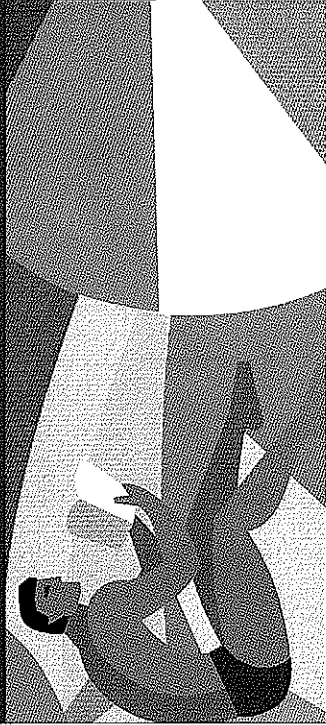
estoril UNICRE

Um lugar. Até sempre.



Confederação do Turismo Português

Certificado de Participação

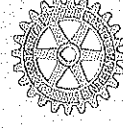


Certifica-se que, João Pereira Antunes, participou no Seminário "Que futuro para o turismo no Algarve?", que se realizou no dia 20 de Maio, no Hotel Pestana Alvor.

Portimão, Maio de 2005

João Pereira Antunes

Presidente do Rotary Clube da Praia da Rocha



Rotary Clube
da Praia da Rocha



- conferência europeia
- turismo e desporto sustentáveis
- formação profissional

Certificado de Participação

Certifica-se que

Luís Filipe Gomes Radinho

participou na Conferência Europeia "Turismo e Desporto Sustentáveis - Formação Profissional" organizada pelo Plano Regional de Turismo do Algarve, que se realizou no Grande Auditório do Campus Gambelas da Universidade do Algarve no dia 21 de Maio de 2004.

A Organização

Fátima Quirino
Chefe Projeto PRTA

Fátima Quirino

Organização:



Plano Regional
turismo do algarve

Apoio:



CERTIFICADO

Certifica-se que:

Duarte Filipe Gomes Padinha

participou no Seminário "Algarve - Inovação e Diversificação de Mercados Emissores", integrado na Semana Internacional de Turismo do Algarve, organizado em parceria pela Associação Turismo do Algarve, Região de Turismo do Algarve, e o Euro Info Centre da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, que se realizou no Auditório da Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve, em Faro, no dia 10 de Maio de 2004.

O Presidente da ATA



Hélder Martins

“sustentabilidade, o caminho para o turismo, do algarve”

“sustainability, the way forward for tourism in algarve”

CERTIFICADO CERTIFICADO CERTIFICADO CERTIFICADO CERTIFICADO CERTIFICADO CERTIFICADO

Certifica-se que:

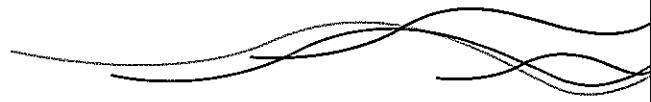
Duarte Padinha

participou no Seminário “Sustentabilidade, o caminho para o turismo do Algarve” organizado em parceria pela Região de Turismo do Algarve, Embaixada Britânica em Portugal, Universidade do Algarve e Direcção Regional do Ambiente e Ordenamento do Território, que se realizou no Auditório da Universidade do Algarve do Campus de Gambelas, em Faro, no dia 22 de Outubro de 2002.

O Presidente da Região de Turismo do Algarve



Paulo Neves



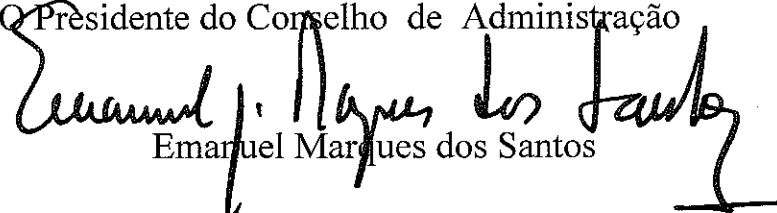


Certificado

Para os devidos efeitos, se certifica que *Duarte Padinha* participou no Debate "*Investigação e Turismo*", no dia 18 Dezembro de 2001, no Centro Escolar Turístico e Hoteleiro do Estoril, integrado no Ciclo de Debates do Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo.

Lisboa, 18 de Dezembro 2001

O Presidente do Conselho de Administração


Emanuel Marques dos Santos



CERTIFICADO DE PRESENÇA

DUARTE Padinha

Participou no Colóquio subordinado ao Tema "A QUALIDADE NO TURISMO", realizado a 03 de Maio de 2001, em Faro.

Faro, 03 de Maio de 2001

A Directora Regional,

IV

Congresso
Associação
Nacional
das Regiões
de Turismo



Certificado

Certifica-se que

Duarte Padinha

participou no

*IV CONGRESSO DA ANRET (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS REGIÕES DE TURISMO)
realizado no Porto nos dias 20, 21 e 22 de Abril de 2001*

Porto, Abril 2001

*O Presidente
da ANRET*

Paulo Neves



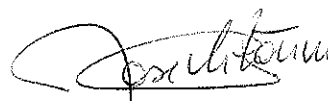
CONFEDERAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO ALGARVE

CERTIFICADO

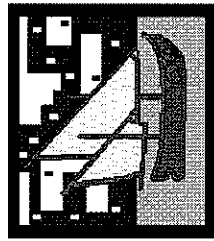
Para os devidos efeitos, certifica-se que **Dr. Duarte Filipe Gomes Padinha**, participou no II Congresso das PME, Algarve – Andaluzia, sob o lema “DESAFIOS DA UNIÃO EUROPEIA E DAS REGIÕES PERIFÉRICAS NO SÉC. XXI”, organizado pela CEAL, CEA e FOE realizado em Vilamoura a 28 e 29 de Junho de 2000.

Faro, 19/07/00

O Presidente da CEAL



(José Vitorino)



UNIVERSIDADE DO ALGARVE
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Certifica-se que **Duarte Padinha**

Frequentou nesta Instituição no dia 13 de Abril de 2000, o Seminário intitulado “**Actividades Turísticas na Zona do Parque Natural da Ria Formosa**”, que teve como oradores Luís Rodrigues, José Carlos Barros, Filomena Correia, Lúcia Madeira, José Vargas e Cristina Neto.

O Presidente do Conselho Directivo



(Joaquim Sant'Ana Fernandes)
(Professor Adjunto)

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA

Certifica-se, para os devidos efeitos, que
Duarte Filipe Gomes Padinha

frequentou o Seminário "**Habitat II - As Cidades do Amanhã**" realizado pela **AIESEC**, no Novo Auditório do Campus de Gambelas da Universidade do Algarve, nos dias de 5 a 6 de Março de 1997.

Faro, 6 de Março de 1997

Ana Dominga
P^{la} AIESEC

(NOTA: Este certificado só é considerado válido após autenticado, na recepção, no final do seminário)

Universidade do Algarve - Campus da Penha - 8000 FARO PORTUGAL - Tel.: (351) 089 - 80 01 35 Fax (351) 089-82 35 60 (ATTN) AIESEC



Fialgar
SOCIEDADE ALGARVIA DE AUTOMÓVEIS, SA

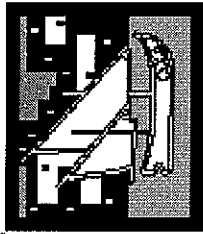


FARAUTO
EFICAZES EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS S.A.


Salvador Castano
COMERCIO DE AUTOMÓVEIS (ALGARVE) S.A.


JOAQUIM & FERNANDES, LDA.
INFRA-ESTRUTURAS - ELECTRICIDADE - TV CABO
TELECOMUNICAÇÕES E CONSTRUÇÃO CIVIL


Metalofarense, lda.



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO


Certificado de Presença

Certifica-se que *Duarte Filipe Padinha*

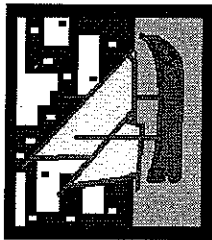
frequentou nesta Instituição no dia 21 de Outubro de 1996 das 18.00 às 20.00 horas o Seminário intitulado

“ **Pequenas empresas, grandes soluções**”, que teve como orador o Professor Doutor António Lopes de Sá.

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
O Presidente do Conselho Directivo



(Ludgero dos Santos Sequeira)
ESCOLA SUPERIOR DE
(Prof. Coordenador)
TURISMO



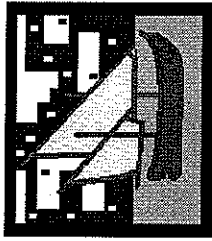
UNIVERSIDADE DO ALGARVE
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Certifica-se que **Duarte Padinha**

Participou no Seminário intitulado “Turismo e Ambiente”, que se realizou nesta Instituição no dia 29 de Abril de 1992, que teve como orador o Arquitecto Nuno Lecoq.

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
O Presidente do Conselho Directivo

(Joaquim Sant'Ana Fernandes)
(Professor Adjunto)



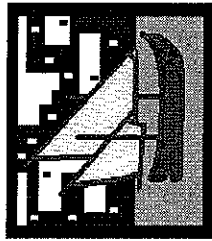
UNIVERSIDADE DO ALGARVE
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Certifica-se que **Duarte Padinha**

Participou no Seminário intitulado “Time – Share na Oferta Turística do Algarve”, que se realizou nesta Instituição no dia 24 de Abril de 1992, que teve como orador o **Dr. Sérgio Palma Brito**.

O Presidente do Conselho Directivo

(Joaquim Sant'Ana Fernandes)
(Professor Adjunto)



UNIVERSIDADE DO ALGARVE
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

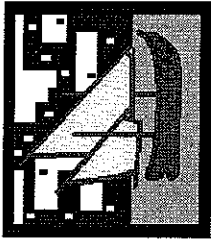
Certifica-se que **Duarte Padinha**

Participou no Seminário intitulado "New Russia in search of its identity", que se realizou nesta Instituição no dia 8 de Abril de 1992, que teve como orador o Sr. Guennadi Guerassimov.

UNIVERSIDADE
O Presidente do Conselho Directivo



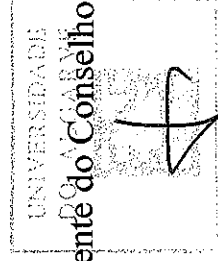
(Joaquim Sant'Ana Fernandes)
(Professor Adjunto)



UNIVERSIDADE DO ALGARVE
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Certifica-se que Duarte Padinha

Participou no Seminário intitulado "A Região de Turismo no Algarve no Contexto dos destinos Turísticos Europeus", que se realizou nesta Instituição no dia 13 de Março de 1992, que teve como orador o Sr. Cavaco Guerreiro.



O Presidente do Conselho Directivo

(Joaquim Sant'Ana Fernandes)
(Professor Adjunto)

COMPROVATIVOS DE ATIVIDADE PROFISSIONAL

DESPACHO

DESP_024_2012_PRES

ASSUNTO: Direção – Distribuição de Funções – Pelouros

No sentido de dar continuidade às atividades desenvolvidas pelo Turismo do Algarve e no âmbito da operacionalidade e eficácia dos serviços, ao abrigo da alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos do Turismo do Algarve, aprovados pela Portaria n.º 936/2008, de 20 de agosto, com uma primeira alteração por deliberação da Assembleia Geral da Entidade Regional de Turismo do Algarve, em reunião extraordinária de 12 de janeiro de 2009, alteração publicada no Diário da República de 3 de março de 2009, através do aviso n.º 4755/2009, de 16 de fevereiro de 2009, determino a seguinte distribuição de funções entre os membros da Direção, com a seguinte atribuição de pelouros:

Desidério Jorge da Silva:

- Áreas do Departamento Administrativo e Financeiro
- Relações Externas

Duarte Filipe Gomes Padinha:

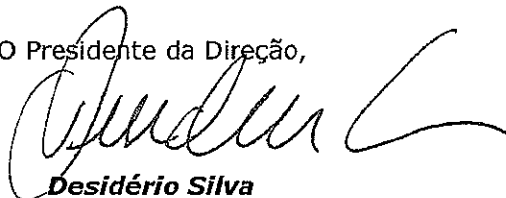
- Comunicação e Imagem
- Promoção e Animação Turística
- Informação Turística
- Investimento e Desenvolvimento
- Caravela "Boa Esperança"

Decorrente da presente atribuição de pelouros, os departamentos do Turismo do Algarve reportam directamente ao membro da Direção titular da respetiva competência.

O presente despacho produz efeitos a 2 de novembro de 2012.

Faro e Turismo do Algarve, aos 14 de novembro de 2012

O Presidente da Direção,



Desidério Silva

Termo de posse

Órgão/Serviço Entidade Regional de Turismo do Algarve

IDENTIFICAÇÃO DO EMPOSSADO

Nome completo Duarte Filipe Gomes Padinha

Bilhete de Identidade/Cartão de cidadão n.º 10051764

Validade: 05 / 05 / 2015

COMISSÃO DE SERVIÇO

Cargo: Director do Departamento de Marketing

Entidade que designou: Entidade Regional de Turismo do Algarve

Em: 27 / 12 / 2010

Por competência própria

Por delegação

Publicação: D.R., II Série, n.º 35 de 18 de Fevereiro de 2011

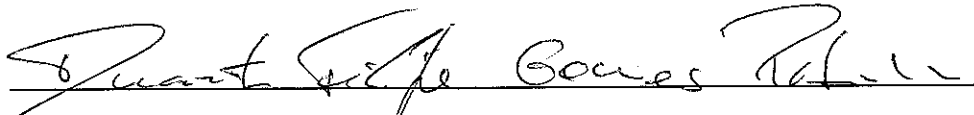
POSSE

Afirmo solenemente que cumprirei as funções que me são confiadas com respeito pelos deveres que decorrem da Constituição e da lei.

Local: Faro

Data: 18/02/2011

O EMPOSSADO



Entidade que confere a posse (nome e cargo/categoria):



(Presidente da Direcção)

Por competência própria

Por delegação

DESPACHO
DESP_008_2010_PRE

ASSUNTO: DESIGNAÇÃO DE CHEFIAS – AFECTAÇÃO DE PESSOAL NAS EQUIPAS MULTIDISCIPLINARES DO TURISMO DO ALGARVE

Na sequência da publicação do Decreto-Lei n.º 305/2009, de 23 de Outubro, foram aprovados o Regulamento de Organização do Serviços do Turismo do Algarve, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 74, de 16 de Abril de 2010, através do aviso n.º 7668/2010 e ainda a Estrutura Matricial dos Serviços, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 97, de 19 de Maio de 2010, através do aviso n.º 9856/2010.

Considerando o disposto no n.º 3 do art.º 12.º do Decreto-Lei n.º 305/2009, conjugado com o art.º 10.º do Regulamento de Organização do Serviços do Turismo do Algarve, proponho à Direcção a seguinte designação de Chefes de Equipas Multidisciplinares e respectivo estatuto remuneratório, com produção de efeitos a partir de 1 de Junho de 2010:

- Gabinete de Relações Externas, Equipa Multidisciplinar: Assis Manuel Severino Coelho, técnico superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal;
- Gabinete de Apoio ao Programa Allgarve, Equipa Multidisciplinar: Augusto Bessa Pinto de Miranda, docente de nomeação definitiva da Escola Secundária João de Deus, requisitado para o efeito, mantendo a remuneração correspondente ao lugar de origem;
- Equipa Multidisciplinar dos Assuntos Jurídicos e de Recursos Humanos: Ana Margarete da Silva Faísca, técnica superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal;
- Equipa Multidisciplinar de Gestão da Qualidade: Susana Isabel de Sousa Miguel, técnica superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal;
- Equipa Multidisciplinar de Comunicação e Imagem: Filipa Inês Matias de Sousa, técnica superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal;
- Equipa Multidisciplinar de Promoção e Animação: Maria Elisabete Delfim dos Santos Máximo, técnica superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal;

- Equipa Multidisciplinar de Informação Turística: Maria Manuela Lopes de Oliveira Bernardo, assistente técnica, com a remuneração mensal de € 2000,00, a que acrescem as despesas de representação previstas para o chefe de divisão municipal;
- Equipa Multidisciplinar de Investimento e Desenvolvimento: Duarte Filipe Gomes Padinha, técnico superior, com o estatuto remuneratório equiparado a chefe de divisão municipal.

Com as presentes nomeações cessam a comissão de serviço como chefes de divisão os técnicos superiores, Filipa Inês Matias de Sousa, Maria Elisabete Delfim dos Santos Máximo, Duarte Filipe Gomes Padinha e Luisa Maria Sousa Correia.

Mantêm-se em gestão corrente até à conclusão do concurso para o lugar de Director do Departamento Administrativo e Financeiro, cargo de direcção intermédia de 1.º grau, criado pelo Regulamento de Organização do Serviços do Turismo do Algarve, os técnicos superiores, José Manuel de Melo Gonçalves Afonso e Fernando António Soares, como, respectivamente, Director do Departamento Administrativo e Director do Departamento Financeiro.

Anexa-se o mapa de afectação do pessoal do Turismo do Algarve nas equipas multidisciplinares das respectivas unidades orgânicas nucleares.

Faro e Turismo do Algarve, aos 31 de Maio de 2010

O Presidente do Turismo do Algarve,



Nuno Aires

Termo de Posse

Ministério - Serviço/Organismo

Ministério da Economia e Inovação

Região de Turismo do Algarve

Identificação do nomeado

Nome completo Duarte Filipe Gomes Padinha

Bilhete de identidade n.º 10051764

Válido até 03 - 05 - 2010

Nomeação

Cargo/categoria Chefe de Divisão de Estudos e Projectos

Modalidade de nomeação Comissão de Serviço, por três anos

Entidade que nomeou Região de Turismo do Algarve

Em 01 - 06 - 2007

Por competência Própria

Por delegação

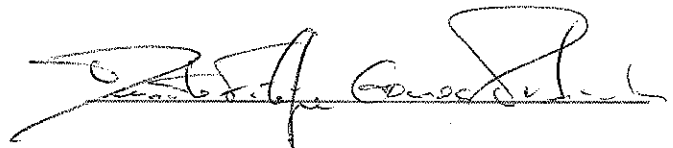
Fiscalização do Tribunal de Contas - -

Publicação 05 - 07 - 2007

Aceitação

Data e local: Faro, 5 de Julho de 2007

O Nomeado,



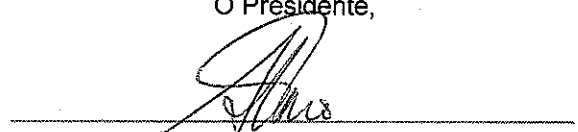
Entidade que confirma a nomeação (nome e cargo/categoria):

Região de Turismo do Algarve

Por competência própria

O Presidente,

Por delegação



DESPACHO

Considerando ser previsível a extinção do Plano Regional de Turismo do Algarve (PRTA), no próximo dia 31 de Dezembro do corrente ano;

Considerando a necessidade imediata de preparar a continuidade da estratégia de concretização e do processo de acompanhamento de programas, medidas e acções no âmbito da política de planeamento, investimento e promoção turística do Algarve;

Considerando que importa manter activa a colaboração com organismos e entidades nacionais e locais, na prossecução dos objectivos da política nacional definida para o sector do turismo;

Considerando que, no quadro da organização dos serviços da Região de Turismo do Algarve, cabe à Divisão de Estudos e Projecto a competência para assegurar a optimização e o desenvolvimento destas valências.

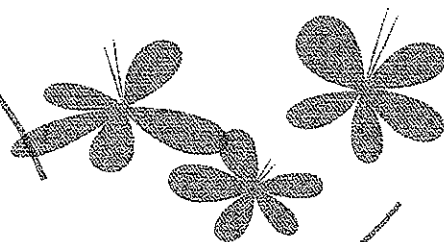
No uso da faculdade que me é conferida pelo disposto na alínea g) do n.º 2 do artigo 20.º, do Decreto-Lei n.º 161/93, de 6 de Maio, designo o técnico superior de 1.ª classe, do quadro de pessoal da Região de Turismo do Algarve, Duarte Filipe Gomes Padinha, coordenador da Divisão de Estudos e Projecto.

O presente despacho produz efeitos a partir desta data.

Região de Turismo do Algarve, em Faro, aos 15 de Novembro de 2006

O Presidente,


Helder Martins



algarve

Declaração

Para os devidos efeitos se declara que Duarte Filipe Gomes Padinha, portador do Bilhete de Identidade n.º 10051764, emitido em 03/06/2004 em Faro, exerceu as funções de Director-Executivo na Associação Turismo do Algarve (ATA) entre 01 de Fevereiro de 2005 e 03 de Novembro de 2006.

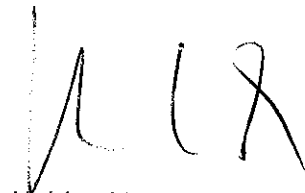
No âmbito das suas competências e atribuições desenvolveu com elevado empenho, dinamismo e grande responsabilidade as actividades que lhe eram inerentes, respondendo directamente por:

- Campanhas de comunicação internacionais;
- Campanhas promocionais em parcerias com operadores turísticos;
- *Press trips*;
- *Fam trips*;
- Candidaturas ao programa de apoio financeiro do Estado PIQTUR;
- Candidaturas ao programa de apoio financeiro PRIME;
- *Newsletter* informativa da ATA;
- Desenvolvimento de novos materiais promocionais e de comunicação da ATA;
- Gestão de participação em feiras internacionais de turismo;
- Organização de *roadshows* e *workshops*;
- Comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve World Cup*;
- Comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Seniors Open*;
- Comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Ladies Open*;
- Comissão organizadora do torneio de golfe *Algarve Open de Portugal CGD*;
- Protocolos estabelecidos com os Planos de Acção Específica (PAEs) do Algarve no âmbito da Contractualização da Promoção Turística;
- Co-coordenador dos PAEs/ co-representante da ATA nas reuniões de comissão de gestão;
- Protocolo para a Promoção e Desenvolvimento do Turismo na Região do Algarve (Fundo para a captação de novas rotas);

- Representante da ATA no Grupo de Gestão do Protocolo para a Promoção e Desenvolvimento do Turismo na Região Algarvia;
- Negociação com a companhia aérea easyjet para estabelecimento de protocolo tendente ao estabelecimento de novas rotas directas para Faro;
- Plano de Marketing para a Promoção Internacional do Algarve 2007-2009;
- Participação no Painel de Peritos para o Plano de Marketing para a Promoção Internacional do Algarve 2007-2009;
- Conselheiro no Conselho Estratégico de Promoção Turística (CEPT);
- Plano de Actividades e Orçamento da ATA;
- Relatório de Actividades e Execução Financeira da ATA;
- Organização de reuniões de Direcção e Assembleias-gerais;
- Um dos representantes da ATA no International Golf Travel Market 2005, em que o Algarve recebeu galardão de *Best Established Golf Destination 2006*;
- Sessões de esclarecimento e apresentação das actividades da ATA;
- Acções de charme e relações públicas;
- Outras.

Faro, aos 05 de Novembro de 2006

O Presidente da Associação Turismo do Algarve



Helder M. Faria Martins

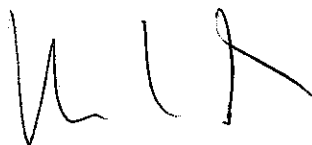
Declaração

Para os devidos efeitos se declara que Duarte Filipe Gomes Padinha, portador do Bilhete de Identidade n.º 10051764, emitido em 03/06/2004 em Faro, exerceu as funções de Coordenador na Associação Turismo do Algarve (ATA) entre 04 de Agosto de 2004 e 31 de Janeiro de 2005.

No âmbito das suas competências e atribuições desenvolveu com elevado empenho, dinamismo e grande responsabilidade as actividades que lhe eram inerentes, respondendo pela execução operacional de todas as actividades de promoção da ATA, bem como pelo correcto enquadramento e formatação das candidaturas ao PIQTUR

Faro, aos 05 de Novembro de 2006

O Presidente da Associação Turismo do Algarve



Helder M. Faria Martins

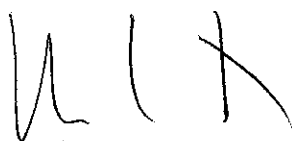
Declaração

Para os devidos efeitos se declara que Duarte Filipe Gomes Padinha, portador do Bilhete de Identidade n.º 10051764, emitido em 03/06/2004 em Faro, exerceu as funções de Gestor de Produto na Associação Turismo do Algarve (ATA) entre 01 de Janeiro de 2004 e 03 de Agosto de 2004.

No âmbito das suas competências e atribuições desenvolveu com elevado empenho, dinamismo e grande responsabilidade as actividades que lhe eram inerentes, respondendo pela execução operacional de todas as actividades de promoção nos mercados: Reino Unido, Irlanda, Noruega e Finlândia.

Faro, aos 05 de Novembro de 2006

O Presidente da Associação Turismo do Algarve



Helder M. Faria Martins

Termo de aceitação de nomeação

Ministério - Serviço/Organismo

Ministério da Economia e Inovação

Região de Turismo do Algarve

Identificação do nomeado

Nome completo Duarte Filipe Gomes Padinha

Bilhete de identidade n.º 10051764

Válido até 03 - 05 - 2010

Nomeação

Cargo/categoria Técnico Superior de 1.ª Classe

Modalidade de nomeação Definitiva

Entidade que nomeou Região de Turismo do Algarve

Em 01 - 08 - 2006

Por competência Própria

Por delegação

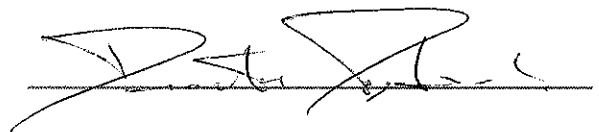
Fiscalização do Tribunal de Contas - -

Publicação 26 - 09 - 2006

Aceitação

Data e local: FARO, 26 SETEMBRO 2006

O Nomeado,



Entidade que confirma a nomeação (nome e cargo/categoria):

Região de Turismo do Algarve

Por competência própria

O Presidente

Por delegação





REGIÃO DE TURISMO DOS TEMPLÁRIOS
(FLORESTA CENTRAL E ALBUFEIRAS)

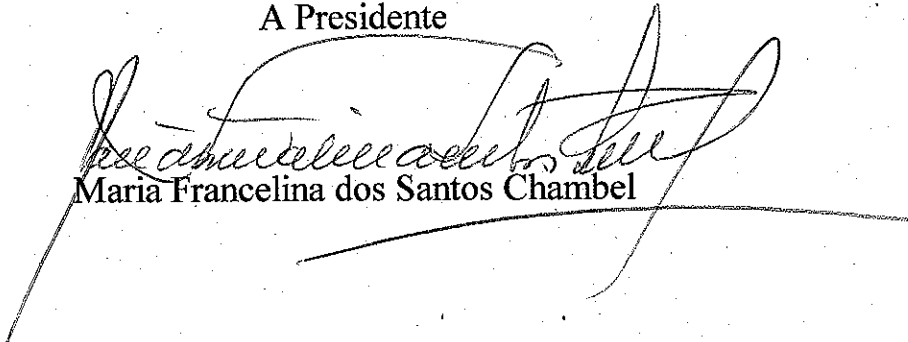
Sede:
Rua Serpa Pinto
Telefone 249 329 000
Fax 249 324 322
2300-592 Tomar PORTUGAL

DECLARAÇÃO

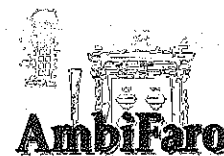
Para os devidos e legais efeitos se declara que o Dr. Duarte Filipe Gomes Padinha esteve ao serviço da Região de Turismo dos Templários (Floresta Central e Albufeiras), de 06 de Agosto de 1999 até 31 de Março de 2000, onde, no âmbito do Gabinete de Apoio ao Investidor, exerceu as funções de Técnico Superior de 2ª classe, em regime contrato de trabalho a termo certo, pelo período de 01 ano e ao abrigo do disposto no Despacho Normativo 81/98, de 09 de Dezembro, publicado no Diário da República nº 283 de 09 de Dezembro.

Tomar, 22 de Dezembro de 2000

A Presidente


Maria Francelina dos Santos Chambel

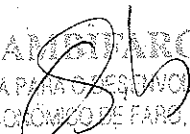
Na resposta indicar o número e a referência deste documento



DECLARAÇÃO

A AmbiFaro, S.A. declara para os devidos efeitos que DUARTE FILIPE GOMES PADINHA, morador na Av. da República, 104 – 5º 8000-079 Faro, participou enquanto consultor na elaboração do PLANO DE MARKETING de Faro, estudo que decorreu de Janeiro de 1998 a Janeiro de 2000.

Faro, 10 de Janeiro de 2000


AMBIFARO
AGÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO
ECONÓMICO DE FARO, S.A.

Olhão 9 de Abril de 1999

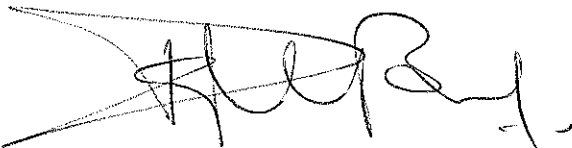
Carta de Recomendação

A pedido do interessado, e para os efeitos pelo mesmo tido por convenientes, informamos que Duarte Filipe Gomes Padinha desempenhou funções no BIC Algarve-Huelva (CPINAL) na área de Marketing, de 9 de Abril de 1998 a 9 de Abril de 1999.

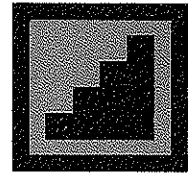
Durante este período o Dr. Duarte Padinha executou com profissionalismo as tarefas que lhe foram incumbidas e a sua contribuição foi bastante positiva no âmbito do Departamento de Marketing.

Pensamos que, de igual modo, o BIC proporcionou ao mesmo o contacto com a realidade organizacional do BIC Algarve-Huelva e boas práticas na área do Marketing.

Atentamente



*Pedro Borges de Almeida
Director-Geral*



**Business
Innovation
Centre**

Algarve-Huelva

CPINAL - Centro Promotor de
Inovação e Negócios do Algarve

Contr. N.º PT 503 446 831

Av. Dr. Bernardino da Silva

65 - 2.º D.º

8700 Olhão

Portugal

Tel: 089 707920

Fax: 089 7081121

E-Mail: bic.ah@mail.telepac.pt

www.bic-ah.com





D. CONCEPCIÓN HEREDIA DIAZ, de nacionalidade espanhola, B.I. 33.354.912 e Administradora de ALDEASA, S.A. (Representação Permanente em Portugal), sociedade de direito espanhol com representação permanente em Portugal no Edifício 125 (ANA), piso 1, 1-A, Zona Industrial do Aeroporto de Lisboa, com nº de contribuinte 980110335

CERTIFICA

Que D. DUARTE FILIPE GOMES PADINHA, residente na Av. República nº104 - 5º - 8.000 FARO, trabalhou na nossa empresa a termo certo desde 3 de Julho de 1.995 até 3 de Março de 1.996.

Lisboa, 10 de Abril de 1.996.



CONCEPCION HEREDIA DIAZ
Administradora da Aldeasa em Portugal