

SmartandGreenTourismIII: “As práticas sustentáveis acrescentam valor ao negócio mas pode ser necessário um apoio às empresas no arranque”

18 de Março, 2024

A sustentabilidade e o turismo estiveram em debate na 3ª edição da Conferência Smart and Green Tourism, uma iniciativa da Ambitur e da Ambiente Magazine, em parceria com a Fundação AIP, que teve lugar no dia 1 de março, no âmbito da Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL).



Gonçalo Rebelo de Almeida, Maria José Teixeira e Elisabete Félix.

No primeiro painel desta conferência, dedicado ao tema “E-Hotelaria no caminho da sustentabilidade”, o moderador, Gonçalo Rebelo de Almeida, consultor em hotelaria e turismo, esteve à conversa com quatro convidados que falaram da sua experiência no que diz respeito à questão da sustentabilidade no setor hoteleiro. **Maria José Teixeira, gestora de Projetos e Financiamentos da AHP – Associação da Hotelaria de Portugal**, foi uma das oradoras que quis deixar a sua visão sobre a temática. E, embora reconheça que “as práticas sustentáveis vão acrescentar valor ao negócio”, por exemplo, a instalação de redutores de caudal que permite uma poupança de água e que é “excelente para o meio ambiente mas também para o negócio”, a responsável defende que “pode ser necessário um apoio às empresas no arranque” deste processo. Até porque muitas fazem um diagnóstico inicial e algumas terão de implementar medidas corretivas, algo que exige um investimento financeiro. “O apoio do Turismo de Portugal, do Programa Empresas Turismo 360º, e outros financiamentos que estão a surgir no quadro do Portugal 2030, são muito importantes para este pontapé de saída e para a integração da sustentabilidade na cadeia de negócio”, sublinha.

Para Maria José Teixeira, é verdade que “a sustentabilidade é um caminho”, mas aponta que “não é possível voltar atrás”, e é um percurso que todos têm de fazer, quer a nível empresarial como a título individual. Por isso

acredita que é fundamental “investirmos um pouco na educação e na formação das equipas que estão nas empresas, das associações empresariais mas também do cliente/hóspede”.

Durante a sua intervenção, a oradora aproveitou para dar a conhecer um pouco melhor o Programa Hospes, criado pela AHP em 2013, que começou por se basear na doação de colchões provenientes de unidades hoteleiras associadas a Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) mas que evoluiu, afirmando-se hoje como um programa de desenvolvimento sustentável. A gestora não duvida que a grande vantagem deste programa reside no facto de permitir “unir esforços e chegar mais longe”. Assim, apresenta já hoje soluções para o tratamento e encaminhamento de uma série de áreas como os equipamentos eletrónicos, os óleos alimentares ou as pilhas, e em breve chegará às rolas de cortiça.



Na plateia, José Lopes, da easyJet; Miguel Eiras Antunes, da Deloitte.

Por outro lado, Maria José Teixeira acredita que “o Programa Hospes é também uma excelente via para criar a materialidade necessária para reportar no Programa Empresas Turismo 360º”, trabalhando com uma plataforma informática que produz relatório e quantifica doações e litros de óleo tratado, por exemplo.

Além disso, o Programa Hospes também agrega outras iniciativas da AHP, nomeadamente na componente da sustentabilidade ambiental, como é o caso do projeto “Turismo + Sustentável”, em parceria com a Agência de Energia e Ambiente da Arrábida (ENA), cujo objetivo é promover a eficiência energética no setor hoteleiro nacional através de uma Plataforma de Monitorização e Gestão Energética e Ambiental, que recolhe dados sobre o consumo de energia elétrica, gás e água, bem como relativos à produção hoteleira na perspectiva de negócio. Neste momento, este programa vai avançar com cinco hotéis-piloto no sentido de melhorar a gestão energética das unidades hoteleiras, explica a oradora.

Mas, por vezes, não basta que os hotéis já tenham determinadas práticas sustentáveis e ambientais, têm de saber como passar esta mensagem para o cliente. E aí, defende a gestora da AHP, “o marketing e a publicidade são meios poderosos”. No entanto, há coisas mais básicas que podem ser feitas para “saber divulgar” e aí Maria José Teixeira lamenta o facto de muitas

unidades hoteleiras não terem, por exemplo, no seu website, as ofertas culturais e patrimoniais da sua comunidade ou a sua própria oferta. “Tenho muito a expectativa de que seja com o apoio do Turismo de Portugal que o Programa Hospes possa também trabalhar esta questão da informação e das parcerias locais, no sentido de tornar mais visíveis e conhecidas as experiências únicas que a nova geração de turistas procura”, resume a oradora.

Por Inês Gromicho. Fotos @Raquel Wise