

DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

ROADMAP DE OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO

Iniciativas de cooperação entre a fileira
Agroalimentar (da terra e do mar) e o
Turismo

- Versão Final -

NERA

Outubro 2023



Cofinanciado por:





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

FICHA TÉCNICA

Título

ROADMAP DE OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO

Iniciativas de cooperação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo

Promotor (Edição)

NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve

Conteúdos

BLACKBIRD, Lda.

Data de Edição

Novembro 2023

A informação constante neste documento são da exclusiva responsabilidade da equipa técnica que o elaborou, e não reflete qualquer dos parceiros do projeto Diversificar Algarve 2030: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve), Universidade do Algarve (UAlg) e NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve.



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

ÍNDICE

Introdução.....	4
1. Enquadramento.....	6
1.1. A problemática da especialização turística do Algarve	6
1.2. A diversificação económica e a implementação de estratégias de especialização inteligente.....	8
1.3. A retoma do setor agroalimentar (da terra e do mar) no Algarve	10
2. A relação entre Agroalimentar e Turismo – Iniciativas passadas.....	16
2.1. Projeto Agrotur.....	17
2.2. Projeto Choose Our Food.....	19
3. Contributos para a definição de Oportunidades de Cooperação Agroalimentar/Turismo	22
3.1. Nota Metodológica	22
3.2. <i>Roadmap</i> de Oportunidades de Investimento para reforçar a ligação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo	26
Anexos	45



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

INTRODUÇÃO

O presente documento sistematiza as conclusões apuradas no âmbito das atividades de Identificação e Dinamização de Clusters na Região, enquadrada no projeto Diversificar Algarve 2030, desenvolvido em copromoção pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve), Universidade do Algarve (UALg) e NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve, e tem como objetivo principal *iniciar os trabalhos com vista à implementação do Plano de Ação Diversificar Algarve 2030, para acelerar o processo de diversificação da base económica da região do Algarve, robustecendo os atores e ativos regionais, tornando-os mais resilientes e aptos para responder a choques externos.*

Em particular, o trabalho realizado insere-se no Mapeamento das oportunidades de investimento numa nova lógica de clusterização e planeamento de iniciativas, parte integrante da atividade 2 do projeto – Identificação e dinamização de clusters na região, definindo um *Roadmap* de Oportunidades de Investimento, com iniciativas concretas de cooperação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo.

As conclusões deste documento decorrem da realização de três sessões de trabalho (workshops) com empresas e empreendedores e outros *stakeholders* regionais, nomeadamente, associações, municípios, e outras entidades da região com ligação à produção agroalimentar (da terra e do mar), com o objetivo de planear e dinamizar o desenvolvimento de iniciativas conjuntas, nomeadamente redes de cooperação para potenciar o consumo de produtos agroalimentares (da terra e do mar) pelo setor turístico (hotelaria e restauração).

O documento organiza-se em três Capítulos. No primeiro capítulo enquadra-se o trabalho realizado, no âmbito da problemática da especialização turística do Algarve, cujas consequências (negativas) ficaram recentemente visíveis durante o período de pandemia COVID-19; à luz da necessidade diversificação económica num contexto de implementação de estratégias de especialização inteligente, em que a alocação orientada de recursos financeiros públicos constitui uma oportunidade para desenvolver e consolidar domínios complementares; e finalmente uma breve análise estatística do setor agroalimentar (da terra e do mar) na região, cujas dinâmicas de retoma do crescimento, podem ser potenciadas pela colaboração com o turismo.

No segundo capítulo sumarizam-se os resultados de duas iniciativas de carácter coletivo, que na mesma filosofia do trabalho agora desenvolvido no âmbito do projeto Diversificar Algarve 2030, envolveram empresas, entidades não empresariais do sistema de I&I (ENESII), e associações setoriais regionais do Algarve, no sentido de promover a ligação entre o setor agroalimentar, e o setor turístico na região – os projetos Agrotur e Choose Our Food.

Ambos os trabalhos tiveram o objetivo de identificar as características, constrangimentos e oportunidades do setor agroalimentar na relação com o setor do turismo, no entanto com um âmbito territorial limitado aos Territórios de Baixa Densidade (TBD) do Algarve, e às atividades relacionadas com 'a terra', mas que se podem assumir válidos para a generalidade da região.

Estes resultados e conclusões constituíram o ponto de partida à iniciativa agora desenvolvida no âmbito do projeto Diversificar Algarve 2030, que as complementa, na medida em que define ações concretas de mitigação, decorrente da auscultação aos participantes nas sessões de trabalho organizadas com o objetivo de planear e dinamizar o desenvolvimento de iniciativas conjuntas de cooperação para potenciar o consumo de produtos agroalimentares (da terra e do mar) pelo setor do turismo, apresentadas no terceiro capítulo, que resultaram no *roadmap* de oportunidades de investimento para reforçar a ligação entre Agroalimentar (da terra e do mar) e o turismo.

1. ENQUADRAMENTO

Neste capítulo o trabalho realizado, é enquadrado no âmbito da problemática da especialização turística do Algarve, cujas consequências (negativas) ficaram visíveis durante o período de pandemia COVID-19 (ponto 1.1.), à luz da necessidade diversificação económica num contexto de implementação de estratégias de especialização inteligente, uma vez que a alocação orientada de recursos financeiros públicos constitui uma oportunidade para desenvolver e consolidar domínios complementares (ponto 1.2.), e finalmente uma breve análise estatística do setor agroalimentar (da terra e no mar) na região (ponto 1.3.), cujas dinâmicas de retoma podem ser ainda potenciadas pela colaboração com o setor do turismo, nomeadamente hotelaria e restauração (procura).

1.1. A problemática da especialização turística do Algarve

Procurando perceber a capacidade do território português, em particular dos seus municípios, para se ajustar a crises externas, os autores do estudo *Vulnerabilidades Territoriais, Pandemia e Emprego: Uma Análise Exploratória de Perfis Socioeconómicos Municipais e Impactos da COVID-19 em Portugal*, utilizando o conceito de vulnerabilidade dos territórios, entendido como a medida da relação entre a sua suscetibilidade (grau de robustez interna das estruturas socioeconómicas), e exposição (grau de permeabilidade a circunstâncias externas adversas), concluíram que todos os concelhos do Algarve, à exceção de Faro, Olhão, São Brás do Alportel, e Alcoutim, apresentavam um grau máximo de vulnerabilidade no período pré-pandemia COVID-19 (2018) ¹.

De acordo com este trabalho, os 12 concelhos do Algarve nesta situação inserem-se num grupo de 23 concelhos a nível nacional, que associam uma forte dependência do turismo com precariedade laboral e, secundariamente, desemprego.

¹ A informação gráfica e metodológica deste trabalho está disponível em www.vulnerabilidades-territoriais.datalabor.pt.

O estudo concluiu que aquele grupo foi o mais afetado pelo desemprego durante o período de pandemia COVID-19, isto é, o mais vulnerável a impactos externos negativos, porém, e simultaneamente, o que demonstrou maior resiliência, entendida como a capacidade de manter a estrutura face a choques externos e recuperar desses mesmos choques (medida pela variação do desemprego registado entre fevereiro de 2020 e dezembro de 2021).

Os efeitos negativos da especialização turística nos municípios (e regiões) em Portugal ficaram assim bem evidentes no decorrer da pandemia COVID-19, que pode ser considerada um 'período laboratório', que demonstrou em dois anos o percurso de contração e recuperação da atividade económica na região, que seria certamente mais demorado face a crises de outra natureza, como aconteceu num passado não muito distante. Ficou uma vez mais sublinhada a imperativa necessidade de o Algarve, enquanto região reconhecidamente especializada no turismo, implementar formas de robustecer o seu tecido económico.

A diversificação económica é reconhecidamente a estratégia necessária para enfrentar o desafio de garantir a sustentabilidade e resiliência da economia regional a longo prazo. Esta é a opção que permite que a região crie percursos alternativos para a sua trajetória de desenvolvimento, que, limitando-se à atividade turística concorre para reforçar o *lock-in* cognitivo, deixando-a aprisionada a uma única indústria, e tornando-a cada vez mais vulnerável a choques externos e flutuações sazonais como recessões económicas, catástrofes naturais ou alterações nas preferências dos consumidores.

A diversificação da economia da região pode assumir genericamente três formas: 1) incentivo ao crescimento de sectores emergentes, como a tecnologia, a agricultura ou a indústria transformadora, 2) desenvolvimento de políticas e iniciativas de promoção e atração de start-ups tecnológicas e outras que podem fornecer serviços/produtos de apoio ao setor do turismo, e nessa base tornarem-se competitivas noutros setores; 3) investimento no desenvolvimento e na educação, para dotar os trabalhadores e residentes de competências que sejam transferíveis e/ou aplicáveis noutras indústrias.

De forma mais ou menos notória, e com maior ou menor impacto, têm sido desenvolvidas iniciativas na região nestes três eixos, como são disso exemplos recentes: 1) dinâmicas de investimento em I&DT alavancadas pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI) no âmbito do Portugal 2020; 2) a criação do UAlg Tech Campus, e num futuro próximo a implementação do Parque Tecnológico Celerator, que permitem a consolidação de um ecossistema empreendedor favorável à acumulação de conhecimento, que a prazo será a base para consolidar valor acrescentado, em variadas áreas; 3) o projeto Formação Emprego + Digital, que financiado pelo Programa de Recuperação e Resiliência (PRR), tem sido implementado pelo NERA para dotar os trabalhadores das empresas da região de competências visando a formação e requalificação na área digital.

O *Roadmap* apresentado neste documento pretende ser um contributo para a primeira dimensão identificada anteriormente, no que favorece o desenvolvimento de iniciativas para potenciar o crescimento do setor agroalimentar (da terra e no mar), alavancado na colaboração com o setor do turismo.

1.2. A diversificação económica e a implementação de estratégias de especialização inteligente

Fruto da necessidade de eficiência na aplicação dos FEEI, a Comissão Europeia definiu como condicionalidade do anterior quadro comunitário de apoio, que as regiões europeias apresentassem as suas estratégias regionais de especialização inteligente, nas quais sinalizariam os domínios (setores económicos) nos quais pretendiam apostar os FEEI disponíveis, no caminho para uma Europa 2020 mais 'Inteligente, Sustentável e Inclusiva'.²

² Ver *Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisations (RIS 3)*, disponível em <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/en/w/guide-on-research-and-innovation-strategies-for-smart-specialisation-ris3-guide->.

O exercício mantém-se no atual período de programação, e para o horizonte 2030 a CCDR Algarve definiu sete domínios de especialização, com três dimensões de maturidade e abrangência, na linha dos domínios aos definidos no anterior período, a saber:³

- Turismo (Domínio Consolidado);
- Economia do Mar (Domínio Consolidado);
- Recursos Endógenos Terrestres (Domínio Complementar);
- Saúde, Bem-Estar e Longevidade (Domínio Complementar);
- Indústrias Culturais e Criativas (Domínio Complementar);
- Sustentabilidade Ambiental (Domínio Transversal);
- Digitalização e TIC (Domínio Transversal).

Estes são os domínios para alocação de parte significativa dos recursos provenientes dos FEEI no Algarve. Não obstante, se por um lado, como foi referido no ponto anterior, é necessário promover a diversificação da base económica regional, como é que isso pode ocorrer num contexto de concentração dos recursos financeiros públicos em domínios pré-determinados, entre os quais a própria atividade turística? A resposta pode ser encontrada no conceito de variedade relacionada, que se refere à presença de uma gama diversificada de indústrias e atividades económicas que estão interligadas e partilham conhecimentos, competências e recursos comuns dentro de uma região.⁴

Numa região especializada, embora o turismo seja o principal 'motor' da economia, este pode, e deve, beneficiar sectores relacionados criando uma rede de negócios e serviços que se complementam, mas que podem simultaneamente orientar-se para outros mercados, rompendo gradualmente o ciclo de 'aprisionamento regional' (*lock-in*) e tornando a região mais resiliente a choques económicos exógenos.

³ Ver *Algarve 2030 - Estratégia de Desenvolvimento Regional*, disponível em <https://algarve.portugal2030.pt/documentos/>.

⁴ Ver Jeroen Content & Koen Frenken (2016). *Related variety and economic development: a literature review*, *European Planning Studies*, 24:12, 2097-2112, DOI: 10.1080/09654313.2016.1246517.

O contributo do *Roadmap* apresentado neste documento tem em conta esta realidade, procurando a promoção do crescimento do setor agroalimentar (da terra e no mar) através de uma maior com o turismo.

1.3. A retoma do setor agroalimentar (da terra e do mar) no Algarve

Após décadas de progressiva perda de relevância, o setor agroalimentar, associado aos produtos da terra e do mar, tem conhecido recentemente um acréscimo de atividade no Algarve.

O Valor Acrescentado Bruto total em termos nominais criado pelas empresas do setor da Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca quase triplicou no Algarve no período 2012 a 2021, sendo a região que mais cresceu, acima da média nacional (ver Tabela 1 na página seguinte). A contribuição daquelas atividades para o VAB total da região cresceu de 3,3% em 2012, para 4,9% em 2021, sendo a terceira região do país neste indicador em 2021, atrás do Alentejo (13,5%), e Açores (6,6%).

Não obstante, a contribuição do Algarve para o VAB nacional da Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca foi de 6,8% em 2021, atrás do Alentejo (29,8%), Centro (29,1%) e Norte (18,4%), demonstrando uma menor capacidade produtiva total relativa, que pode ser explicada pela menor dimensão da região.

Com efeito, de acordo com os últimos dados disponibilizados pelo INE (Estatísticas agrícolas de base), relativos a 2019, o Algarve era a segunda região do continente com menor Superfície Agrícola Utilizada, com 199.523 ha, apenas 3,8% do total nacional, atrás do Alentejo, Norte e Centro.

Apesar da menor capacidade produtiva instalada, o Algarve demonstra um nível de criação de valor interessante. Tomando como indicador o rácio entre o valor da produção total e a superfície agrícola utilizada, o Algarve era a quarta região mais produtiva, com cerca de € 1.870/ha, atrás da Madeira (€ 16.041/ha), Açores (€ 3.336/ha) e Área Metropolitana de Lisboa (€ 2.789/ha) (ver Tabela 2 na página seguinte).

Tabela 1 – Valor Acrescentado Bruto (€) das Empresas por localização geográfica (2012-2022).

Região	Total			Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca		
	2012	2018	2021	2012	2018	2021
Norte	20 014 595 680	28 677 202 446	32 988 223 002	205 720 760	393 013 766	421 577 400
Centro	11 498 457 173	16 228 345 908	18 492 634 143	346 209 522	584 386 730	667 134 745
Área Metropolitana de Lisboa	34 746 060 606	43 425 554 452	45 899 523 170	145 967 146	213 339 745	251 424 470
Alentejo	2 989 248 203	4 210 459 267	5 056 189 349	273 849 332	499 358 920	681 399 989
Algarve	1 707 608 651	3 227 901 993	3 208 475 119	56 860 862	125 434 900	155 626 344
Região Autónoma dos Açores	986 759 125	1 241 834 050	1 342 956 588	77 048 478	114 733 056	88 107 414
Região Autónoma da Madeira	1 182 790 022	1 641 265 696	1 926 355 057	13 319 845	24 874 977	24 002 842
Portugal	73 125 519 460	98 652 563 812	108 914 356 428	1 118 975 945	1 955 142 094	2 289 273 204

Fonte: INE, Sistema de contas integradas das empresas.

Tabela 2 – Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€), superfície agrícola utilizada (ha) e Valor da produção padrão/ha por localização geográfica (2013-2019).

Região	Item	2013	2016	2019
Norte	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	926 016 532	1 122 814 758	1 312 536 063
	Superfície agrícola utilizada (ha)	935 556	970 367	1 017 809
	Valor da produção padrão/ha	990	1 157	1 290
Centro	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	1 212 229 161	1 217 146 177	1 786 415 564
	Superfície agrícola utilizada (ha)	821 481	883 659	979 093
	Valor da produção padrão/ha	1 476	1 377	1 825
Área Metropolitana de Lisboa	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	307 343 292	288 639 908	313 163 976
	Superfície agrícola utilizada (ha)	90 569	96 985	112 294
	Valor da produção padrão/ha	3 393	2 976	2 789
Alentejo	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	1 424 945 722	1 719 736 020	2 441 935 279
	Superfície agrícola utilizada (ha)	2 482 440	2 394 224	2 678 937
	Valor da produção padrão/ha	574	718	912
Algarve	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	133 360 650	236 037 141	373 196 278
	Superfície agrícola utilizada (ha)	162 196	170 655	199 523
	Valor da produção padrão/ha	822	1 383	1 870
Região Autónoma dos Açores	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	419 381 606	474 605 868	423 978 604
	Superfície agrícola utilizada (ha)	125 330	139 799	127 076
	Valor da produção padrão/ha	3 346	3 395	3 336
Região Autónoma da Madeira	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	85 747 139	85 233 225	107 140 853
	Superfície agrícola utilizada (ha)	8 124	7 484	6 679
	Valor da produção padrão/ha	10 555	11 389	16 041
Portugal	Valor da produção padrão total das explorações agrícolas (€)	4 509 024 102	5 144 213 098	6 758 366 616
	Superfície agrícola utilizada (ha)	4 625 696	4 663 173	5 121 413
	Valor da produção padrão/ha	975	1 103	1 320

Fonte: adaptado de INE, Estatísticas agrícolas de base.



DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

No que respeita à atividade da pesca, em 2022 o Algarve era a terceira região do país com mais pescadores registados (18,2%), atrás do Norte (31,1%) e Centro (24,5%). Fazendo um exercício semelhante de avaliação da capacidade de produzir valor, medida pelo rácio entre as capturas nominais de pescado e o número de embarcações registadas em 2022, o Algarve ocupava a terceira posição no país (€ 82.700/ embarcação), atrás do Alentejo (€121.400/ embarcação) e Centro (€111.500/ embarcação), apesar de ser a segunda região com maior contribuição para as capturas totais – 21,6%, a seguir ao Centro (13,4%), sendo que a contribuição do Algarve tem crescido nos últimos anos (ver Tabela 3).

Tabela 3 – Capturas nominais de pescado (milhares de €), Pescadores matriculados e Capturas nominais de pescado/pescador (milhares de €) por localização geográfica (2012-2022).

Região	Item	2012	2018	2022
Norte	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	44 927	43 095	45 032
	Pescadores matriculados	4 297	4 595	4 407
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	10	9	10
Centro	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	77 302	84 171	100 036
	Pescadores matriculados	3 577	4 678	3 466
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	22	18	29
Área Metropolitana de Lisboa	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	41 294	44 003	50 763
	Pescadores matriculados	1 859	1 716	1 317
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	22	26	39
Alentejo	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	13 018	10 889	11 293
	Pescadores matriculados	671	239	214
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	19	46	53
Algarve	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	54 477	52 801	72 388
	Pescadores matriculados	2 778	2 779	2 579
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	20	19	28
Região Autónoma dos Açores	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	37 613	37 965	40 467
	Pescadores matriculados	2 948	1 529	1 483
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	13	25	27
Região Autónoma da Madeira	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	12 676	18 791	15 561
	Pescadores matriculados	429	628	693
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	30	30	22
Portugal	Capturas nominais de pescado (milhares de €)	281 307	291 715	335 542
	Pescadores matriculados	16 559	16 164	14 159
	Capturas nominais de pescado/pescador matriculado (milhares de €)	17	18	24

Fonte: adaptado de INE, Estatística anual da pesca e descarga de pesca em portos nacionais.

A questão da produtividade está sobretudo dependente de dois fatores, a tecnologia, que tem a capacidade para tornar as atividades mais eficientes, e as produções (espécies vegetais e/ou animais), que apresentam diferentes graus de rentabilidade. Assumindo que o conhecimento técnico está difundido e incorporado de modo uniforme, importa então analisar os diferentes tipos de culturas/capturas, para melhor se perceber a origem da rentabilidade/produtividade.

No que respeita à agricultura, em termos de efetivo animal das explorações agrícolas, importa destacar que o Algarve representava em 2019 (INE, Recenseamento agrícola) 15,8% do efetivo nacional de colmeias e cortiços, atrás do Norte (36,0%), Centro (26,8%) e Alentejo (18,0%) (ver Tabela 4).

Tabela 4 – Efetivo animal (n.º) das explorações agrícolas por localização geográfica (2009-2019).

Região	Ano	Bovinos	Suínos	Ovinos	Caprinos	Equídeos	Aves	Coelhos	Colmeias e cortiços povoados
Norte	2009	325 274	78 128	398 874	111 825	24 766	3 412 718	734 646	55 417
	2019	305 049	74 114	326 455	94 389	14 772	3 783 010	713 851	257 039
Centro	2009	185 900	758 939	569 346	155 456	11 850	26 172 409	561 448	59 036
	2019	191 638	941 209	558 589	140 642	8 977	44 054 490	398 487	191 385
Área Metrop. de Lisboa	2009	43 460	144 882	61 464	8 764	2 206	1 169 152	28 985	873
	2019	53 368	101 976	47 504	9 918	2 371	1 328 712	3 428	12 355
Alentejo	2009	614 463	848 395	1 136 480	114 007	12 561	3 539 974	29 610	41 621
	2019	735 298	1 029 246	1 198 938	100 146	10 353	4 184 890	16 061	128 426
Algarve	2009	7 922	23 962	45 009	15 575	1 860	74 997	3 726	35 579
	2019	9 538	14 274	40 267	14 366	1 507	49 876	1 718	112 646
Região Autónoma dos Açores	2009	248 763	42 276	3 850	8 018	2 742	482 820	29 610	1 921
	2019	282 820	49 230	5 680	7 696	1 467	501 732	3 247	6 828
Região Autónoma da Madeira	2009	4 503	16 579	4 616	7 066	29	499 478	7 118	1 149
	2019	3 851	3 693	4 583	5 184	22	600 466	9 064	5 688
Portugal	2009	1 430 285	1 913 161	2 219 639	420 711	56 014	35 351 548	1 395 143	195 596
	2019	1 581 562	2 213 742	2 182 016	372 341	39 469	54 503 176	1 145 856	714 367

Fonte: adaptado de INE, Recenseamento agrícola.



DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

No que respeita à pesca, o Algarve é a região do país que consistentemente apresenta o mais alto valor médio da pesca descarregada (€/kg), que em 2022 com €4,42/kg representava mais de 1,5 vezes o valor médio nacional (ver Tabela 5).

Tabela 5 – Valor médio da pesca descarregada (€/ kg) por localização geográfica (2012-2022).

Região	2012	2018	2022
Norte	1,36	1,67	2,43
Centro	1,73	2,23	2,47
Área Metropolitana de Lisboa	1,55	1,42	1,65
Alentejo	1,41	1,74	1,74
Algarve	2,29	3,87	4,42
Região Autónoma dos Açores	2,81	3,21	3,97
Região Autónoma da Madeira	2,2	2,5	3,37
Portugal	1,81	2,2	2,65

Fonte: INE, Descarga de pesca em portos nacionais.

Em termos da atividade de aquacultura, o Algarve é atualmente a região com maior produção a nível nacional. Em 2021 representava 53,4% do total, não obstante, o valor médio por tonelada situava-se em cerca de €8.100/ton, abaixo da média nacional, atrás de Lisboa (cerca de €29.700/ton), Alentejo (cerca de €12.300/ton) e Centro (cerca de €8.900/ton) (ver Tabela 6).

Tabela 6 – Produção dos estabelecimentos de aquicultura (t) por localização geográfica (2012-2022).

Região	2012	2018	2021
Norte	720	706	992
Centro	5 346	3 656	4 443
Área Metropolitana de Lisboa	343	1 528	985
Alentejo	249	258	358
Algarve	3 966	7 253	9 556
Região Autónoma dos Açores	0	0	0
Região Autónoma da Madeira	316	590	1 566
Portugal	10 939	13 992	17 900

Fonte: INE, Estatísticas da aquicultura.

É ainda interessante verificar que a atividade agroalimentar tem grande importância para a balança comercial do Algarve. Em 2022, as exportações de produtos alimentares e bebidas representaram 70,4% do total de bens exportados, e a contribuição dos produtos do reino vegetal, que incluem quase exclusivamente produtos agrícolas, foi de 62,2% (ver Tabela 7).

Tabela 7 – Exportações de bens (em milhares de €) por tipo de bens e localização geográfica (2022).

	Norte	Centro	Área Metropolit. Lisboa	Alentejo	Algarve	Região Autónoma dos Açores	Região Autónoma da Madeira	Portugal
Produtos alimentares e bebidas	20 433 301	17 296 636	20 780 045	18 242 936	2 468 279	1 283 324	427 101	85 616 184
Produtos primários	4 991 753	6 549 604	3 487 784	6 312 671	2 307 664	435 742	47 801	26 186 833
Produtos transformados	15 441 548	10 747 033	17 292 261	11 930 265	160 615	847 582	379 300	59 429 351
Fornecimentos industriais não especificados noutra categoria	90 429 619	70 845 342	58 844 751	29 166 558	309 310	30 154	1 295 254	264 504 743
Combustíveis e lubrificantes	94 753	322 269	59 068 404	358 837	275	188 542	27 512	65 188 378
Máquinas, outros bens de capital (excepto o material de transporte) e seus acessórios	39 397 436	20 445 692	29 808 252	3 534 271	326 554	13 696	921 214	109 021 443
Material de transporte e acessórios	42 345 254	19 500 798	47 811 138	2 357 095	194 718	3 596	142 581	126 424 141
Bens de consumo não especificados noutra categoria	78 764 792	21 584 155	21 181 257	3 084 113	200 185	125 784	771 881	132 762 755
Bens não especificados em outra categoria	73 248	27 159	145 395	2 031	4 473	3 405	6 821	487 217
Total	271 538 402	150 022 052	237 661 765	56 745 841	3 503 795	1 648 502	3 592 365	784 027 384

Fonte: INE, Estatísticas do comércio internacional de bens.



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

2. A RELAÇÃO ENTRE AGROALIMENTAR E TURISMO – INICIATIVAS PASSADAS

Neste capítulo sumarizam-se os resultados de duas iniciativas de carácter coletivo, que na mesma filosofia do agora trabalho desenvolvido no âmbito do projeto Diversificar Algarve 2030, envolveram empresas, entidades não empresariais do sistema de I&I (ENESII), e associações setoriais regionais do Algarve, no sentido de promover a ligação entre o setor agroalimentar, e o setor turístico na região – os projetos Agrotur e Choose Our Food.

Ambos os trabalhos identificaram as características, constrangimentos e oportunidades do setor agroalimentar na relação com o setor do turismo, no entanto com um âmbito territorial limitado aos Territórios de Baixa Densidade (TBD) do Algarve⁵, e às atividades relacionadas com 'a terra', mas que se podem assumir válidos para a generalidade da região.

Importa resumir e sublinhar estes resultados e conclusões, uma vez que constituíram o ponto de partida à iniciativa agora desenvolvida no âmbito do projeto Diversificar Algarve 2030, que por sua vez as complementa, na medida em que define ações concretas de mitigação dos problemas identificados, na sequência da auscultação aos agentes dos setores (ver capítulo 3).

⁵ Esta limitação decorreu sobretudo do facto de os projetos terem sido projetos financiados no âmbito do Aviso 12/SI/2021 do Sistema de Apoio às Ações Coletivas (SIAC) – Qualificação (Baixa Densidade), do Programa Operacional CRESC Algarve 2020, que tinha justamente o objetivo de *desenvolver uma estratégia que reforce, ainda que indiretamente, os fatores de competitividade das empresas no âmbito do domínio da RIS3 regional 'Agroalimentar' com o objetivo de fomentar a sua relação com o setor do Turismo na Região, focada nos TBD.*

2.1. Projeto Agrotur

O projeto Agrotur foi dinamizado pelo NERA, Universidade do Algarve e Tertúlia Algarvia - Centro de Conhecimento em Cultura e Alimentação Tradicional, com o objetivo de *umentar o consumo de produtos agroalimentares locais, dos TBD, no setor do turismo, em particular na hotelaria e restauração*. Uma das atividades do projeto consistiu na elaboração de um diagnóstico da oferta e procura de produtos agroalimentares, e avaliação do potencial de consumo de bens e serviços locais pelo setor do turismo.⁶

Em termos de oferta do setor agroalimentar, identificaram-se as seguintes regularidades:

- Atomização. Cerca de 45% dos 69 produtores da amostra diziam respeito a pequenas produções (inferiores a € 10.000,00 anuais) que funcionam, sobretudo, como um complemento ao rendimento auferido na profissão 'principal' – unidades familiares; 27% correspondem a unidades com faturação entre € 10.000,00 e € 40.000,00 – unidades semi-familiares; e 28,4% a estruturas com faturação média a rondar os € 500.000,00 anuais – unidades profissionais;
- Variabilidade dos mercados de destino consoante a dimensão relativa dos produtores. Os pequenos produtores canalizam as vendas sobretudo para o cliente final (57,6%), os médios produtores escoam para restaurantes (15,4%), empresas de distribuição (28,8%) e de transformação alimentar (13,5%); e, os grandes produtores trabalham principalmente com o grande retalho alimentar (supermercados (28,5%), ou com os grandes *players* da distribuição (31%)), mas mantêm as vendas diretas ao cliente final (25,5%);
- Multiplicidade de tipos de produtos. As principais produções identificadas foram licores e outras bebidas destiladas (23,9%), apicultura (14,9%), atividades dos serviços relacionados com a produção animal, exceto serviços de veterinária (13,4%);

⁶ Ver Smart Strategies; Universidade do Algarve (ed.) (2017). *Diagnóstico da Oferta e Procura de Produtos Agroalimentares na Região do Algarve e Avaliação do Potencial de Consumo Interno de Bens e Serviços Locais do Setor do Turismo*. O território abrangido compreendeu as freguesias de: Alcoutim e Pereiro (UF), Giões, Martim Longo, Vaqueiros, Aljezur, Bordeira, Odeceixe, Rogil, Altura, Azinhal, Castro Marim, Odeleite, Alte, Ameixial, Salir, Querença, Tor e Benafim (UF), Alferce, Marmeleite, Monchique, São Marcos da Serra, Cachopo, Santa Catarina de Fonte do Bispo, Barão de São Miguel, Budens, Sagres, Vila do Bispo e Raposeira (UF).



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

- Limitada dinâmica de rede. A existência de atores com reduzida capacidade de produção influencia negativamente a capacidade para estabelecer múltiplas relações de rede, nomeadamente com clientes.

Relativamente à procura de produtos agroalimentares por parte de unidades hoteleiras e de restauração, que se baseou numa amostra com 249 respostas validadas (148 alojamentos turísticos, 207 restaurantes e 7 lojas de produtos tradicionais) as principais conclusões foram:

- Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração (cerca de 34%) e unidades de alojamento (cerca de 33%);

- Dificuldades no processo comercial (desconhecimento, dificuldades na distribuição, desconfiança (*compliance* com questões regulamentares), proposta comercial (preço, dimensão ou formato das embalagens);

- Os canais de distribuição mais utilizados são grandes superfícies comerciais, supermercados e estabelecimentos semelhantes, sendo que as unidades de alojamento procuram fornecedores em função da categoria de produtos agroalimentares (especializados num tipo de produto) e os restaurantes, cafés e similares privilegiam fornecedores que oferecem múltiplas categorias de produtos agroalimentares.

Com base neste diagnóstico, o documento define as seguintes dimensões críticas no relacionamento entre o sector agroalimentar e o setor do turismo na região:

- padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração;

- desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região;

- sazonalidade da procura por parte do setor turístico;

- capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares;

- inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente;

- limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição.

Da análise realizada surgiram ainda as seguintes recomendações para o setor agroalimentar:

- abordagem centrada numa lógica de fileira (produtiva e comercial), e não no produtor individual;
- promoção de estruturas organizacionais flexíveis e com proximidade entre a produção e a gestão;
- promoção do uso de canais e ferramentas de divulgação;
- apoio à inovação, sobretudo orientada para o produto e processo comercial.

2.2. Projeto Choose Our Food

O projeto Choose Our Food foi dinamizado pela ODIANA - Associação para o Desenvolvimento do Baixo Guadiana, e teve um âmbito territorial mais limitado do que o projeto Agrotur, com o objetivo de maximizar o potencial dos recursos naturais e produtos regionais dos territórios de baixa densidade do Baixo Guadiana, através do reforço da cooperação empresarial entre os setores Agroalimentar e Turístico, tendo em vista a sensibilização para a inovação e a competitividade.

Uma das atividades consistiu na elaboração de um estudo do setor agroalimentar do Baixo Guadiana e sua correlação com o setor turístico⁷, cujo conteúdo principal é um diagnóstico da oferta e procura de produtos agroalimentares naquele território.

Ao nível do diagnóstico da oferta, as principais necessidades identificadas pelos produtores agroalimentares foram:

- falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada;
- questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas;
- questões associadas à qualidade e segurança alimentar, como o design, embalagem e rotulagem;
- insuficiência de financiamento ou incentivos.

⁷ Ver *Baixo Guadiana - Estudo do setor agroalimentar e correlação com setor turístico*.



DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

O diagnóstico da procura de produtos agroalimentares por empresas de alojamento e restauração, concluiu que:

- a maior parte dos inquiridos (75%) utiliza produtos agroalimentares e serviços de produtores ou entidades locais;
- os principais produtos agroalimentares do Baixo Guadiana adquiridos pelas empresas do setor turístico são os vegetais, os queijos, as frutas, os peixes, o mel;
- os principais motivos para a escolha de produtos locais são o facto de os produtos serem produzidos na região, a facilidade de compra e a entrega ao domicílio, e o preço.

As principais dificuldades na utilização de produtos agroalimentares do Baixo Guadiana apontadas pelos atores do setor do turismo foram:

- produção reduzida e sazonal;
- dificuldades nas entregas;
- desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada);
- limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.);
- preço;
- cumprimento de requisitos de segurança alimentar.

Este diagnóstico foi sintetizado em torno de quatro desafios estratégicos para valorização e aumento do consumo dos produtos agroalimentares do Baixo Guadiana:

- mão-de-obra e qualificação;
- cooperação;
- inovação;
- certificação.



DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

Os fatores críticos no âmbito da relação do setor agroalimentar do Baixo Guadiana com a procura pelo setor turístico, foram resumidos em:

- qualidade e informação sobre os produtos;
- produção em quantidade para atender à procura;
- distribuição / comercialização
- comunicação e atenção aos clientes;
- faturação.



3. CONTRIBUTOS PARA A DEFINIÇÃO DE OPORTUNIDADES DE COOPERAÇÃO AGROALIMENTAR/TURISMO

Neste capítulo apresenta-se o resultado das três sessões de trabalho organizadas com o objetivo de planear e dinamizar o desenvolvimento de iniciativas conjuntas, nomeadamente redes de cooperação para potenciar o consumo de produtos agroalimentares (da terra e do mar) pelo setor do turismo.

Depois de uma breve nota metodológica sobre o processo de recolha de contributos (ponto 3.1.), no ponto 3.2. são apresentadas as conclusões do trabalho realizado que constituem um *roadmap* de oportunidades de investimento para reforçar a ligação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo.

3.1. Nota Metodológica

As três sessões de trabalho contaram com a presença de 41 entidades, e decorreram nos dias 4, e 19 de outubro de 2023, com uma duração de cerca de três horas cada uma. A Tabela 8 apresenta a distribuição das entidades participantes por tipo e sessão, sendo que a maioria era proveniente do setor empresarial (maioritariamente empresas a operar nos setores agroalimentar e turismo).

Tabela 8 – Distribuição dos participantes por sessão e tipo de entidade.

Tipo de Entidade	4 Outubro		19 Outubro	Total	
	(Manhã)	(Tarde)	(Tarde)	n	%
Empresa/Empreendedor	16	7	8	31	77,5%
Associação	-	1	1	2	5,0%
Centro de Investigação	-	1	1	2	5,0%
Associação Empresarial	2	-	-	2	5,0%
Universidade	1	-	1	2	5,0%
Entidade Pública	1	-	-	1	2,5%
Total	20	9	11	40	100,0%

Fonte: elaboração própria.

As sessões foram dinamizadas utilizando os princípios da metodologia de *brainstorming*. Depois de uma breve introdução ao tema da interface entre o setor agroalimentar e o setor turístico, em larga medida baseada nas conclusões dos projetos Agrotur e Choose Our Food (ver capítulo 2), foi lançada a seguinte questão central aos participantes: *identifique potenciais atividades inovadoras, que promovam a cooperação / interface entre os setores agroalimentar / mar e turismo no algarve.*

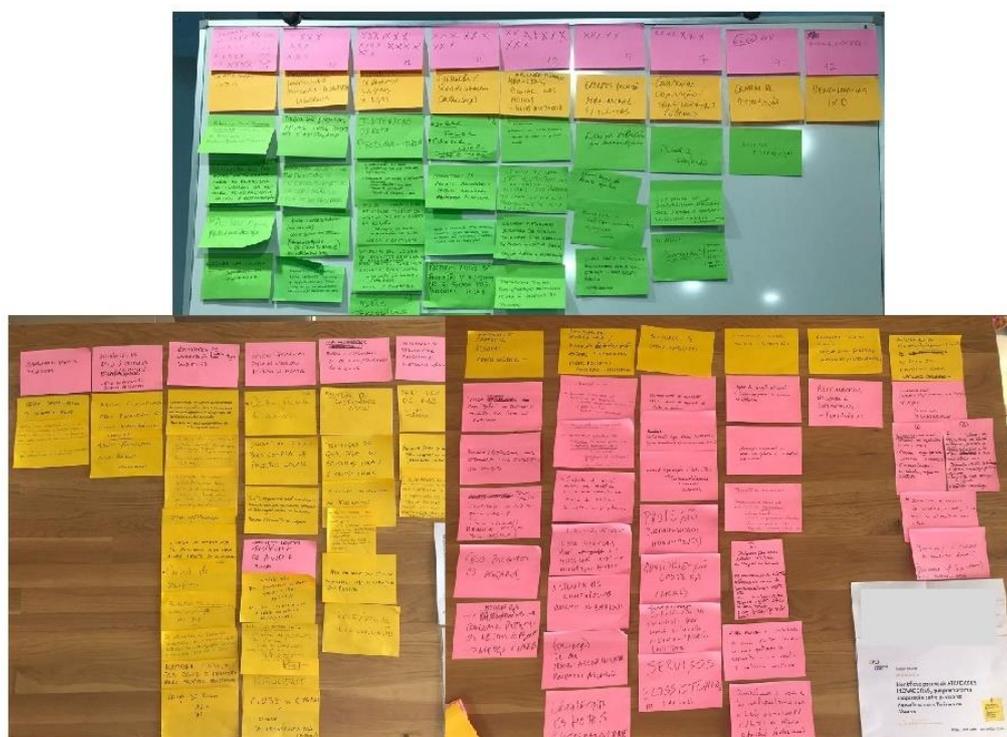
Com base nesta questão os participantes fizeram sugestões de atividades, indicando em alguns casos a(s) entidades(s) que as pudessem promover. No total, foram recolhidos 103 contributos, de acordo com a distribuição da Tabela 9. As sugestões recolhidas foram preliminarmente agrupadas por tema no final de cada workshop (ver Figura 1).

Tabela 9 – Número de contributos por sessão.

4 Outubro		19 Outubro	Total
(Manhã)	(Tarde)	(Tarde)	n
34	31	38	103

Fonte: elaboração própria.

Figura 1 – Processo de consolidação dos contributos dos participantes nos workshops.



Fonte: elaboração própria.

Seguindo o processo de consolidação, os contributos de todas as sessões foram agrupados em nove categorias genéricas, que enquadram os 33 contributos selecionados⁸, de acordo com a Tabela 11, em Anexo. Tendo em conta a especificidade de alguns dos contributos, e projetando a necessidade de priorização e organização por forma a enquadrar a sua operacionalização, estes foram ainda 'normalizados' em 19 Oportunidades de Investimento-tipo para reforçar a ligação entre a fileira agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo, apresentadas por ordem alfabética na tabela 10, cuja correspondência com os contributos específicos dos participantes nos workshops pode ser também encontrada na Tabela 11, em Anexo.

Tabela 10 – Oportunidades de Investimento-tipo para reforçar a ligação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo.

Oportunidades de Investimento-tipo
Campanhas publicitárias
Certificações DOC e DOP
Comunicação/promoção
Entidades de interface
Eventos de networking (agroalimentar/turismo)
Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais
Formação e capacitação de negócio
Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)
Incentivos à produção
Incentivos fiscais ao consumo de produtos agroalimentares locais
Incentivos fiscais associados à sustentabilidade
Logística e armazenagem de produtos agroalimentares
Marca agroalimentar regional
Marca 'Sustentabilidade Agroalimentar' Turismo
Monitorização da procura/oferta de produtos agroalimentares
Plataformas Tecnológicas B2B
Produtos turísticos agroalimentares
Sensibilização para o consumo de produtos agroalimentares
Sustentabilidade ambiental

Fonte: elaboração própria.

⁸ A redução relativamente ao número de contributos totais recebidos deveu-se essencialmente a que várias sugestões continham ideias repetidas, e, em menor grau, apresentavam sugestões vagas/pouco objetivas ou não diretamente enquadráveis no desafio colocado inicialmente.

No geral todas as sugestões são concretizáveis com maior ou menor esforço em termos de recursos, mas a sua efetividade depende sobretudo da capacidade de mobilização dos agentes dos setores agroalimentar e turístico.

Para facilitar a futura implementação destas iniciativas, criou-se uma matriz de enquadramento entre as Oportunidade de Investimento-tipo e os constrangimentos e dimensões críticas identificados nos projetos Agrotur e Choose Our Food, nomeadamente ao nível da alavancagem do setor agroalimentar pelo setor turístico, sintetizada na Tabela 12, em Anexo.

Este exercício resultou na identificação (estratificação) de 9 grupos (prioridades) de investimento, cuja ordem de priorização reflete a capacidade para potencialmente mitigar um maior número de constrangimentos e dimensões críticas.

No ponto 3.2. apresenta-se assim o *Roadmap* de Oportunidades de Investimento para reforçar a ligação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo. Este plano de ação com oportunidades de investimento concretas, fecha o ciclo de diagnóstico realizado pelos projetos Agrotur e Choose Our Food, e é uma ferramenta sobretudo útil para os *stakeholders* coletivos com responsabilidades na dinamização de ambos os setores, pois permite priorizar atividades em função da sua capacidade para atender aos principais constrangimentos e/ou dimensões críticas no relacionamento da fileira Agroalimentar com o Turismo, baseado nas sugestões dos seus atores, recolhidas e sistematizadas no âmbito do projeto Diversificar Algarve 2030.



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

3.2. Roadmap de Oportunidades de Investimento para reforçar a ligação entre a fileira Agroalimentar (da terra e do mar) e o Turismo

Prioridade

P1

Oportunidade de Investimento-tipo: Entidades de interface

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

2.2. Criação de uma entidade / empresa / cooperativa de produtores para gerir e dinamizar a rede de produtores ao nível das vendas, produção, comercialização, etc.

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada
		Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas
		Insuficiência de financiamento ou incentivos
		Produção reduzida e sazonal
		Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)		
Dimensões Críticas	Agrotur	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
		Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
	Choose Our Food	Mão-de-obra e qualificação
		Cooperação
		Inovação
		Certificação

Prioridade

P2

Oportunidade de Investimento-tipo: Marca agroalimentar regional

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

5.2. Restauração Amiga: incentivar a utilização de produtos da época com selo de qualidade enquadrável na Dieta Mediterrânica e sustentabilidade nos restaurantes

5.3. Selo regional para venda de produtos do Algarve e promoção junto da hotelaria

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)
		Produção reduzida e sazonal
		Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
Dimensões Críticas	Agrotur	Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
		Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
	Choose Our Food	Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
		Cooperação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P2

Oportunidade de Investimento-tipo: Plataformas Tecnológicas B2B

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

1.2. Criação de uma APP (central de compras) onde os próprios produtores podem colocar informação dos produtos que têm disponíveis, para que restaurantes, hotéis e outros mercados possam consultar e adquirir diretamente

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas
		Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)
		Produção reduzida e sazonal
		Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
	Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)	
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
		Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
	Choose Our Food	Cooperação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P3

Oportunidade de Investimento-tipo: Eventos de networking (agroalimentar/turismo)

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

3.1. Feira de produtos que una hotéis (diretores de F&B, chefs...), empresários da restauração, lojas e produtores agroalimentares

3.3. Reuniões B2B e workshops e visitas de/a potenciais clientes

3.4. Clube dos Chefs: semana "À descoberta do produto (...)" onde os chefs dos restaurantes são convidados a criar pratos com produtos/ingrediente locais

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada) Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
		Agrotur
Dimensões Críticas	Choose Our Food	Mão-de-obra e qualificação Cooperação Inovação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P3

Oportunidade de Investimento-tipo: Logística e armazenagem de produtos agroalimentares

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

1.1. Central de compras e distribuição conjunta com condições necessárias para armazenar e conservar os produtos, e facilitando a sua distribuição

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)
		Produção reduzida e sazonal
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
		Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
	Choose Our Food	Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
		Cooperação
		Certificação

Prioridade

P4

Oportunidade de Investimento-tipo: Certificações DOC e DOP

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

5.1. Produtos transformadores associados a selo DOC ou DOP

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
	Choose Our Food	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)
		Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
		Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
Dimensões Críticas	Agrotur	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
	Choose Our Food	Cooperação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P4

Oportunidade de Investimento-tipo: Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

6.1. Festivais de gastronomia local e exposições/mostras de produtos

6.2. Dia "O Algarve está aqui" com disponibilização exclusiva de produtos agroalimentares regionais na hotelaria

6.3. Feira Anual de Produtos Alimentares do Algarve, juntando cadeias de distribuição, produtores, hotelaria e restauração

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
	Choose Our Food	Cooperação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P5

Oportunidade de Investimento-tipo: Produtos turísticos agroalimentares

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

3.5. Menus culturais para promover a pesca artesanal/sustentável

6.4. Programas de visitas/roteiros de sustentabilidade a produtores locais, que incluam degustação dos produtos no local ou no hotel no final de cada visita

8.4. Valorização ambiental de áreas produtivas agroalimentares no mar e em terra com potencial turístico

8.5. Incorporação de algas no tratamento das águas residuais em grandes unidades hoteleiras

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Atomização dos produtos agroalimentares
		Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Produção reduzida e sazonal
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
		Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
	Choose Our Food	Cooperação
Certificação		



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P5

Oportunidade de Investimento-tipo: Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

9.1. Gastronomia inovadora e sustentável com algas no âmbito da dieta mediterrânica (novas receitas, cursos e workshops)

9.2. Introdução de novos ingredientes do mar e da aquacultura sustentável como algas, plantas marinhas, pepino do mar, ouriços do mar, entre outros, junto dos restaurantes e hotéis

9.3. Incentivar o consumo e valorização de bivalves e mariscos de produção local nos restaurantes e hotéis (e.g. amêijoia/polvo do algarve)

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
	Choose Our Food	Inovação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P5

Oportunidade de Investimento-tipo: Sensibilização para o consumo de produtos agroalimentares

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

3.6. Formações/Workshops sobre organismos vivos utilizados na alimentação humana

7.2. Campanhas de educação sobre os benefícios do consumo de bivalves

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
		Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
	Choose Our Food	Mão-de-obra e qualificação
		Inovação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P5

Oportunidade de Investimento-tipo: Incentivos à produção

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

4.2. Apoios financeiros simplificados para pequenos produtores agroalimentares (da terra e do mar)

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	-/-
	Choose Our Food	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada
		Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)
		Insuficiência de financiamento ou incentivos
Dimensões Críticas	Agrotur	Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares
	Choose Our Food	Mão-de-obra e qualificação
		Inovação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P6

Oportunidade de Investimento-tipo: Marca 'Sustentabilidade Agroalimentar' Turismo

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

5.4. Selo de “Sustentabilidade” para os hotéis

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	-/-
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
	Choose Our Food	Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente
		Cooperação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P6

Oportunidade de Investimento-tipo: Comunicação/promoção

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

7.3. Melhor comunicação das plataformas de produtos agroalimentares existentes, para serem mais eficazes no propósito

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
		Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
Dimensões Críticas	Agrotur	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
	Choose Our Food	Cooperação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P6

Oportunidade de Investimento-tipo: Campanhas publicitárias

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

7.1. Reforço da publicidade dos produtos agroalimentares locais

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
		Dificuldades no processo comercial
	Choose Our Food	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)
		Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)
Dimensões Críticas	Agrotur	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
	Choose Our Food	Cooperação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P6

Oportunidade de Investimento-tipo: Sustentabilidade ambiental

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

8.3. Ações de educação ambiental no âmbito de pacotes de turismo da Natureza

8.6. Monitorização costeira e proteção da biodiversidade

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Produção reduzida e sazonal
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
	Choose Our Food	Cooperação
		Inovação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P7

Oportunidade de Investimento-tipo: Formação e capacitação de negócio

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

2.1. Ações de capacitação de RH para diferentes áreas de negócio (e.g. marketing, gestão)

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	-/-
	Choose Our Food	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada
		Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas
Dimensões Críticas	Agrotur	-/-
	Choose Our Food	Mão-de-obra e qualificação
		Certificação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P7

Oportunidade de Investimento-tipo: Incentivos fiscais associados à sustentabilidade

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

8.1. Sistema de aquisição de créditos de carbono para incentivar/promover a descarbonização da atividade hoteleira

8.2. Colaboração com unidades hoteleiras para promover a restauração de habitats, estuários e conservação da biodiversidade associados aos locais de produção dos produtos agroalimentares locais

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Insuficiência de financiamento ou incentivos
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
	Choose Our Food	Inovação



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P8

Oportunidade de Investimento-tipo: Incentivos fiscais ao consumo de produtos agroalimentares locais

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

4.1. Contrapartidas para as unidades hoteleiras e restaurantes que consomem produtos agroalimentares locais (e.g. incentivo fiscal)

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento
	Choose Our Food	Insuficiência de financiamento ou incentivos
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração Sazonalidade da procura por parte do setor turístico
	Choose Our Food	-/-



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Prioridade

P9

Oportunidade de Investimento-tipo: Monitorização da procura/oferta de produtos agroalimentares

Sugestão(ões) Específica(s) Diversificar Algarve 2030:

3.2. Levantamento de necessidades de abastecimento de produtos alimentares para a hotelaria por forma a analisar a capacidade de resposta na parte de produção e comercialização, por forma a abastecê-los com produtos hortofrutícolas produzidos na região ao mesmo tempo que se fomenta a produção diversificada

3.7. Ações conjuntas de benchmarking nacional e internacional

Resposta a:

Constrangimentos	Agrotur	-/-
	Choose Our Food	-/-
Dimensões Críticas	Agrotur	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração
		Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região
		Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição
	Choose Our Food	-/-



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

ANEXOS

Tabela 11 – Sugestões de atividades para potenciar o consumo de produtos agroalimentares (da terra e do mar) pelo setor turístico, e correspondentes Oportunidades de Investimento tipo.

Categoria	Sugestões	Oportunidades de investimento Tipo
1. Apoio à produção e distribuição de produtos agroalimentares	1.1. Central de compras e distribuição conjunta com condições necessárias para armazenar e conservar os produtos, e facilitando a sua distribuição	Logística e armazenagem de produtos agroalimentares
	1.2. Criação de uma APP (central de compras) onde os próprios produtores podem colocar informação dos produtos que têm disponíveis, para que restaurantes, hotéis e outros mercados possam consultar e adquirir diretamente	Plataformas tecnológicas B2B
2. Networking e capacitação (produtores agroalimentares)	2.1. Ações de capacitação de RH para diferentes áreas de negócio (e.g. marketing, gestão)	Formação e capacitação de negócio
	2.2. Criação de uma entidade / empresa / cooperativa de produtores para gerir e dinamizar a rede de produtores ao nível das vendas, produção, comercialização, etc.	Entidades de interface
3. Networking e capacitação conjunta (produtores agroalimentares e hotelaria/restauração)	3.1. Feira de produtos que una hotéis (diretores de F&B, chefs...), empresários da restauração, lojas e produtores agroalimentares	Eventos networking (agroalimentar/turismo)
	3.2. Levantamento de necessidades de abastecimento de produtos alimentares para a hotelaria por forma a analisar a capacidade de resposta na parte de produção e comercialização, por forma a abastecê-los com produtos hortofrutícolas produzidos na região ao mesmo tempo que se fomenta a produção diversificada	Monitorização da procura/oferta de produtos agroalimentares
	3.3. Reuniões B2B e workshops e visitas de/a potenciais clientes	Eventos networking (agroalimentar/turismo)
	3.4. Clube dos Chefs: semana “À descoberta do produto (...)” onde os chefs dos restaurantes são convidados a criar pratos com produtos/ingrediente locais	Eventos networking (agroalimentar/turismo)
	3.5. Menus culturais para promover a pesca artesanal/sustentável	Produtos turísticos agroalimentares
	3.6. Formações/Workshops sobre organismos vivos utilizados na alimentação humana	Sensibilização para o consumo de produtos agroalimentares
	3.7. Ações conjuntas de benchmarking nacional e internacional	Monitorização da procura/oferta de produtos agroalimentares
4. Medidas financeiras de estímulo ao consumo de produtos agroalimentares	4.1. Contrapartidas para as unidades hoteleiras e restaurantes que consomem produtos agroalimentares locais (e.g. incentivo fiscal)	Incentivos fiscais ao consumo de produtos agroalimentares locais
	4.2. Apoios financeiros simplificados para pequenos produtores agroalimentares (da terra e do mar)	Incentivos à produção

[...]

[...]

Categoria	Sugestões	Oportunidades de investimento Tipo
5. Certificações e marcas	5.1. Produtos transformadores associados a selo DOC ou DOP	Certificações DOC e DOP
	5.2. Restauração Amiga: incentivar a utilização de produtos da época com selo de qualidade enquadrável na Dieta Mediterrânica e sustentabilidade nos restaurantes	Marca agroalimentar regional
	5.3. Selo regional para venda de produtos do Algarve e promoção junto da hotelaria	Marca agroalimentar regional
	5.4. Selo de “Sustentabilidade” para os hotéis	Marca 'Sustentabilidade Agroalimentar' Turismo
6. Eventos de promoção dos produtos e produtores agroalimentares	6.1. Festivais de gastronomia local e exposições/mostras de produtos	Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais
	6.2. Dia “O Algarve está aqui” com disponibilização exclusiva de produtos agroalimentares regionais na hotelaria	Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais
	6.3. Feira Anual de Produtos Alimentares do Algarve, juntando cadeias de distribuição, produtores, hotelaria e restauração	Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais
	6.4. Programas de visitas/roteiros de sustentabilidade a produtores locais, que incluam degustação dos produtos no local ou no hotel no final de cada visita	Produtos turísticos agroalimentares
7. Promoção e sensibilização	7.1. Reforço da publicidade dos produtos agroalimentares locais	Campanhas publicitárias
	7.2. Campanhas de educação sobre os benefícios do consumo de bivalves	Sensibilização para o consumo de produtos agroalimentares
	7.3. Melhor comunicação das plataformas de produtos agroalimentares existentes, para serem mais eficazes no propósito	Comunicação/promoção
8. Sustentabilidade ambiental	8.1. Sistema de aquisição de créditos de carbono para incentivar/promover a descarbonização da atividade hoteleira	Incentivos fiscais associados à sustentabilidade
	8.2. Colaboração com unidades hoteleiras para promover a restauração de habitats, estuários e conservação da biodiversidade associados aos locais de produção dos produtos agroalimentares locais	Incentivos fiscais associados à sustentabilidade
	8.3. Ações de educação ambiental no âmbito de pacotes de turismo da Natureza	Sustentabilidade ambiental
	8.4. Valorização ambiental de áreas produtivas agroalimentares no mar e em terra com potencial turístico	Produtos turísticos agroalimentares
	8.5. Incorporação de algas no tratamento das águas residuais em grandes unidades hoteleiras	Produtos turísticos agroalimentares
	8.6. Monitorização costeira e proteção da biodiversidade	Sustentabilidade ambiental

[...]

[...]

Categoria	Sugestões	Oportunidades de investimento Tipo
9. Inovação e valorização dos produtos	9.1. Gastronomia inovadora e sustentável com algas no âmbito da dieta mediterrânica (novas receitas, cursos e workshops)	Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)
	9.2. Introdução de novos ingredientes do mar e da aquacultura sustentável como algas, plantas marinhas, pepino do mar, ouriços do mar, entre outros, junto dos restaurantes e hotéis	Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)
	9.3. Incentivar o consumo e valorização de bivalves e mariscos de produção local nos restaurantes e hotéis (e.g. amêijoia/polvo do algarve)	Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)

Tabela 12 – Matriz de enquadramento entre as Oportunidade de Investimento-tipo e os constrangimentos e dimensões críticas identificados nos projetos Agrotur e Choose Our Food.

Prioridade	Oportunidades de Investimento-tipo	Constrangimentos										Dimensões Críticas									
		Agrotur			Choose Our Food							Agrotur					Choose Our Food				
		Atomização dos produtos agroalimentares	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento	Dificuldades no processo comercial	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada	Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)	Insuficiência de financiamento ou incentivos	Produção reduzida e sazonal	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)	Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região	Sazonalidade da procura por parte do setor turístico	Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares	Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente	Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição	Mão-de-obra e qualificação	Cooperação	Inovação	Certificação
P1	Entidades de interface	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X
P2	Marca agroalimentar regional	X	X	X			X		X	X	X	X	X		X	X	X		X		X
P2	Plataformas tecnológicas B2B	X	X	X		X	X		X	X	X	X	X		X	X	X		X		
P3	Eventos networking (agroalimentar/turismo)		X	X	X					X	X	X	X					X	X	X	
P3	Logística e armazenagem de produtos agroalimentares	X		X			X		X			X		X	X	X	X		X		
P4	Certificações DOC e DOP	X					X			X	X		X		X				X		X
P4	Eventos para promoção do consumo de produtos agroalimentares locais	X	X	X						X		X	X				X		X		

[...]



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

[...]

Prioridade	Oportunidades de Investimento-tipo	Constrangimentos										Dimensões Críticas								
		Agrotur		Choose Our Food								Agrotur				Choose Our Food				
		Atomização dos produtos agroalimentares	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento	Dificuldades no processo comercial	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada	Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)	Insuficiência de financiamento ou incentivos	Produção reduzida e sazonal	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)	Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região	Sazonalidade da procura por parte do setor turístico	Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares	Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente	Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição	Mão-de-obra e qualificação	Cooperação	Inovação
P5	Produtos turísticos agroalimentares	X	X					X			X		X		X			X		
P5	Gastronomia inovadora (novos ingredientes/receitas)		X								X	X	X		X				X	
P5	Sensibilização para o consumo de produtos agroalimentares		X								X	X					X		X	
P5	Incentivos à produção				X		X	X						X			X		X	X
P6	Marca 'Sustentabilidade Agroalimentar' Turismo		X								X		X		X			X		X
P6	Comunicação/promoção		X	X							X	X		X				X		
P6	Campanhas publicitárias		X	X							X	X		X				X		
P6	Sustentabilidade ambiental		X						X		X		X					X	X	

[...]



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

[...]

Prioridade	Oportunidades de Investimento-tipo	Constrangimentos										Dimensões Críticas									
		Agrotur		Choose Our Food								Agrotur					Choose Our Food				
		Atomização dos produtos agroalimentares	Baixa penetração dos produtos regionais nas unidades de restauração e unidades de alojamento	Dificuldades no processo comercial	Falta de mão-de-obra, qualificada e/ou não qualificada	Questões burocráticas e legais associadas ao funcionamento das empresas	Questões associadas à qualidade e segurança alimentar (design, embalagem e rotulagem)	Insuficiência de financiamento ou incentivos	Produção reduzida e sazonal	Desconhecimento dos produtores locais (divulgação limitada)	Limitada disponibilização de informação sobre os produtos (ficha técnica, rótulos, etc.)	Padrão de consumo das unidades de alojamento e restauração	Desconhecimento da oferta de produtos agroalimentares da região	Sazonalidade da procura por parte do setor turístico	Capacidade de produção e preços dos produtos agroalimentares	Inexistência de medidas de valorização e diversificação da produção existente	Limitada cooperação entre produtores, nomeadamente ao nível da distribuição	Mão-de-obra e qualificação	Cooperação	Inovação	Certificação
P7	Formação e capacitação de negócio				X	X	X										X				X
P7	Incentivos fiscais associados à sustentabilidade		X									X		X						X	
P8	Incentivos fiscais ao consumo de produtos agroalimentares locais		X									X		X							
P9	Monitorização da procura/oferta de produtos agroalimentares											X	X			X					

DIVERSIFICAR ALGARVE 2030



Cofinanciado por:

