



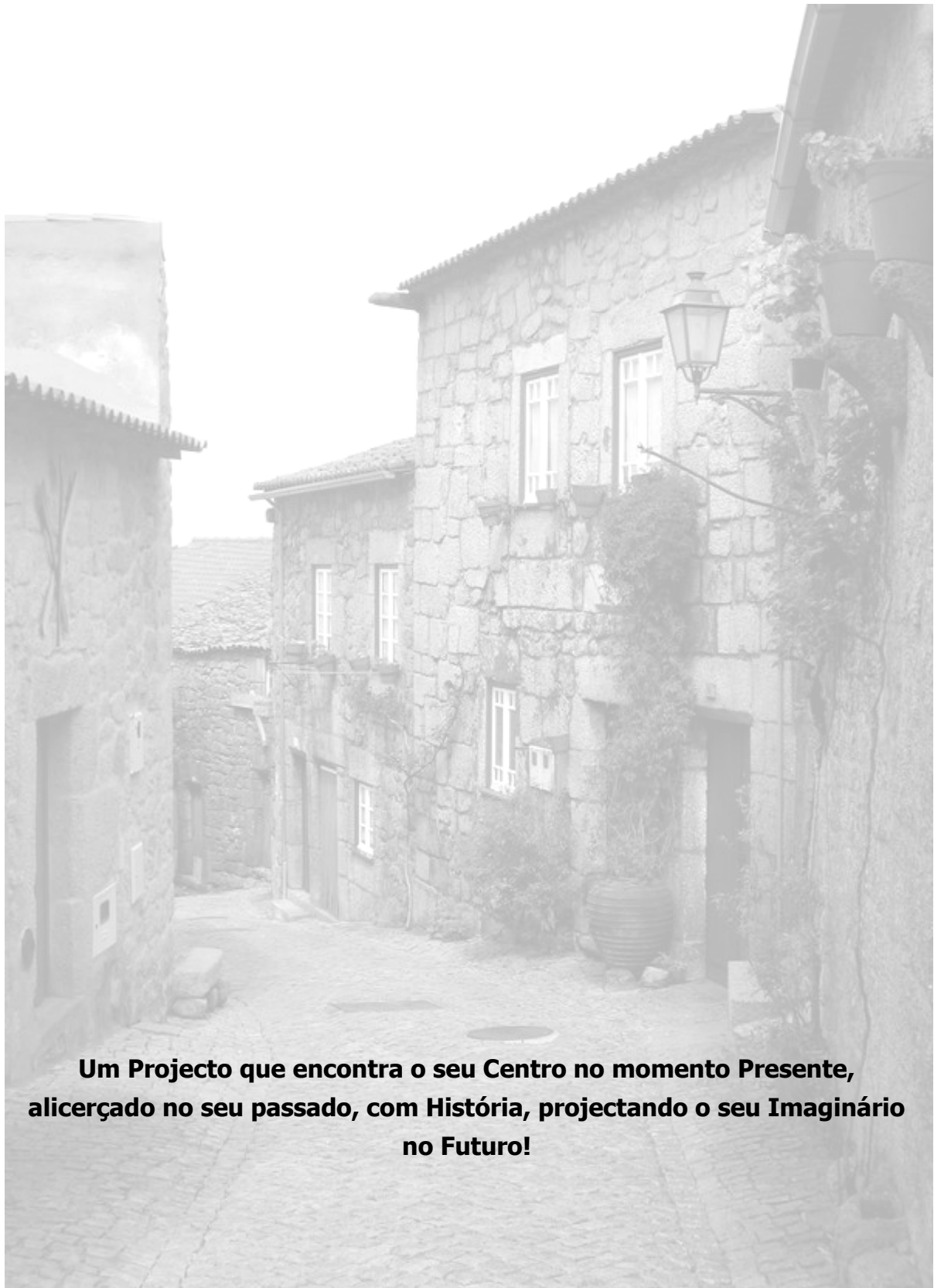
**Associação de Desenvolvimento Turístico  
das Aldeias Históricas de Portugal**

***"Rede das Aldeias Históricas  
de Portugal"***

**ESTRATÉGIA DE EFICIÊNCIA COLECTIVA E PLANO DE ACÇÃO**

**Provere: Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos**

**Janeiro de 2009**



**Um Projecto que encontra o seu Centro no momento Presente,  
alicerçado no seu passado, com História, projectando o seu Imaginário  
no Futuro!**

## **Índice**

### **A. Estratégia - Descrição geral da estratégia e seus objectivos**

1. Actores e protagonistas
2. Estratégia
3. Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas
4. Interações internacionais, nacionais, regionais e locais
5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso

### **B. Caracterização da situação – Análise SWOT**

1. Base Empresarial: importância do sector, sua evolução e estruturação em termos de dimensão das empresas, cadeia de valor e relações de cooperação
2. Capacidades/competências de I&DT: descrição quantitativa e qualitativa e relações de cooperação entre organizações de I&DT e entre estas e a base empresarial
3. Capacidades/competências em Formação Profissional: descrição quantitativa e qualitativa e relações de cooperação entre organizações de formação e entre estas e a base empresarial
4. Competitividade territorial: relevância do Programa de Acção proposto para o desenvolvimento do território de incidência, enquadrado numa caracterização sócio-económica do mesmo

### **C. Âmbito e finalidades**

1. Amplitude das actividades: posicionamento da EEC em termos de sector, tecnologias e mercados
2. Grau de abrangência territorial
3. Parceiros e importância económica das empresas aderentes
4. Consistência das iniciativas e das sinergias colectivas promovidas
5. Modalidades de vigilância e inteligência competitiva a implementar
6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir (incluindo externalidades e bens públicos)

## **Índice**

D. Modelo de gestão e de liderança - Identificação, funcionamento e organização da entidade líder da parceria

1. Forma jurídica, que releve o comprometimento dos parceiros
2. Recursos financeiros associados à gestão da parceria
3. Estratégia de promoção da EEC
4. Modalidades de acompanhamento e avaliação da EEC, com calendário e indicadores de resultados e de impacto

E. Programa de acção

1. Identificação genérica do(s) projecto(s) âncora e complementares (incluindo a articulação entre os dois tipos de projectos), descriminando o respectivo grau de maturação/execução

F. Instrumentos do QREN

1. Identificação dos instrumentos do QREN que se consideram aplicáveis para a consecução dos objectivos fixados

## A. A Estratégia

## A.1.Estratégia - Actores e Protagonistas

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Públicos		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico	Associação de Desenvolvimento Turístico constituída por autarquias e empresas, ligadas às doze Aldeias Históricas. A Associação pretende promover e rentabilizar as potencialidades turísticas das aldeias, contribuindo para o desenvolvimento do território onde as aldeias históricas se inserem.	Líder do consórcio. Entidade responsável pela concertação e dinamização da EEC e do Plano de Acção do Provere das Aldeias Históricas de Portugal. Entidade promotora de projectos comuns que serão estruturantes para a afirmação da EEC.
C.M. Almeida	Município com 520,55 km <sup>2</sup> de área e 7.402 habitantes (2006), subdividido em 29 freguesias. O município é limitado a Norte pelo município de Figueira de Castelo Rodrigo, a Leste por Espanha, a Sul por Sabugal e a Oeste por Guarda e por Pinhel.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, em particular nas aldeias de Castelo Mendo e Almeida.
C.M. Mêda	Mêda possui uma área total de 285,91 km <sup>2</sup> e 6.239 habitantes (2006). É delimitada pelo concelho de Vila Nova de Foz Côa a Norte, e nascente por Pinhel, a Leste pelo concelho de Penedono e a sul por Trancoso.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, particularmente na aldeia de Marialva.
C.M. Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova é sede de um dos maiores municípios de Portugal, com 1.412,73 km <sup>2</sup> e 10.561 habitantes (2006). Subdividido em 17 freguesias, o município é limitado a Norte por Penamacor, a Leste e Sul por Espanha e a Oeste por Castelo Branco e Fundão.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, em especial nas aldeias de Idanha-a-Velha e de Monsanto.
C.M. Sabugal	Município com 826,70 km <sup>2</sup> e 14.871 habitantes (2006), dividido em 40 freguesias. Sabugal é limitado a Norte por Almeida, a Leste por Espanha, a Sul por Penamacor, a Sudoeste por Fundão, a Oeste por Belmonte e a Noroeste pela Guarda.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, designadamente na aldeia de Sortelha.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Públicos		
Designação	Descrição	Missão no Provere
C.M. Trancoso	Trancoso é um município com 361,5 km <sup>2</sup> e 10.512 habitantes (2006). Com 29 freguesias, é limitado a Norte pelo município de Penedono, Nordeste por Meda, a Leste por Pinhel, a Sul por Celorico da Beira, a Sudoeste por Fornos de Algodres, a Oeste por Aguiar da Beira e a Noroeste por Sernancelhe.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, com destaque para a aldeia de Trancoso.
C.M. Belmonte	Belmonte é um município com 114,56 km <sup>2</sup> e 7.722 habitantes (2006), subdividido em 5 freguesias. O município é limitado a Norte pelo município da Guarda, a leste por Sabugal, a Sueste por Fundão e a Oeste pela Covilhã.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, em particular a aldeia histórica de Belmonte.
C.M. Celorico da Beira	Município com 249,93 km <sup>2</sup> e 8.683 habitantes (2006). Subdividido em 22 freguesias, Celorico da Beira é limitado a Norte pelo município de Trancoso, a Nordeste por Pinhel, a Sueste por Guarda, a Sudoeste por Gouveia e a Oeste por Fornos de Algodres.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, muito especialmente na aldeia de Linhares da Beira.
C.M. Arganil	Município com 332,13 km <sup>2</sup> e 12.973 habitantes (2006), subdividido em 18 freguesias. Arganil é limitado a Norte pelos municípios de Penacova, Tábua e Oliveira do Hospital, a Nordeste por Seia, a Leste por Covilhã, a Sul por Pampilhosa da Serra e por Góis e a Oeste por Vila Nova de Poiares.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, em particular na aldeia de Piodão.
C.M. Figueira de Castelo Rodrigo	Município com 508,57 km <sup>2</sup> e 6.723 habitantes (2006), subdividido em 17 freguesias. É limitado a Norte pelo município de Freixo de Espada à Cinta, a Leste por Espanha, a Sul por Almeida, a Sudoeste e Oeste por Pinhel e a Noroeste por Vila Nova de Foz Côa.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, particularmente na aldeia de Castelo Rodrigo.



## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Públicos		
Designação	Descrição	Missão no Provere
C.M. Fundão	Município com 701,65 km <sup>2</sup> e 31.176 habitantes (2006). Dividido em 31 freguesias, o Fundão é limitado a Norte por Covilhã, Belmonte e Sabugal, a Leste por Penamacor e Idanha-a-Nova, a Sul por Castelo Branco, a Sudoeste por Oleiros e a Oeste pela Pampilhosa da Serra.	Parceiro promotor. Apresentação de intenções de investimento públicos ou público/privados que se inserem no contexto da EEC formulada pelas Aldeias Históricas de Portugal - Associação de Desenvolvimento Turístico, em particular a aldeia histórica de Castelo Novo.
IPPAR Instituto Português do Património Arquitectónico	O IPPAR concentra-se na salvaguarda e na valorização de bens materiais imóveis que pelo seu valor arquitectónico, histórico, artístico, científico, social e técnico, integrem o património edificado do País.	Parceiro estratégico. O consórcio do Provere deverá colaborar, desenvolver esforços de salvaguarda e promoção dos conjuntos edificados e monumentos classificados no quadro da rede das Aldeias Históricas.
Instituto dos Museus e Conservação	O IMC desenvolve e executa a política cultural nos domínios dos museus, da conservação e do restauro, bem como do património cultural móvel e do património imaterial, através do estudo, preservação, e qualificação dos museus portugueses.	Parceiro estratégico. O consórcio do Provere deverá colaborar com o IMC no quadro das suas políticas culturais de qualificação e dinamização de museus ou outros espaços culturais existentes no território das Aldeias Históricas. Estas iniciativas devem comungar e integrar a estratégia de afirmação de um cluster de indústrias criativas proposta neste Provere.
Instituto Politécnico de Castelo Branco	O IPCB tem uma forte ligação à comunidade, tendo em curso mais de uma centena de protocolos com empresas e organismos, na sua maioria da região, nas áreas de investigação aplicada, do desenvolvimento experimental e da prestação de serviços.	Parceiro associado. Colabora na qualificação de recursos humanos e dinamização de projectos em parceria nas áreas em que desenvolve trabalho e que mais de perto se identificam com a estratégia definida: artes (moda e têxtil, música) e ciências agro-alimentares (engenharia alimentar e biológica, engenharia rural e nutrição).
Universidade da Beira Interior	A Universidade da Beira Interior é um espaço de formação científica, cultural, cívica e profissional aplicada ao desenvolvimento nacional e regional.	Parceiro associado. Assume uma posição importante na EEC ao nível da qualificação de RH (áreas criativas) mas também pelo trabalho de I&DT que poderá corresponder às necessidades de investigação da Rede das Aldeias Históricas.
Instituto Politécnico da Guarda	Instituição de ensino superior que é um factor determinante na luta contra a interioridade e a desertificação da Beira Interior. Visa a consolidação, o desenvolvimento e aperfeiçoamento regional.	Parceiro associado. Assume um papel relevante como parceiro em termos da qualificação superior de recursos humanos (nomeadamente nas áreas de turismo, gestão e design de equipamentos), mas também pelos serviços de formação à medida e consultoria que proporcionam no território.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Públicos		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Junta de Freguesia de Bendada	Junta de Freguesia do Concelho de Sabugal	Parceiro Promotor. A Junta de Freguesia de Bendada, concelho de Sabugal, prevê a construção ou recuperação de edifícios dentro da aldeia e a criação de uma "Quinta Pedagógica".
Junta de Freguesia de Linhares da Beira	Junta de Freguesia do Concelho de Meda	Parceiro Promotor. A Junta de Freguesia de Linhares da Beira, Concelho de Meda, prevê o desenvolvimento de produtos e imagem associados à figura do Bandarra

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
AENEBEIRA Associação Empresarial do Nordeste da Beira	Associação Empresarial do Nordeste da Beira, que associa empresários e empresas para defesa dos seus direitos e legítimos interesses, visando o progresso sócio económico e o desenvolvimento de acções contínuas, destinadas ao progresso técnico, económico, associativo e cultural da região.	Parceiro promotor. A eficiência da EEC beneficiará das competências desenvolvidas pela AENEBEIRA, nomeadamente ao nível da formação profissional (em hotelaria e restauração e em indústrias alimentares), usufruindo da capacidade de elaboração e acompanhamento de projectos de investimento e da rede de contactos regionais de que dispõe.
AECBP Associação Empresarial da Covilhã, Belmonte e Penamacor	Tem como missão, fomentar o desenvolvimento da região, potenciando as características que contribuem para o enriquecimento da economia regional e local. Assume ainda a função de avaliação e detecção de estrangulamentos ao desenvolvimento da economia da região, procurando solucioná-los.	Parceiro associado. A AECBP pode vir a desempenhar um papel importante no âmbito da estratégia de desenvolvimento definida para a rede das Aldeias Históricas, ao proporcionar o apoio empresarial dos agentes privados com interesses de investimento, mas também ao cooperar activamente para a qualificação do pessoal, através do seu Gabinete de Formação ou do Centro de Recursos em Conhecimento.
ACICF Associação Comercial e Industrial do Concelho do Fundão	A Associação Comercial e Industrial do Concelho do Fundão, é a mais representativa do género no Concelho, constituindo uma poderosa instituição de organização e defesa de comerciantes e industriais.	Parceiro associado. A Associação, pode ser de grande valia para a dinamização de iniciativas empresariais a desenvolver no seio da Rede das Aldeias Históricas. Pode desenvolver ainda parcerias na área da animação e do marketing.
NERGA Núcleo Empresarial da Região da Guarda Associação Empresarial	Associação Empresarial constituída para promover o desenvolvimento das actividades económicas nos domínios técnico, económico, comercial, associativo e outros e, em especial, assegurar aos seus associados uma crescente participação nas decisões e nos programas que com essas actividades se relacionem.	Parceiro associado. O NERGA pode destacar-se pelo trabalho e incentivo ao empreendedorismo na região, que poderá resultar numa resposta especializada para os agentes privados, a envolver na estratégia de eficiência colectiva, auspiciada para a Rede das Aldeias Históricas.
ADRUSE Associação de Desenvolvimento Rural da Serra da Estrela	Promoção, apoio e realização de um aproveitamento mais racional das potencialidades endógenas da região, tendo em vista o desenvolvimento rural e a melhoria das condições de vida.	Parceiro associado. No âmbito do Provere, a ADRUSE é um parceiro importante pela promoção dos produtos artesanais e gastronómicos dos seus territórios de intervenção, mas também pela colaboração na qualificação profissional que poderá significar para a Rede.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
ADES Associação Desenvolvimento Sabugal	A Associação Desenvolvimento Sabugal é uma Associação criada em 2002 com o objectivo de promover o desenvolvimento cultural, social e educacional do concelho do Sabugal.	Parceiro associado. A Associação promove projectos de desenvolvimento no concelho do Sabugal, auspiciando através deste Provere continuar a sua intervenção territorial em áreas como o apoio às artes e ofícios tradicionais do concelho e a comercialização das unidades de alojamento.
Associação de Desenvolvimento da Raia Histórica	Associação de desenvolvimento com sede em Trancoso que tem vindo a mostrar trabalho em áreas distintas, desde a formação (designadamente de artes e ofícios tradicionais como a olaria ou a doçaria), à animação (por exemplo das Aldeias Históricas) ou a projectos de desenvolvimento rural (construção de Centros Rurais).	Parceiro associado. A intervenção da Raia Histórica no presente Provere prende-se sobretudo com dinamização de iniciativas de formação (por exemplo na área da animação) e com a criação de equipamentos de animação, necessários ao desejável desenvolvimento sustentável do território.
Associação de Artesãos da Serra da Estrela e da Região Centro	Associação de produtores e artesãos da região centro orientada para o trabalho das seguintes áreas de intervenção: identificação e acompanhamento de artesãos e produtores agro-alimentares, projectos de internacionalização, formação profissional e à medida para artesãos com perspectivas empresarias.	Parceiro associado. No âmbito da EEC, a Associação de Artesãos poderá servir os propósitos de desenvolvimento e valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural, promovendo a qualificação de produtores e artesãos e, por exemplo, contribuindo para as lógicas de distribuição do produto artesanal das aldeias históricas em termos internacionais.
Associação Transumância e Natureza	A Associação tem como missão trabalhar para a conservação do património natural da região de Riba-Côa.	Parceiro associado. A Associação pretende dinamizar em prol da estratégia do Provere acções de estudo e revitalização de produtos agro-alimentares através do folclore e festividades tradicionais.
Liga dos Amigos de Conímbriga	Associação cultural, científica e ambientalista nacional, de desenvolvimento local e regional. Desenvolve trabalho nas áreas de Educação, Investigação e Formação; Animação Cultural; Iniciativas Empresariais, Emprego e Desenvolvimento Sustentável.	Parceiro associado. A Liga de Amigos de Conímbriga, tem uma intervenção reconhecida no território, pelo que se assume de assaz importância o seu envolvimento na Estratégia definida, atribuindo-se-lhe iniciativas na área formação, mas também dinâmicas de incentivo ao fomento do desenvolvimento sustentável associado ao produto turístico da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Fundação INATEL - Investimentos e Actividades dos Tempos Livres dos Trabalhadores.	A Fundação INATEL, o maior operador de gestão empresarial nas vertentes do turismo social e cultural não lucrativo em Portugal, afirma-se como o grande prestador de serviços sociais nas áreas do turismo e termalismo social e sénior, da organização dos tempos livres, da cultura e do desporto, com preocupações de humanismo e de qualidade.	Parceiro estratégico da EEC do Provere das Aldeias Históricas. Potenciando a presença e importância deste agente no território, entende-se que o INATEL, venha a assumir na rede, um papel decisivo enquanto agente dinamizador turístico-cultural e ao nível da distribuição do produto turístico a desenvolver.
Associação Napoleónica Portuguesa	Associação com o objectivo de promover a importância de Portugal durante o período napoleónico, assumindo-se como o grande promotor nacional de recreações históricas, incentivador à investigação nesta período particular da história europeia.	Parceiro associado. A Associação Napoleónica Portuguesa é o grande promotor das recreações históricas, actualmente já uma marca turística no município de Almeida. A sua participação no Provere das Aldeias Históricas de Portugal é uma mais valia pelas aprendizagens que se podem retirar em termos de montagem e desenvolvimento de eventos de animação turístico-culturais.
Ésquilo	A editora Ésquilo surgiu com a necessidade de harmonizar a experiência no campo da criatividade gráfica e dos conteúdos com a emergência das novas tecnologias de informação. Nos últimos anos tem publicado obras sobre antropologia do imaginário e sobre história em Portugal.	Parceiro estratégico. Pela qualidade técnica e pelo teor dos conteúdos trabalhados pela Editora Ésquilo, o Provere das Aldeias Históricas terá reais vantagens em cooperar com este parceiro no desenvolvimento de conteúdos, com fins de engenharia de produto turístico, de comunicação e marketing e de animação de projectos contemplados na Estratégia de Eficiência Colectiva.
Y-Dreams	Empresa de referência na área das tecnologias da informação, a YDreams está a alterar a maneira como o consumidor interage com conteúdos num mundo que vai mais além dos computadores, integrando o mundo digital com o real mediante a criação de sistemas sensoriais.	Parceiro estratégico. Pela necessidade de proporcionar vivências a um turista cada vez mais exigente, perspicaz e informado, a empresa Y-Dreams afigura-se como um dos operadores potencialmente mais interessantes para associar a este Provere, pela sua capacidade em criar soluções tecnológicas de animação e informação.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Marialvamed - Turismo Histórico e Lazer, Lda	Empresa que gere um conjunto de casas de turismo histórico com ambiente acolhedor, confortáveis e arquitectura moderna. Destaque para as Casas do Côro e toda a dinâmica que tem vindo a ser criada em redor deste núcleo habitacional, com a criação da loja, do Restaurante das Casas do Côro e das actividades de animação que promovem.	Parceiro promotor. O “complexo” turístico promovido pela Marialvamed afigura-se como um sucesso de empreendedorismo numa aldeia histórica. É necessário tirar aprendizagens das boas práticas e portanto considera-se ser este um parceiro de enorme importância para a promoção de algumas dinâmicas de empreendedorismo privado que se querem ver desenvolvidas na rede das Aldeias Históricas de Portugal.
Casas da Pipa, Turismo de Aldeia, Lda.	Empresa que gere um projecto de Turismo de Aldeia em Marialva composto por duas casas: Casa da Pipa e Casa de São Pedro.	Parceiro promotor. À semelhança do actor privado precedente, as Casas da Pipa poderão servir como modelo a replicar para o desenvolvimento de novos negócios turísticos na Rede das Aldeias Históricas, sobretudo pela capacidade demonstrada em extrapolar a oferta de alojamento e desenvolver produto turístico, com a criação de sinergias com o exterior ou mesmo com a oferta de pequenas actividades de lazer/animação.
Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Associação da freguesia do Piódão cuja principal actividade é promover um projecto global, extensível a todas as aldeias, que seja, ele próprio, um factor acrescentado de coesão e de desenvolvimento para a zona de montanha.	Parceiro promotor. A Associação de Compartes é um agente de intervenção importante na aldeia de Piodão pelas iniciativas de desenvolvimento rural, designadamente pela revitalização de actividades tradicionais e valorização de produtos endógenos. Acções como a recuperação do Centro Interpretativo da Aguardente de Medronho ou a recuperação da Unidade de Pastoreio Extensivo são dois exemplos de grande ensinamento para a vertente da valorização de produtos, artes e ofícios tradicionais a desenvolver neste Provere.
Casa da Cisterna e Sabores do Castelo (casa do chá)	Casas de campo situadas no casario medieval de Castelo Rodrigo, envolvido por uma área campestre. A decoração é rústica e de arquitectura tradicional num ambiente confortável. Na mesma aldeia, outro refúgio do tempo: os Sabores do Castelo, famoso pela bebida milenar que serve (chá) e universo gourmet, apologia dos doces regionais e do artesanato local.	Parceiro promotor. A autenticidade destes dois negócios, de pequena dimensão, incluídos na aldeia de Castelo Rodrigo proporcionou uma notoriedade de escala regional que seria importante replicar para outras aldeias da Rede. É importante criar dinâmicas de negócios locais que prestem serviços de qualidade e incutam vida às aldeias, para que as aldeias tenham também uma vida própria, conferindo-lhes assim factores de atracção.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Fundão Turismo Empresa Municipal de Turismo	Empresa municipal criada para agilização e dinamização do processo de desenvolvimento turístico do Fundão, tendo entre outras funções, o desenvolvimento de um Plano Estratégico de Turismo, de novos produtos turísticos e o apoio a novos investidores interessados no desenvolvimento turístico.	Parceiro promotor. A empresa municipal tem vindo a desempenhar um papel importante no desenvolvimento turístico do município do Fundão. A sua atenção para a criação de produtos turísticos integrados territoriais resultou numa lógica de trabalho interessante. A empresa será um parceiro importante neste Provere.
Hotel Turismo de Trancoso	Hotel de design contemporâneo situado perto do Centro Histórico de Trancoso que surge em 2005 para dar resposta às necessidades de alojamento de qualidade no concelho.	Parceiro promotor. O Hotel de Trancoso distingue-se pela qualidade de instalações e serviços, introduzindo com a sua existência um novo fôlego à actividade turística do concelho que lhe dá o nome. A sua cooperação neste projecto é decisiva pelo testemunho de envolvimento e comprometimento dos actores privados deste município na presente candidatura.
Pousada Nossa Senhora das Neves (TurisAlmeida)	Construída de raiz em 1985, num local onde antigamente existiam prisões, a Pousada Nossa Senhora das Neves encontra-se instalada no interior das muralhas da vila medieval de Almeida, destacando-se pela tranquilidade do seu ambiente interior.	Parceiro promotor. A Pousada Nossa Senhora das Neves é um meio de alojamento importante em Almeida. A sua associação à candidatura Provere revela-se pertinente pelo contributo que a mesma poderá dar à criação de produtos turísticos direccionados para públicos com maiores exigências de alojamento de qualidade.
EMPDS Belmonte, EM. - Empresa municipal de promoção e desenvolvimento social do concelho de Belmonte	A Belmonte, E.M., surge pela necessidade de criar uma estrutura de apoio ao Desenvolvimento de sectores dinâmicos de investimento. Entre outras funções, tem por missão o acompanhamento de iniciativas de investimento locais, a promoção local de acções ligadas à cultura, ensino, educação, património, ciência, tempos livres e desporto, acção social, cooperação externa e promoção do desenvolvimento local e ainda a gestão de equipamentos municipais.	Parceiro associado. A empresa municipal Belmonte promove projectos de desenvolvimento no concelho que lhe atribui o nome. A sua intervenção é reconhecida, sobretudo ao nível das dinâmicas de desenvolvimento culturais que lhe estão adstritas. As lógicas de revitalização e incentivo à cultura local são importantes aprendizagens a ter em conta no desenvolvimento deste Provere, não só no âmbito da revitalização de artes e ofícios endógenos, mas também no que à criação de produto turístico diz respeito.



## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Pousada de Belmonte e Gourmet Restaurante – Convento de Belmonte	A Pousada de Belmonte surgiu da recuperação das ruínas do antigo Convento de Nossa Senhora da Esperança, preservando integralmente toda a herança histórica do imóvel. O hotel histórico é um exemplo perfeito do harmonioso convívio entre zonas históricas e de construção moderna e acolhedora. O Restaurante, integrado na Pousada, é um convite à degustação em harmonia com o ambiente onde se situa, sobre a Cova da Beira e Serra da Estrela.	Parceiro promotor. A Pousada de Belmonte e o Restaurante nela integrado, fazem parte da lista de parceiros privados de importância decisiva para a Candidatura. Poderão servir como modelo de replicação para o desenvolvimento de novos negócios turísticos na Rede das Aldeias Históricas, sobretudo pela capacidade demonstrada em extrapolar a oferta de alojamento e desenvolver produto turístico, com a criação de sinergias com o exterior ou mesmo com a oferta de pequenas actividades de lazer/animação.
Casa da Cerca	Solar beirão, recuperado para turismo rural em Sortelha, tendo sido adoptado o critério de utilização de materiais locais, com base no granito e nas madeiras, aos quais foram introduzidos modernos equipamentos, para dar a esta casa todo o conforto.	Parceiro promotor. A virtualidade deste pequeno negócio proporcionou uma notoriedade que seria importante replicar para outras aldeias da Rede. É importante criar dinâmicas de negócios locais que prestem serviços de qualidade e incutam vida às aldeias. A Casa da Cerca é um destes bons exemplos que se associa à candidatura.
Casa da Lagariça	Casa do Século XVIII situada na Calçada de Santo Antão na aldeia histórica de Sortelha. Reconvertida em Turismo Rural, a Casa da Lagariça é um exemplar de alojamento rural de qualidade.	Parceiro promotor. A aldeia histórica de Sortelha vê-se rica em vida, muito devido à existência de pequenas unidades rurais como a Casa da Lagariça. Este agente privado colabora activamente para o desenvolvimento turístico da aldeia onde se insere, podendo contribuir para a construção de produtos de qualidade na Rede ao associar-se a este Provere.
Estalagem de Monsanto	Outrora “antiga casa da Família Pinheiro”, adaptada para Hotelaria pela Enatur, Pousadas de Portugal, hoje é a Estalagem de Monsanto, mantendo o mesmo nível de serviço e qualidade. Possui ainda Restaurante com serviço de iguarias da região.	Parceiro promotor. Unidade de alojamento na Aldeia Histórica de Monsanto que assim se associa ao conjunto de agentes privados com intenções de dinamizar a Rede das Aldeias Históricas de Portugal.



## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Susitour/AMR	Empresa a criar.	Parceiro promotor. Pretende com este projecto estimular a procura pelos produtos tradicionais e regionais, bem como outros actores económicos da região onde se inserem as AHP. Com a criação de um portal que terá uma loja virtual, será possível, a partir de qualquer parte do mundo adquirir os produtos do território
Guarda Digital Associação Distrital para a Sociedade de informação	Guarda Digital, foi constituída em Dezembro de 1999, por seis das Instituições envolvidas nos projectos desenvolvidos no âmbito do Projecto Guarda – Cidade Digital	Parceiro associado. A Guarda Digital associa-se a este projecto através implementação de propostas de animação e informação turística.
Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Associação a criar.	Parceiro promotor. A cooperação da Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa colabora neste projecto com a construção de um Ecomuseu em espaço rural.
Ana Paula Almeida	Particular.	Parceiro promotor. A parceira Ana Paula Almeida será responsável pela construção de 2 casas de turismo de habitação e a reconstrução de uma casa para adaptar a turismo de habitação.
Fabrica da Igreja do Piódão	Organização ligada à igreja católica.	Parceiro promotor. Serão realizadas obras de conservação e reabilitação da Igreja do Piódão pretendendo colmatar as deficiências encontradas na Igreja, valorizando o património cultural da aldeia do Piódão.
Francisco Lopes Fontinha	Particular.	Parceiro promotor. Com este projecto pretende-se produzir um produto endógeno (a truta) que potencialize o desenvolvimento turístico, nomeadamente ao nível gastronómico e lúdico.
Quinta do Ouriço – Turismo de Habitação Lda-	Situada na aldeia histórica de Castelo Novo, Aldeia Histórica de Portugal, é uma Residência construída no século XVII possui 7 quartos, capela privativa, e diversos equipamentos desportivos e de lazer.	Parceiro promotor. A Família Correia de Sampaio participa como parceiro nesta candidatura através dos seus projectos na Quinta do Ouriço; remodelação da Quinta de Ouriço, recuperação das Casas de Montanha e hotel rural.
António Lopes Ribeiro	Particular.	Parceiro promotor. O parceiro António Lopes Ribeiro associa-se à candidatura Provere, sendo responsável pela remodelação e ampliação da Casa da Padaria.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Arminda Maria Assunção e Gabriel Hawtin	Particular	Parceiro promotor. O aporte da parceira Arminda Maria Assunção e de Gabriel Hawtin neste projecto contempla a criação de um hotel rural aproveitando edifícios já existentes, cooperando com a estratégia de afirmação turística dos recursos da região das Aldeias Históricas.
Associação Belmonte em Movimento	A Associação Belmonte em Movimento é uma associação de jovens, que tem como objectivo principal a ocupação de tempos livres dos jovens, numa perspectiva educacional através da organização de actividades e/ou eventos culturais, desportivos e recreativos.	Parceiro promotor. A participação da Associação Belmonte em Movimento consiste em acções de formação em três línguas estrangeiras, permitindo melhorar a qualidade da oferta turística da Vila de Belmonte.
Valter João Santos	Particular.	Parceiro promotor. A participação do parceiro Valter João Santos consiste na colaboração neste projecto através da abertura de um restaurante na Vila de Belmonte, capaz de responder à procura, visto a oferta ser insuficiente nesta área.
Castelarte, turismo e artesanato, Lda.	Associação cultural que tem como objectivo promover actividades artísticas da região, com sede em Castelo Rodrigo.	Parceiro promotor. A "Castelarte, turismo e artesanato, Lda." será responsável pela recuperação de uma casa antiga para a criação de uma loja de ervas aromáticas, criação de um atelier de produção de produtos gastronómicos regionais, um centro de estágios de formação de artes manuais e a criação de uma casa de turismo rural.
Imotendências, Lda.	A Imotendências é a empresa proprietária do Hotel Príncipe da Beira situado no concelho do Fundão. Desenvolve a sua actividade na área do turismo e tem como princípios de actuação a defesa do património através da actividade turística.	Parceiro promotor. A Imotendências, Lda. associa-se à candidatura Provere através da construção de uma piscina, um SPA e um espaço para actividades locais no Hotel Príncipe da Beira que vem reforçar a sua oferta turística, indo ao encontro às necessidades de qualificação e diversificação turísticas da Beira Interior.
Moinho das Devesas – Turismo Lazer da Gardunha, Lda.	A Quinta das Devesas, situada no Fundão, é uma propriedade rústica/urbana, com mais de 6 hectares, com 6 construções dispersas na propriedade	Parceiro promotor. A participação da empresa nesta candidatura ao programa Provere, consiste na construção de um empreendimento de turismo no espaço rural

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
João Manuel da Trindade Ramos	Particular	Parceiro promotor. A participação do parceiro João Manuel da Trindade Ramos consiste na colaboração neste projecto através da construção de uma unidade de alojamento.
Maria Adelaide Carvalho Baptista	Particular	Parceiro promotor. A participação da parceira Maria Adelaide Carvalho Baptista consiste na remodelação completa do restaurante de cozinha tradicional da Cova da Beira.
Fundão Turismo, EM	A fundação Turismo de Fundão foi criada para a agilização e dinamização do desenvolvimento turístico de Fundão.	Parceiro promotor. A Fundão Turismo será responsável da criação de um posto de turismo móvel, modernização da pousada da Juventude, plano de marketing para a marca "Produto do Fundão" e formação de guias turísticos.
Raimundo Jorge L. Marques e Olívia Duarte Aparício	Particular	Parceiro promotor. A participação do parceiro Raimundo Jorge L. Marques e Olívia Duarte Aparício nesta candidatura consiste na construção de um estabelecimento de turismo rural.
Rui Agostinho Ferreira Fernandes	Particular	Parceiro promotor. O Sr. Rui Agostinho Ferreira Fernandes participará na candidatura Provere através da construção de uma unidade TER e de uma padaria tradicional em Castelo Novo.
Ytravel, Lda	Empresa de turismo activo com sede em Fundão	Parceiro promotor. A Ytravel, Lda pretende com este projecto dotar-se de meios e equipamentos que permitam alargar a sua área de actividades a programas de touring cultural e histórico.
Francisco José Carvalho	Particular	Parceiro promotor. O parceiro Sr. Francisco José Carvalho participa nesta candidatura com o projecto de remodelação e adaptação de uma edificação existente na Aldeia para casa de chá.
Vila e Devesa de Marialva, Lda	Empresa de turismo com sede em Mêda	Parceiro promotor. Nesta candidatura a Devesa de Marialva, Lda desenvolve um local de gastronomia regional e de venda de produtos regionais.
Aires Amaral	Particular	Parceiro promotor. O parceiro Sr. Aires Amaral participa na candidatura ao Provere através da criação de uma escola de equitação.
Centro Social e Paroquial Solar do Morgado/rabaçal	Centro Paroquial	Parceiro promotor. O Centro Social e Paroquial Solar do Morgado/rabaçal participa na candidatura com a criação de uma loja de produtos locais.

## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Maria de Lurdes Lima Saraiva Bossard	Particular	Parceiro promotor. Projecto particular para a recuperação de um moinho tradicional, construção de bungalows, museu e loja de produtos tradicionais.
Orlando Faisca e Ana Campos	Particular	Parceiro promotor. O parceiro Orlando Faísca e Ana Campos serão responsáveis pela construção de um empreendimento de turismo no espaço rural.
Maria da Luz Dias Vieira	Particular	Parceiro promotor. O parceiro Maria da Luz Dias Vieira acompanha a candidatura Provere com a recuperação de duas casas em pedra para turismo rural na zona histórica de Sortelha.
Memória Viva – Sistemas de audioguias, Lda.	Empresa a criar	Parceiro Associado. Implementação de um sistema de audioguias na aldeia de Sortelha e em vários locais de Sabugal.
ADES – Associação Desenvolvimento Sabugal	Associação de desenvolvimento do concelho do Sabugal.	Parceiro Promotor. A ADES acompanha a candidatura Provere com a criação de um centro de apoio de apoio às artes e ofícios do concelho do Sabugal e apoio a unidades de turismo rural.
Luísa Charters	Particular	Parceiro promotor. A participação do parceiro Luísa Charters consiste no aproveitamento de uma casa inserida na muralha da aldeia histórica Sortelha.
Maria Benedita L.V.	Particular	Parceiro promotor. A participação do parceiro Maria Benedita L.V. consiste na construção de um Hotel rural Casa de Sto António.
José Frederico Pimentel	Particular	Parceiro promotor. A participação do parceiro José Frederico Pimentel, consiste na prestação de serviços de limpeza, às casas de turismo da zona de Sabugal.
Residencial D. Dinis	Alojamento hoteleiro situado em Trancoso	Parceiro promotor. A participação da Residencial D. Dinis neste projecto resulta da ampliação e requalificação da mesma.

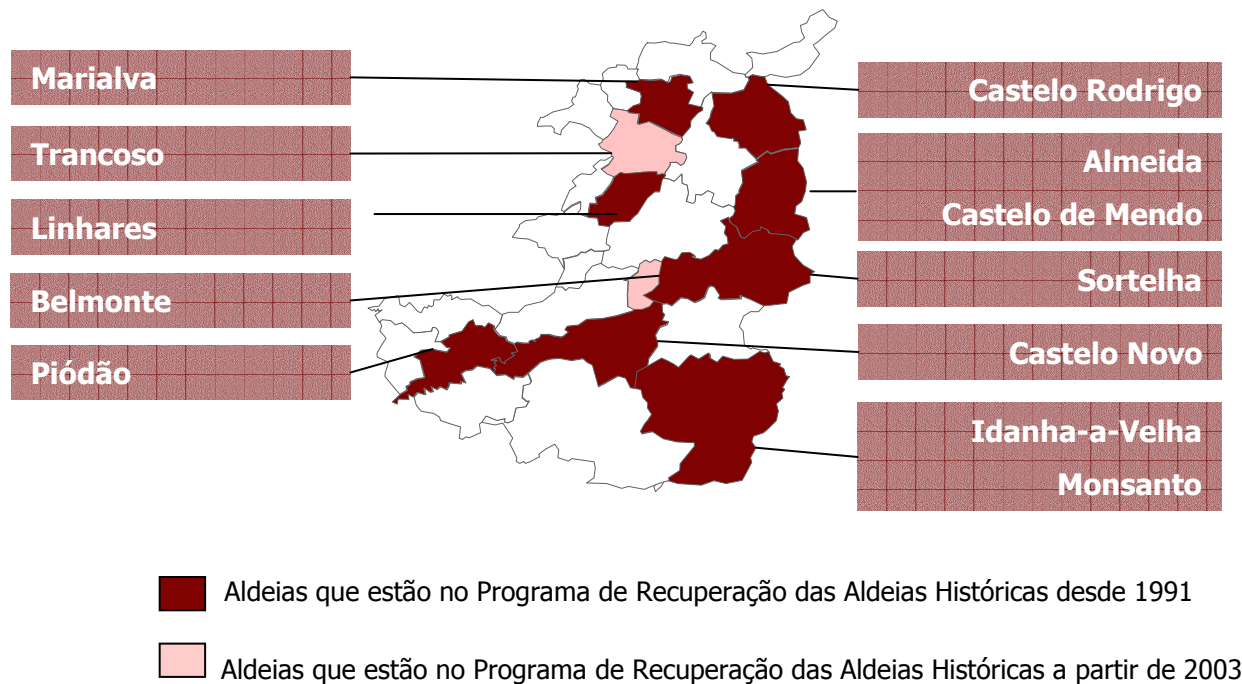
## **A.1. Actores e protagonistas**

Actores Privados		
Designação	Descrição	Missão no Provere
Planicôa, CRL	Cooperativa de planeamento e desenvolvimento rural, local e regional C.R.L	Parceiro promotor. A participação da Planicôa, CRL será na criação de indústrias culturais com efeito directo na atracção turística e indirecto na recuperação de actividades económicas regionais.
Sampaio e Melo Cabral Vinhos da Quinta Unip. Lda	Empresa de vitivinicultura	Parceiro promotor. A participação da Sampaio e Melo Cabral Vinhos da Quinta resulta do projecto de desenvolvimento de produtos e imagem associados à figura do Bandarra.
Paulo Mimoso	Particular	Parceiro promotor. Projecto particular para a abertura de um restaurante e uma loja de produtos locais.
Agostinho Rodrigues Albuquerque	Particular	Parceiro promotor. A participação do Sr. Agostinho Rodrigues Albuquerque consiste num projecto particular dum hotel rural e de uma "Tasquinha Serrana"

## A.2.Estratégia - Estratégia

## A.2. Estratégia

Um projecto com história



- Em 1987, iniciou-se o Programa de Recuperação das Aldeias Históricas, no qual estavam inseridas as aldeias de Almeida, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão e Sortelha. A este projecto foram acrescentadas em 2003 as aldeias de Belmonte e Trancoso.
- Este território tinha um conjunto de elementos que permitiam criar uma identidade comum às diversas Aldeias incorporadas no projecto: a história, a cultura e o património.
- Complementarmente a esta riqueza de recursos existiam realidades que era necessário contrariar. A desertificação humana e a perda de competitividade territorial eram variáveis que comprometiam a afirmação de um território já por si em desvantagem competitiva devido à sua interioridade.
- Depois de uma fase experimental iniciada no decurso do primeiro Quadro Comunitário de Apoio (QCA), é com o financiamento do QCA II, através do Programa do Potencial de Desenvolvimento Regional (PPDR), que surge o Programa de Recuperação das Aldeias Históricas. Estava criada a rede das Aldeias Históricas, com as dez aldeias atrás referidas.

## **A.2. Estratégia**

### Um projecto com história

- Face ao desafio e ambição que estavam subjacentes ao projecto, não foi possível concluí-lo durante aquele período de programação, pelo que no QCA III o projecto continuou a merecer um forte investimento público, agora através dos meios da Acção Integrada de Base Territorial (AIBT) de Dinamização das Aldeias, onde se destacava a Rede das Aldeias Históricas.
- Baseado em recursos fortemente identificados com o respectivo território, o projecto das Aldeias Históricas de Portugal centrou-se na recuperação do património edificado de reconhecido valor histórico, patrimonial e cultural, de modo a que este fosse dinamizado pelo seu uso turístico.
- Visava-se, pela via do turismo e das actividades que lhe estão conexas, a promoção do desenvolvimento sócio-económico da região, contribuindo para a retenção das camadas mais jovens no território e para o aumento da auto-estima das populações locais.
- Nos propósitos iniciais do projecto foi definido como pressuposto estratégico a cooperação entre o sector público e privado. Pautando a intervenção do sector público esteve sempre a preocupação em gerar as condições ideais para captar o interesse do sector privado em investir. No final, obteve-se como resultado um forte investimento na recuperação de património civil, religioso e militar, valorizando as Aldeias Históricas enquanto recursos estratégicos enquanto promotores do respectivo território.
- No entanto, aquele que tinha sido considerado como elemento fundamental para o sucesso do projecto – a captação de investimento privado – não foi plenamente alcançado. Vários factores se conjugam para este resultado, mas a verdade é que será ainda demasiado cedo para se avaliarem correctamente os reais efeitos de todo este investimento realizado nas aldeias. A actividade turística tem as suas dinâmicas próprias e demora tempo a afirmar-se.
- Em todo o caso, é inegável o impacto que as Aldeias Históricas continuam a produzir em muitos portugueses (e já bastantes estrangeiros). Parece-nos que a primeira batalha do projecto está ganha, se o avaliarmos no plano dos efectivos de visitantes anuais das aldeias. Isso deve-se, há que reconhecê-lo, ao empenho e determinação de várias entidades públicas, a nível central, regional e local.
- A CCDR Centro foi quem coordenou o projecto praticamente desde a primeira hora, a partir do momento em que os instrumentos de financiamento comunitário passaram a ser uma das variáveis mais sensíveis da complexa equação que foi, e é, a gestão do programa.
- O INATEL, porque também acreditou no projecto, acabou também por revelar-se uma entidade chave neste processo, especialmente na distribuição turística e de animação da Rede.



## **A.2. Estratégia**

### Um projecto com história

- Por fim, há que destacar ainda o papel das autarquias locais implicadas (municípios e freguesias), que souberam apostar no projecto de forma consistente e reiterada ao longo dos anos, o que nem sempre é politicamente fácil.
- Deste trabalho em parceria longo de mais de uma década, consolidou-se um projecto de reabilitação patrimonial exemplar e afirmou-se uma marca forte no território – as “Aldeias Históricas de Portugal”.
- Passados mais de 20 anos desde o seu início e, fazendo uma retrospectiva, importa destacar o investimento realizado na vertente do “hardware” da Rede, através da reconstrução e requalificação não só de patrimónios históricos e monumentais, mas também de fachadas e coberturas dos edifícios das aldeias - e bem como assim - de espaços públicos que servem os residentes.
- O esforço realizado na animação socioeconómica das aldeias também merece ser realçado. Sempre se pretendeu promover o envolvimento dos actores locais na promoção e animação turística da rede, pois disso dependia a sua transformação num efectivo produto turístico. Acreditava-se que dessa forma seria possível assegurar a futura sustentabilidade do projecto.
- Face aos modestos resultados obtidos em termos do “software” da Rede, não é a hora de questionar as necessidades de promoção e animação das Aldeias Históricas, bem pelo contrário, esses investimentos necessitam de ser continuados para produzir efeitos.
- Neste momento, a Rede das Aldeias Históricas concluiu a sua fase de lançamento do ponto de vista do “Produto Turístico”. A evolução do projecto no futuro passa por assegurar uma maior participação dos agentes regionais, públicos e privados, na exploração deste produto turístico.
- Para que as Aldeias Históricas alcancem aquele que era um dos seus principais propósitos - a consagração como produto turístico nacional de referência ao nível dos novos destinos do interior – será necessário interessar, mobilizar e fazer participar na dinamização e no governo do projecto cada vez mais agentes e recursos regionais.
- É perante este cenário que surge a Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal (ADTAHP), instrumento concretizado formalmente no final de 2008 e que têm como principal objectivo o desenvolvimento turístico da Rede das Aldeias Históricas.
- Nestas circunstâncias, há que actualizar os pressupostos do projecto e identificar novos instrumentos de gestão e operacionalização que favoreçam o aproveitamento de todo o investimento já realizado e, sobretudo, que permitam retirar os proveitos de um dos activos mais valiosos do projecto, presentemente a marca “Aldeias Históricas de Portugal”.

## **A.2. Estratégia**

Um projecto com história

### **Primeiro Momento: Lançamento Promocional**

**Projecto de iniciativa maioritariamente pública que pugnava pela valorização do património, da tradição e da cultura das aldeias históricas da Beira Interior**

**Administração Central**  
**Órgãos Regionalmente Desconcentrados**  
**Administração Local**



## **A.2. Estratégia**

### Uma nova parceria para gerir a rede das Aldeias Históricas

- A Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal (ADTAHP) veio ao encontro das necessidades de reafirmação do objectivo inicial do projecto “Aldeias Históricas de Portugal” – o desenvolvimento de um produto turístico-cultural de primeiro plano a nível nacional, como catalizador do desenvolvimento económico-social do território da Beira Interior.
- E é nesta perspectiva que a ADTAHP deve ser vista. Constituída, sob o patrocínio da CCDR-C, por um núcleo duro de agentes, públicos e privados, que se contam entre os mais dinâmicos da Rede, a Associação pretende assim contribuir para a valorização dos importantes investimentos realizados no passado - e continuados no presente - nas aldeias e relançar nesses mesmos agentes o espírito inicial de pertença e de cooperação ao abrigo de um projecto comum
- A Associação surge como instrumento de cooperação e ligação, entre agentes turísticos e outros agentes locais com negócios relevantes neste território, no quadro de parcerias estabelecidas ou a estabelecer, no sector privado, no sector público ou entre o sector público e o privado. Assim, as iniciativas conjuntas concretizadas no passado (Planos de Animação da Rede das Aldeias Históricas), que com o passar do tempo perderam dimensão e foco, poderão assim ser relançadas.
- Implicitamente, a Associação é constituída por vários agentes públicos e privados do território, com destaque para as autarquias e para alguns dos agentes privados mais emblemáticos na oferta turística da Rede.
- A ADTAHP pretende vir a desenvolver um papel relevante no desenvolvimento, afirmação e consolidação projecto. Aos agentes públicos interessa sobretudo a promoção do desenvolvimento económico-social dos respectivos territórios por esta via, enquanto que, mais prosaicamente, o que move os agentes privados é uma visão mais comercial dos assuntos relacionados com a dinamização desta Rede.
- Neste novo contexto, assume-se sem equívocos a importância estratégica do Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos (Provere) para afirmação da Associação e do projecto das Aldeias Históricas. Importa garantir o aproveitamento dos investimentos realizados até hoje nesta Rede - que sintomaticamente permitiram a criação de uma das marcas mais valorizadas no mercado turístico nacional e com representatividade internacional: as Aldeias Históricas de Portugal.
- É a ADTAHP, e a sua dimensão participativa, que está na base de uma nova ambição para a Rede das Aldeias Históricas de Portugal.

## **A.2. Estratégia**

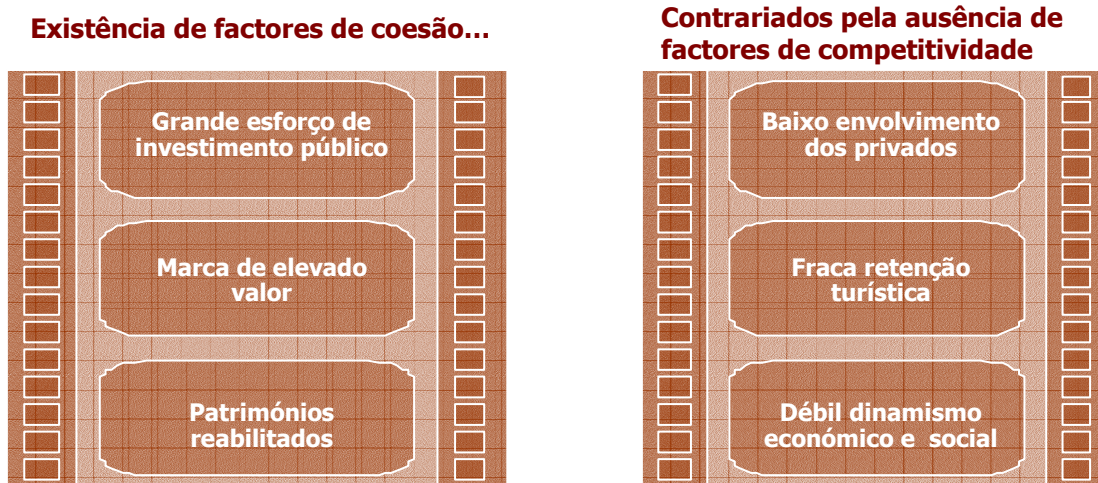
Uma nova parceria para gerir a rede das Aldeias Históricas



## **A.2. Estratégia**

A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

### **Problemática actual do desenvolvimento das Aldeias Históricas**



- A marca “Aldeias Históricas de Portugal” é um activo da Beira Interior e possui importância estratégica regional, e até nacional, pois trata-se de um produto turístico de interior dos mais procurados em Portugal.
- No entanto, a marca não tem sido vista como um activo estratégico, nem tão pouco tem sido apontada, como uma das mais importantes ferramentas para conseguir recentrar o projecto da Rede das Aldeias Históricas no propósito de contribuir para o desenvolvimento económico-social da Beira Interior. É pois necessário definir um novo modelo de gestão da marca.
- A Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal pretende ser o principal protagonista do novo paradigma que se oferece ao desenvolvimento do projecto das Aldeias Históricas. O Provere é uma grande oportunidade para concretizar esse desiderato.
- Este é o caminho: aproveitar o capital de notoriedade, de compromissos e de sinergias fundado no passado, numa perspectiva mais comercial, para corporizar um produto turístico mais atractivo e retentivo, para os residentes e para os potenciais investidores e visitantes.
- As Aldeias Históricas de Portugal, enquanto activos inimitáveis de um território marcante do imaginário português, devem ser agora postas ao serviço da oferta de bens e serviços transaccionáveis, geradores de riqueza e emprego.

## **A.2. Estratégia**

A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

A marca "Aldeias Históricas" tem reconhecimento nacional e internacional, mas não representa um produto turístico estruturado capaz de reter os turistas.

Para reter os turistas é necessário realizar a engenharia do produto "Aldeias Históricas", pelo cruzamento das variáveis:  
Produto / Tecnologia / Mercados.

**Fecho do ciclo do lançamento da  
Rota das Aldeias Históricas**

**Arranque do novo ciclo da exploração comercial da  
Rota das Aldeias Históricas**

**Modernidade**

**Inovação**

**Internacionalização**

## **A.2. Estratégia**

### A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

#### **Modernidade**

- A modernidade é um valor que deve estar presente no projecto da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, pois disso depende o sucesso no desafio da sua exploração comercial.
- Essa modernidade, é condição para que os serviços da "Rede" estejam em linha com as tendências actuais das procuras turísticas, gerando melhores oportunidades de negócio.
- Por outro lado, há que trazer para a gestão da "Rede" modelos de negócio mais modernos e capazes de promover lógicas de eficiência colectiva mais evidentes (Fundos de Investimento, Franchisings, etc.)

#### **Inovação**

- A Inovação, é outro valor que surge de mãos dadas com a dinamização comercial da Rede das Aldeias Históricas de Portugal. sendo promotora da atracção e retenção dos turistas.
- Por exemplo, importa dar continuidade ao desenvolvimento de aplicações multimédia capazes de cativar e surpreender aos visitantes, incorporando gráficos, texto, animação e som para criar uma experiência dinâmica e inovadora que cativa os visitantes. Estas animações mais dinâmicas promovem a retenção dos turistas, o que só pode ser visto como benéfico para a actividades e vivências das aldeias.
- Como valor do projecto, a inovação pode ter um papel relevante na transformação das aldeias em lugares mais vividos, como tal, mais acolhedores como plataforma de negócios.

#### **Internacionalização**

- A Internacionalização, é outro valor ao qual muito deverá a sustentabilidade futura da exploração comercial da Rede das Aldeias Históricas.
- Um projecto com as características deste deve aspirar a ter como mercado potencial o turismo cultural internacional, em especial o que valoriza mais as especificidades culturais locais.
- Contudo, a afirmação internacional da marca "Aldeias Históricas" terá que passar pela oferta de serviços mediadas por operadores turísticos especializados não baseados em Portugal.
- Uma aliança com as regiões espanholas de Castilla-léon e Extremadura para criar uma rede ibérica de aldeias históricas poderia proporcionar uma aliança estratégica com um fim comum: o maior reconhecimento internacional da marca "Rede das Aldeias Históricas de Portugal".

## **A.2. Estratégia**

### A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

- O Provere das Aldeias Históricas de Portugal, surge como uma oportunidade para aproveitar um trabalho realizado ao longo de duas décadas.
- Independentemente dos sucessos e dos fracassos desse trabalho, o objectivo da sustentabilidade não foi alcançado, pois o projecto continua muito dependente de apoios financeiros públicos em detrimento de receitas comerciais.
- A exploração comercial de uma Rede das Aldeias Históricas de Portugal é, pois, um desafio não somente para a ADTAHP e individualmente, para os seus associados, como também para o território da Beira Interior e dos seus agentes.
- Só em parceria, será possível colmatar o vazio herdado em termos de distribuição e comercialização turísticas. Existe uma procura real do território o que se traduz no reconhecimento dos seus recursos e do potencial necessário para a afirmação da Rede a nível nacional e internacional.
- Essa procura, porém, é actualmente, essencialmente excursionista, pelo que do ponto de vista comercial o grande desafio que se coloca à Rede, mais do que a atracção, é a retenção desses visitantes de molde a transformá-los em turistas, aumentando a despesa turística na região.
- Maior despesa turística, significa também mais rendimento disponível e mais empregos criados e mantidos neste território, concretizando-se dessa forma o objectivo inicial do projecto: o desenvolvimento económico-social da Beira Interior.
- Mas há mais. Se correctamente planeados esses factores de retenção, se devidamente enquadrados numa lógica de bem comum, geram despesa turística que pode (e deve) estar também ao serviço da sustentabilidade futura do projecto, gerando as receitas necessárias ao funcionamento auto-sustentado de uma estrutura de gestão colectiva da Rede.
- Tendo a ADTAHT sido criada para assumir esse papel, parece claro que entre as suas principais missões estará a criação de factores de retenção dos turistas na rede e o desenvolvimento de projectos comerciais próprios, que sejam capazes de gerar receitas para a ADTAHT a médio e longo prazo.
- Para isso, será necessário promover o envolvimento da iniciativa privada em moldes mais ambiciosos. É chegado, portanto, o momento certo de criar novas oportunidades de parceria público-privada que permitam alcançar os objectivos definidos no projecto inicial, provendo a Rede das Aldeias Históricas de um produto turístico mais moderno, mais inovador e mais internacionalizado, correspondendo assim melhor às expectativas dos mercados turísticos actuais, nacionais e estrangeiros.



## **A.2. Estratégia**

### A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

- Assim, será objectivo prioritário da Estratégia de Eficiência Colectiva, a geração de sinergias ao nível dos serviços turísticos oferecidos no âmbito do projecto das Aldeias Históricas de Portugal, tornando a Rede num produto turístico mais atractivo, mais valorizado e mais reconhecido pelos mercados.
- Desse modo, ao ser viabilizada a maior atracção e retenção de turistas, serão gerados mais rendimentos e empregos, o que não deixará de alavancar a criação de dinâmicas territoriais que facilitem a sustentação de outras iniciativas regionais e locais, que potenciem a afirmação do território, dos seus recursos e das suas gentes.
- O turismo é, sem dúvida, pela sua transversalidade e capacidade de mobilização, a actividade que mais poderá contribuir para alcançar os objectivos definidos no projecto. Há, portanto, que criar as condições para a afirmação da iniciativa turística, pública, privada ou público-privada.
- Só integrando territorialmente, promovendo lógicas de cross-selling e promovendo a criação de massa crítica de serviços turísticos é que será possível reter os turistas de forma eficiente. De outra forma será muito difícil criar propostas de valorização e dinamização da Rede que sejam simultaneamente promotoras de desenvolvimento sustentado do território de intervenção deste Provere.
- Isso significa que os agentes públicos e privados envolvidos na promoção da Rede das Aldeias Históricas têm que alterar hábitos, rotinas e idiossincrasias. A escala da aldeia, da freguesia e do município não garante eficiência nesse propósito, de reter os turistas e de prolongar essa retenção. Não quer isto dizer que esta escala de actuação local não seja também ela fundamental – o que se diz é que, sem integração supra-municipal e sem lógicas de produto transversais a toda a rede, dificilmente o projecto se dotará da inteligência organizacional e comercial, que os números de visitantes das aldeias hoje em dia já justificam.
- Com efeito, o número total de visitas das Aldeias Históricas, disponibilizado pelo INATEL, testemunha o peso actual da Rede em termos nacionais e internacionais. Em 2007, foram contabilizados, e só por esta entidade, cerca de 355.000 visitantes, na grande maioria nacionais (270.875 pessoas). Dos 84.327 visitantes estrangeiros assumem especial importância os mercados espanhol (com 52,3%) e francês (com 23,1%), demonstrando a importância do touring cultural e a vantagem em assumir uma lógica de itinerância, transversal à Rede.
- Sem essa efectiva estruturação turística do território e sem a dotação dessa inteligência organizacional e comercial, dificilmente a Rede das Aldeias Históricas poderá singrar nos mercados turísticos e atrair os segmentos de mercado que constituem a procura turística potencial de referência do projecto: o turismo cultural de motivações mais alternativas.

## **A.2. Estratégia**

A evolução da Rede das Aldeias Históricas de Portugal

### **Consolidar as “Aldeias” enquanto produto turístico**

Desenvolver o potencial existente em termos de Turismo Cultural, de Turismo de Natureza, de Turismo Activo e de Turismo Rural




### **DESAFIOS ACTUAIS**

### **“Agarrar” o território das Aldeias Históricas**

Investir na articulação existente entre as várias “Aldeias Históricas de Portugal” numa lógica de rede e de complementaridade com o respectivo território

Um ambiente mais favorável aos negócios turísticos da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, acabará por se repercutir positivamente noutros sectores de actividade do respectivo território

A Associação das Aldeias Históricas de Portugal, herdou um significativo capital de notoriedade materializado na respectiva marca



### **Estruturação comercial do produto turístico “Rede das Aldeias Históricas de Portugal”**

A eficácia do *Procurement* (apoio técnico, institucional e financeiro) da ADTAHP será crucial para o desenvolvimento da “Rede das Aldeias Históricas de Portugal”

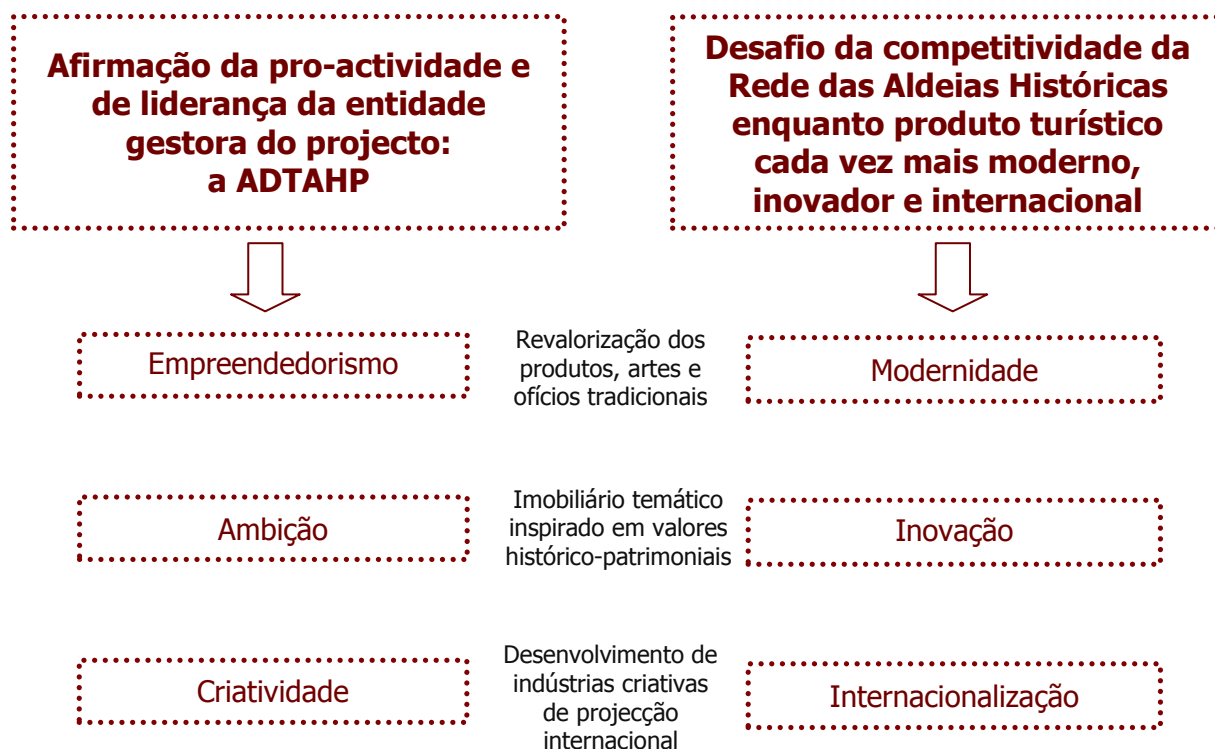
A afirmação do projecto será cada vez mais exigente, da capacidade de integrar regionalmente, promover o crossselling e obter massa crítica para actuar nos cada vez mais competitivos mercados turísticos internacionais

## **A.2. Estratégia**

Os factores críticos de sucesso do Provere das Aldeias Históricas de Portugal

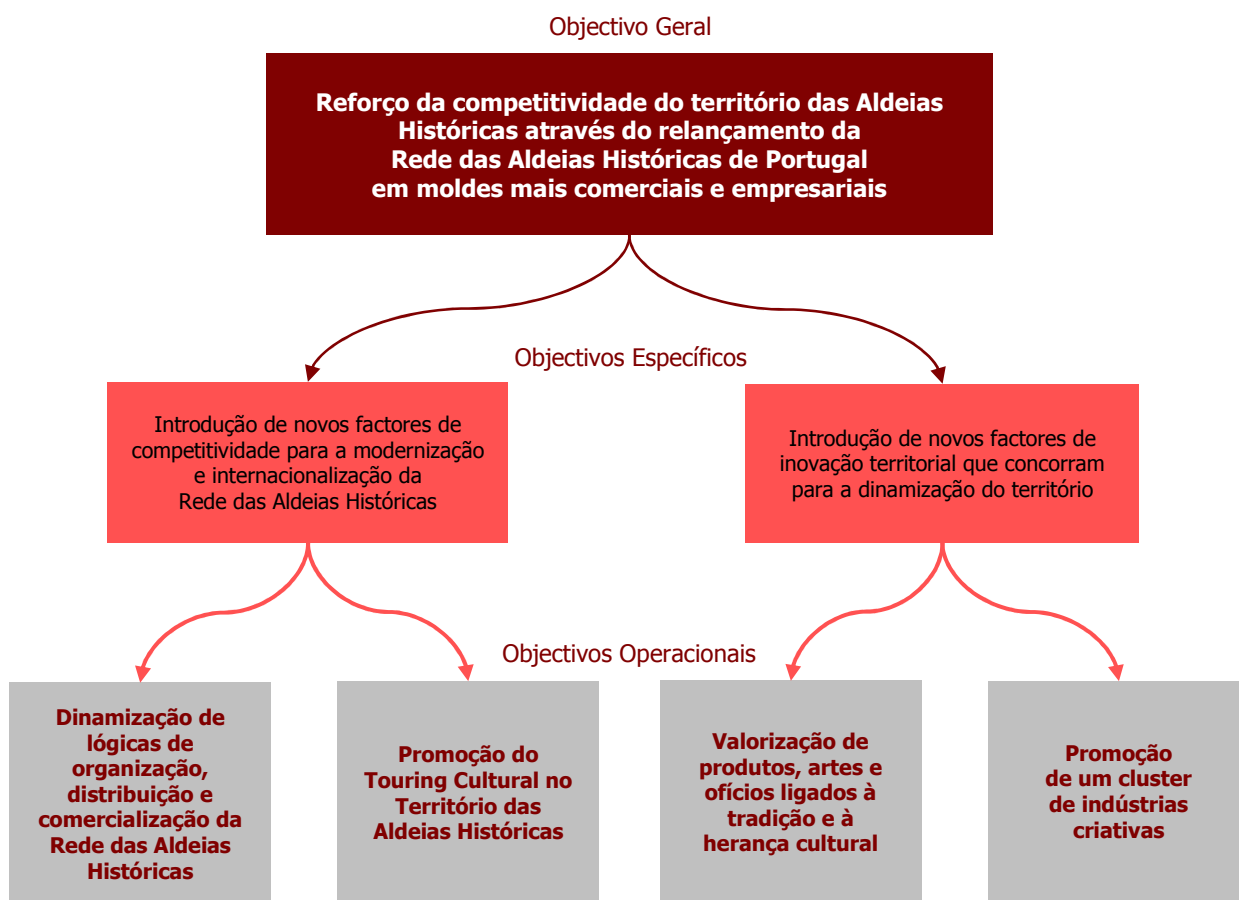
- O sucesso da concretização deste Provere, dependerá muito da postura pró-activa e liderante que a ADTAHP souber imprimir na concretização dos seus objectivos e no comprometimento dos diversos parceiros promotores envolvidos no respectivo consórcio.
- Encara-se este Provere, como a oportunidade de protagonizar um momento de viragem, de alteração de paradigma, para todos os parceiros envolvidos no projecto até à data.
- Uma nova dinâmica, um novo desafio será colocado - e a sua concretização será a integração territorial de um produto, no que até agora foi uma mescla de visitas, serviços e propostas fragmentadas, unidas sob a mesma marca.
- No entanto é crucial a identificação das variáveis estratégicas que permitirão a materialização do projecto:

### **Factores Críticos de Sucesso**



## **A.2. Estratégia**

### Árvore de Objectivos de Intervenção do Provere Rede das Aldeias Históricas



## **A.2. Estratégia**

### Árvore de Objectivos de Intervenção do Provere Rede das Aldeias Históricas

#### **Objectivo Geral**

- Ao longo dos últimos anos, as Aldeias Históricas beneficiaram de uma ambiciosa confluência de investimentos públicos que cobriram um vasto leque de intervenções, desde as redes de infra-estruturas à requalificação urbana, passando pela valorização patrimonial.
- Fruto desta concentração de esforços públicos, os núcleos históricos das aldeias intervencionadas viram o seu potencial paisagístico, cultural e turístico aumentar de forma muito significativa.
- Acrescente-se a isto o esforço de promoção e de animação realizados e o intrínseco significado histórico destas aldeias e facilmente se concordará que a Rede das Aldeias Históricas estava destinada a ser um projecto de grande notoriedade nacional e mesmo internacional.
- Não obstante esse sucesso, a notoriedade das Aldeias Históricas não garante por si só a sustentabilidade do projecto. Para isso, mais importante que atrair muitos visitantes é demonstrar a capacidade para retê-los e, assim, gerar condições para aumentar a despesa turística na região, criando riqueza e emprego nas aldeias e no seu entorno.
- Neste contexto, o Programa de Valorização Económica de Recursos Específicos (Provere) surge como uma janela de oportunidade, para experimentar uma estratégia de eficiência colectiva que sustente o **reforço da competitividade do território das Aldeias Históricas através do relançamento da Rede das Aldeias Históricas de Portugal em moldes mais comerciais e empresariais.**
- A missão é complexa, mas necessária, quando se quer potencializar o investimento público/privado realizado e abrir novas janelas de oportunidade de desenvolvimento económico-social para o território.
- Perspectiva-se que o Provere das Aldeias Históricas de Portugal, venha a criar condições operacionais para concretizar a distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas de Portugal junto dos seus mercados turísticos, convencionais e alternativos.
- Por tudo isto, a palavra de ordem é o trabalho em rede: criar linhas de produtos transversais às aldeias que permitem enriquecer a oferta turística da Rede, atrair mais investimentos e iniciativas turísticas públicas e privadas, fomentar novas engenharias de produto turístico, estimular as complementaridades dos serviços turísticos com outras actividades do território, estejam elas ligadas à tradição ou à modernidade...

## **A.2. Estratégia**

### Árvore de Objectivos de Intervenção do Provere Rede das Aldeias Históricas

#### **Objectivo Específicos e Operacionais**

- Consubstanciando o objectivo geral, são definidos neste Provere dois objectivos específicos.
- O primeiro respeita à **Introdução de novos factores de competitividade para a modernização e internacionalização da Rede das Aldeias Históricas**.
- Projecta-se um trabalho de fundo para a criação de um produto turístico-cultural de base territorial com base nos recursos, nos meios e nas vontades congregadas em torno da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.
- No fundo, pretende-se valorizar um trabalho já realizado através da introdução de novas lógicas de organização, distribuição e comercialização do produto turístico "Aldeias Históricas". Este trabalho é necessário para garantir ao projecto um posicionamento turístico competitivo em relação aos demais produtos oferecidos internamente, no seio da região Centro, mas também em termos nacionais.
- Apesar de ser inquestionável o valor da marca "Aldeias Históricas", se o virmos numa dimensão puramente turística, há que reconhecer que ainda há muito a fazer para assegurar a capacidade competitiva da Rede das Aldeias Históricas no panorama nacional e internacional.
- Este objectivo dá lugar aos seguintes objectivos operacionais:
  - Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas;
  - Promoção do *Touring* Cultural no Território das Aldeias Históricas.
- O segundo objectivo específico prende-se com a **Introdução de novos factores de inovação territorial que concorram para a dinamização do território das Aldeias Históricas**, correspondendo àquele que sempre foi o propósito inicial do projecto: colocar o turismo ao serviço do desenvolvimento do território das Aldeias Históricas.
- Este objectivo traduz a preocupação em introduzir lógicas de recuperação e valorização da tradição e da herança cultural do território, mas também em fomentar o aparecimento de novas oportunidades no campo das artes, da moda e do design, aproveitando o interesse que as Aldeias Históricas sempre suscitaram junto dos criadores nacionais.
- Este objectivo perspectiva a existência de outros dois objectivos operacionais:
  - Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural;
  - Promoção de um cluster de indústrias criativas.

## **A.2. Estratégia**

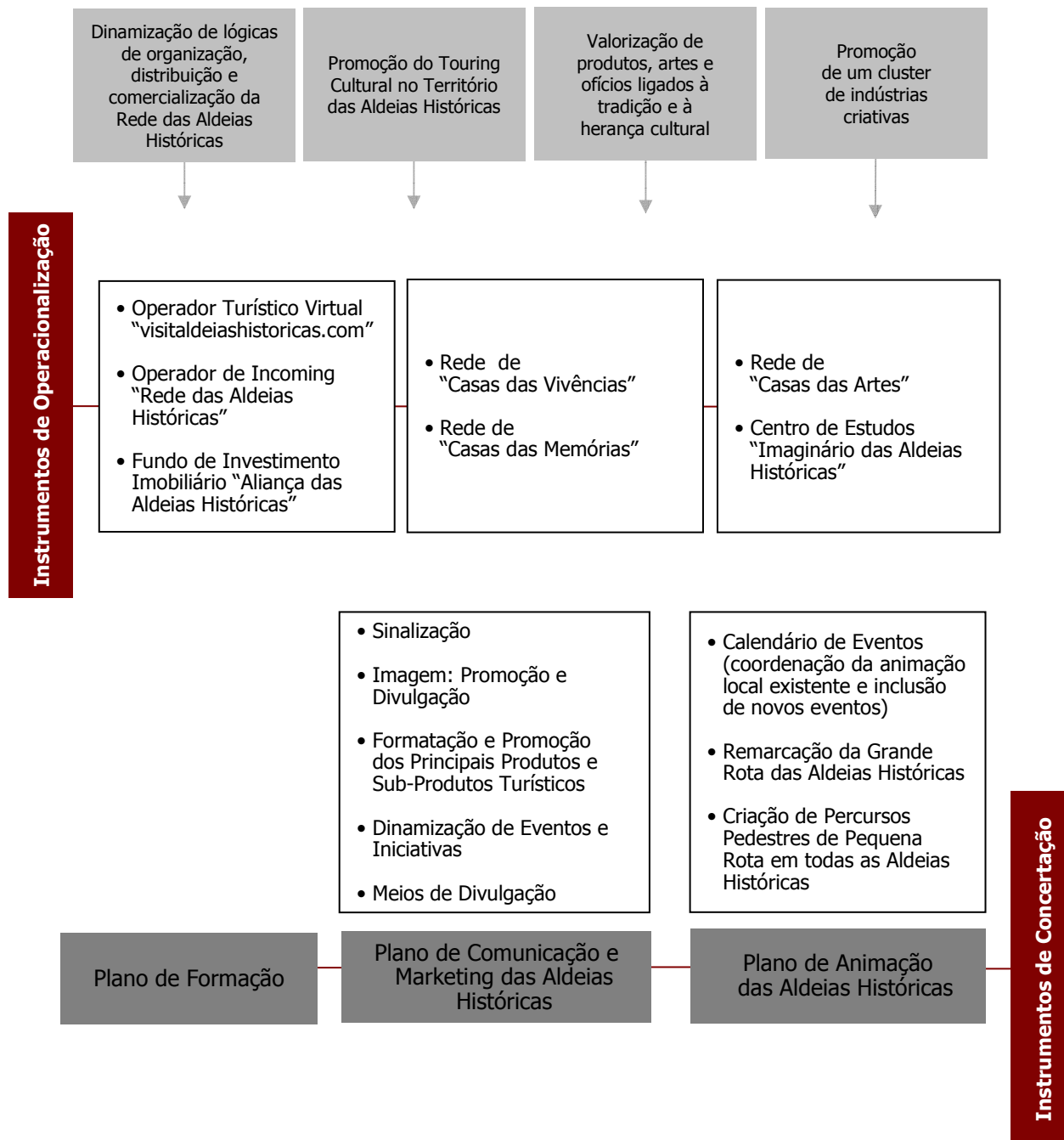
### Instrumentos da Estratégia

- Os instrumentos da estratégia, são veículos colectivos privilegiados de concretização dos objectivos operacionais da Estratégia de Eficiência Colectiva da Rede das Aldeias Históricas:
  - Introdução de novos factores de competitividade para a modernização e internacionalização da Rede das Aldeias Históricas;
  - Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas;
  - Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural;
  - Promoção de um cluster de indústrias criativas.
- Pela abordagem Provere, estes quatro objectivos seriam assumidos essencialmente pela iniciativa privada. No entanto, para criarmos condições de eficiência à estratégia colectiva aqui proposta, há necessidade de enquadrar um conjunto de instrumentos que permitam aos parceiros envolvidos neste Provere reunir meios, recursos e vontades para concretizar intenções que dificilmente poderiam ser promovidos apenas pela iniciativa privada: são os chamados **instrumentos da estratégia**.
- Seja, porque possuem um carácter marcadamente estruturante numa lógica de funcionamento em rede, pois prosseguem fins de manifesto interesse colectivo, ou porque não oferecem um fundamento comercial susceptível de interessar os privados, a verdade é que os instrumentos da estratégia acabam por ser o plano de actuação privilegiado do promotor deste Provere: a ADTAHP.
- Neste sentido, a concretização destes instrumentos é simultaneamente uma oportunidade para "oferecer" a esta entidade um projecto associativo promotor da dinamização da Rede das Aldeias Históricas de Portugal sem comprometer, e até potenciar, a sua sustentabilidade.
- Por outro lado, há que reconhecer que os instrumentos de estratégia que seguidamente serão propostos interessam de forma diferente ao sector público e ao privado. Por essa razão, distinguiram-se dois tipos de instrumentos de estratégia:
  - Os Instrumentos de Concertação Estratégica, de menor pendor comercial;
  - Os Instrumentos de Operacionalização da Estratégia, mais comerciais.
- Os **Instrumentos de Concertação Estratégica** destinam-se a concretizar plataformas de colaboração credíveis e fiáveis entre os agentes públicos e os agentes privados, sejam eles internos ou externos à região. São instrumentos de carácter eminentemente transversal.
- Quanto aos **Instrumentos de Operacionalização da Estratégia**, estes procuram responder a necessidades comerciais identificadas no quadro da gestão colectiva da Rede das Aldeias Históricas, gerando oportunidades de negócio capazes de atrair os privados.
- Tanto num caso como no outro, caberá sempre à Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal o papel dinamizador dos instrumentos.

## A.2. Estratégia

### Instrumentos de Estratégia

#### Rede das Aldeias Históricas de Portugal





## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Operacionalização

- No que se refere aos objectivos operacionais de **Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas** e de **Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas** são propostos os seguintes instrumentos:
  - Criação de Operador Turístico Virtual (*www.visitaldeiashistoricas.com*);
  - Constituição do Operador de Incoming (*Rede das Aldeias Históricas*);
  - Constituição de Fundo de Investimento Imobiliário (*Aliança das Aldeias Históricas*);
- Em relação ao objectivo operacional de **Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural**, verificou-se que era necessária a existência de uma estrutura que pudesse valorizar os produtos e as artes e saberes locais, promovendo novas formas de distribuição e comercialização, deste modo definiu-se:
  - Criação da Rede "*Casas das Vivências das Aldeias Históricas*";
  - Criação da Rede "*Casas das Memórias das Aldeias Históricas*".
- No que diz respeito ao objectivo operacional de **Dinamização de um cluster de indústrias criativas**, verificou-se no território a ausência de *know-how* específico, pelo que se propõe que o Provere contribua para promover e enquadrar os investimentos públicos e privados que vão surgindo desgarrados neste território, fundamentalmente através:
  - Criação da Rede "*Casas das Artes das Aldeias Históricas*";
  - Criação do Centro de Estudos "*Imaginário das Aldeias Históricas*" que alimentará a produção de conteúdos para a Rede das Aldeias Históricas de Portugal, renovando os valores e votos históricos e culturais de outrora.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Operador Turístico Virtual**

- A estratégia de eficiência colectiva da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, deve responder às mudanças globais que estão a ser experimentadas pela indústria do turismo e estar à altura de uma realidade interna e externa cada vez mais competitiva e concorrencial, também em termos do segmento do turismo cultural.
- Correspondendo a este desafio, projecta-se a criação de um portal electrónico de orientação comercial especializado no desenvolvimento e comercialização dos serviços turísticos emanados da Rede das Aldeias Históricas de Portugal e seu território adjacente, doravante designado **visitaldeiashistoricas.com**.
- O Operador Turístico Virtual (OTV), no plano comercial, é uma referência de *benchmarking* que se quer adoptar na Rede das Aldeias Históricas de Portugal. Pretende-se desenvolver uma plataforma de cooperação territorial aberta a entidades públicas e privadas irmanadas pelo mesmo objectivo: aproveitar a notoriedade da marca “Aldeias Históricas” para organizar, distribuir e comercializar os produtos e serviços turísticos prestados no quadro da Rede.
- O OTV permite integrar serviços turísticos de uma forma mais dinâmica e directa. No limite, o potencial visitante/turista poderá compor o detalhe do seu pacote turístico, dadas as potencialidades da plataforma digital em matéria de interactividade. O crossselling dos serviços turísticos prestados nas aldeias históricas será assim mais fluido e poderoso, o que constitui um contributo decisivo em matéria de aumento de competitividade da Rede, também pela compreensão que permite ao cliente final obter, do produto que está a comprar.
- A gestão da marca turística “Aldeias Históricas” será mais incisiva e dinâmica, pois passará a assentar num modelo empresarial baseado no comércio electrónico, em que passará a premiar os parceiros envolvidos financeiramente no projecto (relação custo-benefício)
- A concertação em torno de uma estratégia de distribuição e comercialização turísticas on-line, não pode ser iniciada eficazmente sem a efectiva responsabilização dos parceiros da Rede. Necessita ainda do “buy-in” dos aderentes ao operador para que se torne uma realidade.
- Todavia, a boa cooperação entre os parceiros da Rede irá criar condições para aumentar o reconhecimento da marca e dos produtos e serviços turísticos que lhe estão associados, gerando economias de escala efectivas e uma valorização dos activos turísticos das Aldeias Históricas que vai muito para além do que permitem as abordagens individualizadas.
- Por outro lado, para cada parceiro aderente, decorrem evidentes vantagens da colaboração colectiva num Operador Virtual, desde logo na criação de novas oportunidades de negócio, na valorização dos recursos turísticos regionais e no reforço da competitividade e da sustentabilidade das operações turísticas dos agentes envolvidos.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Operador Turístico Virtual**

- Os operadores de negócios turísticos envolvidos no Provere, sentem que a distribuição e comercialização turísticas são das maiores lacunas da Rede de Aldeias Históricas e reconhecem virtualidades na lógica OTV, pelo que estão empenhados em contribuir para o seu sucesso.
- A plataforma de distribuição e comercialização turística virtual facilita aos parceiros o acesso directo ao cliente final, aproveitando a notoriedade da marca “Aldeias Históricas”.
- Por outro lado, ao autorizar uma grande interactividade entre os prestadores de serviços turísticos e os potenciais clientes, premeia-se a permanente actualização de condições e conteúdos dos parceiros mais empenhados e conquistam-se os turistas com propostas adequadas às flutuações, tendências e exigências dos mercados.
- A plataforma poderá passar a ser o canal privilegiado de distribuição e comercialização das “Aldeias Históricas”, permitindo a venda directa de packaging ou de partes constituintes da oferta turística regional (na esfera dos parceiros associados – link-linkages).
- Este canal permitirá aos seus parceiros, estejam ou não presentes na web, aceder aos mercados turísticos virtuais, aproveitando o maior potencial de visibilidade que oferece um portal comercial associado a uma marca turística forte como é o caso. Através desta plataforma, o cliente pode efectuar a compra ou a reserva de serviços propostos no âmbito da organização das Aldeias Históricas de Portugal.
- Longe de ser uma ferramenta tecnológica ao serviço do trade turístico, o OTV é sobretudo um modelo de negócio sem precedentes nacionais, aproveitando o consórcio do Provere como base de um modelo participativo essencial à viabilização do operador enquanto negócio. Ora, isto só é possível quando a ferramenta digital está ao serviço dos prestadores dos serviços turísticos presentes no território.
- Os serviços cometidos ao OTV - *Aldeias Históricas* são os seguintes:
  - Integração, distribuição e comercialização do produto regional: crossselling;
  - Coordenação de esforços individuais para maximizar sinergias da oferta turística da Rede;
  - Gestão colectiva da marca turística “Aldeias Históricas” no âmbito da estratégia de marketing definida.
- Para concretizar todas as vertentes deste projecto, a ADTAHP propõe-se a constituir a curto prazo o veículo empresarial que garantirá os investimentos necessários à promoção da ideia, devendo isso ser precedido de um estudo de desenvolvimento e viabilidade do OTV.
- Lançado o negócio, a exploração comercial do OTV poderá ser concessionada a uma empresa especializada na operação turística comercial (Operador Turístico credibilizado no mercado).
- A empresa Y-Dreams assume como parceiro um papel relevante, responsabilizando-se pelo trabalho de fornecimento e montagem de hardware e pela elaboração de software.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Operador de Incoming**

- Em resposta às debilidades sentidas por parte dos agentes turísticos do território da Rede das Aldeias Históricas, será criado um Operador de Incoming com o objectivo de organizar, concentrar e dinamizar as operações turístico-comerciais de carácter colectivo, no âmbito da Rede das Aldeias Históricas.
- Garante-se deste modo um instrumento operacional responsável pela engenharia do produto turístico regional, um factor relevante para que se possam gerar mais-valias comerciais com base no potencial turístico endógeno.
- Este instrumento compreende dois planos hierárquicos, a Rede (“chapéu”) e as Aldeias (“base”):
  - Ao nível da Rede assume-se a existência de uma dimensão de incoming “colectivo” das Aldeias Históricas, criado no back-office do Operador Turístico Virtual. A Fundação INATEL é o parceiro estratégico da Associação nesta tarefa;
  - Prevê-se também a criação de lógicas de incoming individualizadas por aldeia, a desenvolver com base na rede de “Casas das Vivências das Aldeias Históricas” – espaços turístico-comerciais multifuncionais que podem também assegurar o encaminhamento turístico. Estas estruturas descentralizadas do Operador de Incoming funcionarão como o elo de ligação entre o visitante e cada aldeia.
- Os serviços acometidos ao Operador “**Rede das Aldeias Históricas**” serão os seguintes:
  - Organização de serviços turísticos próprios, assumindo uma vertente de agente de animação turística com autonomia relativamente aos actores turísticos regionais;
  - Coordenação das acções dos parceiros da estratégia de eficiência colectiva para assegurar a estruturação e integração das respectivas ofertas turísticas, proporcionando serviços turísticos mais completos e complexos;
  - Transferência de informação relevante pelos parceiros associados;
  - Planeamento da animação turística da Rede, em articulação com os parceiros e os agentes de animação local.
- A ADTAHP propõe-se a constituir, também no curto prazo, o veículo empresarial que garantirá o desenvolvimento da ideia, devendo isso ser precedido de um estudo de desenvolvimento e viabilidade. Este veículo poderá coincidente com o criado para o OTV.
- A exploração comercial do Operador “Rede das Aldeias Históricas” ao nível da Rede poderá também ser concessionada a uma empresa especializada. Já os operadores de *Incoming* das aldeias ficarão dependentes da forma como eles se vierem a relacionar com a ADTAHP, sendo de admitir aqui uma grande flexibilidade para ir de encontro aos modos de organização escolhidos em cada aldeia. Em todo o caso, esses operadores locais de receptivo poderão vir a assumir o papel de delegações da ADTAHP nas aldeias.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Operacionalização: Fundo de Investimento Imobiliário

- A criação do Fundo de Investimento Imobiliário “**Aliança das Aldeias Históricas**” pretende contribuir para a recuperação e reconversão de um conjunto imobiliário de assinalável valor patrimonial, em virtude da sua valia histórica, cultural ou mesmo paisagística.
- Propõe-se assim criar um instrumento que venha a reunir recursos para a recuperação e valorização do edificado patrimonial da Rede, providenciando a existência de meios financeiros que possam por sua vez ser aplicados na reabilitação e conservação do imobiliário identificado.
- Pretende-se, no fundo, tomar posições estratégicas no desenvolvimento do imobiliário de valor local, reconvertendo-o para fins turísticos e comerciais. Prevê-se duas fases de trabalho;
  - A fase de **Subscrição** – as Câmaras Municipais comprometem-se a subscrever no fundo os activos patrimoniais municipais das aldeias, que perfaçam o valor mínimo que venha a ser ditado pela viabilidade e sustentabilidade do instrumento a criar. Prevê-se que possam também ser aceites subscrições de patrimónios privados das aldeias, desde que fique demonstrado o seu interesse estratégico para o fundo. Por outro lado, poderá haver a subscrição de unidades de participação no fundo de empresas ligadas aos ramos do imobiliário, do turismo e das finanças. Essas subscrições privadas deverão ser realizadas com base em liquidez, o que irá contribuir para realizar os investimentos necessários à valorização dos activos subscritos.
  - A fase da **Exploração** – a acometer a uma sociedade gestora de fundos, que fará uso de vários instrumentos de negócio: compra, reabilitação e colocação de activos devolutos nas aldeias; reutilização - com fins turísticos e comerciais - de património relevante sem uso actual; e criação de novas fileiras de negócio transversais à Rede das Aldeias Históricas. Do arrendamento/exploração/venda desses activos gerar-se-á a liquidez necessária à remuneração do Fundo.
- Em concreto serão contratualizadas pelo menos três novas áreas de negócio no quadro da Rede das Aldeias Históricas:
  - **Fileira de imobiliário turístico-cultural** – que virá a corresponder ao investimento em nas redes de “Casas das Memórias” e de “Casas das Artes”;
  - **Fileira de imobiliário turístico-comercial** – traduzindo-se na criação da rede de “Casas das Vivências”;
  - **Fileira de imobiliário patrimonial** – recuperação, com fins comerciais, do edificado tradicional de acordo com técnicas tradicionais e sustentáveis.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Fundo de Investimento Imobiliário**

- A revitalização de activos patrimoniais sem uso ou devolutos nas aldeias - mas que apesar de tudo podem oferecer um interesse estratégico (por exemplo, porque viabiliza a criação na aldeia de um novo espaço turístico-cultural) - poderá gerar benefícios de grande valia para toda a rede:
  - Gera receitas – portanto, cria potenciais vantagens económicas e sociais (emprego);
  - Contribui para a afirmação de linhas de produtos em rede que vão consubstanciar a própria Rede das Aldeias Históricas de Portugal;
  - Melhora a qualidade urbanística e paisagística das aldeias históricas;
  - Poderá dar um importante contributo para a renovação das práticas sociais. Por exemplo, do ponto de vista pedagógico, o projecto de reabilitação e reorientação funcional do património poderá alavancar o desenvolvimento de linguagens arquitectónicas mais sensíveis às preocupações de salvaguarda patrimonial e a indução de novos usos do próprio património.
- Parece ser evidente que a existência e sustentabilidade deste Fundo não será exequível sem uma parceria com uma entidade financeira nacional credível, eventualmente a mesma que gere o Fundo, de molde a garantir a captação do interesse dos potenciais investidores.
- Estima-se que um Fundo Fechado na Rede das Aldeias Históricas possa ser criado com um investimento mínimo de 10 milhões de euros – operacionalizados através de unidades de participação – contando, no mínimo, com uma participação de cada uma das 10 Câmaras Municipais com aldeias históricas, através da entrada de património avaliado em média em 1 milhão de euros.
- Este dossier deverá ser previamente estudado do ponto de vista das avaliações, da constituição e da viabilidade, de forma, a garantir um equilíbrio entre a rentabilidade do fundo e a capacidade de manter interessantes (competitivas) as rendas a pagar pelos arrendatários ou os valores a liquidar pelos compradores.
- Prevê-se que o Fundo de Investimento Imobiliário venha a ser criado apenas a longo prazo, sendo os próximos anos cruciais para o seu estudo e viabilização.
- O Fundo deverá incidir apenas em activos pertencentes às aldeias históricas, posicionando-se no mercado de uma forma extremamente temática, o que o protegerá mais das flutuações dos mercados financeiro e imobiliário.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Operacionalização: Rede de “Casas das Vivências”

- As aldeias históricas são, no nosso imaginário colectivo, espaços de vivências, espaços de encontro com a história, com as gentes, connosco próprios se o procurarmos. Após a revitalização física de que foram alvo, surge agora a necessidade de criar nelas espaços amigos do visitante, com tudo o que essa ideia simples comporta.
- Propõe-se, para esse efeito, a criação de uma rede de espaços turístico-comerciais que se designaram de “Casas das Vivências” e são considerados projectos estruturantes. O nome é sugestivo da função que desejavelmente desempenharão: lugares que são simultaneamente a porta de entrada das aldeias, a bússola dos visitantes que nelas desejam perder-se, mas também espaços de lazer e criatividade, lugares de encontro com as gentes, as tradições e os espíritos dos lugares.
- Serão as Casas das Vivências que permitirão ao visitante, de forma muito individual, vivenciar e explorar as aldeias e o seu entorno, ao concentrarem, num mesmo espaço físico, várias valências, nomeadamente:
  - **Ponto de Informação Turística:** o espaço oferece a informação necessária à estadia dos visitantes na aldeia e região da Rede das Aldeias Históricas. Esta informação deve incluir a oferta de alojamento, restauração, actividades de lazer, atracções histórico-culturais, roteiros turísticos existentes, etc.;
  - **Espaço de convívio e degustação:** espaço de convívio onde o visitante pode degustar os tradicionais produtos locais e onde decorrem várias actividades, desde provas culinárias a confecção de iguarias. Neste âmbito, podem ser realizadas, por exemplo, acções de divulgação e formação, ateliers e provas dirigidas a todos aqueles que queiram saber mais sobre gastronomia, doçaria, vinhos, azeites e outros produtos regionais;
  - **Espaço de Comercialização de Produtos, Artes e Ofícios das Aldeias Históricas:** palco vivo do que de melhor se produz no territórios das Aldeias Históricas, este é o espaço privilegiado de venda directa de produtos locais (artesanato, produtos agro-alimentares, etc.) e de revelação dos novos produtores da região;
  - **Espaço Interactivo de Animação:** a “Casa das Vivências” acolherá também um espaço de animação lúdico-pedagógico interactivo que se suporta nas novas tecnologias de informação. Serão instalados neste espaços instrumentos com conteúdos tecnológicos que abordarão, por exemplo, a história individualizada de cada Aldeia Histórica (por exemplo, utilizando a lenda de uma aldeia para a transformar na temática da animação);
  - **Espaço de Recepção do Incoming da aldeia e da Rede das Aldeias Históricas:** Cria-se nas “Casas das Vivências” o balcão único onde está centralizada a gestão (obtenção de informação, realização de reservas, encaminhamento dos hóspedes aos quartos, serviços comuns, etc.) do Incoming das Aldeias Históricas e da respectiva Rede.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Operacionalização: Rede de “Casas das Vivências”

- Uma nota especial sobre o espaço de comercialização de produtos, artes e ofícios tradicionais, pelas particularidades que reveste. Ao defendermos a existência de expositores para venda de produtos e serviços tradicionais nas “Casas de Vivências” consideramos a necessidade de criar previamente a organização logística (**back office**) e comercial (portefólio de produtos a comercializar, merchansing e certificação) que suportará os novos pontos de venda. Isso passa, por exemplo, por criar uma central de compras para os produtos a associar às “Aldeias Históricas de Portugal”.
- Por outro lado, devem ser desenvolvidos esforços para a coordenação de acções que envolvam os parceiros locais e regionais no que diz respeito à estruturação de um **portefólio** dos melhores produtos, artes e ofícios tradicionais que oferece o território das Aldeias Históricas e no que toca à distribuição desses produtos, facilitando aos produtores e suas organizações o acesso a redes comerciais especializadas em produtos de mercearia fina.
- Para além dos produtos locais é importante criar um catálogo de **merchandising** sob a marca “Aldeias Históricas”, que passe a criar valor e notoriedade em termos da sua comercialização.
- Complementarmente, o trabalho de distribuição e comercialização deve ser precedido pela criação de um **sistema de certificação** que garanta que os produtos expostos são reconhecidos, para além do seu valor intrínseco e autenticidade, sob a marca “Aldeias Históricas”. Esta iniciativa implica, por conseguinte, a criação de uma ferramenta que garanta a origem e qualidade dos produtos, artes e ofícios do território das Aldeias Históricas de Portugal, incluindo também a rotulagem e acondicionamento/embalagem dos artigos.
- A certificação desses produtos locais será também um meio de promoção da Rede das Aldeias Históricas, através da associação a uma imagem de qualidade na origem. Este processo de certificação deverá ser alcançado pelo cumprimento dos requisitos definidos que garantirão a qualidade dos produtos distribuídos pelas “Casas das Vivências” e, porventura, junto de agentes turísticos entretanto associados a esta iniciativa.
- O não cumprimento das normas e requisitos pelos produtores locais podem ser punidos com a perda do *label* “Aldeias Históricas” e com a exclusão do produto ou do serviço do cabaz recomendado. A concepção e a implementação destes processos de certificação devem ser acompanhados por uma entidade com know-how na área.
- Este serviço de comercialização de produtos certificados nas “Casas de Vivências” implica também a criação de uma Central de Compras - uma plataforma para aquisição, concentração e distribuição de produtos nas “Casas de Vivências” e agentes do território com interesse na iniciativa.



## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Operacionalização: Rede de “Casas das Vivências”

- Deve ser estudada a evolução desta plataforma para a transformação primária desses produtos, por exemplo, em termos de embalagem (pode vir a ser requisito para a atribuição do *label* “Aldeias Históricas”).
- Para concretizar este projecto de criar uma Rede de “Casas de Vivências”, as Câmaras Municipais devem constituir um veículo empresarial que reúna as condições de base para o seu lançamento. Todo o investimento (material, administrativo e humano) envolvido na prossecução deste projecto deverá ser devidamente acautelado num estudo a assumir pela Associação da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.
- A exploração comercial dos produtos tradicionais no lugar de comercialização dos espaços “Casas de Vivências” será acometida aos franchisados que vierem a ser concessionados.
- A integração dos diferentes produtos e actividades certificadas em acções de animação e nos *packages* turísticos é portadora de mais-valias para o Território da Rede das Aldeias Históricas uma vez que valoriza produtos regionais, dinamiza as actividades tradicionais e promove a marca “Rede das Aldeias Históricas de Portugal” nos mercados nacionais e internacionais. A animação e os *packages* turísticos mobilizarão os produtores para a certificação dos produtos e actividades, potenciando os canais de distribuição e fomentando a realização de parcerias (*franchisados*/distribuição).
- Refira-se, por fim, que a criação do franchising “Casas de Vivências” obrigará à coordenação de esforços com os parceiros associados para o desenvolvimento de estratégias de afirmação, comercialização e promoção das diferentes ofertas disponíveis nestes espaços, que vão desde a venda de produtos, às dinâmicas de animação virtuais, à cedência de informação turística ou à possibilidade de degustação.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Rede de “Casas das Memórias”**

- Pela inevitável associação das Aldeias Históricas à cultura e história nacional, regional e local, existe já um número considerável de espaços museológicos.
- Propõe-se com este instrumento a uniformização desses espaços, não em termos do seu conteúdo, mas sim na vertente da linguagem, informação e comunicação utilizada. As Casas de Memória seriam, por conseguinte, espaços de exposição de espólio distribuídos ao longo de todo o território das Aldeias Históricas que adoptariam o label “Aldeias Históricas de Portugal”, comungando desta vontade de criar nas Aldeias e nos corredores de circulação elos de sintonia com o projecto da rede.
- Nestes projectos de dimensão estruturante para o Provere, a individualidade de cada um dos espaços não seria colocada em causa, pelo contrário lucraria em associar-se a uma marca de grande notoriedade turística que acolhe o visitante ao identificar claramente que aquele espaço é também um espaço do Imaginário das Aldeias Históricas.
- Para além dos núcleos museológicos já existentes, outros poderiam ser criados, considerando a especificidade de cada local ou temática que querem abordar.
- A adopção de uma linguagem comum deveria ser prática transversal a todos os domínios da comunicação, desde o trabalho do site de Internet às brochuras entregues durante a visita.
- Era de todo o interesse que as lógicas de engenharia de produto integrassem estes espaços numa história coerente que necessita de ser reinventada por quem de direito e conhecimentos.
- Para além deste fim, equaciona-se também a possível forma de estabelecer parcerias entre os conteúdos destes museus e os próprios espaços de animação lúdico-turísticos de base tecnológica a disponibilizar nas “Casas de Vivências”.
- Para operacionalização desta iniciativa será necessário proceder a um levantamento dos espaços já existentes e de outros que tenham a intenção de vir a integrar esta rede, procedendo-se ao estudo detalhado das ferramentas de comunicação a considerar nesta igualização de espaços de exposição / museológicos.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Operacionalização: Rede de “Casas das Artes”**

- Pela intenção de gerar valor acrescentado no território das Aldeias Históricas e de atrair para a rede públicos alternativos aos mercados de turismo tradicionais, sente-se a necessidade de desenvolver e lançar um novo conceito de espaços artístico-culturais.
- O enquadramento histórico e imaginário destes núcleos lendários dão asas à criação de uma rede de espaços dedicados à arte, seja na forma de galeria, antiquários, centros ou refúgios de uma qualquer forma de expressão humana.
- Crê-se portanto que, inserida na lógica de comercialização e criação de produto turístico, deverá ser criada e desenvolvida exclusivamente nas Aldeias Históricas de Portugal uma rede de espaços de arte, localizados em infra-estruturas com traça histórica original, com pormenores de arquitectura diferenciada no seu interior para a sua adequação a exposições e eventos que irão ser realizados.
- Para a prossecução deste objectivo, de carácter estruturante para este Provere, será necessária a formação de parcerias entre a Rede das Aldeias Históricas e um conjunto de criadores, artistas, antiquários, galeristas de arte e design para a prossecução deste objectivo.
- Na base deste instrumento está a criação de conteúdos temáticos para as Aldeias Históricas que assim assumem outras feições que não, exclusivamente, históricas.
- Tirando partido das potencialidades e especificidades regionais e nacionais convocadas a participar neste projecto, o objectivo é dinamizar as Aldeias com recurso a qualquer tipo de arte, promovendo de forma regular encontros, refúgios, workshops, seminários, ateliers de experimentação, incursões mágicas ao mundo das artes. Estas iniciativas poderiam assumir um cariz mais lúdico ou mais profissional, considerando o público alvo a atingir e os interesses tendentes dos próprios artistas. Desde a música para crianças à exposição de um conceituado pintor, desde ateliers de cerâmica anti-stress, ao desenvolvimento de projectos de design de produtos de merchandising para a rede “Aldeias Históricas”, tudo pode ser possível.
- Estes espaços, desejavelmente derivados de projectos desenvolvidos pelo Fundo de Investimento Imobiliário, deverão ser de gestão municipal pelo cariz não comercial que poderão ter algumas das actividades desenvolvidas nestes espaços. Não obstante, prevê-se a realização de bienais especializadas e rotas d’arte com gestão comercial.

## **A.2. Estratégia**

Instrumentos de Operacionalização: Centro de estudos “Imaginário das Aldeias Históricas”

- O produto turístico “Rede das Aldeias Históricas de Portugal” carece de conteúdo, de uma linha de valores que permita gerar produtos mais atractivos e identificativos com o território. Considera-se que existe uma lacuna em termos de conceptualização das recreações históricas e da vivência de uma arte mais erudita, de uma história contada e encantada que possibilita a criação de ligações imaginárias ao território, de sonho, de medo, de deslumbramento que impelem no inconsciente o desejo de regressar ao território que nos proporcionou sentimentos e vivências psicológicas.
- Ora, sabendo que as Aldeias Históricas de Portugal são antigos núcleos urbanos com fundação anterior à nação portuguesa e de grande importância histórica, torna-se essencial encontrar estes valores. Perspectiva-se neste instrumento o desenvolvimento de um Centro de Estudos ou Competências ao nível da história e valores das Aldeias Históricas, o que permitirá não só utilizar os conteúdos produzidos para fins de produção turística, como também diversificar os próprios visitantes das Aldeias ao criar condições para que a investigação do imaginário se fixe no território.
- As funções deste agente de investigação e cultura será, a de organizar e gerir, em colaboração com a Unidade Operativa da Associação das Aldeias Históricas, os eventos a realizar de cariz histórico, actuando como agente facilitador de parcerias possíveis de estabelecer a nível nacional e internacional junto dos produtores culturais que se têm afirmado na valorização dos patrimónios históricos, culturais, artísticos e arquitectónicos.
- Deverão também ser por ele apoiadas experiências locais e regionais que facilitem o acesso ao consumo cultural por parte dos habitantes (com proveito comunitário) mas também dos turistas ou visitantes (para geração de receitas internas).
- A nível **cultural e artístico** deverão ser celebradas parcerias com instituições nacionais de referência, como:
  - Instituto Português dos Museus ;
  - IPPAR – Instituto Português do Património Arquitectónico;
  - Fundação Inatel;
- A nível **tecnológico** deverão ser criadas parcerias com empresas especializadas na dimensão da animação interactiva, estando já estabelecida uma parceria estratégica com a empresa Y-dreams.

## **A.2. Estratégia**

Instrumentos de Operacionalização: Criação do Centro de estudos “Imaginário das Aldeias Históricas”

- Este Centro será fortemente assumido pela Editora Ésquilo, que nos últimos anos tem publicado obras de antropologia do imaginário e sobre a história do Sagrado e do Imaginário em Portugal, no sentido de proporcionar à Associação das Aldeias Históricas de Portugal o desejável desenvolvimento de conteúdos com fins de investigação aplicada, engenharia de produto turístico, de comunicação e marketing e de animação de projectos contemplados na Estratégia de Eficiência Colectiva.
- Serão ainda, realizadas parcerias com Universidades e Institutos, que se interessem pelas temáticas desenvolvidas no intuito de promover projectos de investigação que possam alimentar a Rede de conteúdos temáticos, para reforçar as linhas de animação e atractividade do produto.
- Uma das temáticas a desenvolver no âmbito do Centro de Estudos, é a da importância dos Templários na Formação de Portugal, dado o conjunto de património Templário contido nas aldeias históricas, e da importância de muitas delas na Ordem. Sendo que uma das ideias é a criação de um museu Templário situado nas Rede das Aldeias Históricas.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Formação

- A necessidade de um Plano de Formação, resulta de um enquadramento da oferta e da procura de respostas formativas para as populações do território da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.
- Em primeira análise, há uma constatação das enormes necessidades de formação no que diz respeito à formação profissional especializada nas áreas de turismo, acolhimento e lazer, hotelaria ou restauração.
- Simultaneamente, crê-se que o projecto que dá lugar ao presente Provere pode significar para jovens, recém-licenciados, desempregados ou outros habitantes sem ocupação profissional, uma iniciativa interessante de manter o emprego e/ou montar um negócio tendo em conta as oportunidades de negócio que desejavelmente surgirão no decorrer de um aumento da atractividade e capacidade de retenção de visitantes/turistas no território, que criarão condições e justificarão o aumento de oferta turística perspectivada não só em termos de unidades de alojamento, mas também pela necessidade de unidades de restauração de qualidade, empresas de animação a operar no território, serviços de desenvolvimento, entre outros.
- A própria Estratégia de Eficiência Colectiva perspectiva a criação e lançamento de um conjunto de ferramentas comuns à Rede, que vão gerar elas próprias necessidades adicionais de formação, bem como oportunidades de auto-estabelecimento.
- Na criação das “Casas das Vivências”, por exemplo, é colocada a hipótese de exploração por franchising, ou seja, são criadas oportunidades de exploração de um negócio nas Aldeias.
- Nas “Casas das Artes”, bem como nas “Casas da Memória”, passa a ser necessário acautelar a existência de funcionários que garantam a abertura e devido funcionamento destes espaços. Para além dos funcionários permanentes, as Casas promoverão a necessidade de competência em diferentes áreas de conteúdo, ligadas às artes, à história, etc.
- A ferramenta de *Incoming “Rede das Aldeias Históricas”* sugerida implica a absorção de mão-de-obra especializada, tanto nas lógicas de Receptivo por Aldeia (com a oportunidade de criar negócios de auto-estabelecimento) como lógicas de Receptivo da Rede (guias, acompanhantes, animadores, entre outros).
- O próprio Operador Turístico Virtual “[visitaldeiashistoricas.com](http://visitaldeiashistoricas.com)” implica a existência de pessoal especializado em permanência.
- O Centro de Estudos proposto cria oportunidades de chamar ao território investigadores, competências científicas, fundamentando a necessidade de integrar técnicos qualificados em investigação de história, cultura e afins.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

- Para reforçar a competitividade do território das Aldeias Históricas, através do relançamento da Rede das Aldeias Históricas de Portugal em moldes mais comerciais e empresariais, torna-se imprescindível promover o lançamento de um Plano de Comunicação e Marketing que permita introduzir uma linguagem própria ao destino.
- O Plano de Comunicação e Marketing desenvolvido procurou, após os estudos exploratórios iniciais, estabelecer, ainda que preliminarmente, uma estratégia para a publicitação do Destino e dos serviços turísticos que compõem a Rede das Aldeias Históricas. Pretende-se com este Plano de Comunicação e Marketing contribuir para reposicionar as Aldeias Históricas como destino turístico e conferir-lhe uma nova roupagem de procedimentos, de acções e de propostas comunicacionais de forma a que através de uma estratégia pilar de reposicionamento, toda a promoção do destino seja concertada com os diversos e diferenciados elementos caracterizadores de toda a estratégia.
- No Plano, pretendeu-se apresentar formatos de estratégia comunicacional, para o mercado interno, agregando às estratégias de eficiência nacionais as acções de promoção externa, sob gestão da Agência Promocional do Centro, e tendo, como trave-mestra, a não desvirtuação do conceito histórico.
- Após a identificação de todos os aspectos de carácter transversal e que pretendia situar e integrar este produto no contexto da estratégia nacional, foram abordadas criticamente as componentes ou os subprodutos que compõem o produto turístico das Aldeias Históricas.
- Num claro caminho que é necessário percorrer no que se refere à marca e à sua aplicabilidade gráfica, em detrimento da opção de refreshing do símbolo misto adoptado de início do projecto Aldeias Históricas de Portugal, a estratégia defendida e concertada no modelo de gestão da marca e do seu uso é a homónima à do projecto: relançamento da marca, mantendo, na integralidade a sua definição, perspectivando como alteração o resultado de uma proposta de construção criativa direccionada ao autor do símbolo em causa. E, apenas, nesta condição deverá ser traçado o possível trajecto de modificação do logótipo/ símbolo misto que serve de rótulo ao destino Aldeias Históricas de Portugal.
- Neste sentido, e colocadas as duas opções como directrizes estratégicas de acção, resulta desta orientação um trabalho de segmentação na política de insígnias a temporizar todo o circuito das Aldeias Históricas de Portugal, sempre com base no grafema que transporta consigo a semiótica deste produto turístico, quer no mercado externo, quer no interno.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

- O Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas, apresentado em anexo, assentou na necessidade dos seguintes serviços:
- **Recepção e encaminhamento**
  - Na recepção devem ser colocadas, em locais bem visíveis, as informações respeitantes ao funcionamento da estrutura, designadamente sobre os serviços que o mesmo preste.
  - Os conteúdos deverão ser uniformizados e articulados em todos os suportes de informação, em multilingue, preferencialmente.
- **Serviço de Informação e Divulgação**
  - Caso o visitante queira obter mais informações sobre um determinado produto, deverá ser encaminhado para o serviço de Informação e Divulgação.
  - O tipo de informação a prestar será relativo à identificação e descrição dos produtos turísticos, serviços e actividades de interesse.
  - O carácter informativo deverá pautar-se pela objectividade, disponibilidade, celeridade e actualidade e ainda adaptar a informação às necessidades concretas de cada turista.
- **Serviço de Comercialização**
  - Se o visitante desejar efectuar uma reserva numa unidade de alojamento, restauração ou animação, construindo desde logo o programa da sua visita, a partir da estrutura de atendimento, então deverá poder fazê-lo junto do serviço de comercialização, onde estarão divulgadas as promoções em vigor.
- **Serviço de utilização do equipamento informático e acesso à Internet**
  - O visitante poderá também estar interessado apenas numa pesquisa por meios próprios ou apenas em aceder à Internet para consultar a sua caixa de correio electrónico.
  - Se as estruturas de atendimento dispuserem deste serviço, ele pode constituir um excelente meio de atracção do turista, cuja atenção poderá depois ser captada para a oferta turística do território. Assim, propõe-se a instalação de pontos de acesso com banda larga, que terão como objectivo estimular a interactividade com o público-alvo.



## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

- **Auto-consulta**
  - O serviço de auto-consulta consistirá num espaço para exposição de informação em suporte papel, ou através de quiosques multimédia, privilegiando a independência do utilizador, sem prejuízo de um atendimento personalizado, caso este seja solicitado.
- **Serviço de acolhimento geral**
  - Finalmente, as estruturas de atendimento deverão dispor de uma área onde os turistas se possam encontrar, descansar um pouco enquanto pesquisam informação, ou apenas conviver.
  - Este ambiente poderá proporcionar não só uma fonte de receita adicional, mas especialmente um motivo adicional para os turistas se dirigirem ao local de atendimento.
- Para além de definir as áreas de intervenção da informação, o estudo aborda questões da Comunicação e Marketing em diferentes domínios: Sinalização; Imagem: Promoção e Divulgação; Formatação e Promoção dos Principais Produtos e Sub-Produtos Turísticos; Dinamização de Eventos e Iniciativas e Meios de Divulgação.
- Numa fase de aplicabilidade do modelo e estruturação das orientações técnicas para a operacionalização da comunicação e do marketing, para os próximos 5 anos, foram realçados aspectos como os grandes eventos ibéricos do sector que tornarão, pela conjuntura geográfica, o território das Aldeias Históricas de Portugal e adjacente no eixo ibérico de fluxos turísticos de touring cultural e desportivo.
- Quer ao nível da sinalética, quer da componente da imagem percebida do território, através dos seus valores físicos e dos seus valores imateriais, quer na formatação e promoção dos principais produtos e subprodutos turísticos, a execução das acções premeiam as componentes do marketing tecnológico, a componente de Relações Públicas e as acções de promoção direccionadas e sectoriais.
- Indiscutivelmente, a componente de marketing toca, na fase de concepção e nas etapas de comercialização e distribuição, os produtos da animação turística. Será esta uma das linhas assumida como canal de comunicação e comercialização do território, maximizando-as e, através do modelo de gestão da marca, percebemos que com a presença de equipas de coordenação e apoio técnico, essa maturação da estratégia sobre acções de primazia de Relações Públicas permitirá ao destino turístico trabalhar sobre a técnica de ladder, ganhando vantagem competitiva, através da boa gestão do marketing relacional.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

- **Auto-consulta**
  - O serviço de auto-consulta consistirá num espaço para exposição de informação em suporte papel, ou através de quiosques multimédia, privilegiando a independência do utilizador, sem prejuízo de um atendimento personalizado, caso este seja solicitado.
- **Serviço de acolhimento geral**
  - Finalmente, as estruturas de atendimento deverão dispor de uma área onde os turistas se possam encontrar, descansar um pouco enquanto pesquisam informação, ou apenas conviver.
  - Este ambiente poderá proporcionar não só uma fonte de receita adicional, mas especialmente um motivo adicional para os turistas se dirigirem ao local de atendimento.
- Para além de definir as áreas de intervenção da informação, o estudo aborda questões da Comunicação e Marketing em diferentes domínios: Sinalização; Imagem: Promoção e Divulgação; Formatação e Promoção dos Principais Produtos e Sub-Produtos Turísticos; Dinamização de Eventos e Iniciativas e Meios de Divulgação.
- Numa fase de aplicabilidade do modelo e estruturação das orientações técnicas para a operacionalização da comunicação e do marketing, para os próximos 5 anos, foram realçados aspectos como os grandes eventos ibéricos do sector que tornarão, pela conjuntura geográfica, o território das Aldeias Históricas de Portugal e adjacente no eixo ibérico de fluxos turísticos de touring cultural e desportivo.
- Quer ao nível da sinalética, quer da componente da imagem percebida do território, através dos seus valores físicos e dos seus valores imateriais, quer na formatação e promoção dos principais produtos e subprodutos turísticos, a execução das acções premeiam as componentes do marketing tecnológico, a componente de Relações Públicas e as acções de promoção direccionadas e sectoriais.
- Indiscutivelmente, a componente de marketing toca, na fase de concepção e nas etapas de comercialização e distribuição, os produtos da animação turística. Será esta uma das linhas assumida como canal de comunicação e comercialização do território, maximizando-as e, através do modelo de gestão da marca, perceberemos que com a presença de equipas de coordenação e técnicas, essa maturação da estratégia sobre acções de primazia de Relações Públicas permitirá ao destino turístico trabalhar sobre a técnica de laddering, ganhando vantagem competitiva, através da boa gestão do marketing relacional.

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

- A promoção no mercado internacional será desenvolvida pela Agência Promocional do Centro, através de acções concertadas para a divulgação da marca CENTRO, na qual as Aldeias Históricas, as Aldeias do Xisto e o território Buy Nature se encontram definidos numa estratégia sólida e de forte impacto nos mercados competitivos, como é o caso da Alemanha.
- Cujos objectivos são a criação de oferta no mercado emissor, o aumento das vendas e a construção da awareness do consumidor final
- No plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas também é dedicado um especial destaque à componente do atendimento no território, quer em formato físico ( presencial e à distância) quer na construção de uma central de incoming virtual. Mais uma vez, destaca-se a valorização da componente formativa para a qualificação do destino e dos serviços associados no mercado da excelência turística nacional.
- O atendimento interage, directamente com a gestão da marca, através de acções que capitalizadas e trabalhadas pela gestão da mesma, permitam materializar o retorno financeiro dos níveis de atendimento e de todas as acções de promoção, procurando, desta forma, otimizar e melhorar os formatos utilizados neste produto turístico.
- Apresentamos o quadro síntese da estratégia de comunicação, o qual revela como esta estratégia se encontra concertada com os objectivos operacionais e as acções estratégicas da concretização da Estratégia Eficiência Colectiva.

## A.2. Estratégia

### Instrumentos de Concertação: Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas

	objectivos operacionais	acções estratégicas	mensagem central	Objectivos comunicacionais	componentes de comunicação *	alvo	estratégias de marketing	acções de marketing
Fa se 1	Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas	Lançamento comercial da Rede das Aldeias Históricas de Portugal	As Aldeias Históricas de Portugal reavivam Emoções e redescobrem os Sentidos	Criação de brand equity ; Estruturação de oferta; Promoção consistente e agressiva do relançamento; Aposta nas acções trade e media;	Meios e Estratégias de Divulgação ; Sistema de atendimento	Trade, media, key-players, consumidor or final	diferenciação do produto	laddering   branding /brand equity
		Criação de novos atractivos turístico-comerciais nas aldeias			Divulgação de produtos turísticos ; estratégias de dinamização	Trade, media, key-players, consumidor or final	Diferenciação do produto/branding equity management	marketing relacional - marketing tecnológico
		Fecho da infra-estruturação e reabilitação das aldeias históricas			Sinalização turístico-cultural e informativa	trade, key-players consumidor or final	diferenciação do produto	trade marketing
Fa se 2	Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas	Fomento do touring cultural no território das Aldeias Históricas	Cheiros de História - Paladares de Tradição - Olhares de Cultura - Experiências Vividas	Criação de valor real e percebido da oferta  Promoção de acções media e trade	Divulgação de Produtos Turísticos ; Estratégias de Dinamização ; Meios e estratégias de divulgação	trade, key players, media	segmentação de mercado	marketing tecnológico - marketing relacional - marketing sensorial
		Novas itinerâncias com base na tradição histórica das aldeias: pré-romana, romana, judaica, islâmica e templária				keyplayer s, media	Diferenciação do produto	laddering   branding /brand equity
Fa se 3	Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural	Criação de novos canais de distribuição e comercialização da tradição das aldeias históricas	Viver da História	Gestão do Brand Equity; Promoção de acções focalizadas B2B	Meios e estratégias de Divulgação	trade, keyplayer s	Segmentação de mercado	laddering - branding - trade marketing
		Lançamento de iniciativas empresariais ligadas à valorização comercial dos saberes tradicionais		Promoção de acções B2B e B2C	Divulgação de produtos turísticos	trade, keyplayer s	Diferenciação do produto	
Fa se 4	Promoção de um cluster de indústrias criativas	Criação de novos atractivos turístico-culturais nas aldeias	Reinventar a Tradição	Gestão do Brand equity, Captação de focus group, acções media	meios e estratégias de divulgação	trade, keyplayer s	Segmentação de mercado	marketing relacional, marketing tecnológico, trade marketing
		Lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas		Promoção de acções focalizadas B2B	Divulgação de produtos turísticos	trade, key players	Diferenciação do produto	trade marketing

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Concertação: Plano de Animação das Aldeias Históricas**

- A rede de Aldeias Históricas de Portugal encontra-se estabelecida há mais de 10 anos e tem vindo a ser palco de diferentes iniciativas de animação ao longo desse tempo. No entanto, constata-se uma elevada desigualdade quanto à qualidade, regularidade e distribuição espacial destas iniciativas, não sendo o território reconhecido como possuidor de uma animação regular ou distintiva, salvo raras e pontuais excepções. Existe assim a necessidade de definir uma estratégia de rede e planear as iniciativas de animação de modo a atingir diferentes objectivos:
  - Garantir a existência de Animação regular e de qualidade em todas as Aldeias Históricas, com um carácter distintivo e transmitindo uma imagem cuidada e conotada com a marca Aldeias Históricas de Portugal, através da promoção de eventos capazes de transmitir notoriedade nacional e internacional.
  - Planear a existência de infra-estruturas de Animação permanente, isto é, que permitam que os visitantes, quando visitam qualquer aldeia, tenham à sua disposição permanentemente diferentes propostas de fruição das Aldeias e sua envolvente através de actividades que podem praticar autonomamente ou enquadrados.
  - Fomentara criação de novos Produtos de Animação que decorram dos eventos apoiados pelo Plano de Animação ou que sejam possíveis e motivados pela utilização das infra-estruturas de animação permanente criadas.
- O Plano de animação assumiu genericamente três valências:
  - Proposta de Novos Eventos – Criação do Calendário de Eventos;
  - Remarcação da Grande Rota das Aldeias Históricas;
  - Criação de Percursos Pedestres de Pequena Rota em todas as Aldeias Históricas, designados por Caminhos Históricos.

### **Proposta de Novos Eventos – Calendário de Eventos**

- Do estudo da oferta de animação actual – suportada no levantamento dos eventos desenvolvidos em cada aldeia – resultaram um conjunto de recomendações. Como indicadores sectoriais e assim apresentam-se as seguintes propostas:
  - Público alvo geográfico:
  - Eventos internacionais – 1
  - Eventos Nacionais – 4
  - Eventos Regionais/Locais – 7

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Concertação: Plano de Animação das Aldeias Históricas de Portugal**

- Distribuição no tempo (ao longo do ano):
  - Distribuição ponderada com as épocas de maior procura turística e por todas as estações do ano, evitando coincidência de datas.
  - Preocupação em calendarizar de modo a cativar público em épocas de menor procura.
- Segmentos Temáticos
  - Turismo cultural, histórico, paisagístico e turismo de natureza.
- Resultantes do enquadramento geográfico de cada aldeia, do seu histórico ou mesmo do imaginário que a aldeia desperta, propõe-se temas a desenvolver de forma complementar e não exclusiva em cada aldeia:
  - Almeida/Castelo Mendo – Invasões Francesas / Hipismo / Balonismo
  - Belmonte – Judaísmo / Zêzere
  - Idanha-a-Velha – Património / Romanização
  - Castelo Rodrigo – Património Natural / Douro / Marofa
  - Castelo Novo – Gardunha / Água / Vento
  - Linhares – Serra da Estrela / Parapente
  - Piódão – Serra do Açor / Mata da Margaraça / Presépio / Natal
  - Monsanto – Blocos Graníticos / Geo Parque UNESCO / Templários
  - Marialva – Douro / Côa / Gravuras
  - Trancoso- Muralhas / Vila Medieval
  - Sortelha- Cenário Medieval / Danças / Tradições
- Quanto aos formatos dos eventos concluiu-se que algumas das tipologias de eventos devem claramente ser organizadas em ciclos de eventos que tirem partido da existência da própria rede de AHP, incluindo e distribuindo iniciativas no seu todo ou em parte ao longo do calendário. No contexto das AHP propõe-se como prioritários, face aos recursos existentes, a criação de ciclos de:
  - workshops de observação de natureza, fotografia, pintura, escultura, escrita ou ligados às tradições, artes e ofícios, danças e produtos locais;
  - concertos e festivais de música ou teatro, aproveitando espaços e cenários únicos;
  - percursos interpretativos que integrem as aldeias e sua envolvente (pedestres, BTT, equestres) ou inter-aldeias;
  - recriações históricas, presentes na maior parte das AHP através da realização de feiras medievais que importa qualificar e ordenar segundo uma lógica de rede;
  - eventos competitivos ou de lazer inter-aldeias que tirem partido dos recursos locais ou da envolvente específica e Jogos inovadores, como desafios do tipo do geocaching .

## **A.2. Estratégia**

### Instrumentos de Concertação: Plano de Animação das Aldeias Históricas de Portugal

#### **Remarcação da grande rota das Aldeias Históricas e Percursos de Pequena Rota**

- A Grande Rota das Aldeias Históricas (GRAH) é um percurso sinalizado que une, actualmente, 10 Aldeias Históricas de Portugal, num total de 540 km, recorrendo maioritariamente a caminhos de terra e destinado a ser utilizado por pedestrianistas ou ciclistas (BTT), ou seja, destinado ao turismo activo e de natureza. Foi inaugurada no ano 2000, na sequência do trabalho desenvolvido pelo INATEL no projecto Carta do Lazer das Aldeias Históricas, sendo até à data ainda o maior percurso deste tipo homologado em Portugal.
- Ao longo dos seus quase 10 anos de vida tem sido percorrida por centenas de turistas Portugueses e Estrangeiros de forma autónoma ou enquadrada por empresas de animação.
- Não existem registos oficiais de utilizadores da GRAH (situação que deverá ser corrigida) mas assiste-se a nível mundial a um incremento significativo deste tipo de turistas, conforme é referido em diversos estudos, nomeadamente no PENT. A manutenção da GRAH em boas condições de uso tem sido uma tarefa difícil e muito descurada, com honrosas excepções de alguns municípios. Talvez devido à sua génese centralizada, não tem havido um assumir de responsabilidades locais na sua manutenção, facto que também agora deve procurar ser corrigido, adoptando mecanismos indutores da implementação de parcerias locais, para a sua remarcação e manutenção futura.
- Por fim, a própria antiguidade do traçado e entrada de 2 novas Aldeias na rede AHP leva à necessidade de revisão do percurso nalgumas secções. A criação de um suporte informativo em língua inglesa permitirá a internacionalização da rota e dos seus utilizadores, lançando-a no mercado mundial deste tipo de turismo, onde por exemplo, a França é simultaneamente um dos maiores destinos, com mais de 180 mil km de percursos sinalizados e país emissor, pelo elevado número de praticantes. Foi assim elaborado um estudo com vista a dar resposta a todas estas questões aqui apresentadas.
- Em anexo à candidatura, encontra-se o Plano de Animação das Aldeias Históricas com descrição pormenorizada da Grande Rota, intervenções necessárias e montantes de investimento associados. Esse documento contempla ainda a descrição dos Caminhos Históricos, referidos de forma sucinta no ponto seguinte.

## **A.2. Estratégia**

### **Instrumentos de Concertação: Plano de Animação das Aldeias Históricas de Portugal**

#### **Caminhos Históricos: Percursos Pedestres de Pequena Rota nas Aldeias Históricas**

- Com o objectivo de dotar todas as Aldeias Históricas de Portugal de um percurso pedestre circular (com partida e chegada a cada Aldeia), que seja possível num só dia, foi realizado um estudo de toda a rede AHP. Conclui-se que apenas 3 aldeias possuem tal tipo de infra-estrutura (Monsanto, Idanha-a-Velha e Linhares da Beira), sendo necessário o investimento na criação das restantes.
- A criação desta oferta em todas elas permite criar um novo produto de animação permanente que pode ser fruído autonomamente, ou com acompanhamento de guias, pelos visitantes excursionistas ou turistas, que se propõe ser denominado "Caminhos Históricos". Deverá ser criada uma imagem e sinalética próprias que levem os seus utilizadores a identificarem este tipo de infra-estrutura, transmitindo qualidade e notoriedade a todos os percursos.
- A promoção e divulgação conjunta trará um maior impacte e permitirá atingir um novo público dada a capacidade de atracção acrescida. Os Caminhos Históricos, de dificuldade média e modalidade essencialmente, circular farão parte assim da oferta da Rede de Aldeias Históricas e devem ser alvo de campanhas promocionais próprias e documentação individual e integrada de todo o conjunto. Os 12 Caminhos Históricos deverão assim ser sinalizados, ter painéis informativos, desdobráveis e um roteiro de conjunto. Devem ser celebradas parcerias locais de modo a garantir a sua criação, monitorização e manutenção em boas condições durante períodos renováveis de 5 anos.

<b>Aldeia Histórica</b>	<b>Distância</b>	<b>Desnível acumulado</b>
Castelo Novo	8.975 Km	520 m
Castelo Mendo	8.405 Km	288 m
Castelo Rodrigo	11.700 Km	497 m
Piodão	11.910 Km	975 m
Almeida	9.105 Km	293 m
Linhares	12.790 Km	523 m
Sortelha	13.060 Km	491 m
Marialva	8.370 Km	256 m
Trancoso	5.258 Km	194 m
Belmonte	9.350 Km	243 m



### **A.3.Estratégia - Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas**

### **A.3.Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas**

Objectivo Operacional: Dinamização Organizacional e Comercial da Rede das Aldeias Históricas

<b>POLITICAS PÚBLICAS</b>
<b>Comunitárias</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O presente Provere segue os propósitos do Tratado de Lisboa ao criar condições para a salvaguarda e para o desenvolvimento do património cultural local, herança nacional, europeia e mundial.</li><li>• O lançamento nacional da Rede das Aldeias Históricas enquanto produto turístico, mas também como iniciativa de enriquecimento cultural das massas, corrobora com a Política Cultural da União Europeia e com os seus diferentes domínios de actuação, desde a melhoria do conhecimento e da divulgação da cultura e da história dos povos europeus, à conservação e salvaguarda do património cultural de importância europeia ou mesmo à criação artística e literária.</li><li>• O Provere segue de perto os princípios definidos pela Federação Europeia do Património Cultural - Europa Nostra, na tentativa de implementar formas concretas de estabelecer suportes de valorização mútua entre o turismo e a herança cultural. Referência também aos próprios princípios definidos no Código Global de Ética para o Turismo lançado pela Organização Mundial de Turismo.</li></ul>
<b>Nacionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O Provere da Rede das Aldeias Históricas, pela preservação e potencialização dos monumentos e cultura locais de cada Aldeia, segue as Grandes Opções do Plano para 2005-2009 definidas na área da cultura (lei 52/2005, de 31 de Agosto) ao colaborar para o alcance dos grandes objectivos definidos: salvaguarda e valorização do património cultural; apoio à criação artística e à difusão cultural; qualificação do tecido cultural através da constituição de redes dinâmicas de equipamentos e actividades culturais e promoção e difusão internacional da Cultura Portuguesa.</li><li>• O Estudo Temático para preparação do QREN designado "Contribuições para a Formulação de Políticas Públicas no Horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidades e Património" identificava como um dos sinais promissores de desenvolvimento da cultura, a emergência de projectos em parceria (administração central e local e sectores público, privado e 3º sector). Para o aumento da competitividade do sector propõe-se desenvolver as indústrias criativas e os serviços culturais e de fomentar o alargamento dos mercados por via da divulgação da oferta cultural de âmbito patrimonial ou artístico. Para a Revitalização Cultural contribuirá a regeneração de territórios em decadência através de investimentos culturais com efeito de arrastamento e o reforço do binómio cultura-turismo, interligando criação e o património, aspectos assegurados neste Provere.</li><li>• O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural 2007-2013 fixou como um dos objectivos estratégicos a melhoria da qualidade de vida e diversificação da economia nas zonas rurais. Integrado neste objectivo, o Provere prevê o apoio à diversificação para actividades económicas complementares à agricultura, com o apoio ao artesanato, animação local e defesa do património rural. O próprio PRODER integra o Subprograma 3: Dinamização das Zonas Rurais; Medida 3.1.Diversificação da Economia e Criação de Emprego. Acção: Desenvolvimento de Actividades Turísticas e de Lazer. O Provere será um plano de cooperação muito forte com as Estratégias Locais de Desenvolvimento que estão a ser montadas.</li><li>• O Plano Estratégico Nacional do Turismo fixou para a região Centro como produto core o Touring Cultural e Paisagístico, produto turístico de base para o desenvolvimento de toda a estratégia deste Provere.</li></ul>
<b>Regionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• PO Centro. Eixo Prioritário III "Consolidação e Qualificação dos Espaços Sub-Regionais ", integrando este Provere a medida específica denominada "Valorização de recursos específicos do território", compreendendo esta medida intervenções de desenvolvimento territorial a partir de recursos específicos culturais, patrimoniais e paisagístico e da geração de capacidades competitivas de nível local.</li></ul>
<b>Locais</b>
<p>O papel das autarquias na afirmação da preservação e promoção do património municipal, bem como as suas responsabilidades na gestão e dinamização de espaços turístico-culturais testemunha a preocupação em assumir a cultura como via de desenvolvimento territorial.</p>

### **A.3.Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas**

Objectivo Operacional: Promoção do *Touring Cultural* no Território das Aldeias Históricas

<b>POLITICAS PÚBLICAS</b>
<b>Comunitárias</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O presente Provere segue os propósitos do Tratado de Lisboa ao criar condições para a salvaguarda e para o desenvolvimento do património cultural local, herança nacional, europeia e mundial.</li><li>• O lançamento nacional da Rede das Aldeias Históricas enquanto produto turístico, mas também como iniciativa de enriquecimento cultural das massas, corrobora com a Política Cultural da União Europeia e com os seus diferentes domínios de actuação, desde a melhoria do conhecimento e da divulgação da cultura e da história dos povos europeus, à conservação e salvaguarda do património cultural de importância europeia ou mesmo à criação artística e literária.</li><li>• O Provere segue de perto os princípios definidos pela Federação Europeia do Património Cultural - Europa Nostra, na tentativa de implementar formas concretas de estabelecer suportes de valorização mútua entre o turismo e a herança cultural. Referência também aos próprios princípios definidos no Código Global de Ética para o Turismo lançado pela Organização Mundial de Turismo.</li></ul>
<b>Nacionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural 2007-2013 fixou como um dos objectivos estratégicos a melhoria da qualidade de vida e diversificação da economia nas zonas rurais. Integrado neste objectivo, o Provere prevê o apoio à diversificação para actividades económicas complementares à agricultura, com o apoio ao artesanato, animação local e defesa do património rural. O próprio PRODER integra o Subprograma 3: Dinamização das Zonas Rurais; Medida 3.1.Diversificação da Economia e Criação de Emprego. Acção: Desenvolvimento de Actividades Turísticas e de Lazer. O Provere será um plano de cooperação muito forte com as Estratégias Locais de Desenvolvimento que estão a ser montadas.</li><li>• O Plano Estratégico Nacional do Turismo fixou para a região Centro como produto core o <i>Touring Cultural</i> e Paisagístico, produto turístico de base para o desenvolvimento de toda esta estratégia Provere.</li></ul>
<b>Regionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• PO Centro. Eixo Prioritário III "Consolidação e Qualificação dos Espaços Sub-Regionais " "Património Cultural" visa a melhoria das condições de salvaguarda, valorização e de animação do património cultural (imóvel, móvel, imaterial e oral) de forma a manter a sua existência e assegurar a sua fruição com respeito pela sua identidade específica, nela considerando os valores de originalidade aliados aos da respectiva integridade patrimonial.</li></ul>
<b>Locais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O papel das autarquias no lançamento de iniciativas culturais de associação entre a cultura e o turismo, assim como as suas responsabilidades na gestão e dinamização de espaços turístico-culturais testemunha a preocupação em assumir a cultura como via de desenvolvimento territorial.</li></ul>

### **A.3.Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas**

Objectivo Operacional: Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural

<b>POLITICAS PÚBLICAS</b>
<b>Comunitárias</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O presente Provere segue de perto as orientações da "Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial", definida pela UNESCO em 2003, considerando a importância do património cultural imaterial como fonte de diversidade cultural e garantia de desenvolvimento sustentável.</li></ul>
<b>Nacionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•PRODER: Subprograma 3 - Dinamização das Zonas Rurais; com base na medida 3.2. - Melhoria da Qualidade de Vida &amp; Acção: Conservação e Valorização do Património Rural e Diversificação de Actividades na Exploração Agrícola. Destaque também para o subprograma 4: Promoção do Conhecimento e Desenvolvimento de Competências, com a Medida 4.1. – Cooperação para a Inovação &amp; Acção: Incentivar a incorporação da inovação pelos agentes económicos nos processos produtivos, potencializando apoios complementares como a modernização produtiva, a qualificação ou os serviços prestados. O potencial de contributo do Provere para a sustentabilidade de algumas fileiras produtivas locais, especialmente das mais tradicionais, é muito relevante.</li><li>•POPH – Eixo III: Gestão e Aperfeiçoamento Profissional. Objectivo: Apoiar processos de modernização e inovação organizacional através da formação dos activos em competências especializadas. É objectivo desde Provere contribuir para melhorar as competências empresariais dos agentes económicos ligados às fileiras tradicionais.</li></ul>
<b>Regionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• PRODER: Subprograma 3 - Dinamização das Zonas Rurais; com base na medida 3.2. - Melhoria da Qualidade de Vida &amp; Acção: Conservação e Valorização do Património Rural e Diversificação de Actividades na Exploração Agrícola. Destaque também para o subprograma 4: Promoção do Conhecimento e Desenvolvimento de Competências, com a Medida 4.1. – Cooperação para a Inovação &amp; Acção: Incentivar a incorporação da inovação pelos agentes económicos nos processos produtivos, potencializando apoios complementares como a modernização produtiva, a qualificação ou os serviços prestados. O potencial de contributo do Provere para a sustentabilidade de algumas fileiras produtivas locais, especialmente das mais tradicionais, é muito relevante.</li></ul>
<b>Locais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•O papel das autarquias no lançamento de iniciativas culturais de associação entre a cultura e o turismo, assim como as suas responsabilidades na gestão e dinamização de espaços turístico-culturais testemunha a preocupação em assumir a cultura como via de desenvolvimento territorial.</li></ul>

### **A.3.Coerência e sinergias da estratégia com as políticas públicas**

Objectivo Operacional: Promoção de um *cluster* de indústrias criativas

<b>POLITICAS PÚBLICAS</b>
<b>Comunitárias</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O lançamento nacional da Rede das Aldeias Históricas enquanto produto turístico, mas também como iniciativa de enriquecimento cultural das massas, corrobora com a Política Cultural da União Europeia e com os seus diferentes domínios de actuação, desde a melhoria do conhecimento e da divulgação da cultura e da história dos povos europeus, à conservação e salvaguarda do património cultural de importância europeia ou mesmo à criação artística e literária.</li><li>•O Provere segue de perto os princípios definidos pela Federação Europeia do Património Cultural - Europa Nostra, na tentativa de implementar formas concretas de estabelecer suportes de valorização mútua entre o turismo e a herança cultural. Referência também aos próprios princípios definidos no Código Global de Ética para o Turismo lançado pela Organização Mundial de Turismo.</li></ul>
<b>Nacionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•PRODER: Subprograma 3 - Dinamização das Zonas Rurais; com base na medida 3.2. - Melhoria da Qualidade de Vida &amp; Acção: Conservação e Valorização do Património Rural e Diversificação de Actividades na Exploração Agrícola. Destaque também para o subprograma 4: Promoção do Conhecimento e Desenvolvimento de Competências, com a Medida 4.1. – Cooperação para a Inovação &amp; Acção: Incentivar a incorporação da inovação pelos agentes económicos nos processos produtivos, potencializando apoios complementares como a modernização produtiva, a qualificação ou os serviços prestados. O potencial de contributo do Provere para a sustentabilidade de algumas fileiras produtivas locais, especialmente das mais tradicionais, é muito relevante.</li><li>•Plano Tecnológico Nacional. Eixo III: Inovação. "Pólos de Competitividade e Tecnologia e outros clusters". A medida pretende apoiar a criação e dinamização de pólos de competitividade e tecnologia, bem como outros clusters, em linha com as EEC - Estratégias de Eficiência Colectiva, principal medida de política pública no quadro do QREN vocacionada para promover a clusterização em sectores relevantes da economia nacional.</li><li>•Plano Tecnológico Nacional. Eixo III: "Inovação". Inov-Art: Oportunidade de inserção profissional de jovens com qualificações ou aptidões específicas nas áreas das artes e da cultura. Atribuição de 200 estágios profissionais para jovens, dando resposta a uma área relevante até aqui menos valorizada pelas políticas públicas.</li></ul>
<b>Regionais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• PO Centro: Eixo Prioritário I: "Competitividade, Inovação e Conhecimento" O domínio "Sistema de Apoio a Áreas de Acolhimento Empresarial e Logística" visa a criação, requalificação e reconversão de áreas de acolhimento empresarial, elevando a sua qualidade e qualificação, racionalizando e dando coerência à rede regional e local deste tipo de espaços, bem como o apoio à gestão destas plataformas, nomeadamente no que respeita à oferta de serviços partilhados e a promoção do Empreendedorismo local.</li></ul>
<b>Locais</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•O papel das autarquias no lançamento de iniciativas de promoção de indústrias culturais é vital para o sucesso desta iniciativa.</li></ul>

## A.4.Estratégia - Interacções internacionais, nacionais, regionais e locais

## **A.4. Interações internacionais, nacionais, regionais e locais**

Objectivo operacional: Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas

<b>Âmbito de Interações</b>
<b>Internacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ao perspectivarmos o lançamento da Rede das Aldeias Históricas nos mercados internacionais de turismo cultural, estamos a considerar o conjunto de parcerias que é necessário estabelecer com agências e operadores de viagens estrangeiros, criando condições para a entrada, posicionamento e afirmação deste produto turístico no mercado internacional.</li><li>• Este objectivo tende também a implicar instituições internacionais com experiência no domínio da criação e promoção de espaços turístico-comerciais, para que delas se retirem os melhores ensinamentos.</li></ul>
<b>Nacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Em primeiro plano, defende-se que a criação conceptual e operacional de alguns dos instrumentos de operacionalização deste objectivo (Operador Turístico Virtual “<i>visitaldeiahistoricas.com</i>” e o operador de <i>Incoming</i> “Rede das Aldeias Históricas”) deverá ser assegurada por empresas nacionais, com experiência e know-how.</li><li>• A comercialização e distribuição turística do produto e sub-produtos a criar prevê interação com agências e operadores turísticos de âmbito nacional.</li><li>• A captação de mercados, implicará ainda medidas de sensibilização ao nível de potenciais visitantes culturais, prevendo-se o desenvolvimento de interações institucionais com entidades como o Ministério da Cultura, Rede Portuguesa de Museus, Turismo de Portugal, I.P, Ministério da Educação, entre outras.</li><li>• A criação do Fundo de Investimento Imobiliário “Aliança das Aldeias Históricas”, não será exequível sem uma parceria com uma entidade financeira nacional credível, eventualmente a mesma que gere o Fundo, de molde a garantir a captação do interesse dos potenciais investidores.</li><li>• A Formação necessária para o funcionamento destes instrumentos tende a ser também ministrada por entidades com competências específicas, como as Escolas de Hotelaria e de Turismo, por exemplo.</li></ul>
<b>Regional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Projecta-se que este objectivo envolva de forma decisiva agentes regionais com responsabilidades de promoção turística. O Turismo do Centro, E.R.T. e a nova entidade de gestão do Pólo Turístico da Serra da Estrela são duas das instituições com quem se trabalhará de perto para reposicionar o produto nos mercados nacional e regional.</li><li>• Estarão também envolvidas na distribuição do produto, agências de viagens e empresas de animação regionais.</li><li>• Na fase de subscrição do Fundo de Investimento Imobiliário “Aliança das Aldeias Históricas”, abre-se as portas a empresas regionais associadas aos ramos do imobiliário, do turismo e das finanças.</li><li>• A prestação de alguns dos serviços/ materiais necessários à criação e exploração dos instrumentos de exploração fixados poderá ser garantida no interior da região, criando novas oportunidades de negócio.</li></ul>
<b>Local</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O lançamento comercial da Rede das Aldeias Históricas, implicará acima de tudo uma rede de interações locais. Pretende-se que os instrumentos de operacionalização definidos gerem oportunidades de negócio e de auto-estabelecimento para os agentes locais, públicos ou privados, considerando não só as necessidades de funcionamento do Operador Turístico Virtual, como também as necessidades decorrentes de oportunidades na área do Incoming – afecto à Rede ou às próprias Aldeias. O próprio Fundo de Investimento Imobiliário abre as portas aos investidores privados, concedendo-lhes oportunidades de negócio diversas.</li><li>• A construção de produto turístico partirá, sobretudo, da oferta de turismo local, envolvendo-se as unidades de alojamento, restauração e empresas de animação; dinâmicas de lazer públicas ou privadas. A prestação de serviços (materiais e imateriais) necessárias à exploração destes instrumentos privilegiará a oferta local de qualidade.</li></ul>

## **A.4. Interacções internacionais, nacionais, regionais e locais**

Objectivo operacional: Promoção do *Touring Cultural* no Território das Aldeias Históricas

<b>Âmbito de Interações</b>
<b>Internacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• A criação de produto de índole cultural deve contar com o envolvimento e parcerias de entidades internacionais com competências e casos de sucesso em diferentes matérias – história das civilizações, artes, entre outros.</li><li>• Seria também conveniente equacionar formas de criação de redes/ produtos de turismo cultural transnacionais, inserindo a Rede das Aldeias Históricas em redes europeias de cultura com as quais se identifique, designadamente pelo conteúdo.</li><li>• Deverão ser envolvidos, em concordância com as lógicas de distribuição e comercialização, as agências e operadores turísticos e culturais a trabalhar na divulgação das redes de património europeias.</li></ul>
<b>Nacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Perspectiva-se o fomento de interações profundas com parceiros no domínio do I&amp;D com trabalho desenvolvido ao nível do desenvolvimento cultural e comunitário dos territórios, história das civilizações, artes criativas, entre outros. A nível nacional surge a pertinência de envolver as entidades de maior relevo no conhecimento e defesa de culturas/civilizações históricas, que permita desenvolver com conteúdo as itinerâncias propostas para a rede das Aldeias Históricas, desde a romana, a judaica, a islâmica ou mesmo a templária.</li><li>• Deverão ser envolvidos as agências e operadores a trabalhar no turismo cultural, não só comerciais (como as agências turísticas) mas também de preservação do património (como é o caso do Instituto Português de Museus ou do Instituto Português do Património Arquitectónico).</li></ul>
<b>Regional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Em termos regionais deverão ser envolvidos no fomento do <i>Touring Cultural</i> as Instituições de Ensino com trabalho de I&amp;D no domínio histórico e cultural, mas também outras entidades com responsabilidade de promoção como a nova Entidade de Turismo do Centro e o Pólo de Turismo da Serra da Estrela, ou com responsabilidades directas no desenvolvimento do território, como a Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Centro.</li><li>• Deverão ser chamadas a colaborar na construção de itinerâncias culturais as Associações ou outras entidades de desenvolvimento e preservação do património e cultura locais.</li></ul>
<b>Local</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• O desenvolvimento de iniciativas de promoção do <i>Touring Cultural</i> tenderá a beneficiar muito especialmente os actores e protagonistas locais. Para além das Associações de Desenvolvimento Locais, que tem vindo a trabalhar de perto com a preservação e promoção do património material e imaterial das Aldeias Históricas, espera-se associar à produção de produtos/itinerâncias culturais residentes locais com conhecimentos que urge trabalhar.</li><li>• Este objectivo constitui uma oportunidade de negócio para privados locais, na área da animação, por exemplo.</li></ul>



## **A.4. Interações internacionais, nacionais, regionais e locais**

Objectivo operacional: Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural

<b>Âmbito de Interações</b>
<b>Internacional</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• É vital aprender com o que melhor se faz no estrangeiro em termos de revitalização de artes e ofícios tradicionais. Este objectivo pressupõe a necessidade de envolver entidades com trabalho realizado nesta área, desde Instituições de Ensino, a Associações de Promoção do Artesanato.</li><li>• Na tentativa de reavivar artes e ofícios que remontam a outras culturas civilizacionais, é importante estabelecer contactos com entidades de artesanato estrangeiras. Por exemplo, na tapeçaria tradicional é recorrente encontrarmos motivos islâmicos, criando este facto uma oportunidade única de estabelecer pontes entre diferentes nações, encontrando pontes de entendimento e formas de comunicação assentes numa história comum.</li></ul>
<b>Nacional</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• As Associações de Preservação e Promoção do Artesanato Nacionais devem ser as primeiras a colaborar neste objectivo de reanimação das artes e ofícios tradicionais, dado que este património imaterial não conhece limites geográficos e constitui herança nacional.</li><li>• Para além disso, na intenção de criação de novos canais de distribuição e comercialização da tradição das aldeias históricas, será de toda a conveniência juntar à mesma mesa entidades de distribuição a operar no mercado, equacionando numa fase posterior, se se justificar, a venda de produtos “Aldeias Históricas” fora do território da Rede das Aldeias Históricas.</li><li>• Entidades de I&amp;D com trabalho de identificação, recolha, tratamento e relançamento de produtos tradicionais e ofícios tradicionais devem também ser convidadas a participar nestes projectos.</li><li>• Na prestação de serviços com vista à agilização dos instrumentos de operacionalização ou de concertação deste objectivo operacional, equaciona-se o envolvimento de entidades de referência nacional com know-how na matéria.</li></ul>
<b>Regional</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• É de toda a importância o envolvimento de entidades regionais com trabalho desenvolvido na recolha e relançamento de produtos e artes tradicionais. A exemplo, identifique-se, por defeito, o trabalho desenvolvido entre o Instituto Politécnico da Guarda e a Universidade de Salamanca, com a criação do Directório Transfronteiriço de Produtores Ecológicos e Artesanais. De destacar também o trabalho da Associação de Artesanato da Serra da Estrela e da Região Centro, com trabalho de recolha, formação para apoio à inserção comercial dos artesãos e projectos de internacionalização vários.</li><li>• Terá toda a pertinência também neste objectivo, o envolvimento das entidades de promoção turística, como o Turismo do Centro, E.R.T. ou o Pólo de Turismo da Serra da Estrela.</li><li>• Para a operacionalização deste objectivo, perspectiva-se o envolvimento de entidades com diferentes know-hows, por exemplo na área da formação ou do design de produtos para <i>merchandising</i>.</li></ul>
<b>Local</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Os actores locais, artesãos, produtores tradicionais, contadores de histórias e ofícios serão os primeiros a serem envolvidos na rede de produtos certificados que se procura vir a oferecer com a criação das “Casas das Vivências” que integrarão um espaço para comercialização destes produtos.</li><li>• Os ofícios tradicionais deverão integrar os programas de animação a dinamizar nas Aldeias, sendo importante envolver as Associações de Desenvolvimento Locais e as próprias autarquias com responsabilidades na defesa da autenticidade do património imaterial municipal. Estes negócios constituirão uma oportunidade para os locais encontrarem uma fonte alternativa de receitas, ou mesmo a sua forma de auto-subsistência.</li></ul>

## **A.4. Interacções internacionais, nacionais, regionais e locais**

Objectivo operacional: Promoção de um *cluster* de indústrias criativas

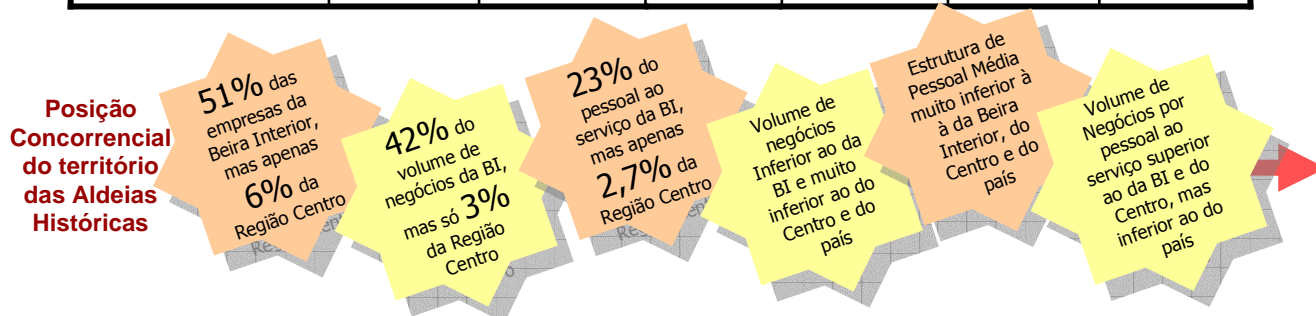
<b>Âmbito de Interações</b>
<b>Internacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• A arte não tem fronteiras e é importante encontrar internacionalmente entidades que se identifiquem com o percurso que se quer traçar na Rede das Aldeias Históricas, em que se pretende que a relação “Arte – História” extrapole as formas de expressões convencionais. Desde Institutos de Arte Contemporânea Internacionais a Grupos de Teatro Histórico ou a Núcleos de Investigação do Simbólico e Sagrado, são múltiplas as opções de parcerias que se podem estabelecer.</li><li>• Estas relações podem inclusive ser muito importantes pela potencialidade que apresentam de atrair mercados culturais estrangeiros à Rede das Aldeias Históricas de Portugal, para além de originarem desejavelmente dinâmicas passíveis de serem integradas nos produtos de turismo cultural a criar para dinamização turística-comercial da Rede.</li></ul>
<b>Nacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Em termos nacionais, é vital convocar as Entidades de Ensino, Empresariais ou Culturais associadas às Indústrias Criativas que permitam criar valor acrescentado nos produtos culturais a oferecer na Rede das Aldeias Históricas. As expressões de arte são múltiplas.</li><li>• De uma forma especial, refira-se a ligação a entidades nacionais de estudo do simbólico e do sagrado, que colaborem na produção de conteúdos que alimentem o produto e sub-produtos da Rede das Aldeias Históricas.</li></ul>
<b>Regional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Em termos regionais devem ser envolvidas entidades que mais directamente possam colaborar na construção de produtos criativos. Desde os Centros de Ensino, com formação em Artes, às próprias Entidades do Mundo do Espectáculo como as Companhias de Teatro Regionais.</li><li>• A prestação de serviços pode ser assegurada por empresas de índole regional.</li></ul>
<b>Local</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Há que procurar envolver os agentes locais com dinâmicas artísticas consolidadas, desde pintores a escritores ou actores. A Rede das Aldeias Históricas deverá ser um novo palco de vivências, recuperando histórias e sentimentos, trabalhados, através do olhar pessoal dos artistas convidados, a reentrar no mundo do imaginário e simbólico.</li><li>• Os próprios núcleos museológicos ou de exposição devem ser integrados na oferta cultural das Aldeias Históricas, conciliando uma lógica comum, por exemplo de lançamento de ciclos de arte temáticos. Estas “Casas da Memória”, como foram designadas nos Instrumentos de Operacionalização dos objectivos operacionais devem em primeiro lugar ter no seu acolhimento residentes, pessoas autóctones que partilhem da experiência de viver numa aldeia. Neste instrumento residem também oportunidades de negócio.</li></ul>

## **A.5.Estratégia - Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso**

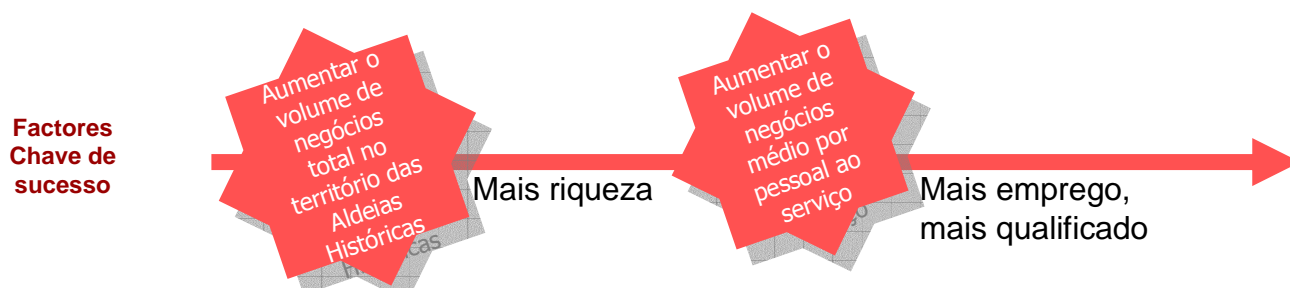
## A.5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso

Objectivos operacionais da EEC: indicadores dos sectores do Turismo, Agroalimentar e Serviços de Apoio às Empresas

	Nº Empresas (nº)	Volume de Negócios Total (m€)	Nº Pessoas (nº)	Volume de Negócios Médio (m€)	Estrutura de Pessoal Média (nº)	Negócios/ Pessoal ao serviço (nº)
<b>Portugal</b>	205.011	62.630.861	392.195	305,5	1,9	159,7
<b>Centro</b>	46.653	9.974.411	68.450	213,8	1,5	145,7
<b>NUT III do Provere das Aldeias Históricas</b>	5.837	801.697	7.911	136,7	1,4	101,3
<b>Beira Interior Norte</b>	2.544	356.923	2.989	140,3	1,2	119,4
<b>Beira Interior Sul</b>	1.380	180.780	2.388	131	1,7	75,7
<b>Cova da Beira</b>	1.913	265.524	2.534	138,8	1,3	104,8



<b>Municípios do Provere das Aldeias Históricas</b>	2.991	338.384	1.870	116,7	0,63	181,0
---	-------	---------	-------	-------	------	-------



## **A.5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso**

### Posição concorrencial por sector

- É possível fazer uma análise por sector.
- A análise dos indicadores do sector do Turismo, permite verificar que os municípios constituintes do Provere da Rede das Aldeias Históricas, concentram uma percentagem significativa do número de empresas afectas a este sector na totalidade das três Nut III das quais os dez concelhos fazem parte.
- Com efeito, 54% das empresas da área está localizada no Provere da Rede das Aldeias Históricas, apresentando na sua totalidade 46,7% do volume de negócios total das Nut III em análise e cerca de 19% do pessoal ao serviço.
- Atendendo aos dados da região Centro, verifica-se que os municípios que integram a presente candidatura, representam cerca de 8% do total de empresas de turismo sedeadas na região e mais de 4% do total de volume de negócios regional.
- A análise dos indicadores do sector agro-alimentar, testemunha a importância dos dez municípios do Provere da Rede das Aldeias Históricas face aos indicadores apresentados pela totalidade das três Nut III: Beira Interior Norte, Beira Interior Sul e Cova da Beira.
- Da análise concluiu-se que cerca de 78% das empresas agro-alimentares das três NUT III em questão, estão concentradas na área de influência do Provere da Rede das Aldeias Históricas. Quanto ao volume de negócios criado, este representa 64% do volume de negócios total das Nut III. Consta ainda que 82% do pessoal ao serviço nesta área de actividade exerce funções no território do Provere.
- Considerando os indicadores regionais verifica-se que os municípios que integram a presente candidatura, representam cerca de 8% do total de empresas de turismo sedeadas na região e mais de 4% do total de volume de negócios regional.
- De uma forma geral conclui-se que o sector de serviços de apoio à empresa (integrando os serviços de formação profissional e de consultoria) é pouco representativo nos municípios que integram o território da Rede das Aldeias Históricas. Destaque para o município do Fundão e de Sabugal, com 16 e 9 empresas na área, respectivamente.
- Das 1.150 empresas do sector concentradas nas três NUTIII, apenas 50 fazem parte do território em questão. Não obstante, é interessante reparar que o número de pessoas médio a trabalhar por empresa é muito superior à média regional ou mesmo nacional, constatando-se que na generalidade as empresas são de média/grande dimensão, o que é bastante positivo uma vez que esta é uma área que emprega sobretudo mão de obra especializada com formação média e superior.

## **A.5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso**

### Factores críticos de sucesso

- A posição concorrencial das empresas é analisada atendendo aos sectores de intervenção da estratégia definida neste Provere, a saber: Turismo, Agro-Alimentar e Serviços de Apoio às Empresas, integrando os serviços de Formação Profissional e Consultoria.
- Os dados foram disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística, à excepção do número de pessoal afecto ao Sector de Apoio às Empresas no território de intervenção do Provere (concelhos com Aldeias Históricas), que resulta do levantamento realizado pela RDPE –Desenvolvimento de Projectos Empresariais, S.A.
- Atendendo à concentração dos três sectores referidos anteriormente verifica-se que o território de intervenção da Rede das Aldeias Históricas concentra cerca de 51% da totalidade das empresas da Beira Interior, testemunhando a importância desta área geográfica no seio daquele território.
- Para além disso, refira-se que a quota do volume de negócios das empresas dos concelhos das Aldeias Históricas representa apenas 42% da Beira Interior.
- Em termos do pessoal empregue, somente ¼ dos trabalhadores afectos nos três sectores estão empregados no território do Provere.
- Note-se que o território do Provere não inclui importantes centros comerciais e industriais como Castelo Branco, Covilhã e Guarda, pelo que reflecte fragilidades económicas e acaba por também ser penalizado pela dinâmica económico-social daquelas cidades. Refira-se, a título de exemplo, as dificuldades que a indústria têxtil encontra actualmente em sobreviver num território pouco competitivo, económica e socialmente, num mundo mais globalizado.
- Da análise realizada concluiu-se que o território dos concelhos das Aldeias Históricas apresenta um número de empresas bastante significativo no quadro da Beira Interior. Por contraste, verifica-se que o volume de negócios total que nos é apresentado acaba por ser bastante inferior, testemunhando da existência de um tecido empresarial constituído por micro e pequenas empresas e muitos empresários em nome individual.
- Esta análise é ainda mais patente quando se compara o território Provere e a própria Beira Interior onde ele se insere com a região Centro, já para não falar do todo nacional.
- Não obstante, o território de intervenção do Provere encontra-se melhor posicionado em termos do volume de negócios por trabalhador, de onde se constata que a riqueza gerada pelas empresas resulta da afectação de um menor número de pessoal ao serviço, por comparação à Beira Interior (e, significativamente, ao Centro e até a Portugal).
- Isto só pode justificar-se pelo facto dos sectores que estão a ser analisados empregarem muito menos pessoal ao serviço nas empresas, situação que só pode resultar da baixa densidade de activos presentes no território e da importância do fenómeno do auto-estabelecimento (empresários em nome individual).

## **A.5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso**

### Factores críticos de sucesso

- Isto dá conta, paradoxalmente, de uma estrutura económica reveladora de situações de precariedade, de economia informal (os empresários em nome individual empregam muitas vezes outros activos, não os declarando) e uma subavaliação de custos para poder manter a competitividade. Esta situação não é muito diferente daquela que encontramos na economia, em geral, dos concelhos.
- Com base na análise precedente concluiu-se que a forma mais sustentável de gerar maior riqueza no território de intervenção do Provere passa necessariamente pelo aumento do volume de negócios total.
- Simultaneamente, considerou-se que o aumento do volume de negócios total é sobretudo desejável se acompanhado de um aumento do volume de negócios médio por pessoal ao serviço. Quer isto dizer que o maior volume de negócios implicará o aumento do emprego assente sobretudo na criação de postos de trabalho mais qualificados, que crie condições para a fixação de quadros superiores técnicos que gerem no território valor acrescentado, alternativo ao pessoal não especializado.
- O presente Provere pretende cooperar decisivamente para os fins anteriormente fixados. Os objectivos operacionais traçados tendem a gerar, de uma forma geral, condições para o aumento do volume de negócios total, sem colocar em causa o aumento do volume de negócios médio por pessoal ao serviço, ao atrair essencialmente mão de obra especializada que colabore activamente para a resolução das fragilidades deste território de baixa densidade.
- Para a criação de maior volume de negócios assentamos a nossa estratégia no que de maior potencial o território de intervenção sinalizado actualmente apresenta – as Aldeias Históricas e todo o património material e imaterial que as valoriza no contexto regional e nacional. Ao corpo existente e às dinâmicas desconcentradas que já operam neste território é necessário incutir novas lógicas de organização, distribuição e comercialização. São adoptadas, desta forma, medidas de concertação e concentração de forças, para a criação de novos produtos em torno dos monumentos históricos, dinamizados numa dimensão de rede, mas também através da adopção de dinâmicas de animação e organização de produtos em torno das aldeias, individualizando-as e alimentando o produto da Rede.
- Perspectiva-se com este objectivo, o lançamento comercial da Rede através da criação de dois instrumentos de operacionalização: o operador turístico virtual e o operador de *Incoming*, estando o primeiro responsável pela comercialização e internacionalização do produto da Rede e subprodutos das Aldeias e o segundo pela concepção e operacionalização do *Incoming* no terreno. Ambos contribuirão decisivamente para o aumento do volume de negócios. Por um lado, os agentes presentes no território são convidados a trabalhar em rede, a investir em produtos mais exigentes, de maior qualidade, mas também potenciadores de maior atractividade e retenção dos mercados turísticos, alimentados também pela desejável internacionalização do produto, justificando os investimentos produzidos. Maiores níveis de procura turística geram, consequentemente, maiores necessidades de respostas turísticas no terreno e criam condições para o lançamento de outros negócios, do mesmo ramo ou em áreas alternativas.
- À volta do produto “Rede” e subprodutos “Aldeias”, é criado um ciclo virtuoso assente em lógicas de concertação de sinergias locais e oferta de maior qualidade (logo maior capacidade de retenção turística).

## **A.5. Posição concorrencial das empresas e factores chave de sucesso**

### Factores críticos de sucesso

- Ao promovermos uma cadeia de produtos de maior qualidade turística, incentivamos a absorção de mão de obra mais qualificada e contribuimos decisivamente para que o aumento do volume de negócios total seja, como desejável, acompanhado pelo aumento do volume de negócios médio por pessoal ao serviço.
- O objectivo de dinamizar lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas compreende ainda a criação de negócios turístico-comerciais nas aldeias e a conclusão da infra-estruturação e reabilitação das Aldeias Históricas. Estas acções serão alimentadas por investimentos de índole pública (para obras de valorização dos atractivos municipais nas Aldeias e na criação de atracções) e de índole privada (com novos investimentos turísticos orientados para a satisfação das necessidades dos mercados turísticos, reforçando a atractividade local e global da rede, gerando valor acrescentado sobre os territórios). A criação das “Casas das Vivências” é disto um exemplo.
- A ausência de lógicas de integração da oferta e de internacionalização dos produtos turísticos criados é condição decisiva para a perda do potencial subaproveitado de riqueza económica e social, imprescindível para a sustentabilidade destes territórios de baixa densidade.
- A própria promoção do *Touring* Cultural no Território das Aldeias Históricas, constituindo o segundo objectivo operacional, contém em si finalidades assentes na necessidade de aumentar a oferta turística em qualidade e quantidade no que à animação, ocupação de tempos livres e lazer diz respeito. A sua operacionalização pressupõe o lançamento de circuitos, rotas e demais itinerários de diferentes valores, aumentando as condições para uma maior retenção turística. A criação das “Casas da Memória” é deste objectivo um instrumento operacional, representando uma oportunidade de negócio para o aumento do volume de negócios gerado.
- A própria intenção de valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural, reúne um conjunto de intenções de investimentos públicos e privados canalizados para a criação de novos canais de distribuição e comercialização da tradição das aldeias históricas, mas também para o lançamento de iniciativas empresariais ligadas à valorização comercial dos saberes tradicionais. Esses investimentos, ao criarem condições para a geração de receitas alternativas aos negócios tradicionais do sector agro-alimentar, por exemplo, estão a potenciar decisivamente o aumento do volume de negócios médio por pessoal ao serviço.
- Para este fim contribuirá também a promoção de um cluster de indústrias criativas, incentivado pela criação de novos atractivos turísticos/culturais nas aldeias (sob a forma das “Casas das Artes”) mas também pelo lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas, assumidas pelos agentes públicos e privados.
- Acresce reforçar que a valorização dos negócios existentes não é possível sem a melhoria qualitativa dos serviços, o que induz à necessidade de melhorar também substancialmente a qualidade dos recursos humanos, da eficiência, capacidade de organização e de trabalho em rede. Ao empregar pessoal com maiores qualificações estamos a induzir o aumento desejável do volume de negócios médio por pessoa, aumentando inclusive a taxa de empregabilidade.
- O Provere é um programa decisivo para a mudança desejável do paradigma económico deste território.



## B. Caracterização da situação – Análise SWOT

## B.1.Caracterização da situação – Base Empresarial

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

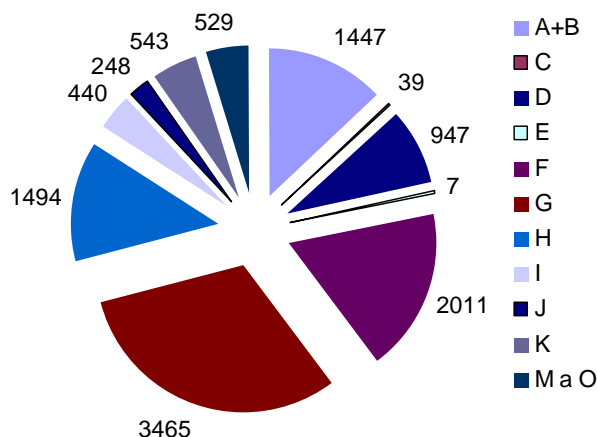
- O Território da Rede das Aldeias Históricas, é uma zona onde o sector secundário tem um peso muito importante, estando afecta ao sector 54,2% da população (16.654 trabalhadores) residente nos concelhos que o delimitam.
- O sector primário, prima essencialmente pela tradicional agricultura de subsistência, não empregando mais do que 6,3% da população das Aldeias Históricas.
- O sector terciário tem vindo a aumentar de forma considerável, empregando em 2006 um total de 6.580 trabalhadores, representando 42% do total da população activa.
- A região em análise corresponde a um território de baixa densidade de empresas, apesar de tornar necessário abrir uma excepção, alertando para a existência de um eixo organizado em torno da A23 integrando os núcleos Castelo Branco – Covilhã – Guarda.
- Com efeito, verifica-se neste eixo um núcleo de actividade empresarial com expressão e com dinamismo, o que poderá vir a ser um factor de desenvolvimento da actividade empresarial no futuro, inclusive numa perspectiva de integração de mercados ibéricos, sobretudo porque neste momento é o único núcleo com alguma capacidade e dinamismo a operar junto da fronteira espanhola e que, por conseguinte, com maior facilidade reforça perspectivas de parcerias ibéricas.
- Para caracterização da economia no território em análise é realizada uma análise sucinta dos três sectores de actividade produtivos: primário, secundário, terciário.
- Uma pequena nota metodológica para referir que na análise económica que se segue foram analisados apenas os concelhos pertencentes à Rede de Aldeias Históricas localizados na antiga província da Beira Interior, composta pelos distritos da Guarda, de Castelo Branco, de Coimbra, de Santarém e de Viseu.
- A decisão da não inclusão do concelho de Arganil onde se situa a Aldeia Histórica do Piodão está relacionada com a posição excêntrica deste concelho em relação ao Maciço da Serra da Estrela que se encontra entre Guarda e Castelo Branco.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

- Para uma leitura mais real da importância dos diferentes sectores de actividade por município, inicia-se esta caracterização económica, com uma análise síntese da actividade económica por concelho, atendendo para isso ao número de empresas sediadas. Foram considerados os indicadores da Classificação portuguesa das actividades económicas, revisão 2.1.:
  - A+B: Agricultura, produção animal, caça e silvicultura + Pesca;
  - C: Indústrias extractivas;
  - D: Indústrias transformadoras;
  - E: Produção e distribuição de electricidade, gás e água;
  - F: Construção;
  - G: Comércio por grosso e retalho;
  - H: Alojamento e restauração (restaurantes e similares);
  - I: Transportes, armazenagem e comunicações;
  - J: Actividades Financeiras;
  - K: Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas;
  - M a O: Educação, saúde e outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais.
- Atendendo à distribuição das actividades económicas verifica-se que das 10.641 empresas localizadas no território das Aldeias Históricas, 32,6% (3.456 empresas) são da área do “comércio por grosso e a retalho e da reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico”. Em seguida encontra-se o sector da “construção” com 18,9% (2.011 empresas), os sectores de “alojamento e restauração” e a “agricultura, produção animal, caça e silvicultura e pesca”, com 14% (1.494 empresas) e 13,6% (1.447 empresas) respectivamente.

Somatório das empresas no território das Aldeias Históricas por sectores de actividade (2005)



Fonte: INE

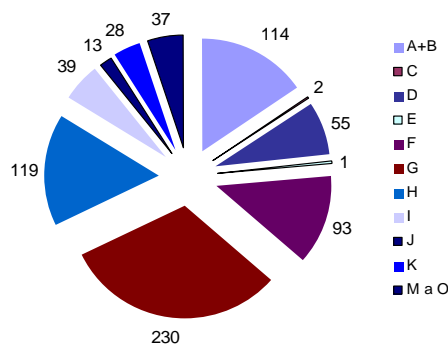
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

#### **Celorico da Beira**

- A principal actividade económica do concelho de Celorico da Beira é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 31,5% (230 empresas) do total de 731 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica, vem o sector da “agricultura, produção animal, caça e silvicultura e pesca” com 15,6% (114 empresas) e o sector do “alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 16,3% (119 empresas).

Número de empresas no concelho de Celorico da Beira por sectores de actividade (2005)

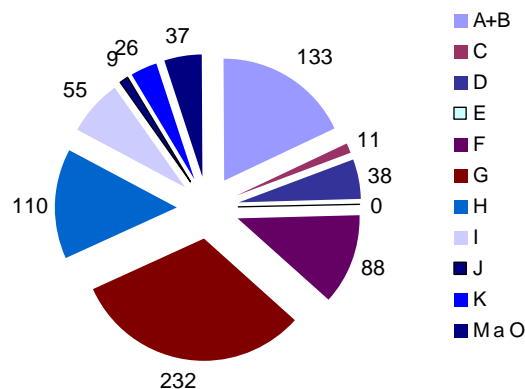


Fonte: INE

#### **Almeida**

- A principal actividade económica do concelho de Almeida é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 31,4% (232 empresas), do total de 739 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica, vem o sector da “agricultura, produção animal, caça e silvicultura e pesca” com 18% (133 empresas) e o sector do “alojamento e restauração” com 14,9% (110 empresas).

Número de empresas no concelho de Celorico da Beira por sectores de actividade (2005)



Fonte: INE

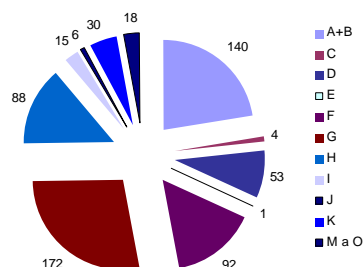
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

#### **Figueira de Castelo Rodrigo**

- A principal actividade económica do concelho de Figueira do Castelo Rodrigo é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 27,8% (172 empresas), do total de 619 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica vem o sector da “agricultura, produção animal, caça e silvicultura e pesca” com 22,6% (140 empresas) e o sector da “construção” com 14,9% (92 empresas).

Número de empresas no concelho de Figueira de Castelo Rodrigo por sector de actividade (2005)

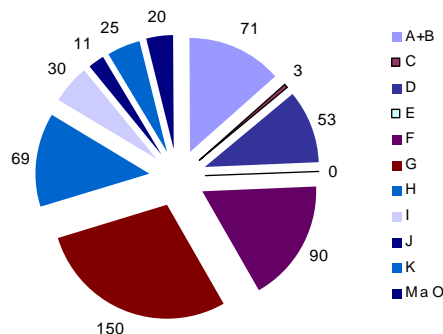


Fonte: INE

#### **Mêda**

- A principal actividade económica do concelho de Mêda é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 28,7% (150 empresas), do total de 522 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica vem o sector da “construção” com 17,2% (90 empresas) e o “sector da agricultura, produção animal, caça e silvicultura e pesca” com 13,6% (71 empresas).

Número de empresas no concelho de Mêda por sector de actividade (2005)



Fonte: INE

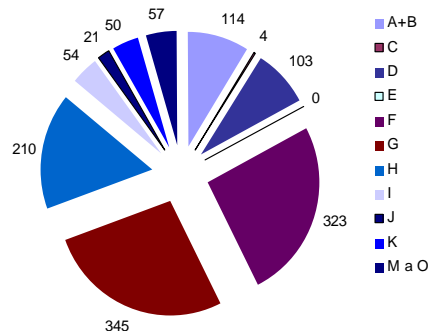
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

#### **Sabugal**

- A principal actividade económica do concelho de Sabugal é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 26,9% (345 empresas), do total de 1.281 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica vem o sector da “construção” com 25,2% (323 empresas) e o sector do “alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 16,4% (210 empresas).

Número de empresas no concelho de Sabugal por sector de actividade (2005)

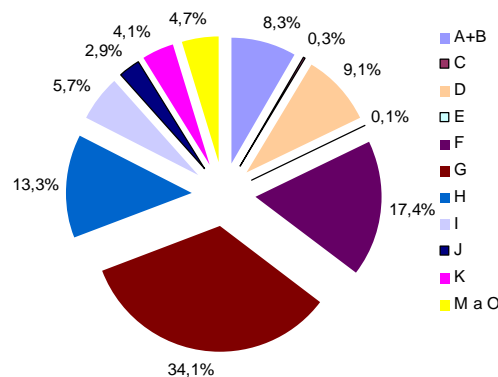


Fonte: INE

#### **Trancoso**

- A principal actividade económica do concelho de Trancoso é o “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 34,1% (330 empresas) do total de 967 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica vem o sector da “construção” com 17,4% (168 empresas) e o “sector do alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 13,3% (129 empresas).

Número de empresas no concelho de Trancoso por sector de actividade (2005)



Fonte: INE

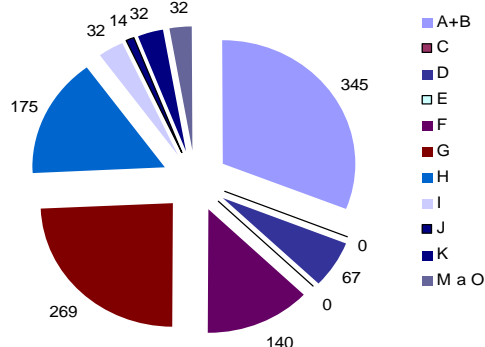
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

#### **Idanha-a-Nova**

- A principal actividade económica do concelho de Idanha-a-Nova é o sector da “agricultura, produção animal, caça e silvicultura e da pesca” com 31,2% (345 empresas) do total de 1.106 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica, vem o sector de “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 24,3% (269 empresas) e o sector do “alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 15,8% (175 empresas).

Número de empresas no concelho de Idanha-a-Nova por sector de actividade (2005)

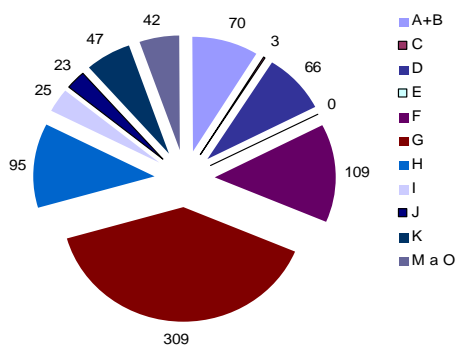


Fonte: INE

#### **Belmonte**

- A principal actividade económica do concelho de Belmonte é o sector de “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 39,2% (309 empresas) do total de 789 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica, vem o sector da “construção” com 13,8% (269 empresas) e o sector do “alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 12% (95 empresas).

Número de empresas no concelho de Belmonte por sector de actividade (2005)



Fonte: INE



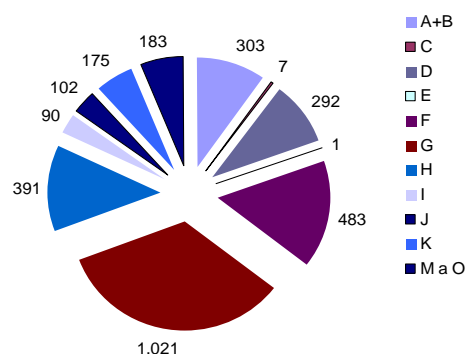
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.1. Economia por sectores de actividade**

#### **Fundão**

- A principal actividade económica do concelho do Fundão é o sector de “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 33,5% (1.021 empresas) do total de 3.048 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica, vem o sector da “construção” com 15,8% (483 empresas) e o sector do “alojamento e restauração (restaurantes e similares)” com 12,8% (391 empresas).

Número de empresas no concelho de Fundão por sector de actividade (2005)

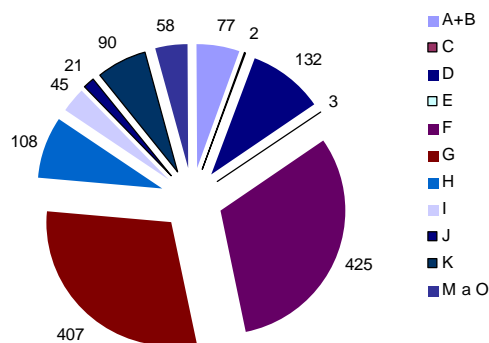


Fonte: INE

#### **Arganil**

- A principal actividade económica do concelho do Arganil é o sector da “construção” com 31,1% (407 empresas), do total de 1.368 empresas existentes. A seguir a esta actividade económica vem o sector de “comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico” com 29,8% (425 empresas) e o sector das “indústrias transformadoras” com 9,6% (132 empresas).

Número de empresas no concelho de Arganil por sector de actividade (2005)



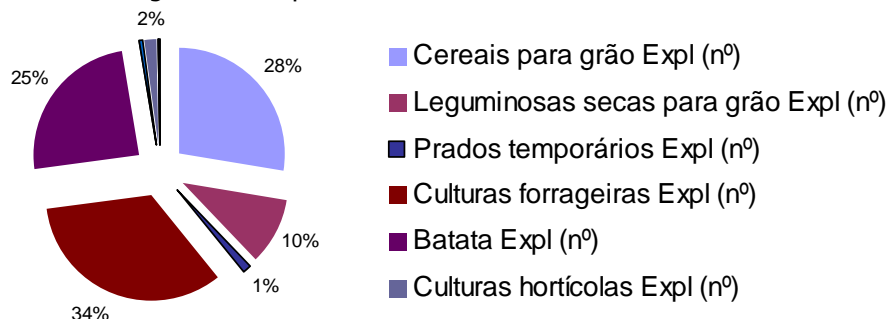
Fonte: INE

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.2. Sector Primário**

- A agricultura praticada neste território é, essencialmente, de subsistência, reunindo potencialidades próprias de uma região de montanha e pré-montanha, sendo pouco evoluída e rentável, vivendo muito dependente de apoios e subsídios.
- Quanto às principais culturas temporárias do território da rede das Aldeias Históricas há a destacar as culturas forrageiras (34%), os cereais para grão (28%), a batata (25%) e as leguminosas secas para grão (10%).

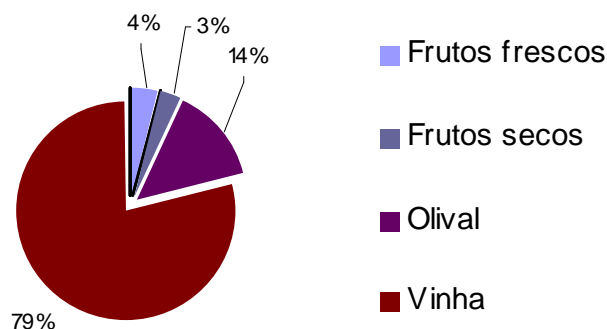
Principais culturas agrícolas temporárias no território das Aldeias Históricas - 1998 (%)



Fonte: INE Recenseamento Geral da Agricultura 1999

- Quanto às principais culturas agrícolas permanentes, a atenção vai para a vinha (79%), os olivais (14%) e, com menor importância os frutos, sejam eles frescos (4%) ou secos (3%).

Principais culturas agrícolas permanentes no território das Aldeias Históricas - 1998 (%)



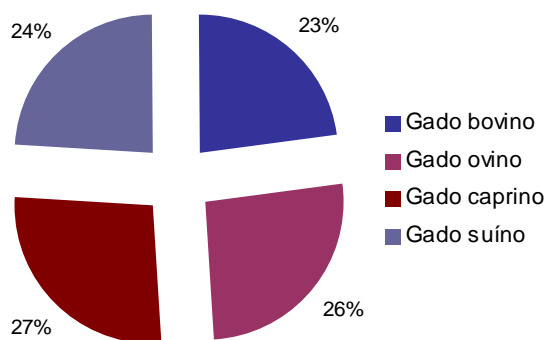
Fonte: INE Recenseamento Geral da Agricultura 1999

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.2. Sector Primário**

- Na actividade pecuária assume maior relevância a criação de gado caprino (27%), seguido do gado ovino (26%), gado suíno (24%) e gado bovino (23%).

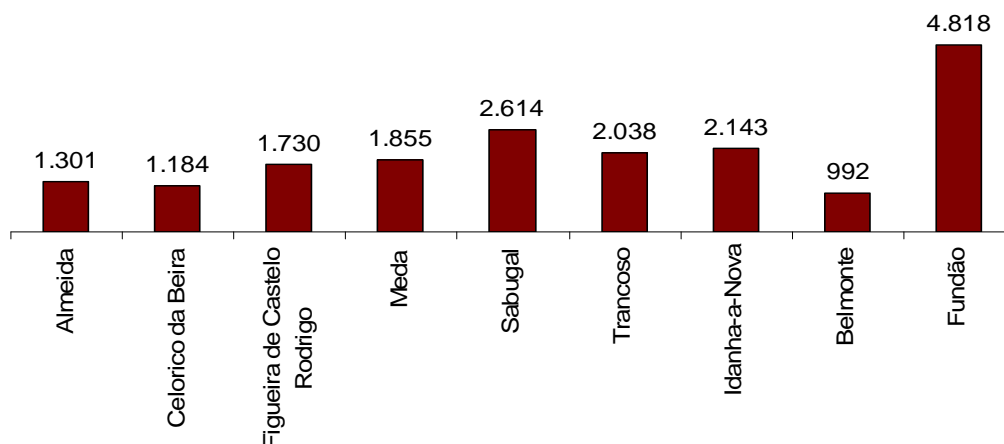
Actividade pecuária no território das Aldeias Históricas - 1998 (%)



Fonte: INE Recenseamento Geral da Agricultura 1999

- Relativamente à superfície utilizada com fins agrícolas no território das Aldeias Históricas de Portugal, verifica-se que o concelho que utiliza maior área para exploração agrícola é o Fundão com 4.818 ha, seguido pelo do Sabugal com 2.614 ha e Idanha-a-Nova com 2.143 ha. O concelho com menor área de exploração agrícola é o de Belmonte com apenas 992 ha.

Superfície utilizada com fins agrícolas no território das Aldeias Históricas de Portugal – 1999 (ha)



Fonte: Recenseamento da Agricultura, 1999

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.2. Sector Primário**

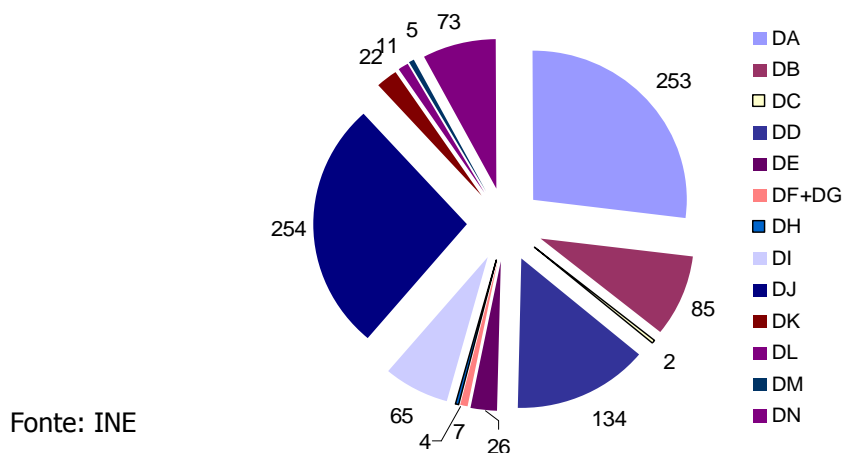
- A actividade pecuária contempla ainda a criação de aves (galinhas e patos), coelhos e a produção de mel, destinando-se quase exclusivamente ao consumo familiar, embora já tenha alguma valorização comercial (sobretudo o mel da Serra da Lousã –DOP).
- O borrego da Beira e da Serra da Estrela, o cabrito da Beira e a Carne Tradicional do Montado são produtos de carne de altíssima qualidade e já possuem certificação de origem protegida.
- Esta classificação proporciona, aos agricultores, um ganho adicional dado que há cada vez mais consumidores dispostos a pagar um preço superior por aquela carne.
- A procura de frutas e hortícolas de fumeiro tem vindo a crescer de ano para ano, assumindo-se como uma fonte complementar de receitas para as populações residentes nestes concelhos, sobretudo pela notoriedade que alguns frutos têm assumido no território. É o caso da Cereja da Cova da Beira, da Castanha dos soutos da lapa ou da Maça da Beira Alta.
- Destaque ainda para a produção de azeites e do Vinho da Região Demarcada da Beira Interior com classificação DOC.
- Quanto aos enchidos e outros derivados à base de carne, nota-se que o distrito da Guarda polariza esta oferta, concentrando produtos certificados desde o Bucho, à Chouriça, à Farinheira ou à Morcela.
- De enquadramento montanhoso, a região é fundamentalmente rica na produção de queijos de qualidade e autenticidade, como de resto se pode comprovar com a lista extensiva de produtos desta natureza de Origem Protegida:
  - Queijos da Beira Baixa – DOP;
  - Queijo amarelo da Beira Baixa – DOP;
  - Queijo de Castelo Branco – DOP;
  - Queijo picante da Beira Baixa – DOP;
  - Queijo Rabaçal – DOP;
  - Queijo da Serra da Estrela – DOP;
  - Queijo Serra da Estrela Velho – DOP;
  - Queijo Terrincho – DOP;
  - Queijo Terrincho Velho – DOP;
  - Requeijão da Beira Baixa – DOP;
  - Requeijão Serra da Estrela – DOP;
  - Travia da Beira Baixa – DO.
- A riqueza de produtos alimentares consubstancia a pertinência em encontrar nas Aldeias Históricas um espaço de comercialização e distribuição destes produtos tradicionais. Projecta-se, pois, a existência de um portefólio de produtos certificados nas “Casas de Vivências”.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.3.Sector Secundário**

- A industrialização no território das Aldeias Históricas tem tido um crescimento pouco expressivo. Segundo o Anuário Estatístico da Região Centro 2006, o conjunto destes municípios tem assumido uma fraca contribuição para o volume de negócios da indústria transformadora portuguesa (0.003%) e da região Centro (0.02%).
- Os principais problemas com que se debate a indústria no território das Aldeias Históricas, tem a ver, fundamentalmente, com:
  - Inexistência de factores dinâmicos endógenos e debilidades organizacionais a todos os níveis;
  - Empresários pouco preparados e tecido empresarial com baixos níveis de mobilidade;
  - Associativismo empresarial excessivamente fragmentado e com pouca agilidade, dadas as dimensões e características do tecido empresarial;
  - Tecido empresarial dominado por micro-empresas, muitas vezes sem a massa crítica necessária para ultrapassar os limites do mercado local;
  - Fraca capacidade de atrair capital exterior, a não ser com fortes subsídios, o que dificulta o enraizamento do capital físico e humano e reduz o horizonte temporal de eventuais investimentos;
  - Empresariado envelhecido, com baixa preparação em termos técnicos e de gestão.
- Como se pode verificar através do gráfico abaixo apresentado, das 941 empresas de indústria transformadora que se encontram dentro do território das Aldeias Históricas, 27% (254 empresas) são "indústrias metalúrgicas de base" e 26,9% (253 empresas) são "indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco". As "indústrias de madeira e de cortiça" representam 14,2% (134 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no território das Aldeias Históricas por sectores de actividade (2005)



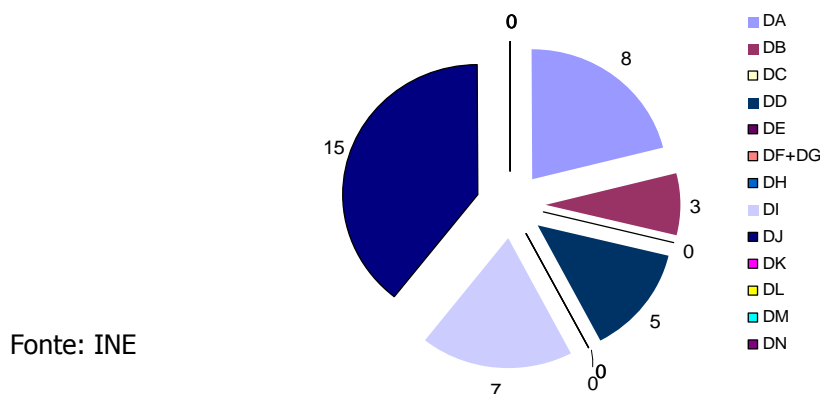
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.3.Sector Secundário**

#### **Almeida**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Almeida, são as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 39,5% (15 empresas) do total de 132 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 18,4% (8 empresas) e as “indústrias de fabricação de outros produtos minerais não metálicos” com 13,2% (7 empresas).

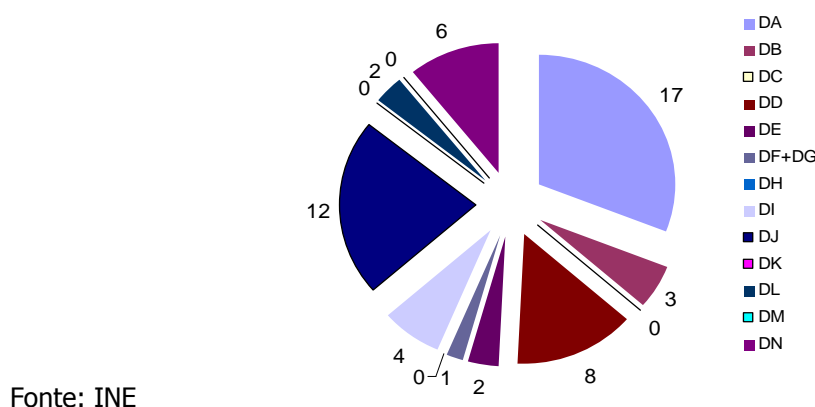
Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Almeida (2005)



#### **Celorico da Beira**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Celorico da Beira, são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 30,9% (17 empresas) do total de 38 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 21,8% (12 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 14,5% (8 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Celorico da Beira (2005)



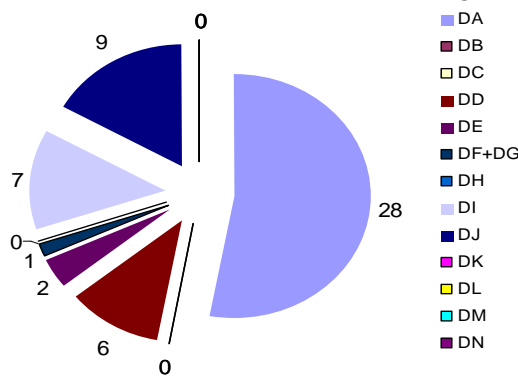
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.3.Sector Secundário**

#### **Figueira de Castelo Rodrigo**

- As principais indústrias transformadoras no concelho de Figueira de Castelo Rodrigo são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 53% (28 empresas) do total de 55 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 17% (9 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 11% (6 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Figueira de Castelo Rodrigo (2005)

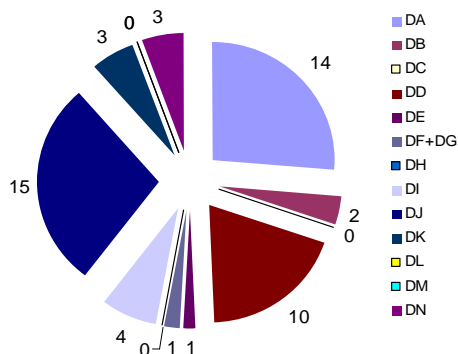


Fonte: INE

#### **Mêda**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Mêda, são as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 28,3% (15 empresas) do total de 53 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 26,4% (14 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 18,9% (10 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Mêda (2005)



Fonte: INE

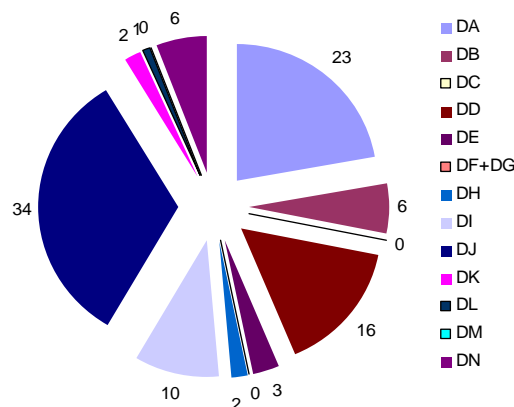
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.3.Sector Secundário**

#### **Sabugal**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Sabugal, são as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 33% (34 empresas) do total de 103 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 22,3% (23 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 15,5% (16 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Sabugal (2005)

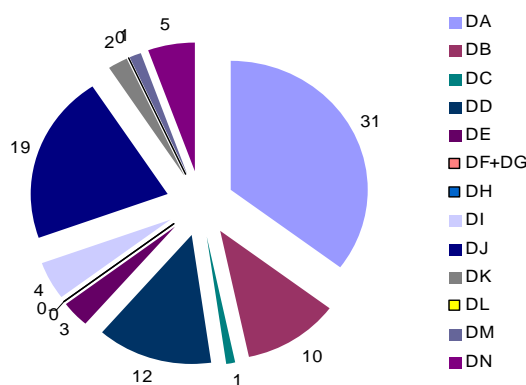


Fonte: INE

#### **Trancoso**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Trancoso, são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 35,2% (31 empresas) do total de 88 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 21,6% (19 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 13,6% (12 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Trancoso (2005)



Fonte: INE



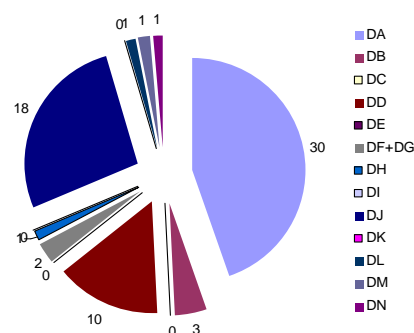
## **B.1. Base Empresarial**

### **1.3.Sector Secundário**

#### **Idanha-a-Nova**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Trancoso, são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 44,8% (30 empresas) do total de 67 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 26,9% (18 empresas) e as “indústrias de madeira e de cortiça e suas obras” com 14,9% (10 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Idanha-a-Nova (2005)

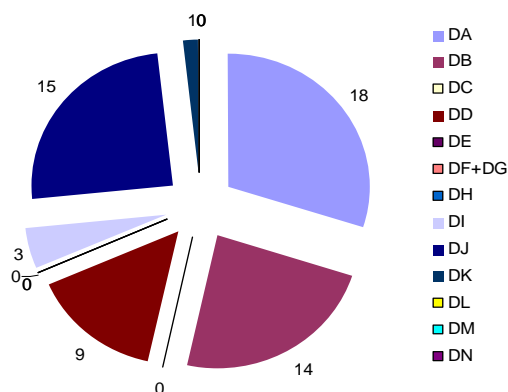


Fonte: INE

#### **Belmonte**

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Belmonte, são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 30% (18 empresas) do total de 60 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 25% (15 empresas) e as “indústrias de têxtil” 23,3% (14 empresas).

Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Belmonte (2005)



Fonte: INE

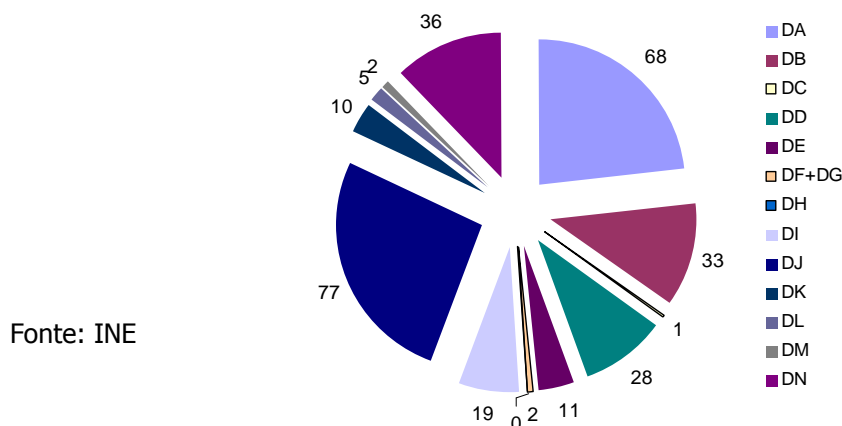
## B.1. Base Empresarial

### 1.3.Sector Secundário

#### Fundão

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Fundão, são as “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” com 23,3% (68 empresas) do total de 292 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 26,4% (36 empresas) e as “indústrias de têxtil” com 12,3% (14 empresas).

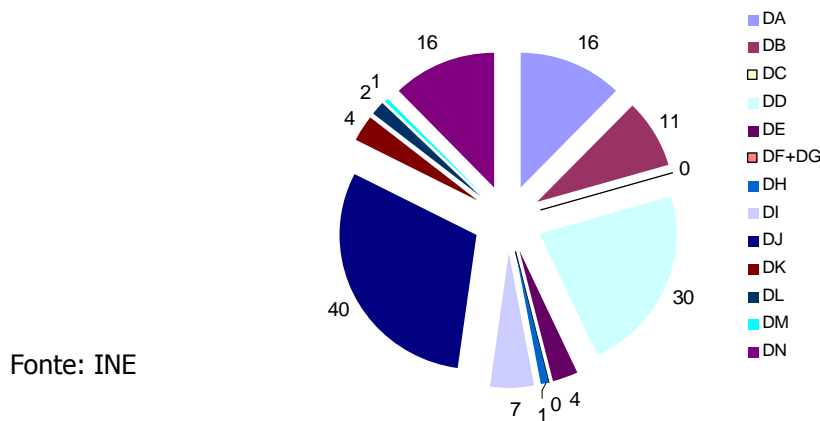
Número de empresas de indústria transformadora no concelho do Fundão (2005)



#### Arganil

- As principais indústrias transformadoras, no concelho de Arganil, são as “indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos” com 30,3% (40 empresas) do total de 132 empresas existentes. A seguir a este segmento vêm as “indústrias da madeira e de cortiça e suas obras” com 22,7% (30 empresas). As “indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco” e as “indústrias de têxtil” têm ambas 12,1% (16 empresas).

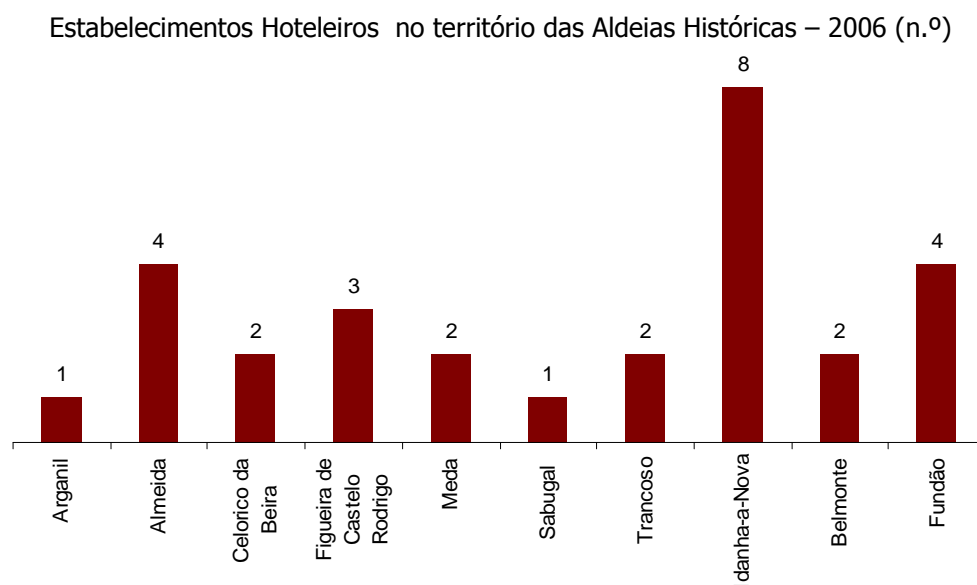
Número de empresas de indústria transformadora no concelho de Arganil (2005)



## **B.1. Base Empresarial**

### **1.4. Sector Terciário - Turismo**

- De seguida vai ser feita uma análise ao sector terciário do território das Aldeias Históricas de Portugal. Para esta análise do sector terciário esta memória descritiva, dado o seu objecto de estudo, vai debruçar-se exclusivamente sobre o sector do Turismo.
- O sector do Turismo já apresenta alguma dinâmica no território das Aldeias Históricas.
- Os concelhos da Rede das Aldeias Históricas, possuem já alguns estabelecimentos de boa qualidade, quer a nível de infraestruturas, quer a nível de serviços, mas o que se assiste na maioria dos casos é a existência de estabelecimentos hoteleiros com baixa qualidade e com má prestação de serviços.
- No que concerne aos estabelecimentos de restauração e de bebidas, também sucede o mesmo que acontece em relação ao alojamento. No entanto, há que salientar que existe uma gastronomia regional rica e diversa, embora esteja pouco valorizada e carecendo de inovação.
- Relativamente à capacidade hoteleira, os concelhos no seu conjunto possuem 29 unidades de alojamento e uma capacidade de 2.105 camas hoteleiras, segundo dados do Turismo de Portugal, i.p. de 2007.
- Tendo por base o gráfico seguinte, observa-se que dos 29 estabelecimentos hoteleiros existentes, Idanha-a-Nova é o concelho que dispõe do maior número na região com 28% do total (8 estabelecimentos hoteleiros), seguido dos concelhos de Almeida e Fundão ambos com 14% (4 estabelecimentos). Os concelhos com menos estabelecimentos hoteleiros são os dos concelhos de Arganil e Sabugal possuindo cada um apenas 3% do total (1 estabelecimento).



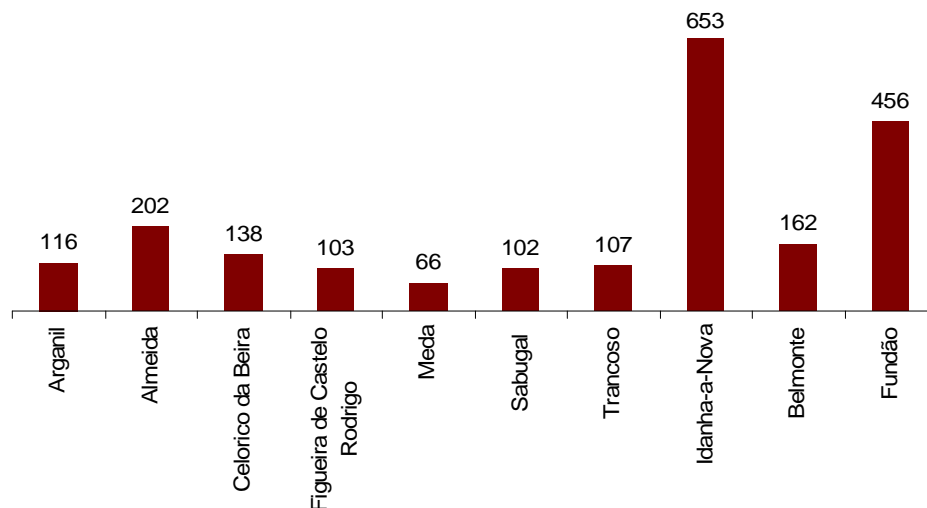
Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.4. Sector Terciário - Turismo**

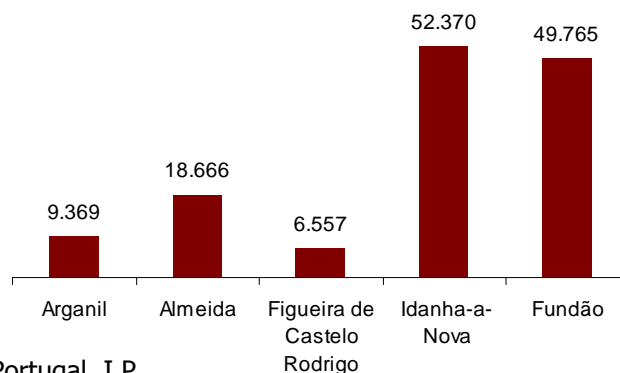
- Quanto à capacidade hoteleira do território, verifica-se que das 2.105 camas existentes nos estabelecimentos hoteleiros, Idanha-a-Nova é o concelho que dispõe da maior capacidade de alojamento na região com 30% do total (653 camas), seguido dos concelhos do Fundão com 21% do total (456 camas) e de Almeida com 10% do total (202 camas). Os concelhos com menos camas são os dos concelhos de Sabugal e Mêda que possuem 5% (102 camas) e 3% (66 camas), respectivamente.

Capacidade hoteleira no território das Aldeias Históricas – 2006 (camas)



- Das 136.727 dormidas registadas no território das Aldeias Históricas, 38% (52.370 dormidas) efectuaram-se em Idanha-a-Nova e 36% (49.765 dormidas) no Fundão. Segundo o Turismo de Portugal, os concelhos com menos dormidas são Arganil e Figueira de Castelo Rodrigo. Os dados não se encontram disponíveis para os concelhos de Celorico da Beira, Mêda, Sabugal, Trancoso e Belmonte.

Dormidas em estabelecimentos hoteleiros do território das Aldeias Históricas – 2006 (n.º)



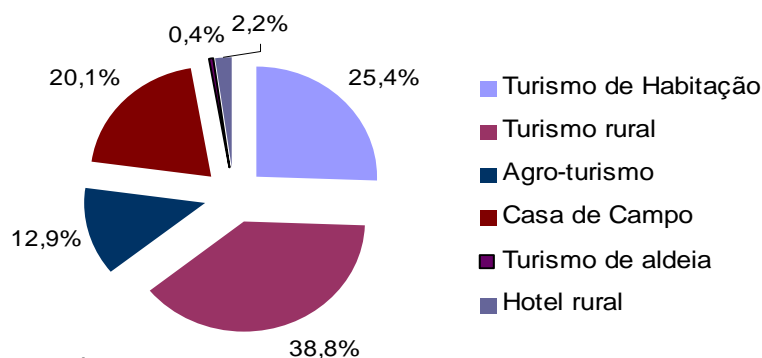
Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.4. Sector Terciário - Turismo**

- Pelo enquadramento do território, considerou-se pertinente a análise dos indicadores respeitantes ao alojamento TER, apenas disponível por NUT II - Centro
- Considerando os dados disponibilizados, observa-se que dos 224 estabelecimentos TER existentes na NUT II Centro, 87 estabelecimentos (38,8%) são de tipologia "Turismo Rural", 57 estabelecimentos (25,4%) são "Turismos de Habitação" e 20,1% (45 estabelecimentos) integram a modalidade "Casas de Campo".

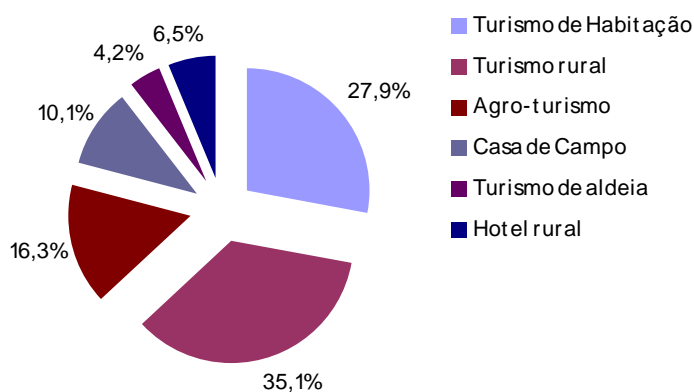
Estabelecimentos TER por tipologia na NUT II Centro – 2007 (%)



Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

- Num total de 2.501 camas a tipologia de estabelecimentos TER que tem maior capacidade de alojamento no território é o "Turismo Rural" com 887 camas (35,1%), seguido do "Turismo de Habitação" com 697 camas (27,9%) e do "Agro-turismo" com 407 camas (16,3%).

Capacidades dos estabelecimentos TER na NUT II Centro – 2007 (%)



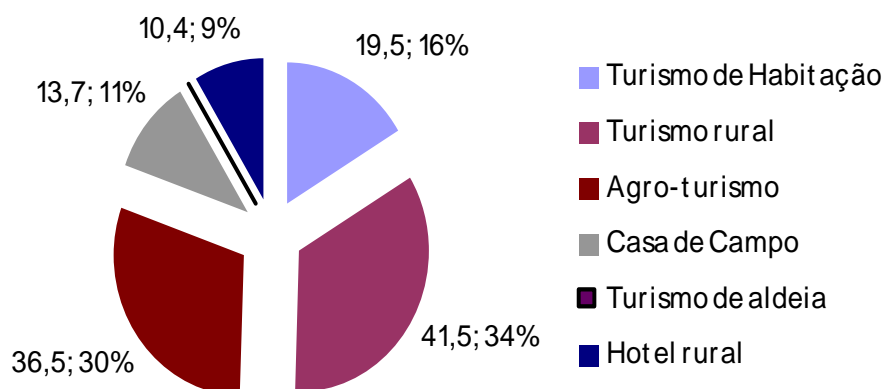
Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.4. Sector Terciário - Turismo**

- Das 122.500 dormidas que se realizaram na NUT II Centro, 41.500 dormidas (34,1%) efectuaram-se em estabelecimentos de Turismo Rural, 36.500 dormidas (30%) em estabelecimentos de Agro-turismo e 19.500 dormidas (16%) em estabelecimentos de Turismo de Habitação.

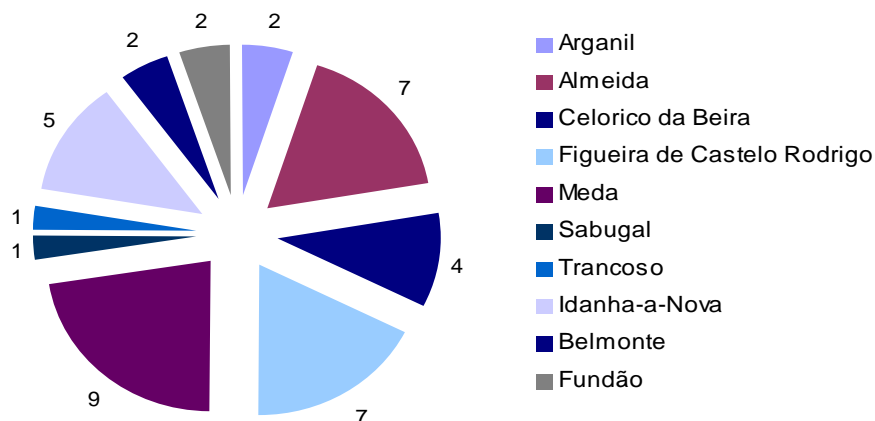
Dormidas nos estabelecimentos TER na NUT II Centro – 2007 (%)



Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

- Dos 40 estabelecimentos TER existentes no território das Aldeias Históricas, 9 (22,5%) encontram-se no Sabugal e 7 (17,5%) estão em Celorico da Beira. Os concelhos com menos unidades de alojamento TER são Trancoso e Belmonte, com apenas um estabelecimento.

Alojamentos TER distribuídos por concelhos do território – 2007 (%)



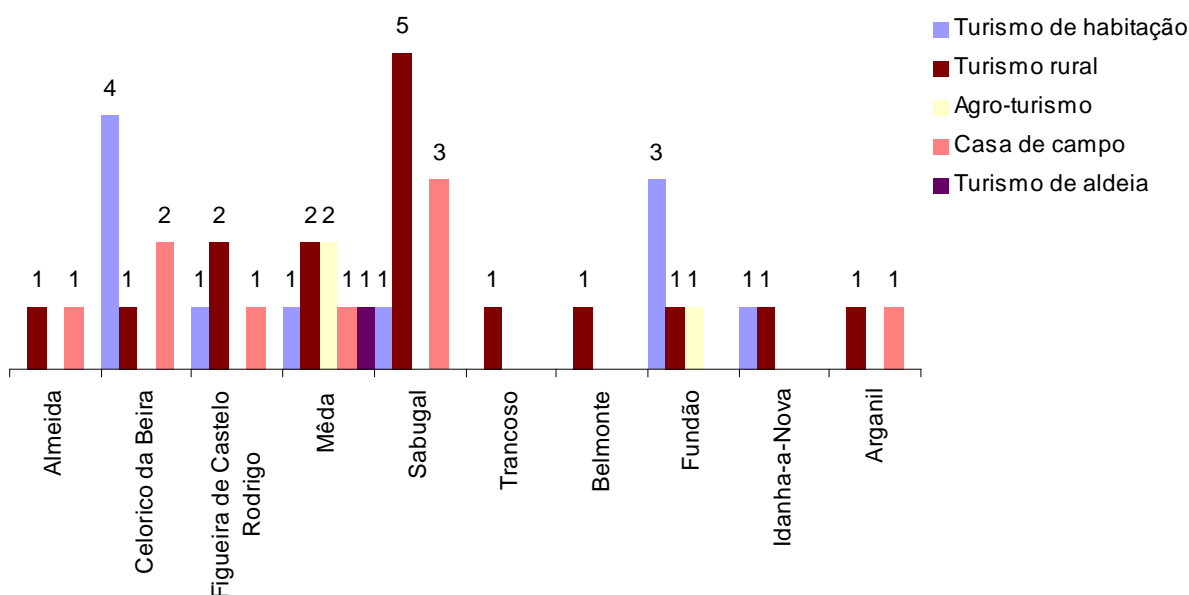
Fonte: Lifecooler e Turismo no Espaço Rural – 2006

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.4.Sector Terciário - Turismo**

- Atendendo à análise do número de alojamentos distribuídos por tipologia de estabelecimentos TER nos concelhos do território das Aldeias Históricas, verifica-se que o concelho de Sabugal é o que possui maior numero de unidades de estabelecimentos de “Turismo rural” (5 estabelecimentos).
- Já a nível de numero de estabelecimentos de “Turismo de habitação” o concelho em destaque é Celorico da Beira, com 4 estabelecimentos. Quanto às “Casas de Campo” estes estabelecimentos surgem em maior número no município de Sabugal, tendo este concelho 3 destas unidades.

Alojamentos TER distribuídos por tipologia nos concelhos do território – 2007 (%)



Fonte: Lifecooler e Turismo no Espaço Rural – 2006

- Para avaliação da procura turística considerou-se importante atender ao indicador disponibilizado pela Fundação INATEL referente ao Fluxo Turístico nas Aldeias Históricas.
- É exceção a esta análise, a aldeia de Castelo Mendo, em relação à qual não existem dados trabalhados.

## **B.1. Base Empresarial**

### **1.5. Tecido associativo no território**

- A qualificação e modernização do tecido associativo, afiguram-se hoje desígnios de primeira relevância para as comunidades locais. Com um papel e uma importância insubstituíveis, as associações e colectividades ocupam um lugar de destaque no quotidiano das populações, assegurando a prestação de importantes serviços aos mais diversos níveis: cultural, social, desportivo, de apoio à actividade económica, etc.
- Uma avaliação genérica, quanto ao número e relevância das associações no território da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, vem reconhecer a importância do tecido associativo neste território, testemunhada pela teia complexa de associações ou outras formas de cooperação entre actores que se unem para obtenção de vantagens de carácter económico, informativo, jurídico ou outras.
- Do levantamento realizado ao tecido associativo do distrito da Guarda resultou a seguinte listagem de corpos associativos:

#### Sector Primário

- AAPIM - Associação Agricultores de Produção Integrada dos Frutos de Montanha
- Acriguarda - Associação de Criadores de Ruminantes da Guarda
- Associação Distrital dos Agricultores da Guarda
- Acrisabugal - Associação de Criadores de Ruminantes do Concelho do Sabugal
- Agripec-Associação de Agricultores e Produtores de Gado SA
- Associação dos Agricultores de Ribeira Tejo e Vale Côa
- Acrifigueira A D S - Associação de Criadores da Figueira
- Confederação dos Agricultores de Portugal
- ADS Acrialmeida - Associação de Criadores da Região de Almeida

#### Sector Secundário

- Nerga - Núcleo Empresarial da Região da Guarda
- Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas-AICCOP
- Aenebeira - Associação Empresarial do Nordeste da Beira

#### Sector Terciário & Desenvolvimento

- Sabugal - Empresa Municipal de Gestão de Espaços Culturais, Desportivos, Turísticos e de Lazer E.M.
  - Estrela - Associação de Desenvolvimento de Turismo da Serra da Estrela
  - Pro-Raia - Associação de Desenvolvimento Integrado da Raia Centro-Norte
  - Liga dos Amigos de Sortelha
  - Associação de Desenvolvimento da Raia Histórica.
- O sector primário concentra o maior número de entidades associativas, reflectindo a necessidade de cooperação destes actores para ultrapassar os constrangimentos do sector.



## **B.1. Base Empresarial**

### 1.5. Tecido associativo no território

- Do levantamento realizado ao tecido associativo do distrito de Castelo Branco resultou, por sua vez, a seguinte listagem de corpos associativos:

#### Sector Primário

- Associação de Produtores de Azeite da Beira Interior
- Bio-Ana - Associação Nacional de Agricultores Biológicos
- Associação Distrital dos Agricultores de Castelo Branco
- Pinus Verde - Associação de Desenvolvimento Integrado da Floresta
- Acripinhal - Associação de Criadores Ruminantes do Pinhal

#### Sector Secundário

- Nercab - Associação Empresarial da Região de Castelo Branco
- ACICF - Associação Comercial e Industrial do Concelho do Fundão
- Associação Empresarial da Covilhã

#### Sector Terciário & Desenvolvimento

- ANFORCE - Associação Nacional de Formadores em Ciências Empresariais
  - Associação de Municípios de Raia-Pinhal
  - ADESGAR - Associação de Defesa e Desenvolvimento da Serra da Gardunha
  - ADIBB - Associação Desenvolvimento Integrado Beira Baixa
  - Aderes - Associação para o Desenvolvimento Rural da Estrela Sul
  - Beira Serra - Associação Promotora do Desenvolvimento Rural Integrado
  - Gardunha Viva - Associação de Montanhismo do Fundão
  - Rude - Associação de Desenvolvimento Rural
  - Adesgar - Associação de Defesa e Desenvolvimento da Serra da Gardunha
- No distrito de Castelo Branco, o destaque associativo recai sobretudo sobre as associações de desenvolvimento, muito especialmente de desenvolvimento rural, o que testemunha as necessidades de cooperação para ultrapassar as dificuldades geográficas, económicas e até sociais do concelho. As Associações de Desenvolvimento Rural, são actores de grande importância em termos locais, desenvolvendo actividades na área florestal e preservação ambiental, na área da revitalização de artes e produtos tradicionais, na área das actividades turísticas, entre outras.

## **B.1. Base Empresarial**

### 1.6. Análise SWOT da Base Empresarial

<b>Pontos Fortes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Crescente terciarização da economia regional (sector público);</li><li>• Crescente afirmação das empresas relacionadas com os produtos tradicionais do território;</li><li>• Emergência de novas actividades empresariais ligadas à cultura, animação, património e design;</li><li>• Crescente afirmação da vocação turística do território que potencia o aparecimento de empresas do sector;</li><li>• Núcleo de actividade empresarial do eixo Castelo Branco – Covilhã - Guarda com expressão e com dinamismo;</li><li>• Crescente apetência do tecido empresarial regional para a troca de informação e parcerias entre elas.</li></ul>
<b>Pontos Fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sector primário caracterizado pela pequena dimensão e de carácter familiar (econ. de subsistência);</li><li>• Sector secundário constituído por micro e pequenas empresas, de baixo valor acrescentado;</li><li>• Domínio do sector público sobre o sector privado;</li><li>• Território de baixa densidade empresarial com excepção para o eixo Castelo Branco – Covilhã - Guarda;</li><li>• Associativismo empresarial excessivamente fragmentado;</li><li>• Fraco aproveitamento económico da marca “Aldeias Históricas de Portugal” pela estrutura empresarial;</li><li>• Fragilidade dos canais de distribuição e reduzido alcance geográfico dos mesmos;</li><li>• Frágil nível de estruturação, integração e consolidação da actividade turística;</li><li>• Deficiente articulação entre a oferta e a procura o que revela não se apostar convenientemente nos circuitos de distribuição e comercialização;</li><li>• Fraca capacidade de atrair capital exterior o que dificulta a fixação de capital humano.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Contexto favorável ao crescimento e afirmação da oferta de produtos de base cultural, patrimonial e design;</li><li>• Acesso aos incentivos financeiros nacionais e comunitários;</li><li>• Ambiente favorável à iniciativa empresarial e modernização tecnológica para a competitividade empresarial;</li><li>• Crescente apetência pelo consumo de produtos de origem rural e certificados, pode vir a suportar os sistemas produtivos locais;</li><li>• Crescente representatividade e dinamismo das empresas de comércio e serviços;</li><li>• Investimentos previstos em matéria rodoviária que aproxima a região dos seus mercados tradicionais;</li><li>• Carga emotiva e simbólica da marca “Aldeias Históricas de Portugal” que potencia o desenvolvimento de empresas de carácter inovador, ligadas à cultura, moda, design, arte e património.</li></ul>
<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Predominância do sector primário na estrutura económica regional;</li><li>• Importância do sector público na estrutura de emprego regional;</li><li>• Dificuldade de penetração e colocação dos produtos nos mercados-alvo;</li><li>• Conjuntura económica pouco favorável às empresas do sector da construção civil;</li><li>• Desaparecimento de empresas ligadas ao sector têxtil por falência do modelo de negócio desenvolvido;;</li><li>• Associativismo empresarial excessivamente fragmentado e com pouca agilidade;</li><li>• Inexistência de factores dinâmicos endógenos e debilidades organizacionais a todos os níveis;</li><li>• Condicionantes macroeconómicas regionais, nacionais e internacionais.</li></ul>

## B.2.Caracterização da situação – Capacidades/competências de I&DT

## **B.2. Capacidades / Competências de I&DT**

### **2.1. Centros de Investigação a operar no território**

- O aparecimento de Centros de Investigação, nas duas últimas décadas na área de intervenção da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, consubstancia o sentimento que o futuro do sector empresarial e as hipóteses de promoção de um desenvolvimento economicamente proveitoso, ambientalmente sustentável e socialmente equilibrado da região passa essencialmente por uma aposta na inovação e na cooperação entre os agentes do território e as instituições de ensino ou demais unidades de investigação empenhadas em solucionar problemas locais.
- No território da Rede das Aldeias Históricas a I&DT é já promovida por alguns actores.

#### **Universidade da Beira Interior**

- A Universidade da Beira Interior concentra sob sua égide alguns espaços de I&D aplicados ao desenvolvimento nacional e regional. Em termos de I&D integra nas suas instalações:
  - Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online (LABCOM)
  - Centro de Accionamentos e Sistemas Eléctricos (CASE)
  - Centro de Ciência e Tecnologia Aeroespaciais (CCTA)
  - Centro de Engenharia Civil (CEC)
  - Centro de Estudos Judaicos (CEJ)
  - Centro de Estudos Sociais (UBI\_CES)
  - Centro de Investigação em Ciências da Saúde (CICS)
  - Centro de Matemática (CM)
  - Centro de Materiais e Tecnologias Construtivas (C-MADE)
  - Centro de Tecnologia da Linguagem Humana e Bioinformática (HULTIG)
  - Instituto de Filosofia Prática (IFP)
  - Laboratório de Comunicações e Multimédia - Instituto de Telecomunicações (IT-UBI)
  - Materiais Têxteis e Papeleiros (MTP)
  - Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)
  - Soft Computing and Image Analysis Laboratory (SOCIA-LAB);
  - Unidade de Detecção Remota (DR);
  - Centro de Óptica (COUBI).
- A Universidade participa ainda em outras unidades de investigação, sendo a mais conhecida o Centro de Investigação Biomédica da Siemens, em colaboração com a Faculdade de Medicina da Universidade da Beira Interior, com o objectivo de ligar a saúde à tecnologia.

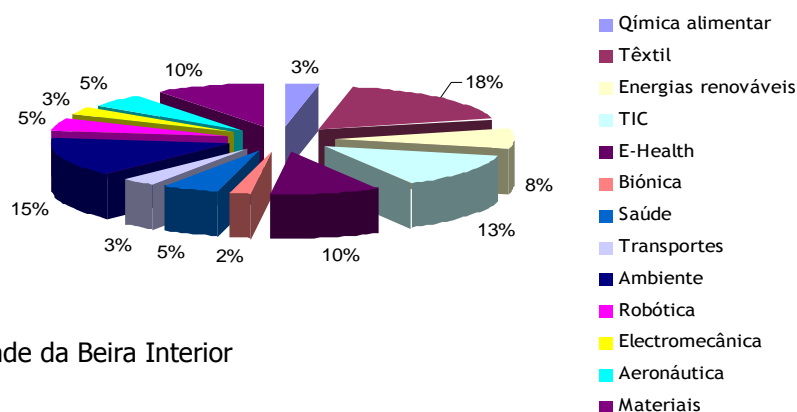
## **B.2. Capacidades / Competências de I&DT**

### **2.1. Centros de Investigação a operar no território**

#### **Universidade da Beira Interior**

- A Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) reconhece, avalia e financia pelo seu Programa de Financiamento Plurianual, algumas das unidades de I&D da Universidade da Beira Interior, a prestar serviços em diferentes domínios da área científica. Em 2006, foram financiados os seguintes núcleos de investigação:
  - Centro de Matemática: Domínio Matemática;
  - Unidade de Detecção Remota: Domínio Física
  - Centro de Investigação em Ciências da Saúde: Domínio Ciências da saúde
  - Centro de Engenharia Civil da Universidade da Beira Interior: Domínio Engenharia Civil
  - Centro de Ciência e Tecnologias Aeroespaciais: Domínio Engenharia mecânica
  - Materiais Têxteis e Papeleiros: Domínio Ciência e Engenharia de Materiais
  - Centro de Accionamentos e Sistemas Eléctricos: Domínio Engenharia electrotécnica e informática
  - Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE): Domínio Economia e Gestão
  - Laboratório de Comunicação e Conteúdos on-line: Domínio Ciências da Comunicação
- Para além dos serviços de contrato/venda, os núcleos de investigação da Universidade da Beira Interior alimentam a sua existência pelo desenvolvimento de projectos em consórcio, que já representam em termos percentuais 50% de todas as modalidades de cooperação entre a Universidade e as Empresas da região.
- Atendendo à distribuição percentual dos consórcios por área tecnológica, verifica-se que o sector do Ambiente das TIC's tem grande saída, com 15% e 13% do total, respectivamente. Logo de seguida surgem áreas como o Têxtil, a E-Health ou os Materiais, cada um com 10% dos consórcios totais.
- Com menor importância surge a química alimentar, a electromecânica e os transportes (3%).

Projectos em consórcio com empresas por área tecnológica (%) – 2007/2008



Fonte: Universidade da Beira Interior

## **B.2. Capacidades / Competências de I&DT**

### **2.1. Centros de Investigação a operar no território**

#### **Instituto Politécnico de Castelo Branco**

- CIMA: Centro de Investigação em Multimédia e Audiovisuais que tem promovido, em colaboração com a Universidade Nova de Lisboa, projectos vários desde a criação de vídeos institucionais, como o vídeo sobre o “Parque Natural Tejo Internacional” à produção de CD/DVD, como o DVD “Frescos da Beira Interior”.
- CICA:V: Centro de Investigação em Comunicação e Artes, centra-se no desenvolvimento de projectos de investigação na área do Design da Comunicação, Produção Audiovisual e Multimédia.

#### **Parkurbis - Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã**

- Um importante centro de apoio ao quaternário no território é o Parkurbis - Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã, a desenvolver um conjunto de projectos de entre os quais destacamos:
  - CAIE – Centro de Apoio à Inovação e ao Empreendedorismo;
  - INOCOP – Inovação e Melhoria da Performance no Cluster Automóvel;
  - Oeiras PRO – Projecto de Responsabilidade Social das Organizações.

## **B.2. Capacidades / Competências de I&DT**

### **2.2. Análise SWOT**

<b>Pontos Fortes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Afirmação da dinâmica territorial no âmbito do I&amp;DT;</li><li>• Existência de diversos centros de investigação com forte acção de investigação de carácter estratégico e inovador;</li><li>• Desenvolvimento de parcerias entre os centros de investigação existentes e algumas entidades do território;</li><li>• Disponibilidade do sector académico em auscultar o sector empresarial e desenvolver investigação direccionada às necessidades do tecido empresarial regional;</li><li>• Diversidade de produtos tradicionais e recursos endógenos que potencia e dinamiza acções de investigação;</li><li>• Existência de um rico e diversificado património histórico, arquitectónico, religioso, artístico e cultural com potencial de inovação ao nível do produto turístico.</li></ul>
<b>Pontos Fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pouca capacidade organizacional e económica do tecido empresarial da região para desenvolver projectos I&amp;DT;</li><li>• Forte predominância económica do sector primário;</li><li>• Baixo nível de formação dos empresários e / ou dos decisores tornando-os menos receptíveis ao I&amp;DT;</li><li>• Baixa interacção entre a actividade empresarial e os centros de investigação;</li><li>• Reduzida abrangência sectorial das áreas alvo de investigação;</li><li>• Ausência de políticas públicas que favoreçam o I&amp;DT nos territórios de baixa densidade.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Disponibilidade de incentivos financeiros nacionais e comunitários para desenvolvimento da área de investigação;</li><li>• Ambiente nacional e comunitário favorável à afirmação do I&amp;DT;</li><li>• Crescente apetência do mercado por produtos diferenciados e inovadores de origem certificada;</li><li>• Tendência de rejuvenescimento do tecido empresarial e das empresas;</li><li>• Necessidade de desenvolvimento de projectos de investigação pelas instituições de ensino superior;</li><li>• Oportunidades para a diversificação dos sectores económicos com incorporação de novas indústrias ligadas à moda, arte, cultura, património e produtos tradicionais;</li><li>• Potencial de criação de pólos de investigação associados aos novos clusters industriais na região (património, arte, cultura, design e produtos tradicionais);</li><li>• Notoriedade da marca "Aldeias Históricas de Portugal" que potenciam a afirmação dos produtos de origem territorial.</li></ul>
<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificuldades técnicas, financeiras e competitivas por parte do tecido empresarial da região;</li><li>• Limitados níveis de rejuvenescimento das empresas o que pode contribuir para a falta de investimento em I&amp;DT; Ausência de capital humano devidamente formado e habilitado para a participação numa estratégia de I&amp;DT;</li><li>• Dificuldade de articulação entre o sector empresarial e o sector académico;</li><li>• Investimento privado incipiente e de baixo valor acrescentado;</li><li>• Forte dependência de financiamentos para desenvolvimento de projectos de investigação;</li><li>• Condicionantes macroeconómicos</li></ul>

### **B.3.Caracterização da situação – Capacidades/competências em Formação Profissional**



## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

- Sensivelmente metade da população (50,5%) activa residente no território da Rede das Aldeias Históricas de Portugal encontra-se empregada no sector terciário, com destaque para os concelhos de Almeida, Fundão e Celorico da Beira, onde o sector em análise representa respectivamente 63,1 %, 53,7% e 52,2%.
- A taxa de actividade entre 1991 e 2001 apresentou um aumento residual (na ordem dos 2 p.p.). Arganil, Fundão e Idanha-a-Nova registaram os maiores crescimentos na taxa de actividade. Por oposição, o município de Sabugal apresentou uma descida da taxa de actividade neste período (em cerca de -1,9%).
- O sector primário emprega uma percentagem significativa da população nos municípios de Figueira de Castelo Rodrigo (26,6%) e de Trancoso (31,2%).
- O sector secundário assume importância enquanto sector empregador em Arganil (41,2%) e em Belmonte (44,6%).

Emprego (População empregada por sector de actividade e evolução) (1991 a 2001)

Concelhos	População Empregada (n.º)	% Empregada da População Total	Taxa de Actividade		População empregada por sector de Actividade (n.º)		
			1991	2001	Primário	Secundário	Terciário
Arganil	5.589	41%	34,8	43,2	905	2.305	2.379
Almeida	2.785	33,1%	37,5	35,9	421	607	1.757
Celorico da Beira	3.206	36,1%	34,3	38,5	406	1.126	1.674
Figueira de Castelo Rodrigo	2.293	32%	30,9	34	503	691	1099
Mêda	1.994	32%	34,7	33,7	531	524	939
Sabugal	4.463	30,7%	34,4	32,5	859	1500	2.204
Trancoso	3.789	34,8%	35,3	36,8	820	1.032	1.937
Idanha-a-Nova	3.407	29,2%	25,7	31,9	1.064	652	1.691
Belmonte	3.074	40,5%	42,4	42,1	277	1.371	1426
Fundão	12.322	39,1%	36,1	41,4	1.343	4.367	6.612
Total	42.922	35%	35	37	7.129	14.175	21.718

Fonte: INE – Censos 1991 e 2001

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

- No que diz respeito aos indicadores de desemprego, apresentados no quadro seguinte, destaca-se o crescimento da taxa de desemprego no território da Rede das Aldeias Históricas em mais 1,3 p.p. de 1991 a 2001.
- No que diz respeito ao número de desempregados, verifica-se que este aumentou de 2001 para 2007 em cerca 476 pessoas. Recorde-se que os dados de 2007 apenas compreendem o número de desempregados inscritos nos Centros de Emprego dos concelhos que integram a Rede das Aldeias Históricas.
- Entre 1991 e 2001, a subida da taxa de desemprego foi sobretudo preocupante nos concelhos de Almeida (mais 4,3%) e Sabugal (mais 2,6%). O único concelho a apresentar uma diminuição nesta taxa foi Arganil.

Desemprego (População desempregada em 2001 e 2007 e taxa de desemprego em 1991 e 2007).

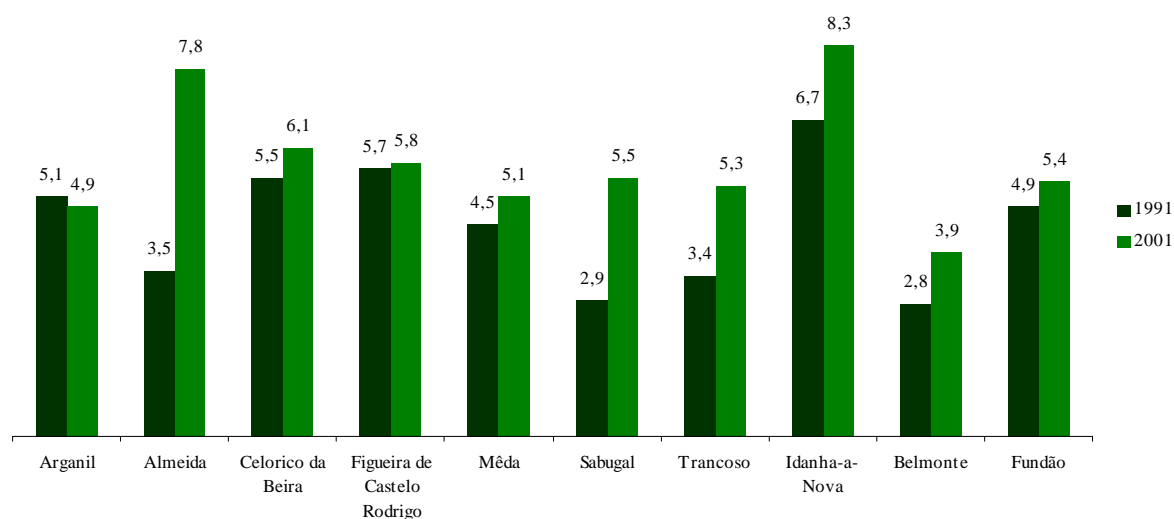
Concelhos	População Desempregada 2001 (n.º)	População Desempregada 2007 (n.º)	Taxa de Desemprego (%)	
			1991	2001
Arganil	290	343	5,1	4,9
Almeida	236	135	3,5	7,8
Celorico da Beira	208	237	5,5	6,1
Figueira de Castelo Rodrigo	140	121	5,7	5,8
Mêda	107	103	4,5	5,1
Sabugal	267	258	2,9	5,5
Trancoso	213	140	3,4	5,3
Idanha-a-Nova	307	333	6,7	8,3
Belmonte	126	249	2,8	3,9
Fundão	703	1154	4,9	5,4
Total	2.597	3.073	4,5	5,8

Fonte: INE – Censos 1991 e 2001 e Informação do IEFP de 2007

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

Evolução da Taxa de Desemprego por Município (%) - 1991 e 2001



Fonte: INE - Censos 1991 e 2001

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

- O mercado de trabalho do território de intervenção da Rede das Aldeias Históricas é, por conseguinte, caracterizado da seguinte forma:

Rede das Aldeias Históricas – Região subordinada a um Modelo de Crescimento Extensivo			
Sectores estruturantes	Oferta de Emprego	Procura de Emprego	Dinâmicas
Agricultura, Construção civil, Comércio e Serviços largamente empregadores	Emprego pouco qualificado, eventualmente sazonal	Baixas qualificações, Emigração reduz pressão	Baixa produtividade, Coesão social assente na emigração

- Estes factores contribuíram para a viabilidade de um modelo de crescimento economicamente pouco performante (ao beneficiar sectores económicos tecnologicamente menos desenvolvidos e tradicionalmente empregadores de mão de obra pouco qualificada).
- Contudo, o mercado do emprego da Rede das Aldeias Históricas de Portugal estará cada vez mais confrontado face a uma competição multifacetada decorrente da globalização. As empresas deste espaço serão desafiadas a optar por estratégias de ajustamento baseadas em ganhos de competitividade.
- Assim, é de capital importância preparar a estrutura produtiva da Rede das Aldeias Históricas a enfrentar uma competição alargada e multifacetada, por via da evolução do padrão de actividades e da reinvenção dos saberes tradicionais e da utilização dos recursos disponíveis no território.
- Impõe-se, assim, estimular o aumento da produtividade de população activa regional por força da qualificação da força de trabalho. Essa qualificação deverá promover uma "terciarização avançada", estimulando o emprego em sectores de actividade emergentes, mesmo que apoiados nas áreas de actividade tradicionais, e o alargamento de acesso da população activa às ferramentas da sociedade de informação, de inovação e da tecnologia.
- Do ponto de vista da qualificação dos recursos humanos do território em causa há que encontrar soluções adequadas à especificidade da Região, o que passa por diminuir o dualismo social, promovendo a "reciclagem" da mão-de-obra menos qualificada liberta no processo de reestruturação produtiva em curso e explorando activamente as oportunidades de emprego associadas às actividades emergentes na região: turismo, investigação, desenvolvimento e inovação.
- A resposta a estes desafios implicará alterações profundas na estrutura do mercado do emprego da área de intervenção da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

- Tendo em conta as suas especificidades, a Região deverá reconverter a sua estrutura produtiva a par e passo com a qualificação da sua mão de obra e com a aposta em novas actividades e profissões. Neste sentido, o aprofundamento da relação empregador/empregado em termos de estratégia empresarial deverá implicar a preparação básica e específica dos recursos humanos da Região, colocando na agenda como prioridade de Estrutura de Eficiência Colectiva a questão de formação Profissional dirigida à aquisição de novas capacidades e competências.
- As fragilidades económicas do território das Aldeias Históricas reflectem-se particularmente na capacidade de criar e manter empregos suficientemente atractivos por forma a fixar os activos da Região:
  - a estrutura do emprego é afectada particularmente pela sazonalidade e pelo aumento de formas "atípicas de trabalho", resultantes da oferta cíclica (ex., apanha da fruta), ou pontual (ex., restauração, lazer), de emprego preponderantemente não qualificado;
  - o terciário tem ganho importância na distribuição sectorial do emprego, muito por via de alterações na duração média do tempo de trabalho, da precariedade do emprego e da crescente empregabilidade nos serviços de base social;
  - A redução sazonal das taxas de desemprego na região, indica que a estrutura do emprego continua muito dependente de flutuações cíclicas;
  - Mas, a importância do emprego sazonal na região não contribui para criação das necessárias condições profissionais e níveis de rendimento necessários à fixação da população activa residente, levando a mão-de-obra local a procurar emprego mais estável noutros espaços;
  - O crescente peso do mercado de emprego social, manifesta as dificuldades sentidas pelo tecido produtivo da região em gerar empregos qualificados e estáveis. Para esta situação tem concorrido a maior oferta de emprego dos municípios e o alargamento dos serviços de saúde;
  - A melhoria da generalidade dos indicadores de emprego, que se verificou a partir de 1997, configura uma fase alta do ciclo económico da Região, o que favoreceu só circunstancialmente a empregabilidade da Região, pois o essencial da estrutura do emprego local manteve-se.

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.1. Mercado de Trabalho**

- Esta dinâmica não garante à Região as necessárias condições para enfrentar futuras fases baixas do ciclo económico:
  - A preparação da mão de obra local revela grandes debilidades;
  - O modelo que sustenta o mercado de emprego mantém-se;
  - Os sectores sociais têm distorcido o mercado de emprego, mas até são dos que empregam activos mais qualificados (por exemplo as autarquias);
  - A formação está pouco orientada para as necessidades de reestruturação do mercado de emprego e para o recurso potencial da região;
- Em suma:
  - Os aumentos de produtividade passam pelo emprego com melhores qualificações e pela formação contínua das competências da força de trabalho, capazes de acrescentar, à qualidade das produções tradicionais, a excelência da organização e dos novos conceitos de gestão e organização. Associado ao estímulo do investimento produtivo e a uma maior diversificação dos sectores produtivos regionais, dever-se-á apoiar a criação de auto-emprego e a iniciativa empresarial que se concentra na valorização dos recursos endógenos como a cultura.

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.2. Formação Profissional**

- O Instituto de Emprego e Formação Profissional é o maior agente de formação da região em análise, contando fundamentalmente com a actuação do Centro de Formação Profissional da Guarda, com o Centro de Formação Profissional de Castelo Branco e o Centro de Formação Profissional de Arganil.
- Segundo os dados disponibilizados pelo IEFP, dos 14.851 formandos existentes na região Centro em 2007, 10,2% (1.519) estavam a tirar a sua formação no Centro Profissional da Guarda, 11,4% (1.704) no Centro Profissional de Castelo Branco e 11% no Centro Profissional de Arganil.
- Quanto ao volume de formação (em horas) no território das Aldeias Históricas é no distrito de Castelo Branco que existe maior volume de formação (722.242 horas), seguido da Guarda (577.638 horas) e por último Arganil (449.771 horas).

Centros	Formandos	Volume de Formação (n.º de horas)
C. MISTO ARGANIL	1.640	449.771
C. MISTO GUARDA	1.519	577.638
C. MISTO SEIA	1.019	299.788
ÁGUEDA	1.557	622.561
AVEIRO	1.442	583.471
CASTELO BRANCO	1.704	722.242
COIMBRA	2.599	1.003.163
LEIRIA	853	497.175
UISEU	2.518	917.671
<b>D.R. CENTRO</b>	<b>14.851</b>	<b>5.673.480</b>

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.2. Formação Profissional**

#### **Centro de Formação Profissional da Guarda**

- O Centro de Formação Profissional da Guarda ministrou em 2008 os seguintes cursos:
  - Electricidade automóvel
  - Desenho assistido por computador/construção civil (Ufcd)
  - Instalação e conservação de Infra-estruturas de telecomunicações em edifícios - instalação de redes de cabos
  - Técnicas de cozinha/pastelaria (Ufcd)
  - Geriatria (Ufcd)
  - Legislação laboral
  - Portugal acolhe - percurso A
  - Técnicas comerciais I / Técnico comercial
  - Técnico de electricidade de edificações
  - Cuidados e estética do rosto e corpo
  - Operação de sistemas ambientais
  - Electrónica de equipamentos I / Técnico de electrónica
  - Electricidade de instalações (Ufcd)
  - Competências informáticas de base
  - Cuidados e estética do cabelo (Cabeleireiro/ Unissexo) Ufcd
  - Supervisão e inspecção de redes de gás (Ufcd)
  - Animação sócio cultural (Ufcd)
  - Apoio familiar e à comunidade (Ufcd)
  - Práticas de acção educativa (Ufcd)
  - Primeiros socorros - tipos de acidentes e formas de actuação
  - Electricidade de instalações (Ufcd)
  - Contabilidade
  - Socorro e transporte de doentes
  - Modelação de vestuário - Ufcd
  - Animação sócio cultural (Ufcd)
  - Formação de base de nível secundário
  - Desenho e projecto da construção civil (Ufcd)



## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.2. Formação Profissional**

#### **Centro de Formação Profissional de Castelo Branco**

- O Centro de Formação Profissional de Castelo Branco ministrou em 2008 os seguintes cursos:
  - Electrónica de equipamentos I / Técnico de electrónica
  - Serralharia artística (Ufcd)
  - Secretariado
  - Instalação e manutenção de sistemas informáticos - Ufcd
  - Instalação e operação de sistemas informáticos - Ufcd
  - Mecânica de automóveis ligeiros (Ufcd)
  - Reciclagem para profissões abrangidas pela portaria Nº 799/90, De 6/9/90
  - Instalação e gestão de redes informáticas (Ufcd)
  - Técnicas de cozinha/pastelaria (Ufcd)
  - Geriatria (Ufcd)
  - Apoio familiar e à comunidade (Ufcd)
  - Fabricação e montagem de estruturas metálicas (serralharia civil) (Ufcd)
  - Maquinas e ferramentas (Ufcd)
  - Jardinagem e espaços verdes (Ufcd)
  - Electrónica de equipamentos I / Técnico de electrónica
  - Tecnologias de informação e comunicação multimédia (Ufcd)
  - Portugal acolhe - percurso A
  - Práticas de acção educativa (Ufcd)
  - Segurança e higiene no trabalho / Trabalhadores designados
  - Formação de base de nível secundário
  - Maquinas ferramenta (Ufcd)
  - Desenho assistido por computador/construção civil (Ufcd)
  - Instalação e operação de sistemas informáticos - Ufcd
  - Electricidade de instalações (Ufcd)
  - Serviço de mesa (Ufcd)

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### **3.2. Formação Profissional**

#### **Centro de Formação Profissional de Arganil**

- O Centro de Formação Profissional de Arganil ministrou em 2008 os seguintes cursos:
  - Produção florestal (Ufcd)
  - Vendas e negociação I
  - Formação de base de nível secundário
  - Técnicas de acção educativa (Ufcd)
  - Técnicas de instalações eléctricas (Ufcd)
  - Práticas técnico-comerciais (Ufcd)
  - Cuidados e estética do cabelo (cabeleireiro/ unissexo) Ufcd
- Da lista de escolas profissionais públicas reguladas pela Direcção Regional de Educação do Centro figura ainda a Escola Profissional Agrícola da Quinta da Lageosa – Covilhã e Escola Profissional de Artes da Beira Interior em Castelo Branco.
- Outras entidades promovem formação profissional na região:
  - Entidades de educação como o Instituto Politécnico da Guarda
  - Associações empresariais como a NERGA
  - Associações de desenvolvimento como a Pinus Verde
  - Associação de Artesãos da Serra da Estrela e da Região Centro
  - Entidades de actuação artística como a Academia de Música e Dança do Fundão ou o Centro de Estudos de Novas Tendências Artísticas (CENTA).
- A multiplicidade das áreas de formação testemunha a falta de orientação estratégica para a formação profissionalizante adaptada às necessidades do território. A região ainda não encontrou a sua vocação formativa.

## **B.3. Capacidades / Competências em Formação Profissional**

### 3.3. Análise SWOT

<b>Pontos Fortes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Principais carências de formação nos sectores empresariais, identificadas e diagnosticadas;</li><li>• Existência de propostas de acções de formação profissional;</li><li>• Contexto empresarial e institucional favorável à diversificação e qualificação da mão-de-obra;</li><li>• Dinamismo empresarial regional emergente exige mão-de-obra qualificada;</li><li>• Presença no território de entidades com responsabilidades na área da qualificação profissional com propostas de formação;</li><li>• Diversidade e abrangência das propostas de formação profissional.</li></ul>
<b>Pontos Fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Propostas de formação profissional desadequadas às necessidades do território;</li><li>• Escassez de oportunidades de emprego qualificado e o carácter sazonal da estrutura de emprego contribuem para a desadequação das actividades de formação profissional;</li><li>• Ausência de investimento em actividades diversificadas e de valor acrescentado;</li><li>• Crescente peso do mercado do emprego social;</li><li>• O modelo que sustenta o mercado de emprego é pouco exigente ao nível das qualificações dos trabalhadores;</li><li>• As prioridades dos apoios financeiros está pouco orientada para as necessidades de reestruturação do mercado regional de emprego e para a qualificação dos RH.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Acesso aos incentivos financeiros nacionais e comunitários;</li><li>• Ambiente favorável à iniciativa empresarial e modernização do produto, o que requer do mercado novas e adequadas respostas;</li><li>• Emergência de novas profissões e de novas áreas de empreendedorismo (património, cultura, moda, design, produtos tradicionais);</li><li>• Crescente representatividade e dinamismo do emprego e das empresas de comércio e serviços;</li><li>• Necessidades futuras de profissionais qualificados capazes de integrar e corporizar a marca "Aldeias Históricas de Portugal" pela prestação de níveis elevados de serviços.</li></ul>
<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificuldades técnicas, financeiras e competitivas de parte do tecido empresarial da região (mercado de emprego débil);</li><li>• Ausência de planeamento e de estratégias de desenvolvimento do mercado de emprego e trabalho;</li><li>• Planeamento inadequado das actividades de formação do território, pois seguem muitas vezes as orientações nacionais que não terão em conta as especificidades da região;</li><li>• Incapacidade de atracção de população jovem e activa;</li><li>• Condicionantes macroeconómicos nacionais;</li><li>• Inexistência de mecanismos certificadores dos produtos e serviços regionais com base na qualidade.</li></ul>

## B.4. Caracterização da situação – Competitividade territorial

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico**

- Os recursos com potencial aproveitamento turístico existentes no território de intervenção da Rede de Aldeias Históricas de Portugal é dos mais relevante que existe no país.
- Mais do que a inimitabilidade dos seus recursos endógenos particulares, a região destaca-se como um todo inigualável quando nela convergem todos esses atributos individuais. É nesse território inimitável que se destacam, por defeito, os seguintes recursos endógenos específicos:



- Procura-se, ainda que resumidamente, caracterizar cada um destes recursos, testemunhos da riqueza, autenticidade e singularidade da região candidata ao Prover da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico**

#### **Parque Arqueológico do Vale do Côa**

- O Vale do rio Côa, constitui um local único no mundo, por apresentar manifestações artísticas de ar livre que se inserem, em diversos momentos da Pré-História e da História, nomeadamente o maior conjunto de figurações paleolíticas de ar livre até hoje conhecidas.
- Em consequência do reconhecimento do interesse patrimonial e cultural do conjunto de achados, foi decidido criar na região o Parque Arqueológico do Vale do Côa.
- A classificação dos núcleos de gravuras rupestres como Património Mundial, pela Unesco, em Dezembro de 1998, foi o culminar de um processo que marcaria indelevelmente em Portugal o estatuto da Arte Rupestre, da arqueologia e do património cultural.
- O Parque é um território de área abrangida (D.L. 50/99 de 16 de Fevereiro), pelo Plano Especial de Ordenamento do Território, que integra os núcleos de gravuras rupestres classificados como Monumento Nacional, Património Mundial e respectivas zonas de protecção.
- É também o conjunto de infra-estruturas, em especial os dois Centros de Recepção instalados nas aldeias de Muxagata e Castelo Melhor, a partir dos quais os visitantes são encaminhados até aos diversos núcleos de gravuras.

#### **Rede das Aldeias do Xisto**

- A Rede das Aldeias do Xisto é um projecto de desenvolvimento sustentável, de âmbito regional, liderado pela ADXTUR- Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, em parceria com 16 Municípios da Região Centro e com mais de 70 operadores privados que actuam no território.
- A ADXTUR congrega assim as vontades públicas e privadas de uma Região, que se revêem na gestão partilhada de uma marca, na promoção conjunta de um território, na criação de riqueza através da oferta de serviços turísticos e, finalmente, na preservação da cultura e do património do mundo rural beirão. Pelo desenvolvimento integrado do território, contra a desertificação humana e o esquecimento.
- A Rede integra 23 aldeias revitalizadas, destacando-se pelo lançamento de um produto turístico de grande qualidade, o incentivo à cooperação entre agentes locais, regionais e nacionais, mas também pela oferta de um Calendário de Animação diferenciador que induz à recuperação das artes e ofícios tradicionais.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico**

#### **Pólo Turístico da Serra da Estrela**

- O pólo turístico da Serra da Estrela, compreende toda área do Parque Natural e o território envolvente, tendo sido criado para se tornar no destino de neve de referência no mercado português, desenvolvendo economicamente uma região marcada pela interioridade.
- A criação do pólo turístico da Serra da Estrela, visa o desenvolvimento de um destino de neve para o mercado nacional, aproveitando os recursos naturais da Serra, contribuindo também para o desenvolvimento económico da zona, e constituindo uma real alternativa aos pequenos resorts de montanha em Espanha. O pólo circunscrito pelas NUTS 3 Serra da Estrela, Beira Interior Norte e Cova da Beira, abrange toda a área do Parque Natural da Serra da Estrela, e municípios circundantes com importantes recursos naturais, culturais e paisagísticos.
- Deverão ser desenvolvidos dois produtos no pólo: Touring e Turismo de Natureza (com particular enfoque na oferta de neve). O mercado alvo da Serra da Estrela é o mercado nacional, onde o pólo se diferencia por ser o único destino de neve. Integra sete concelhos com Aldeias Históricas: Trancoso, Celorico da Beira, Almeida, Belmonte, Sabugal, Mêda e Fundão.

#### **Geopark Naturtejo**

- O Geopark Naturtejo, une os municípios de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Nisa, Oleiros, Proença-a-Nova e Vila Velha de Ródão, tendo como objectivo valorizar os locais que agem como testemunhos chave da História da Terra, fomentando o emprego e promovendo o desenvolvimento económico regional.
- O vasto património geomorfológico, geológico, paleontológico, e geomineiro, apresenta elementos de relevância nacional e internacional.
- Para além dos geosítios, o Geopark Naturtejo conta com o Parque Natural do Tejo Internacional e com áreas protegidas no âmbito da Rede Natura 2000 (sítios Gardunha, Nisa e S. Mamede) e das "Important Bird Areas".
- Possui uma das mais densas redes de percursos pedestres, estas vias, para a descoberta do território, correspondem à malha unificadora dos múltiplos pólos de atracção para um turismo activo. Sob a temática da Geologia encontram-se homologadas a Rota dos Fósseis, em Penha Garcia, a Rota das Minas, em Segura, a Rota dos Barrocais, em Monsanto, e os Trilhos do Conhal, em Santana.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico**

#### **Parque Natural do Douro Internacional**

- O Parque Natural do Douro Internacional encontra-se nos concelhos de Figueira de Castelo Rodrigo, Freixo de Espada à Cinta, Miranda do Douro e Mogadouro e é o mais recente parque natural português, criado em 1998. Durante 120 km marca a fronteira entre os Espanha e Portugal. São 85.150 ha de área protegida, não apenas de arribas do Douro e do seu afluente Águeda (que marca a fronteira entre Barca d'Alva e Castelo Rodrigo) mas também do planalto mirandês, dos cerros florestados de Mogadouro, do vale da ribeira do Mosteiro (Freixo-de-Espada-à-Cinta) e, já na margem esquerda do Douro, da albufeira de Santa Maria de Aguiar, no concelho de Figueira de Castelo Rodrigo. Pela sua imensa extensão, clima e localização, o Parque Natural do Douro Internacional tem uma riquíssima fauna e flora. No Parque existem espécies tão diversas como a Águia-real e a Cegonha negra. As casas concentram-se envoltas por campos cultivados: nas zonas de planalto predomina a cultura de cereais e as zonas mais baixas e húmidas dos vales são ocupadas por lameiros.
- A estrutura da terra, tem permitido a conservação de bosques e matagais, com elevada biodiversidade. O património arqueológico é vasto, confirmando a antiguidade da presença humana na região. O Parque Arqueológico do Côa, com as suas gravuras paleolíticas classificadas pela Unesco como Património Mundial, situa-se na continuidade desta área.

#### **Parque Natural da Serra da Estrela**

- Criado em 1976, o Parque Natural da Serra da Estrela é uma área protegida que se caracteriza por conter paisagens naturais, semi-naturais e humanizadas, de grande interesse nacional, sendo exemplo de integração harmoniosa da actividade humana e da Natureza.
- Situado no centro interior de Portugal, entre os distritos da Guarda e de Castelo Branco, o Parque Natural da Serra da Estrela (PNSE) conjuntamente com as serras do Açor e da Lousã forma o extremo ocidental da Cordilheira Central. A área do PNSE tem sofrido desde 1960 um decréscimo acentuado do número de visitantes.
- Com uma superfície de 101.060 ha, o PNSE é reconhecidos pelos seguintes valores:
  - Pela sua riqueza natural e paisagística (fauna e flora);
  - Pelo património e elementos culturais das comunidades humanas que ali habitam;
  - Pelas potencialidades de recreio e desporto ao ar livre que a região possui, nomeadamente pelas condições favoráveis ao desenvolvimento do Turismo de Natureza em área protegida.



## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico**

#### **Reserva Natural da Serra da Malcata**

- A Reserva Natural da Serra da Malcata, Abrange 6.348 ha em plena serra, com uma altitude que varia entre os 425 e os 1.078 m. A nascente confina com Espanha e distribui-se pelos concelhos de Penamacor e Sabugal. Está encaixada entre os rios Côa e Bazágueda.
- Das nove espécies de carnívoros presentes, a mais relevante é o lince ibérico, existindo igualmente a raposa, o gato-bravo, etc. A avifauna da Malcata conta com espécies pouco abundantes no nosso país, como o açor, o bufo-real, a águia-real, a águia-cobreira e o milhafre-real. Também o abutre-negro é observável actualmente.
- No ambiente frio e húmido da região norte da serra predomina o giestal, onde vicejam a giesteira branca e a giesteira das serras, sendo a última usada na cama do gado.

#### **Paisagem Protegida da Serra do Açor**

- A Paisagem Protegida da Serra do Açor foi criada em 1982 e abrange vários concelhos como Oliveira do Hospital, Arganil ou Tábua e onde se localizam freguesias históricas como o Piódão ou São Gião.
- A Serra do Açor faz parte da Cordilheira Central, de que fazem parte a Serra da Lousã, Açor e Serra da Estrela. Tem vários pontos de grande elevação, de que se destacam: o Monte do Colcurinho (1242 m de altitude), o Alto de S. Pedro (1341 m), Alto Ceira e o Pico de Cebola (com cerca de 1400 m), ponto mais alto do distrito de Coimbra. Todos estes locais, são zonas de grande beleza e pontos de interesse turístico a visitar.
- Na fauna destaque para os mamíferos ( a raposa, a fuinha, o ginete e várias espécies de rato).
- De referir também no domínio da avifauna a coruja-do-mato, o gavião e o açor.
- De entre os répteis e anfíbios destacam-se duas espécies: a salamandra-de-cauda-comprida e o lagarto-da-água.
- Na flora estão presentes algumas plantas de cariz mediterrânico como o medronheiro e o folhado, exemplares de grande porte o azereiro para além de cerejeira-brava e da aveleira.
- Acrescente-se uma elevada cobertura de musgos, líquidos e fungos, inúmeros fetos e espécies ornamentais raros no território Português como o Martagão e o Selo-de-Salomão.
- Na área de paisagem protegida da Serra do Açor existe uma variedade considerável de habitats cada um deles albergando várias espécies. Do conjunto de habitats destacam-se os carvalhais, os povoamentos de espécies lauróides (loureiro, azereiro, medronheiro) as galerias ribeirinhas e os povoamentos de azereiro. Mas podem ser observados também as comunidades que se desenvolvem sobre substrato rochosos e também urzais, povoamento de sobreiros e pinhais.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico

#### **Parque Natural do Tejo Internacional**

- O Parque Natural do Tejo Internacional, apresenta uma extraordinária riqueza botânica, com a presença de várias espécies endémicas, assim como grande variedade de aves migratórias e de rapina, que encontram aqui reunidas excelentes condições de nidificação. É o caso do abutre do Egipto, águia-cobreira, águia Bonelli, grifo e cegonha negra, e também alguns mamíferos raros (lontra e geneta). O veado, o lobo, o javali, a águia e o falcão são outras espécies que podem ser observadas.
- No total, foram identificadas nesta área cerca de 150 espécies de aves, 31 de mamíferos, 13 de anfíbios, 14 de répteis e inúmeras de insectos e peixes. Além da beleza e riqueza natural, o Parque é também marcado pelos valores do património histórico e cultural, em que ressaltam os vestígios do Neolítico e sepulturas romanas, assim como interessantes edificações de arquitectura popular perfeitamente integradas na envolvente paisagística. Local de intensa e privilegiada comunhão com a natureza, podem aqui gozar-se momentos de beleza e quietude inesquecíveis.
- A classificação do PNTI como área protegida (Decreto-Regulamentar nº 9/2000, de 18 de Agosto), resulta essencialmente da riqueza natural que alberga, destacando-se o conjunto das arribas do Tejo Internacional, que albergam biótopos característicos das paisagens meridionais, caso das zonas de montado de sobro e de azinho e estepes cerealíferas bem como espécies da flora e da fauna de inegável interesse. Destacam-se, igualmente pelo elevado valor, as linhas de água com comunidades vegetais ripícolas associadas e, no domínio da avifauna, espécies estritamente protegidas por convenções internacionais.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico

#### **Património Histórico e Monumental, Património Vernacular e Saberes Tradicionais**

- A Rede das Aldeias Históricas concentra um potencial imaterial único em solo nacional. A sua ocupação perde-se no tempo, tal como se acabam por perder as histórias e tradições que o Homem foi deixando ao ocupar estas terras.
- Mais do que listar exaustivamente os monumentos, as lendas e fábulas, as artes e ofícios que chegaram até nós, importa neste momento sublinhar a importância de uma intervenção no território, para revitalização do património que tende a desaparecer e para valorização de um território onde outrora se traçou a história de Portugal.
- As Aldeias Históricas foram berço de uma região sem tréguas, acolhendo Romanos, Túrdulos, Bárbaros, Árabes, Cristãos ou Judeus. Desta confluência de civilizações não poderia resultar senão um território de riqueza impar que não se limita à existência de um património físico de valor incalculável mas que excede o físico e percorre séculos de história que é necessário recontar, reviver, sentir.
- As fortificações castelares afirmavam o domínio do território circundante, defendiam e prestavam auxílio às povoações imediatas, eram a âncora da vida em comunidade e ditavam o desenvolvimento socio-económico. Conquistadas e defendidas pelas invasões seculares, tiveram importância determinante no período romano como ligação entre o nosso litoral e a Espanha, aquando das invasões bárbaras acabou por acolher os hereges reconvertidos e determinar o nascimento da cultura moçárabe, nas invasões francesas batalharam por conservar o que já era nosso, foram palco de acolhimento aos Judeus quando a Espanha lhes fechou portas...
- A História nunca pode ser travada e cabe ao Homem que hoje actua sobre o território se fazer valer das ferramentas necessárias para tirar dele o melhor proveito, consciente do caminho passado e dos objectivos que espera trilhar no futuro.
- O património histórico, acompanha os vários momentos civilizacionais pelos quais as Aldeias passaram. O mesmo acontece com o património vernacular e os saberes tradicionais que acabaram por sofrer aculturações sucessivas, resultando na panóplia de heranças com que somos brindados nos dias de hoje.
- Impõe-se, perante este facto, a necessidade de uma atitude: ou se reúnem condições para relançar a Rede das Aldeias Históricas como um produto de identificação nacional com todo o seu legado patrimonial, histórico e simbólico, ou o povo português acabará por deixar cair em esquecimento a história da nossa história, consignando o legado a um conjunto de fortificações físicas.

## **B.4. Competitividade Territorial**

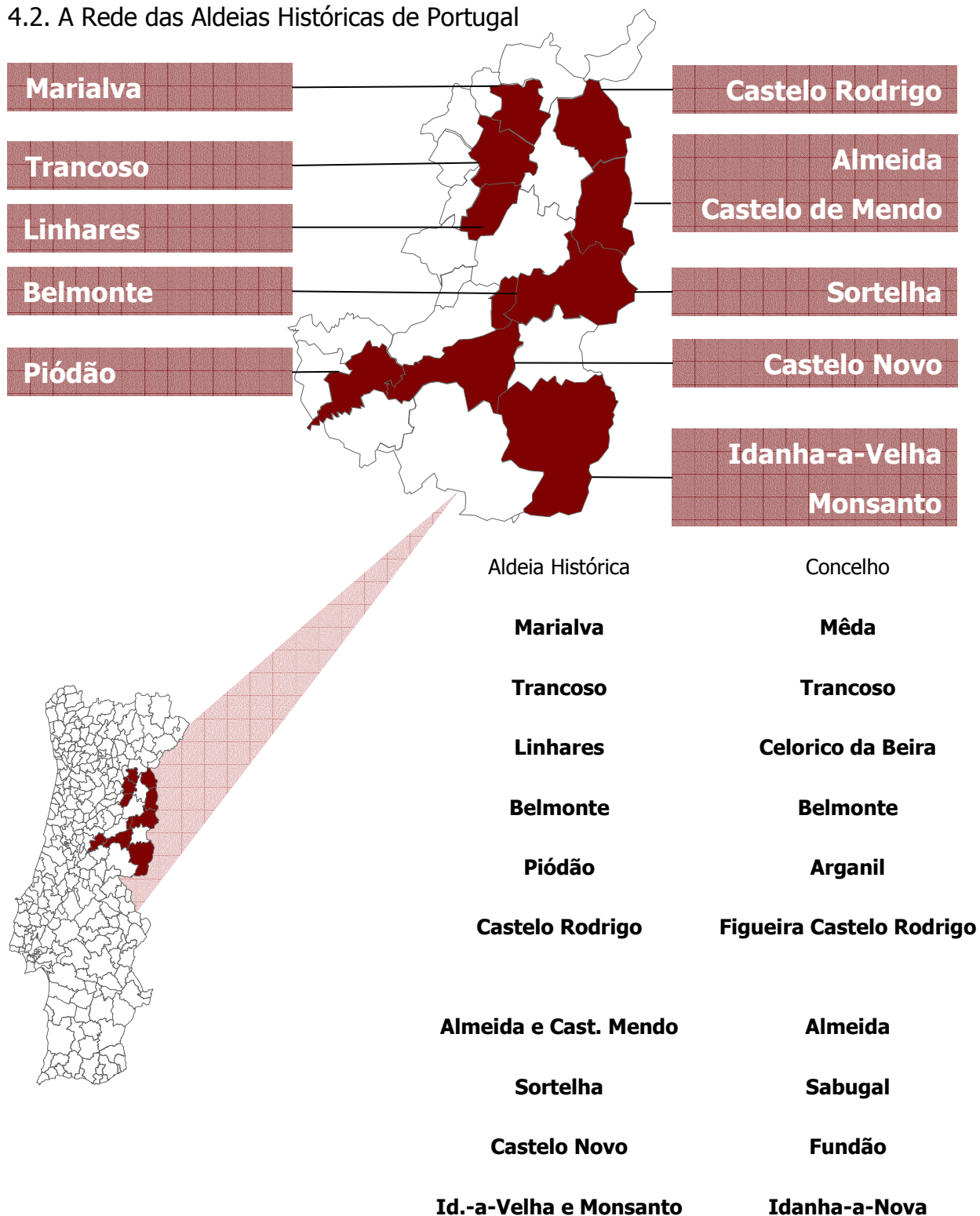
### 4.1. Recursos com potencial aproveitamento turístico

#### **Património Histórico e Monumental, Património Vernacular e Saberes Tradicionais**

- O Provere das Aldeias Históricas de Portugal procura neste sentido relançar a Rede das Aldeias Históricas e valorizá-la, de forma inaudita, pela diversidade de identidades de cada um dos núcleos históricos nela integrados. Porque embora fazendo parte de um mesmo território, cada aldeia é dotada de identidade própria, palco de histórias distintas que definem a sua singularidade muito própria.
- Estamos portanto num momento em que, fruto do abandono rural que tem vindo a flagelar grande parte dos concelhos em análise, há tradições que se estão a perder, perdendo-se potencial turístico e mesmo cultural. Por exemplo, as actividades de cariz mais artesanal não encontram discípulos, nem formas de valorização comercial, estando presentemente resumidas aos residentes de maior idade.
- É pois de extrema importância reconhecer que percorrer as Aldeias Históricas proporciona potencialmente uma viagem no espaço e no tempo.
- Como referia em 2002, Elisa Ferreira (Ministra do Planeamento), “as dez Aldeias Históricas valem mais do que a soma das suas partes. A recuperação do património histórico-cultural e a valorização de aglomerados medievais, que constituem referências importantes no povoamento e na estabilização do território nacional, têm constituído vectores importantes no relançar das Aldeias que, carregadas de história, foram perdendo a importância de outrora”.
- A importância dos seus castelos e a magia dos ambientes estimulam a reconciliação com a história, a procura e a valorização das nossas origens mais genuínas atribuindo-lhes assim um outro valor menos tangível, recheado de símbolos, histórias e lendas...
- Conhecer e explorar o espaço menos físico, imaterial, é condição para fazer renascer nas aldeias a vida e a dinâmica que o tempo e o esquecimento lhes foi sugando.

## B.4. Competitividade Territorial

### 4.2. A Rede das Aldeias Históricas de Portugal



## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.2. A Rede das Aldeias Históricas de Portugal – a evolução**

- O início do projecto das Aldeias Históricas de Portugal foi em 1991 pelo Programa do Potencial de Desenvolvimento Regional (PPDR), onde foi criado o Programa de Recuperação das Aldeias Históricas. Este Programa teve o financiamento do QCA II e QCA III.
- Iniciou-se então o Programa de Recuperação das Aldeias Históricas, no qual estavam inseridas as aldeias de Almeida, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão e Sortelha. A este projecto foram aglutinadas em 2003 as aldeias de Belmonte e Trancoso.
- Baseado nos recursos de base territorial, o projecto das Aldeias Históricas de Portugal teve como principal objectivo recuperar o património edificado de modo a que estas se potenciassem através do seu uso; promover o desenvolvimento sócio-económico da região; contribuir para o aumento da auto-estima das populações locais e promover a atractividade e retenção das camadas mais jovens no território.
- No projecto inicial definiu-se como pressuposto estratégico a cooperação entre o sector privado e o sector público. Foi definida como intervenção do sector público, a criação das condições ideais para a captação do interesse do sector privado em investir. No final, obteve-se como resultado um forte investimento na recuperação de património civil, religioso e militar, dotando as Aldeias Históricas de recursos capazes de promover o território. No entanto, aquele que tinha sido considerado como elemento fundamental para o sucesso do projecto – a captação de investimento privado – não foi alcançado na sua plenitude.
- Tendo como principal interveniente a CCDR Centro, foi ela que liderou o projecto durante a sua caminhada inicial, não tendo sido possível a concretização dos objectivos definidos para o sector privado e ficou aquém do desejado.
- Durante mais de uma década foi a própria CCDR Centro na coordenação do programa, e o INATEL, na distribuição e animação, em parceria com autarquias implicadas e alguns agentes públicos e privados locais, que sustentaram a dinâmica do projecto, permitindo a sua persistência. Este trabalho permitiu a existência e consolidação de uma marca forte no território – “Aldeias Históricas de Portugal”.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.3. Composição administrativa do território – caracterização das Nuts III**

- O território de incidência do presente projecto é muito vasto, abrangendo parte da área geográfica da NUT II - Centro.
- A NUT II do Centro têm uma área de aproximadamente 28.198,50 Km<sup>2</sup> e engloba doze NUTS de nível III, designadamente, o Baixo Mondego, Baixo Vouga, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira, Dão-Lafões, Médio Tejo, Oeste, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Pinhal Litoral e Serra da Estrela.
- De acordo com os dados disponibilizados pelo INE relativos ao ano 2006 (Anuário Estatístico da Região Centro), a NUT II Centro regista um total de 2.385.891 habitantes, o que corresponde a uma densidade populacional de cerca de 84,6 habitantes por Km<sup>2</sup>, valor que se situa bastante aquém dos 115,1 habitantes por Km<sup>2</sup> que se registam em Portugal.
- O presente estudo irá centrar-se nas NUTS III da Beira Interior Norte, da Beira Interior Sul, Cova da Beira e Pinhal Interior Norte, por ser o território onde estão localizadas as Aldeias Históricas. Em seguida encontra-se uma caracterização de cada uma delas.
- Relativamente ao enquadramento territorial das doze Aldeias Históricas de Portugal nas NUTS III e nos concelhos, procede-se de forma esquemática à sua exposição:
  - NUT III - Beira Interior Norte
    - Concelho de Almeida - Aldeias Históricas de Almeida e Castelo Mendo;
    - Concelho de Celorico da Beira - Aldeia Histórica de Linhares da Beira;
    - Concelho de Figueira de Castelo Rodrigo - Aldeia Histórica de Castelo Rodrigo;
    - Concelho de Mêda - Aldeia Histórica de Marialva;
    - Concelho de Sabugal - Aldeia Histórica de Sortelha;
    - Concelho de Trancoso - Aldeia Histórica de Trancoso.
  - NUT III - Beira Interior Sul
    - Concelho de Idanha-a-Nova - Aldeias Históricas de Idanha-a-Velha e Monsanto.
  - NUT III - Cova da Beira
    - Concelho de Belmonte - Aldeia Histórica de Belmonte;
    - Concelho de Fundão - Aldeia Histórica de Castelo Novo.
  - NUT III - Pinhal Interior Norte
    - Concelho de Arganil - Aldeia Histórica de Piódão.

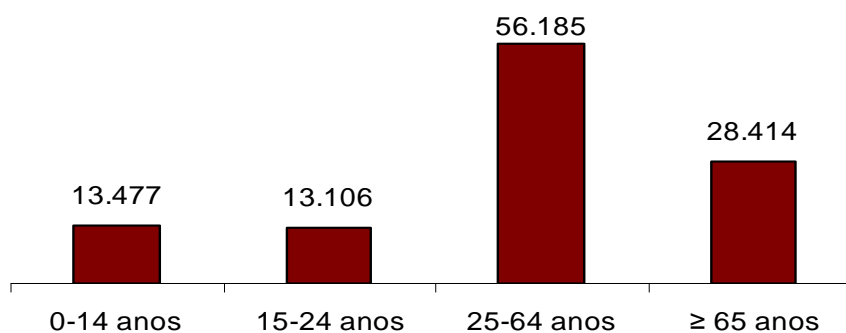
## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização das Nuts III

#### **Beira Interior Norte**

- A Beira Interior Norte abrange uma área de 4.062,70 Km<sup>2</sup> e integra os Municípios de Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Guarda, Manteigas, Mêda, Pinhel, Trancoso e Sabugal. De acordo com o Anuário Estatístico da Região Centro relativo ao ano 2006, esta NUT regista um total de 111.182 habitantes e uma densidade populacional de 27,4 habitantes por Km<sup>2</sup>.

Beira Interior Norte - Estrutura Etária da População – 2006 (nº)

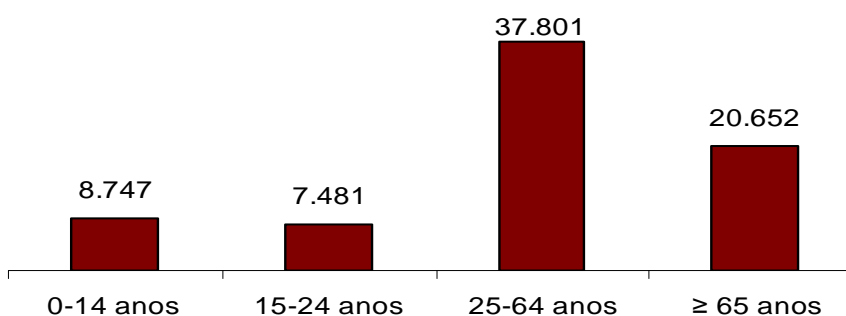


Fonte: INE

#### **Beira Interior Sul**

- A Beira Interior Sul integra os concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor e Vila Velha de Ródão, os quais perfazem um total de 74.681 habitantes distribuídos por uma área geográfica de 3.748,30 Km<sup>2</sup>. A densidade populacional registada é de 19,9 habitantes por Km<sup>2</sup>.

Beira Interior Sul - Estrutura Etária da População – 2006 (nº)



Fonte: INE



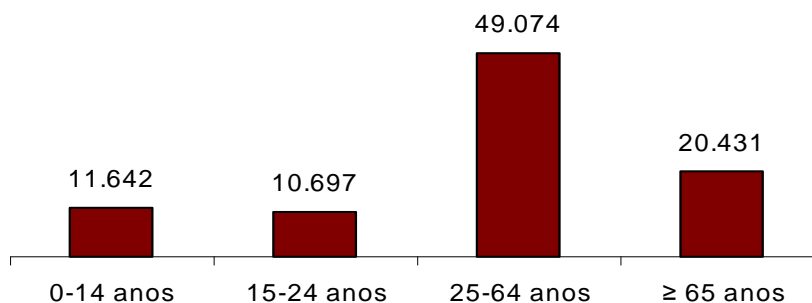
## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização das Nuts III

#### **Cova da Beira**

- A Cova da Beira regista um total de 91.844 habitantes distribuídos pelos concelhos de Belmonte, Fundão e Covilhã, com uma área geográfica de 1.374,50 Km<sup>2</sup>. A densidade populacional do território é de 66,8 habitantes por Km<sup>2</sup>.

Cova da Beira - Estrutura Etária da População – 2006 (nº)

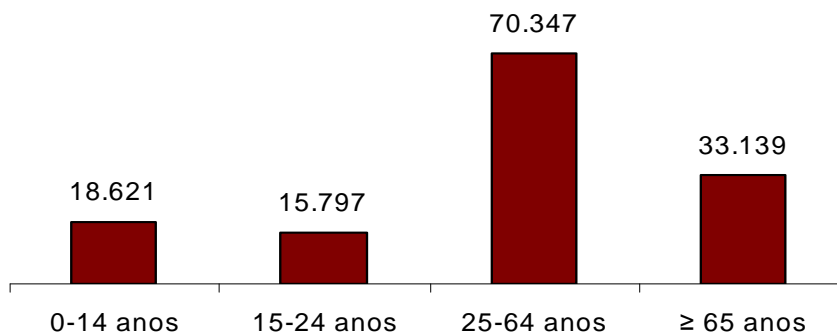


Fonte: INE

#### **Pinhal Interior Norte**

- Pinhal Interior Norte, abrange um território com cerca de 2.616,60 Km<sup>2</sup> e integra os Concelhos de Alvaiázere, Ansião, Arganil, Castanheira de Pêra, Figueiró dos Vinhos, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Penela, Tábua, Pedrógão Grande e Vila Nova de Poiares, registando um total de 137.904 habitantes, com uma densidade populacional de 52,7 habitantes por Km<sup>2</sup>.

Pinhal Interior Norte - Estrutura Etária da População – 2006 (nº)



Fonte: INE

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.4. Composição administrativa do território – caracterização dos concelhos**

- As Aldeias Históricas situam-se em dez concelhos: Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Mêda, Sabugal, Trancoso, Idanha-a-Nova, Belmonte, Fundão e Arganil.

#### **Almeida**

- É um município com 520,55 km<sup>2</sup> de área e 7.402 habitantes (2006), subdividido em 29 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Figueira de Castelo Rodrigo, a leste por Espanha, a sul por Sabugal e a oeste pela Guarda e por Pinhel.
- Recebeu foral de D. Dinis em 1296.
- Fica em Terras de Riba-Côa, dominada por fortalezas, planaltos e vastas paisagens, junto ao rio côa que corre de sul para norte (de Sabugal a Foz côa), desaguando no rio Douro.

#### **Celorico da Beira**

- É um município com 249,93 km<sup>2</sup> de área e 8.683 habitantes (2006), subdividido em 22 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Trancoso, a nordeste por Pinhel, a sueste pela Guarda, a sudoeste por Gouveia e a oeste por Fornos de Algodres.

#### **Figueira de Castelo Rodrigo**

- É um município com 508,57 km<sup>2</sup> de área e 6.723 habitantes (2006), subdividido em 17 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Freixo de Espada à Cinta, a leste por Espanha, a sul por Almeida, a sudoeste e oeste por Pinhel e a noroeste por Vila Nova de Foz Côa. Fica em Terras de Riba-Côa de vastas paisagens, planaltos, fortalezas (castelos) junto ao vale do Côa e nos contrafortes da majestosa Serra da Marofa. O concelho teve foral em 1209, sendo até 1836 a sua sede na freguesia de Castelo Rodrigo.

#### **Mêda**

- Mêda é uma cidade portuguesa, pertencente ao Distrito da Guarda, região Centro e sub-região da Beira Interior Norte, com cerca de 2.100 habitantes.
- É sede de um município com 286, 1 km<sup>2</sup> de área, subdividido em 16 freguesias.
- O município é limitado a norte e leste pelo município de Vila Nova de Foz Côa, a leste por Pinhel, a sul por Trancoso e a oeste por Penedono.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização dos concelhos

#### **Sabugal**

- É um município com 826,70 km<sup>2</sup> de área e 14.871 habitantes (2006), subdividido em 40 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Almeida, a leste por Espanha, a sul por Penamacor, a sudoeste pelo Fundão, a oeste por Belmonte e a noroeste pela Guarda. Sabugal foi elevado a cidade em 9 de Dezembro de 2004.

#### **Trancoso**

- É um município com 364,54 km<sup>2</sup> de área e 10 512 habitantes (2006), subdividido em 29 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Penedono, a nordeste por Meda, a leste por Pinhel, a sul por Celorico da Beira, a sudoeste por Fornos de Algodres, a oeste por Aguiar da Beira e a noroeste por Sernancelhe.

#### **Idanha-a-Nova**

- É um dos maiores municípios de Portugal, com 1 412,73 km<sup>2</sup> de área e 10.561 habitantes (2006) , subdividido em 17 freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Penamacor, a leste e sul por Espanha e a oeste por Castelo Branco e pelo Fundão.

#### **Belmonte**

- É um município com 114,56 km<sup>2</sup> de área e 7.722 habitantes (2006), subdividido em 5 freguesias. O município é limitado a norte pelo município da Guarda, a leste por Sabugal, a sueste pelo concelho do Fundão e a oeste pela Covilhã.

#### **Fundão**

- É um município com 701,65 km<sup>2</sup> de área e 31.176 habitantes (2006), subdividido em 31 freguesias. O município é limitado a norte pelos municípios da Covilhã, Belmonte e Sabugal, a leste por Penamacor e Idanha-a-Nova, a sul por Castelo Branco, a sudoeste por Oleiros e a oeste por Pampilhosa da Serra.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização dos concelhos

#### **Arganil**

- É um município com 332,13 km<sup>2</sup> de área e 12.973 habitantes (2006), subdividido em 18 freguesias. O município é limitado a norte pelos municípios de Penacova, Tábua e Oliveira do Hospital, a nordeste por Seia, a leste pela Covilhã, a sul por Pampilhosa da Serra e por Góis e a oeste por Vila Nova de Poiares.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.4. Composição administrativa do território – caracterização das aldeias**

- As Aldeias Históricas de Portugal situam-se em dez concelhos: Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Mêda, Sabugal, Trancoso, Idanha-a-Nova, Belmonte, Fundão e Arganil. Inseridas num vasto e diversificado território cada uma delas possui características que contribuem para a unificação da marca instituída – “Rede das Aldeias Históricas de Portugal”.

#### **Almeida**

- Almeida terá tido origem na migração dos habitantes de um castro lusitano, localizado a Norte do lugar do Enxido da Sarça, ocupado em 61 a.C. pelos Romanos, e depois pelos povos bárbaros. Dada a sua situação em planalto, os Árabes chamaram-na Al- Mêda (A Mesa), tendo construído um pequeno Castelo (séc. VIII-IX).
- Como monumentos de interesse turístico temos Praça Forte de Almeida, Museu Militar, Picadeiro, Palácio da Vedoria, Igreja Matriz de Nossa Senhora das Candeias, Castelo, Convento de N. Sr.<sup>a</sup> do Loreto, Quartel de Artilharia, Vedoria, Tribunal, Igreja e Hospital da Misericórdia, Quartel da Cavalaria, Quartel das Esquadras e a Casa da Roda.
- É uma das aldeias mais próximas da fronteira com Espanha (14 km de Vilar Formoso), reconhecida como uma antiga praça forte desde as origens da nacionalidade lusa.
- É uma vila pertencente ao Distrito da Guarda, região Centro e sub-região da Beira Interior Norte, com cerca de 1.500 habitantes.

#### **Castelo Mendo**

- Concelho de fundação medieval, com foral concedido em 1229 por D. Sancho II, Castelo Mendo virá a perder este estatuto de centro urbano com a reforma administrativa liberal em 1855.
- A estrutura fortificada e o modelo urbanístico caracterizadores de Castelo Mendo são uma criação medieval concebida para enfrentar as necessidades impostas pela Reconquista Cristã nos séculos XII e XIII.
- Como monumentos de interesse turístico temos o Castelo, a Igreja de Nossa Senhora do Castelo, a Torre de Menagem, a Porta da Vila, a Casa da Câmara e Cadeia, o Pelourinho, as Fontes Nova e Velha, a Estufa e o Chafariz.
- Castelo Mendo é uma freguesia do concelho de Almeida, com 23,26 km<sup>2</sup> de área e 134 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 5,8 hab/km<sup>2</sup>.
- A aldeia de Castelo Mendo foi classificada como Imóvel de Interesse Público em 1984.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.4. Composição administrativa do território – caracterização das aldeias**

#### **Linhares da Beira**

- Vila de fundação medieval, com foral concedido em 1169 por D. Afonso Henriques, Linhares virá a perder este estatuto de centro urbano aquando da reforma administrativa liberal de 1855.
- Estabilizadas as fronteiras do reino português, Linhares continuou a ter significado estratégico pelo menos até ao século XVII, pois fazia parte do sistema defensivo que guardava a Bacia do Mondego.
- Como monumentos de interesse turístico temos o Castelo, o antigo Solar Brandão Melo, a Capela de Nossa Senhora da Conceição, a Casa do Judeu, a Casa do Parapentista, o Solar Pina Aragão, a Igreja Matriz, a Fonte de São Caetano, o Calvário e a Capela de Santa Eufémea.
- É uma freguesia do concelho de Celorico da Beira, com 15,47 km<sup>2</sup> de área e 328 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 21,2 hab/km<sup>2</sup>.

#### **Castelo Rodrigo**

- Conquistada aos Árabes no séc. XI e dependente do Reino de Leão, Castelo Rodrigo, foi elevada a concelho por Afonso IX, integrando definitivamente o território português a 12 de Setembro de 1297, pelo Tratado de Alcanizes.
- Castelo Rodrigo à semelhança de Ávila está rodeada por uma cintura amuralhada inicialmente composta por 13 torreões, de que restam alguns, e cujo passeio de ronda se encontra parcialmente obstruído pelas casas aí construídas.
- De destacar do seu património a Igreja de N. Sr.<sup>a</sup> de Rocamador, o pelourinho manuelino, a Torre do Relógio, a Cisterna, a Casa número 36 e a Casa da Cadeia
- É uma freguesia do concelho de Figueira de Castelo Rodrigo, com 27,52 km<sup>2</sup> de área e 469 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 17,0 hab/km<sup>2</sup>.

#### **Trancoso**

- Os vestígios mais antigos de Trancoso remontam à época de D. Dinis e que tomam forma através das muralhas que a rodeiam e do seu belo castelo.
- Destacam-se, entre todo o seu espólio patrimonial, as igrejas paroquiais de Santa Maria e de São Pedro, a Casa dos Arcos, do século XVI, a igreja da Misericórdia, a Casa do Gato Preto (um curioso edifício do antigo bairro judaico), e o Pelourinho, bela peça do mais puro estilo manuelino.
- É uma cidade, pertencente ao Distrito da Guarda, região Centro e sub-região da Beira Interior Norte, com cerca de 3 500 habitantes.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização das aldeias

#### **Sortelha**

- É uma vila de fundação medieval, com foral concedido em 1228. A antiga vila constituiu um espaço urbano medieval (séc. XIII-XIV), que se encontrava nas necessidades defensivas e na organização militar.
- Do seu património destacam-se: o Castelo, classificado como Monumento Nacional em 1910, a Igreja Matriz, dedicada a Nossa Senhora das Neves, a Capela de São Sebastião, do século XVI, a Capela de Santiago, igualmente do século XVI, Igreja da Misericórdia, século XIV, o Antigo Hospital da Misericórdia, século XVI.
- É uma freguesia do concelho do Sabugal, com 43,27 km<sup>2</sup> de área e 579 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 13,4 hab/km<sup>2</sup>.

#### **Marialva**

- Constituída por três núcleos distintos: a Cidadela ou Vila no interior do Castelo, agora despovoada; o Arrebalde que prolonga a Vila para além da zona amuralhada e a Devesa, situada a Sul da cidadela.
- As origens de Marialva parecem remontar ao tempo da antiga Cidade de Aravor, fundada pelos Túrdulos no séc. VI a.C..De destacar do seu património Capela de Nossa Senhora dos Remédios, Chafariz Manuelino, Casa do Leão, Casa de Judeus, Cruzeiro, Cisterna quinhentista, Pelouro de Marialva, Antiga Casa da Câmara, entre outros.
- É uma freguesia do concelho da Mêda, com 19,15 km<sup>2</sup> de área e 271 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 14,2 hab/km<sup>2</sup>.

#### **Monsanto**

- Existem vestígios da passagem romana, visigótica e árabe. Os mouros seriam derrotados por D. Afonso Henriques e, em 1165, o lugar de Monsanto foi doado à Ordem dos Templários que sob orientações de Gualdim Pais, mandou construir o Castelo de Monsanto.
- Destacam-se: a Capela de Santa Maria do Castelo, a Igreja Matriz de Monsanto ou Igreja de São Salvador, a Capela de São Pedro de Vir à Corça ou Capela de São Pedro de Vira-Corça, o Castelo e muralhas de Monsanto, Torre de Lucano ou do relógio, e o Solar da Família Melo ou Solar dos Condes de Monsanto.
- É uma freguesia do concelho de Idanha-a-Nova, com 131,76 km<sup>2</sup> de área e 1 160 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 8,8 hab/km<sup>2</sup>.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização das aldeias

#### **Idanha-a-Velha**

- Idanha-a-Velha está inserida no território da Civitas Igaeditanorum, um município romano.
- Diversos vestígios evidenciam, ainda hoje, essa permanência civilizacional: entre outros, o podium de um templo no qual assenta a Torre dos Templários; a Porta Norte e respectiva muralha; um conjunto excepcional de lápide funerárias e variado espólio diverso.
- Do património existente pode-se ainda destacar a “Sé-Catedral”, o Pelourinho, a Torre dos Templários, o Forno Comunitário, a Igreja Matriz, a Capela de São Dâmaso, a Ponte de origem romana, a Capela do Espírito Santo, a Capela de São Sebastião.
- É uma freguesia do concelho de Idanha-a-Nova, com 20,98 km<sup>2</sup> de área e 79 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 3,8 hab/km<sup>2</sup>.

#### **Belmonte**

- A presença de Belmonte está comprovada desde as épocas mais remotas. A própria toponímia de Belmonte atesta esse mesmo facto. Na realidade, este, está directamente relacionado com a defesa por parte do povo lusitano dos ataques romanos. Assim, Belmonte deriva de Bellimonte, palavra latina que significa monte de guerra.
- Os seus principais monumentos são: Castelo de Belmonte, Igreja de Santiago, Igreja da Sagrada Família, Capelas de Santo António e do Calvário, Paços do Concelho, Casa dos Condes, entre outros.
- Belmonte é sede do concelho com 27,32 km<sup>2</sup> de área e 3.227 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 118,1 h/km<sup>2</sup>. É uma freguesia territorialmente descontínua, achando-se dividida em duas metades pelo Colmeal da Torre.



## **B.4. Competitividade Territorial**

### 4.4. Composição administrativa do território – caracterização das aldeias

#### **Castelo Novo**

- Castelo Novo começou por pertencer aos extensos territórios doados pelos monarcas portugueses à Ordem dos Templários, depois Ordem de Cristo, para em terras da Beira promoverem e assegurarem a posse dos domínios conquistados aos muçulmanos no séc. XIII.
- Os monumentos existentes em Castelo Novo com interesse turístico são: a Casa da Câmara e Cadeia, o Pelourinho, o Chafariz D. João V, o Castelo, as Casas Falcão, Correia Sampaio e D. Luís J. Correia, entre outros.
- É uma freguesia do concelho do Fundão, com 40,91 km<sup>2</sup> de área e 439 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 10,7 hab/km<sup>2</sup>.
- Foi em tempos sede de concelho.

#### **Piodão**

- Piodão, aldeia classificada como “Imóvel de Interesse Público”, localiza-se na Serra do Açôr.
- Na época medieval formou-se um pequeno povoado a que foi dado o nome de Casas de Piódam, depois transferido para a actual localização.
- De destacar do seu espólio patrimonial a Igreja Matriz de N. Sr.<sup>a</sup> da Conceição, a Capela de S. Pedro, a Levada, a Fonte dos Algares, a Praia Fluvial, a Eira e o Forno do Pão.
- Piódão é a freguesia mais longínqua do concelho de Arganil, com 36,36 km<sup>2</sup> de área e 224 habitantes (2001). A sua densidade populacional é de 6,2 hab/km<sup>2</sup>.

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.5. Acessibilidades**

- As acessibilidades são uma variável valorizadora, que pela sua capacidade dinamizadora, faz a diferença na economia de qualquer território/região.

#### **Acessibilidades rodoviárias**

- A ligação a Espanha faz-se através da N-620. Relativamente à rede de aldeias históricas este território encontra-se bem servido ao nível das acessibilidades tendo a norte a A24 (no sentido norte-sul), a noroeste a A25 (no sentido oeste-este) e a sul a A23 (sentido sul-norte).
- Neste conjunto de acessibilidades o Eixo A24 que tem um papel fulcral na dinamização da região é uma das menos desenvolvidas do nosso País.
- O Eixo funciona, assim, como um factor de desequilíbrio beneficiando os grandes pólos a ele contíguos, como sendo: a Covilhã, Castelo Branco, Guarda, Viseu, que nos últimos anos tem conhecido um desenvolvimento exponencial.
- No entanto, este Eixo, pode e deve servir como protótipo do desenvolvimento da região no seu conjunto.

#### **Acessibilidades ferroviárias**

- As infraestruturas ferroviárias nacionais não têm muita expressão na região. A rede ferroviária regional apenas tem estações com dimensão, na Covilhã, e na Guarda. No entanto, no território a Este da fronteira com as Aldeias Históricas existem ligações com a Red Nacional de Ferrocarriles Españoles (RENFE), nomeadamente com a estação de Ciudad Rodrigo.

#### **Acessibilidades aéreas**

- Em termos aéreos, devemos assinalar no território e relativa proximidade a existência de três aeródromos:
  - Aeródromo Municipal da Covilhã
  - Aeródromo Municipal de Viseu
  - Aeródromo da Lousã

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.6. População e Demografia**

- Os 12 concelhos apresentam baixa densidade populacional. Verifica-se que a densidade populacional varia entre os 7,5 habitantes por Km<sup>2</sup> no concelho de Idanha-a-Nova e os 44,5 habitantes por Km<sup>2</sup> registados no concelho de Fundão.
- Relativamente aos 115.400 habitantes que constituem a população residente neste território, apenas cerca de 11,26% (12.988 habitantes) se situam no grupo etário dos 0 aos 14 anos, 11,42% (13.183 habitantes) dos residentes têm idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, 48,27% (55.706 habitantes) integram o grupo etário dos 25 aos 64 anos e os restantes 20,05% (33.523 habitantes) constituem a população com mais de 65 anos de idade.

Distribuição da população por estrutura etária, densidade populacional e área por concelhos - 2006

<b>Concelhos</b>	<b>População residente</b>	<b>0-14 anos</b>	<b>15-24 anos</b>	<b>25-64 anos</b>	<b>≥ 65 anos</b>	<b>Densidade pop. hab/km</b>	<b>Área km<sup>2</sup></b>
<b>Almeida</b>	<b>7.402</b>	<b>703</b>	<b>795</b>	<b>3.701</b>	<b>2.203</b>	<b>14,3</b>	<b>518,0</b>
<b>Celorico da Beira</b>	<b>8.683</b>	<b>1.094</b>	<b>1.039</b>	<b>4.271</b>	<b>2.279</b>	<b>35,1</b>	<b>247,2</b>
<b>Figueira de Castelo Rodrigo</b>	<b>6.723</b>	<b>695</b>	<b>794</b>	<b>3.184</b>	<b>2.050</b>	<b>13,2</b>	<b>508,6</b>
<b>Mêda</b>	<b>5.879</b>	<b>614</b>	<b>720</b>	<b>2.794</b>	<b>1.751</b>	<b>20,6</b>	<b>286,1</b>
<b>Sabugal</b>	<b>13.769</b>	<b>1.198</b>	<b>1.449</b>	<b>6.189</b>	<b>4.933</b>	<b>16,7</b>	<b>822,7</b>
<b>Trancoso</b>	<b>10.512</b>	<b>1.274</b>	<b>1.353</b>	<b>5.094</b>	<b>2.791</b>	<b>29,1</b>	<b>361,5</b>
<b>Idanha-a-Nova</b>	<b>10.561</b>	<b>910</b>	<b>910</b>	<b>4.335</b>	<b>4.406</b>	<b>7,5</b>	<b>1416,3</b>
<b>Belmonte</b>	<b>7.722</b>	<b>985</b>	<b>903</b>	<b>4.006</b>	<b>1.828</b>	<b>65</b>	<b>118,8</b>
<b>Fundão</b>	<b>31.176</b>	<b>3.906</b>	<b>3.906</b>	<b>15.773</b>	<b>7.805</b>	<b>44,5</b>	<b>700,1</b>
<b>Arganil</b>	<b>12.973</b>	<b>1.609</b>	<b>1.609</b>	<b>6.359</b>	<b>3.477</b>	<b>39</b>	<b>332,8</b>
<b>Total</b>	<b>115.400</b>	<b>12.988</b>	<b>12.988</b>	<b>55.706</b>	<b>33.523</b>	<b>21,7</b>	<b>5312,1</b>

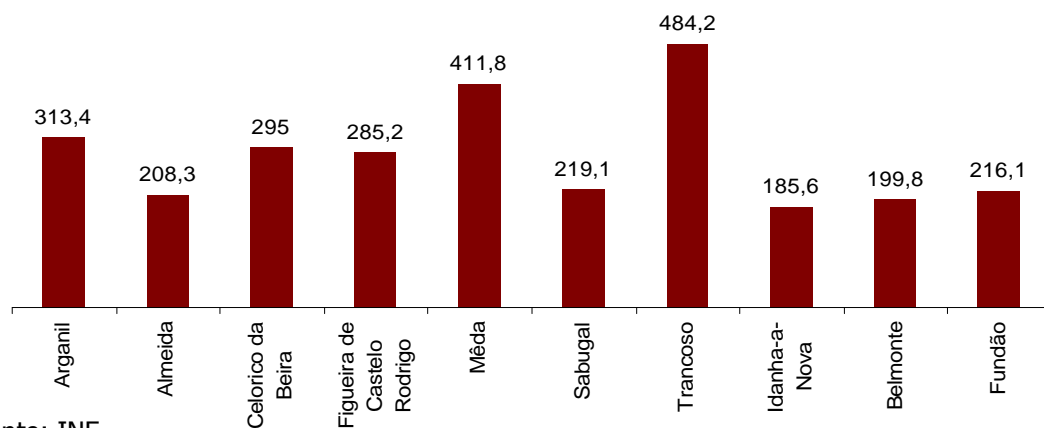
Fonte: INE

## B.4. Competitividade Territorial

### 4.6. População e Demografia

- Um dos problemas que região do País se debate é o envelhecimento da sua população. Note-se que o índice de envelhecimento do País é de 111,7 enquanto o da região NUT II Centro é de 142,3. No gráfico seguinte analisa-se o índice de envelhecimento nos concelhos que abrangem o território das Aldeias Históricas de Portugal. Analisando este verifica-se que o concelho Trancoso é o que regista o maior índice de envelhecimento com 484,2, seguido do de Mêda com 411,8, e o do Arganil com 313,4. Os concelho que tem menor índice de envelhecimento é o de Idanha-a-Nova com 185,6.

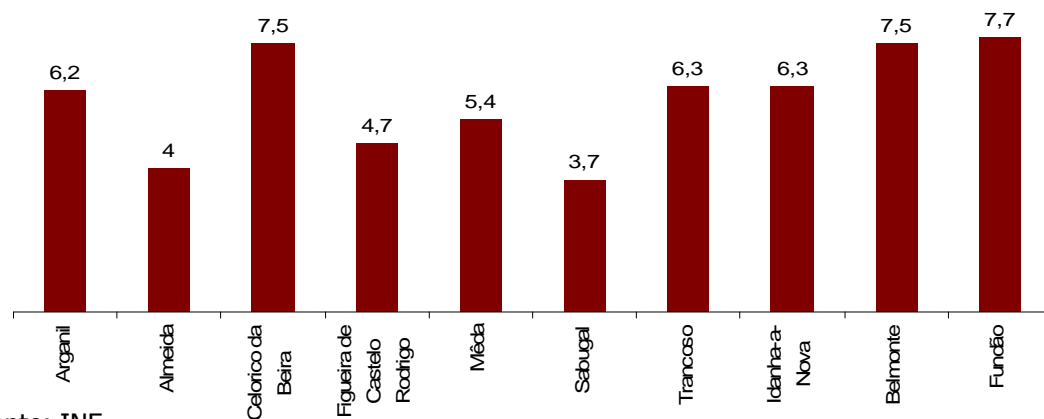
Índice de envelhecimento da população no território das Aldeias Históricas – 2006 (nº)



Fonte: INE

- Quanto à taxa da natalidade, verifica-se que o Fundão é o concelho com maior taxa de natalidade ( 7,7%), seguido dos concelhos de Belmonte e Celorico da Beira, ambos com 7,5%. O concelho com menor taxa da natalidade é o de Almeida, com 4%.

Taxa de natalidade no território das Aldeias Históricas – 2006 (%)



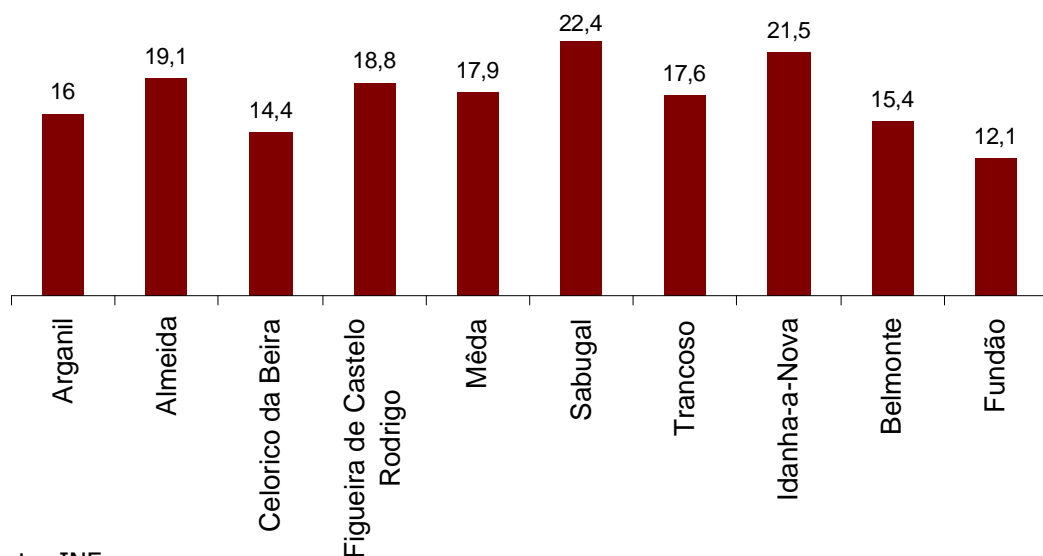
Fonte: INE

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.6. População e Demografia**

- Relativamente à taxa de mortalidade nos concelhos que abrangem as Aldeias Históricas de Portugal, verifica-se que o concelho que regista a maior taxa de mortalidade é o de Sabugal com 22,4‰, seguido de Idanha-a-Nova com 21,5‰ e Almeida com 19,1‰. Os concelhos com menor taxa de mortalidade são o de Celorico da Beira com 14,4‰ e o de Fundão com 12,1‰.

Taxa da mortalidade no território das Aldeias Históricas – 2006 (‰)



Fonte: INE

## **B.4. Competitividade Territorial**

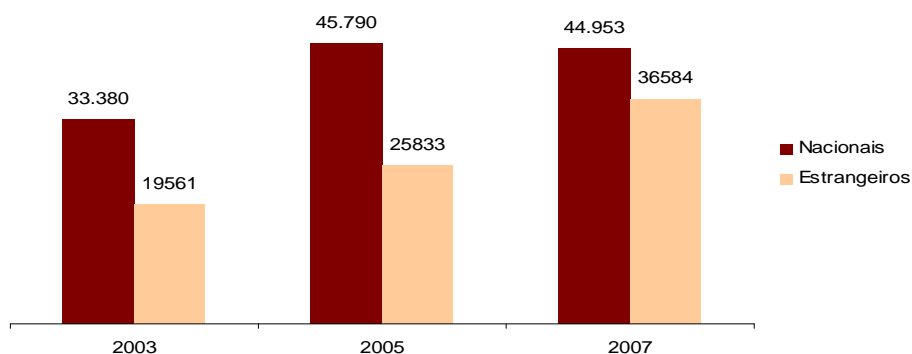
### **4.7. Turismo**

- Para avaliar a competitividade do sector do turismo, considerou-se importante analisar os indicadores de procura disponível cedidos pelos postos de turismo presentes nas Aldeias Históricas. Estes indicadores reflectem o número de visitantes nos postos de turismo, sendo necessário nesta análise considerar pelo menos dois aspectos:
  - Em primeiro lugar estes indicadores limitam-se ao horário de funcionamento dos vários postos de turismo que, apesar de não ser standard para todos eles inclui pelo menos um dia de folga, sendo a Segunda-Feira ou a Terça-Feira os mais recorrentes;
  - Por outro lado, o número de visitas guiadas solicitadas aos postos de turismo não se encontra individualizada nestes números.

#### **Almeida**

- Entre 2003 e 2007 a taxa de crescimento do fluxo de turistas total em Almeida foi de 54%. Entre 2003 e 2005 o número de turistas teve um crescimento de 35%. Os visitantes nacionais aumentaram de 33.380 para 45.790 e os visitantes estrangeiros aumentaram de 19.561 para 25.833 visitantes. Em 2007 existiam 9.914 visitantes mais do que em 2005, correspondendo este aumento a uma taxa de crescimento de 42% do fluxo de turistas estrangeiros e nacionais. Nota-se uma diminuição na taxa de crescimento dos visitantes nacionais (em 2%) e um aumento dos visitantes estrangeiros em 42%.

Fluxo de Turistas em Almeida (nº) - 2003-2007



Fonte: INATEL

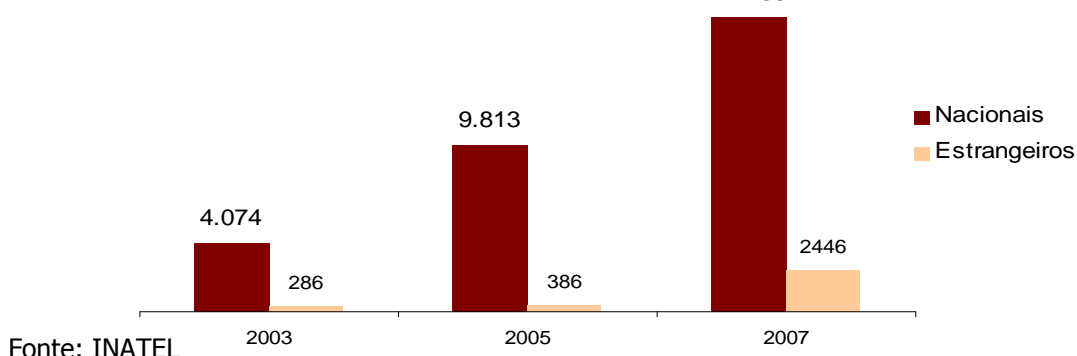
## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.7. Turismo**

#### **Castelo Novo**

- Entre 2003 e 2007 o fluxo de turistas em Castelo Novo, teve uma taxa de crescimento de 352% no seu total. Entre 2003 e 2005 a taxa de crescimento foi de 134%. Este número nos visitantes nacionais aumentou de 4.074 para 9.813 (taxa de crescimento de 141%). Já nos visitantes estrangeiros a taxa de crescimento foi de 35% aumentando de 286 para 386 visitantes. Em 2007 existiam mais 9.513 visitantes do que em 2005, correspondendo este aumento a um crescimento de 93%, com mais 7.453 visitantes nacionais e mais 2.060 visitantes estrangeiros.

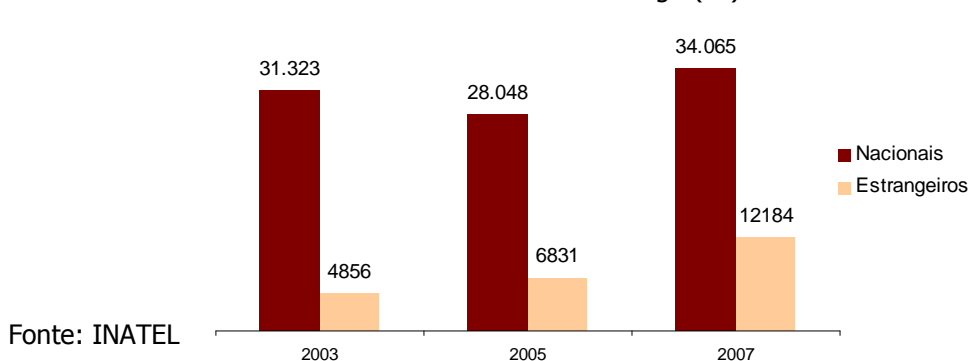
Fluxo de Turistas em Castelo Novo (nº) - 2003-2007



#### **Castelo Rodrigo**

- Em Castelo Rodrigo, o crescimento do fluxo de visitantes total entre 2003 e 2007 foi de 28%. Entre 2003 e 2005 foi de -3%, menos 1.300 visitantes. O fluxo nos visitantes nacionais diminuiu de 31.323 visitantes em 2003 para 28.048 visitantes em 2005. Entre 2003 e 2005 a taxa de crescimento dos visitantes estrangeiros foi de 40%, registando mais 1.975 visitantes. Entre 2005 e 2007 o fluxo de visitantes total cresceu 32%, tendo esta taxa mais relevância ao nível dos visitantes estrangeiros (mais 5.353). O aumento dos visitantes nacionais foi de 21%.

Fluxo de Turistas em Castelo Rodrigo (nº) - 2003-2007



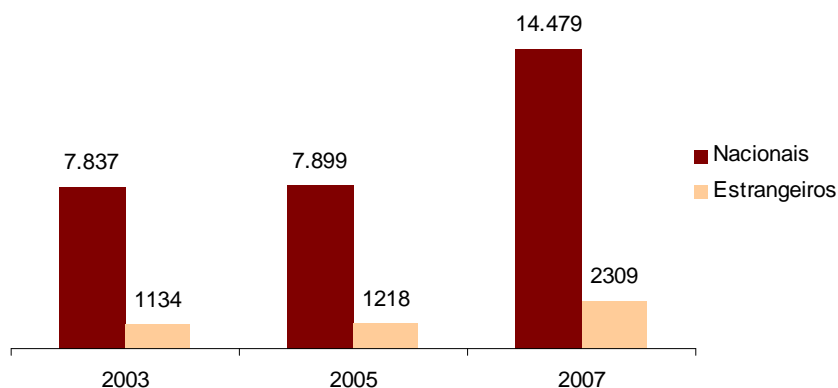
## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.7. Turismo**

#### **Idanha-a-Velha**

- Em Idanha-a-Velha a taxa de crescimento dos visitantes entre 2003 e 2007 foi de 37%. Entre 2003 e 2005 o fluxo de turistas teve uma baixa taxa de crescimento, 1,6% no seu total. A taxa de crescimento nos visitantes nacionais foi 0,8% e 7% nos visitantes estrangeiros. Entre 2005 e 2007 a taxa de crescimento total foi de 84%. Este aumento corresponde a mais 6.580 visitantes portugueses e 1.091 visitantes estrangeiros.

Fluxo de Turistas em Idanha-a-Velha (nº) - 2003-2007

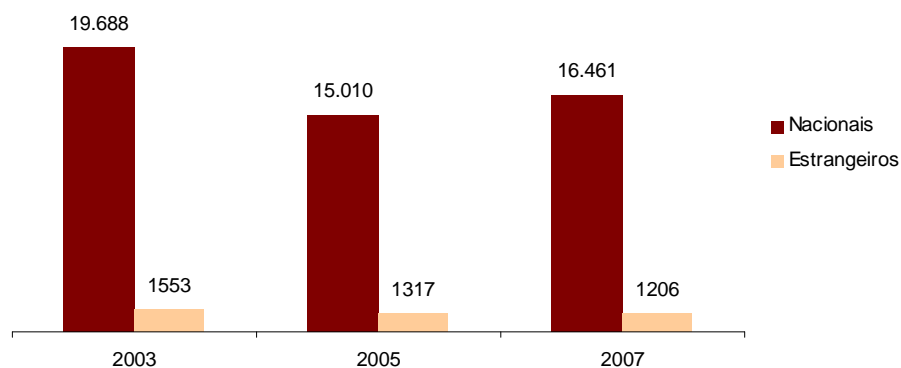


Fonte: INATEL

#### **Linhares**

- Entre 2003 e 2007 registaram-se menos 3.574 (-17%) visitantes. Entre 2003 e 2005 o fluxo de visitantes total diminuiu 23%, resultado da queda de visitantes nacionais de 19.688 para 15.010, mas também de internacionais (- 236 visitantes; -15%). Entre 2005 e 2007 a taxa de crescimento total registou uma ligeira melhoria, com 8%, sobretudo devido ao crescimento dos visitantes nacionais em 10% (+ 1.451 visitantes). Nos visitantes estrangeiros, a taxa diminuiu em 8%, com menos 111 visitantes.

Fluxo de Turistas em Linhares (nº) - 2003-2007



Fonte: INATEL



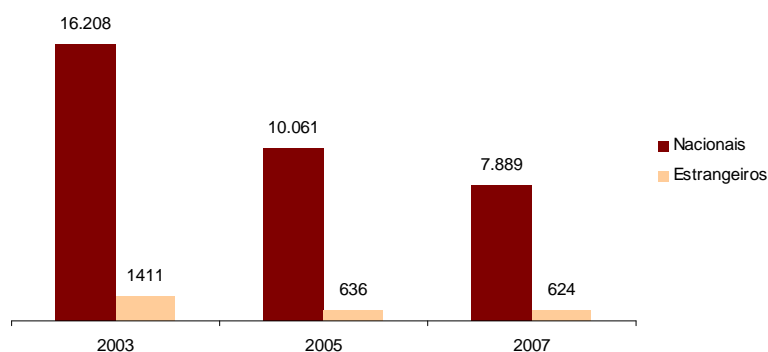
## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.7. Turismo**

#### **Marialva**

- Em Marialva o número de visitantes entre 2003 e 2007 diminuiu em 52%. Entre 2003 e 2005 o fluxo de turistas teve uma taxa de crescimento negativa de 39%. Nesse período a taxa de crescimento negativa nos visitantes nacionais foi 37% e 54% nos visitantes estrangeiros. Entre 2005 e 2007 a taxa de crescimento total foi também negativa em 20%. Este aumento no período 2005-2007 corresponde a menos 2.172 visitantes portugueses e menos 12 visitantes estrangeiros.

Fluxo de Turistas em Marialva (nº) - 2003-2007

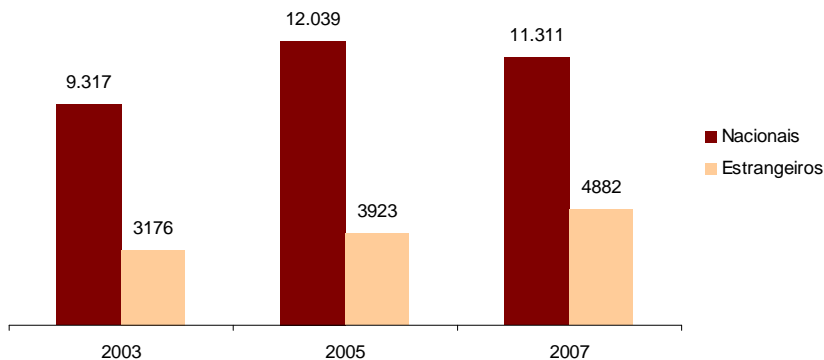


Fonte: INATEL

#### **Monsanto**

- Entre 2003 e 2007 registaram-se mais 2.722 visitas em Monsanto. Entre 2003 e 2005 a taxa de crescimento total foi de 27%. O fluxo nos visitantes nacionais aumentou de 9.317 visitantes para 12.039 visitantes (+ 29%). No mesmo período registaram-se mais 747 visitantes estrangeiros (+23%). Entre 2005 e 2007, a taxa de crescimento dos visitantes foi de 1%. Nos visitantes nacionais a taxa foi negativa (6% - menos 728 visitantes) e nos estrangeiros positiva, com mais 959 turistas e um crescimento de 24%.

Fluxo de Turistas em Monsanto (nº) - 2003-2007



Fonte: INATEL

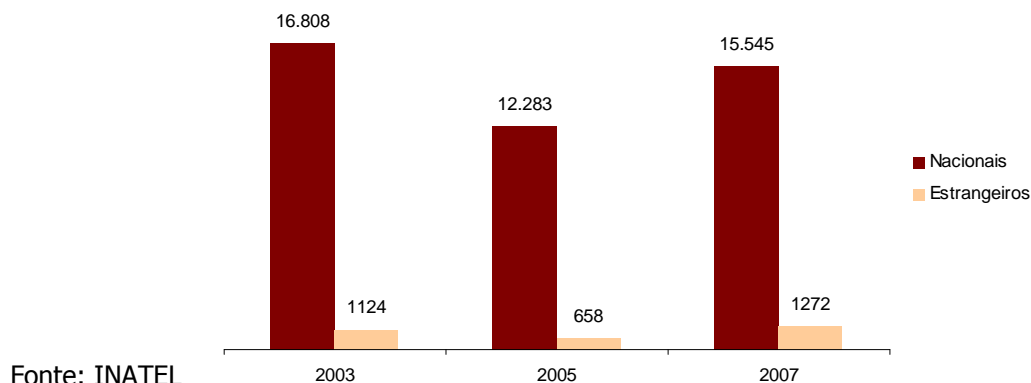
## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.7. Turismo**

#### **Piodão**

- Entre 2003 e 2007 o fluxo de turistas no Piódão diminuiu em 6%, com menos 1.115 visitantes. Entre 2003 e 2005 a taxa de crescimento total foi negativa (-27%), representando menos 4.525 visitantes nacionais e menos 466 visitantes estrangeiros. Em 2007 registaram-se mais 3.876 visitantes do que em 2005, correspondendo este aumento a uma taxa de crescimento de 29%, com mais 3.262 visitantes nacionais e mais 614 visitantes estrangeiros.

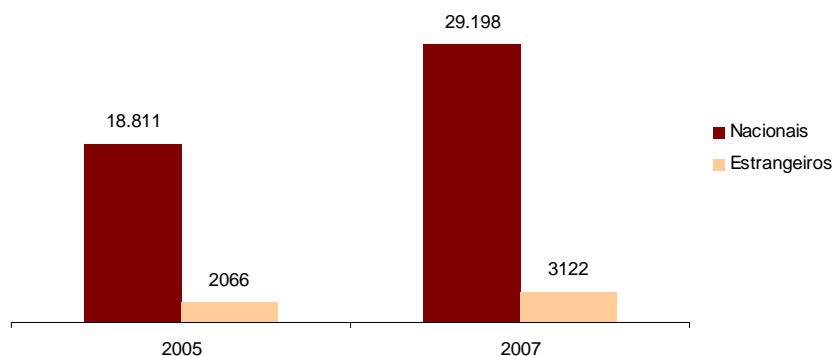
Fluxo de Turistas em Piódão (nº) - 2003-2007



#### **Trancoso**

- Em Trancoso não existem dados disponíveis para o ano 2003. Entre 2005 e 2007 a taxa de crescimento total (visitantes nacionais e estrangeiros) aumentou em 55%. O número de visitantes nacionais apresentou um aumento de 10.387 visitantes, representando uma taxa de crescimento de 55%. O número de visitantes estrangeiros aumentou em 51% no intervalo em análise.

Fluxo de Turistas em Trancoso (nº) - 2003-2007



Fonte: INATEL

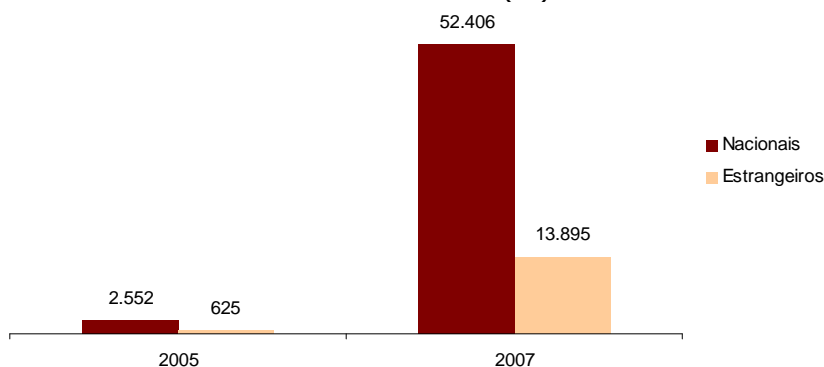
## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.7. Turismo**

#### **Sortelha**

- Entre 2005 e 2007 o fluxo de turistas em Sortelha, revelou um crescimento extraordinário que deve ser entendido tendo por base o facto de que em 2005 apenas existia uma funcionária presente no posto de turismo de Sortelha nos dois meses de Verão – Julho e Agosto. Por este facto, os dados não são passíveis de ser comparados.
- Em 2007 o número de visitantes nacionais rondava as 52.406 pessoas. Nesse mesmo ano, os visitantes estrangeiros rondavam os 13.800. Em termos percentuais, os visitantes estrangeiros representavam 21% do total de visitantes.

Fluxo de Turistas em Sortelha (nº) - 2003-2007

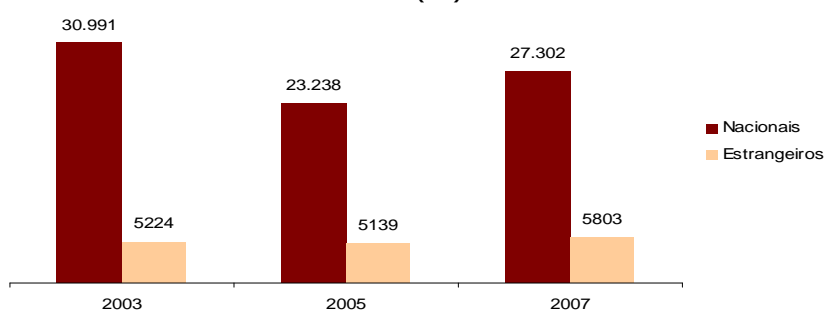


Fonte: INATEL

#### **Belmonte**

- No que respeita a Belmonte, o fluxo de turistas foi de -63% entre 2003 e 2007 e -68% entre 2003 e 2005, menos 60.779 visitantes nacionais e estrangeiros. O fluxo nos visitantes nacionais diminuiu de 30.991 visitantes em 2003 a 23.338 visitantes em 2005. O fluxo dos visitantes estrangeiros diminuiu 1,6% de 2003 a 2005 (5.224 a 5.139 visitantes). Entre 2005 e 2007 o fluxo de visitantes nacionais aumentou de 23.238 em 2005 para 27.302 em 2007, representando uma taxa de crescimento de 17%. O fluxo de visitantes estrangeiros aumentou 13%, em mais de 664 visitantes, nesse período.

Fluxo de Turistas em Belmonte (nº) - 2003-2007



Fonte: INATEL

## **B.4. Competitividade Territorial**

### **4.8. Análise SWOT**

<b>Pontos Fortes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Riqueza e diversidade ambiental, histórico-cultural e patrimonial de grande relevância;</li><li>• Diversidade de núcleos populacionais rurais com elevados níveis preservação cultural, arquitectónica e ambiental;</li><li>• Acessibilidades rodoviárias externas (A23 e A25)</li><li>• Características e riqueza patrimonial, rural e cultural de excelência para a estruturação de produtos turísticos de índole cultural e de oferta de circuitos;</li><li>• Produtos tradicionais de altíssima qualidade com Denominação de Origem Protegida, alguns deles defendidos por organizações de produtores locais;</li><li>• Riqueza e diversidade de produtos tradicionais com potencial comercial e gastronómico;</li><li>• Sensibilidade dos agentes económicos e institucionais para a sustentabilidade territorial;</li><li>• Marca “Aldeias Históricas de Portugal” com forte notoriedade nacional e internacional e com uma componente emotiva bastante acentuada que apela ao imaginário individual.</li></ul>
<b>Pontos Fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Baixo nível de aproveitamento da marca “Aldeias Históricas de Portugal” por parte dos agentes privados e públicos;</li><li>• Baixo nível de aproveitamento dos recursos patrimoniais e culturais com vocação turística para potenciação da actividade económica regional;</li><li>• Fragilidade do tecido produtivo reflecte modelos produtivos ainda assentes em mão-de-obra pouco qualificada;</li><li>• Baixa integração entre os operadores do território compromete a criação de cadeias de valor;</li><li>• Potencial turístico da região subaproveitado e produtos turísticos pouco estruturados</li><li>• Estratégias de comercialização pouco organizados e sem o controlo dos produtores locais;</li><li>• Abandono do território e dos seus activos edificados e patrimoniais;</li><li>• Ausência de estratégia para potenciação dos activos patrimoniais municipais;</li><li>• Baixo nível integração dos produtos tradicionais na economia regional;</li><li>• Inexistência de uma estratégia concertada de valorização dos recursos territoriais.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiências de concertação de intervenções em rede;</li><li>• Notoriedade da marca pode ser factor de atracção de investimento e investigação;</li><li>• Novas dinâmicas turísticas e sociais de âmbito nacional e internacional</li><li>• Disponibilidade e acesso aos incentivos financeiros nacionais e comunitários;</li><li>• Incremento dos níveis de urbanização e dos problemas sociais, económicos e ambientais com este relacionados;</li><li>• Necessidades sociais de identificação com os valores de comunidade existentes nos espaços rurais;</li><li>• Crescente apetência do mercado pelo consumo de produtos tradicionais;</li><li>• Potencial de venda directa dos produtos regionais, se correctamente articulada com a oferta turística regional;</li><li>• Notoriedade do território e da marca como elementos potenciadores de novas actividades e sectores ligados ao património, artes, cultura, design e produtos tradicionais.</li></ul>
<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elevados índices de envelhecimento populacional e de êxodo rural;</li><li>• Risco de degradação do património cultural e monumental;</li><li>• Abandono do meio rural e dos processos produtivos tradicionais;</li><li>• Perda de autenticidade de valores culturais, tradições e modos de vida locais;</li><li>• Reestruturação crescente do espaço rural;</li><li>• Baixos níveis de consciência das populações para as oportunidades de desenvolvimento;</li><li>• Concorrência de outras regiões em termos de produtos e actividades turísticas</li><li>• Dificuldades técnicas, financeiras e competitivas do tecido empresarial da região;</li><li>• Empresários pouco preparados e tecido empresarial com baixos níveis de mobilidade;</li><li>• Baixos níveis de formação da mão-de-obra regional.</li></ul>

## C. Âmbito e Finalidades

**C.1.Âmbito e finalidades –  
Amplitude das actividades:  
posicionamento da EEC em termos do  
sector, tecnologias e mercados**

## C.1. Amplitude das actividades: posicionamento da EEC em termos de sector, tecnologias e mercados

Objectivo Operacional	Sectores de Actividade	Tecnologias	Mercados
Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas	Pretende-se que a EEC contribua de forma decisiva para incrementar a eficiência e a eficácia das actividades conexas dos transportes, das agências de viagens e turismo e outras actividades de apoio ao turismo, áreas onde são identificadas importantes fragilidades ao nível da Rede das Aldeias Históricas. Para tal, a ADT – Aldeias Históricas de Portugal propõe-se criar dois instrumentos estruturantes da organização; um operador de incoming “Rede das Aldeias Históricas” e um instrumento de promoção, distribuição e comercialização turística da região: Operador Turístico Virtual.	A criação do Operador Turístico Virtual (OTV) “ <a href="http://visitaldeiashistoricas.com">visitaldeiashistoricas.com</a> ” não é apenas uma necessidade do ponto de vista da eficiência do sector do turismo. O OTV é também uma ferramenta TIC que permite à Associação das Aldeias Históricas dispor de um verdadeiro instrumento de marketing territorial, e melhorar a incorporação tecnológica das suas actividades tradicionais. A Associação das Aldeias Históricas associou-se à empresa Y – Dreams, parceiro com trabalho reconhecido ao nível do fornecimento e montagem de hardware e elaboração de software.	A aposta na comercialização on-line permite comunicar directamente com o cliente final e assim atingir mercados menos convencionais, que facilmente poderão ser atraídos para as Aldeias Históricas, por exemplo, o turista DIY ( <i>Do It Yourself</i> ). Estes novos mercados exigem bastante de um <i>receptivo</i> que é muito frágil na Rede das Aldeias Históricas. Para explorar o potencial de mercados mais internacionais e motivados por questões culturais, a região passará - com este Provere - a estar capacitada de um mecanismo eficiente de incoming.
Promoção do <i>Touring</i> Cultural no Território das Aldeias Históricas	Respondendo ao apelo das linhas de orientação definidas pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo, o Provere das Aldeias Históricas estimula o aparecimento de empreendimentos e iniciativas turísticas fortemente imbuídos dos valores históricos e culturais, de ligação ao território e às comunidades residentes, tanto as presentes como as passadas. Para isso, propõe-se a associação a esta EEC dos promotores turísticos, públicos e privados, que demonstrem vontade de investir na integração da dimensão cultural e histórica, através da promoção de espaços distintos (Casas da Memória, das Vivências e das Artes) que permitam ao visitante experienciar no presente momentos de ligação ao passado.	Ao definirmos a “História” como a personagem principal deste Provere devemos ter em particular atenção as necessidades e exigências que o turista de hoje e de amanhã apresentam. É vital definir instrumentos que assegurem a satisfação turística nos moldes de maior conforto e atractividade possíveis, trabalhando os conteúdos e tornando-os na verdadeira fonte de diferenciação do projecto. Assim, os diferentes espaços turísticos projectados (Casas da Memória, das Vivências e das Artes) devem adoptar soluções tecnológicas mais consistentes com a procura turística. Para além dos equipamentos de animação interactiva, é importante recurso a ferramentas TIC, como os sistemas de geo-referenciação previstos na Grande Rota das Aldeias Históricas.	Trabalhar com os valores históricos e culturais que estão na base da formação do povo que hoje somos, acaba por atrair maior número de visitantes, sobretudo nacionais, curiosos por encontrar nesta viagem histórica as bases da identidade nacional. Para além disso, se a oferta turística territorial for significativamente melhorada, estão criadas as condições para promover a maior retenção de turistas, muito particularmente daqueles que estão mais sensibilizados para estas questões. Na EEC deste Provere estes “mercados culturais”, convencionais ou alternativos, são relevados, assumindo-se um estímulo aos investidores turísticos com vontade de integrar esta Rede de valores que é a Rede das Aldeias Históricas.

## **C.1. Amplitude das actividades: posicionamento da EEC em termos de sector, tecnologias e mercados**

<b>Objectivo Operacional</b>	<b>Sectores de Actividade</b>	<b>Tecnologias</b>	<b>Mercados</b>
Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural	Pretende-se que a EEC contribua de forma decisiva para valorizar do ponto de vista comercial os produtos tradicionais do território de intervenção das Aldeias Históricas, não só os produtos alimentares mas também os produtos artesanais que resultam da promoção de artes e ofícios tradicionais. Estes produtos continuam a ser colocados a retalho no mercado de forma informal (venda directa) e através de estabelecimentos comerciais não especializados que não geram grande valor acrescentado. Ao apostar na organização comercial mais moderna, eficiente e competitiva destes produtos, territorialmente articulada em rede através das "Casas das Vivências", a ADTAHP pretende inverter esta situação, fomentando sobretudo a revitalização dos ofícios em esquecimento, introduzindo factores de diferenciação em termos de design para atingir novos mercados.	A EEC deste Provere colaborará fortemente na aplicação das TIC à organização, concentração, distribuição e comercialização dos produtos tradicionais, tanto os alimentares como os artesanais. Para garantir a autenticidade e qualidade dos produtos com a marca "Aldeias Históricas" é essencial adoptar ferramentas tecnológicas que permitam criar e gerir uma bolsa de produtos tradicionais, consumíveis ou não, do território de intervenção da Rede das Aldeias Históricas, mas também o imprescindível sistema de gestão da informação que organizará comercialmente os produtores da Rede das Aldeias Históricas numa base B2B, com forte mediação das associações de produtores/artesãos. O todo suportado pelo OTV .	Fora as implicações em termos dos mercados turísticos que buscam territórios, gastronomias e produtos autênticos, as acções de valorização comercial dos produtos tradicionais da Rede das Aldeias Históricas tenderá a suscitar um forte interesse junto dos mercados mais informados e disponíveis para pagar o valor dos produtos tradicionais. Isso dá mais garantias de incremento da cadeia de valor das produções tradicionais. A rede de "Casas das Vivências", como centros multidisciplinares, integram ainda um espaço para degustação de produtos e animação, que poderá incluir oficinas/ateliers de artesanato. Este contacto directo com a produção artesanal funciona, não raramente, como uma actividade de grande atracção turística.
Promoção de um cluster de indústrias criativas	O reposicionamento das aldeias passa pelo fomento de iniciativas inovadoras como é o objectivo de criar um cluster de indústrias criativas nas Aldeias Históricas que assenta na disponibilidade, qualidade e sustentabilidade dos valores históricos e artísticos da região. Numa altura em que o nosso modelo de especialização económica dá sinais de se estar a esgotar, geram-se oportunidades em sectores industriais novos como é o caso dos sectores artísticos. A Beira Interior apresenta forte tradição em sectores que, com a devida reorientação, podem ganhar novo dinamismo económico.	O incentivo à criação de indústrias criativas passa necessariamente por um trabalho de cooperação entre as empresas instaladas, as instituições de I&DT regionais e outras instituições com extensão científica e tecnológica. A utilização das TIC será uma recorrente, por exemplo na criação de soluções de animação interactivas. E respostas a públicos que necessitem de apoio na acessibilidade às aldeias.	A EEC do Provere das Aldeias Históricas é uma oportunidade para promover na região uma actuação concertada ao nível do aumento da melhoria da eficiência dos sistemas produtivos da indústria que poderá atrair para o território indústrias de ponta ligadas à cultura, à história e artes em geral. Por conseguinte, a região pode ter real valor estratégico se souber afirmar-se como um campo de experimentação a nível nacional para o que poderá ser o próximo paradigma de desenvolvimento em Portugal.



## C.2.Âmbito e finalidades – Grau de abrangências territorial

## C.2. Grau de abrangência territorial

Objectivo Operacional	Abrangência Territorial				
	LOCAL	MUNICIPAL	INTERMUNICIPAL	REGIONAL	EXTERNO
Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas	Pontualmente, são admitidos na EEC projectos individuais de carácter local que se destinem a melhorar de forma decisiva as condições de atracção e retenção de turistas na Rede das Aldeias Históricas	São admitidos na EEC projectos municipais que se destinam a melhorar a funcionalidade e abrangência da Rede das Aldeias Históricas.	A ADTAHP promove projectos que assumem um carácter eminentemente estruturante da EEC, nomeadamente os projectos comuns que servem a organização, distribuição e comercialização mais eficientes da oferta turística da Rede das Aldeias Históricas.	A nível regional, a EEC não se pode desligar das estratégias turísticas definidas na região Centro e no pólo turístico da Serra da Estrela, assim como a do envolvimento com a Fundação INATEL, parceiro importante em termos de <i>touring</i> cultural e paisagístico.	A concretização de uma OTV na Rede das Aldeias Históricas é uma aposta clara nos mercados turísticos interno, interno-alargado e internacional. Para além disso, o carácter raiano da região propicia um relacionamento natural ( <i>crosselling</i> ) com destinos fronteiriços espanhóis.
Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas	Muitos dos projectos individuais recenseados neste objectivo da EEC têm um carácter eminentemente local, pois trata-se de pequenas unidades de alojamento ou iniciativas turísticas de carácter local.	A nível municipal destacam-se sobretudo os projectos de iniciativa autárquica que se destinam a promover uma maior concertação dos interesses turísticos locais à escala dos concelhos.	A ADTAHP, através dos instrumentos de operacionalização que pretende lançar, terá um forte impacto e capital de iniciativa na abrangência da EEC a nível intermunicipal. O sector do turismo na região Centro sairá fortemente reforçado e será mais competitivo com a execução desta EEC.	A nova organização administrativa do turismo na região Centro ainda não está totalmente estabilizada para antecipar sinergias e concertações estratégicas com a EEC do Prover de da Rede das Aldeias Históricas.	A um nível turístico, a EEC do Prover de das Aldeias Históricas poderá articular-se com o exterior através dos instrumentos operacionais geridos pela ADPAHP, até porque a maioria dos investimentos turísticos a concretizar se destinam a mercados turísticos externos à região.

## **C.2. Grau de abrangência territorial**

<b>Objectivo Operacional</b>	<b>Abrangência Territorial</b>				
	<b>LOCAL</b>	<b>MUNICIPAL</b>	<b>INTERMUNICIPAL</b>	<b>REGIONAL</b>	<b>EXTERNO</b>
Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural	São pontuais os projectos individuais inscritos neste objectivo da EEC que possuem um carácter eminentemente local, pois a maioria tem um impacto pelo menos municipal.	Há alguns projectos, embora sejam raros, que possuem um impacto municipal. A maioria visa objectivos territoriais mais vastos, especialmente por força dos mercados a que se destinam as iniciativas empresariais a montar no quadro da EEC das Aldeias Históricas.	A EEC, através dos instrumentos como as "Casas das Vivências", terá um forte impacto intermunicipal. Devendo na sua implementação, procurar encontrar a transversalidade dos projectos por forma a reforçar o funcionamento da Rede	A nível regional, os impactos dos projectos ao abrigo deste objectivo têm repercussões directas e indirectas muito significativas. Pela organização da produção, a formação profissional, a inovação no produto, entre outras.	A maioria dos projectos de investimento acometidos a este objectivo têm fins comerciais que extravasam a região, ou seja, visam os mercados nacional e mesmo o internacional. A EEC, através dos instrumentos de operacionalização lançados, aspira a nichos de mercado globais.
Promoção de um cluster de indústrias criativas	Introduz uma dinâmica que se pretende possa ter efeito de arrastamento, para a mobilização dos agentes locais na introdução de novas linguagens nas suas actividades	Alguns municípios em particular, estão a realizar um esforço para mobilizar um colectivo de meios, competências e parceiros que permitirá a concretização de projectos que produzirão um forte impacto a nível municipal.	Crê-se que os projectos ligados a este objectivo produzirão um impacto considerável ao nível intermunicipal em termos de produtividade e competitividade, pelo que se justifica a sua associação à EEC deste Provere.	Os instrumentos que estão a ser criados no quadro desta EEC podem ter um efeito regional virtuoso, dependendo do dinamismo e credibilidade que venham a granjear durante a execução do Provere, por exemplo o Centro de Estudos.	A ADTAHP poderá contribuir a nível nacional (e na região transfronteiriça) para a afirmação de novos valores, ligados a antropologia do imaginário, a uma nova forma de expôr valores culturais, históricos e artísticos.

### C.3.Âmbito e finalidades – Parceiros e importância económica das empresas aderentes

### **C.3. Parceiros e importância económica das empresas aderentes**

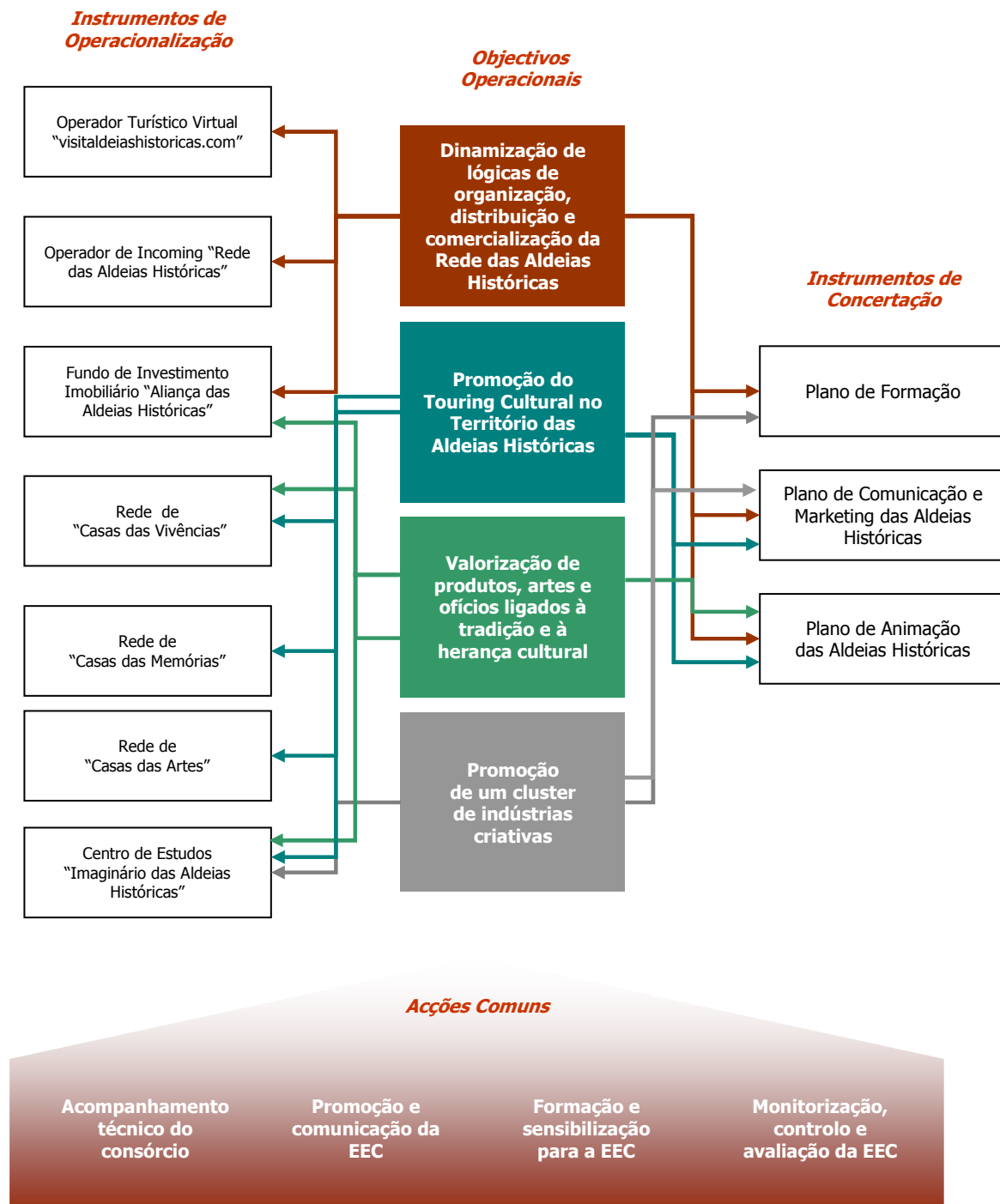
	<b>EMPRESAS/INSTITUIÇÕES PARCEIRAS</b>	<b>IMPORTÂNCIA ECONÓMICA</b>
Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal</li><li>• Fundação INATEL</li><li>• Municípios de Arganil, Almeida, Figueira Castelo Rodrigo, Mêda, Celorico da Beira, Sabugal, Trancoso e Idanha-a-Nova</li><li>• FTM - Fundão Turismo, EM.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Para responder a este objectivo a ADTAHP assume a liderança do trabalho, demonstrando a importância vital da concretização destas iniciativas.</li><li>• Contamos ainda com a participação de sete Autarquias e duas empresas no sector do turismo, de grande importância em escalas diferenciadas: a Fundação INATEL, de dimensão nacional, e a Empresa Municipal – Fundão Turismo, de intervenção concelhia.</li><li>• A Fundação INATEL, de importância económica e turística reconhecida, é o parceiro estratégico da ADTAHP neste objectivo.</li></ul>
Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa</li><li>• TurisAlmeida, S.A.</li><li>• Municípios de Arganil, Belmonte, Figueira de Castelo Rodrigo, Idanha-a-Nova</li><li>• Fundação INATEL</li><li>• Flores aos Molhos</li><li>• Quinta do Ouriço, Turismo de Habitação Lda.</li><li>• Associação Belmonte em Movimento</li><li>• Casa da Cisterna</li><li>• Imotendências, S.A.</li><li>• Moinho das Devessas – Turismo de Lazer da Gardunha, Lda.</li><li>• YTravel, Lda.</li><li>• Marialvamed - Turismo Histórico e de Lazer, Lda.</li><li>• Casa da Pipa, Tur. de Aldeia, Lda.</li><li>• Moinhos do Moiratão, Lda.</li><li>• Cerca – Sociedade de Investimentos, Lda.</li><li>• Hotel Turismo Trancoso</li><li>• Residencial D. Dinis</li><li>• Trilobite</li><li>• Quinta das Magnólias, Lda.</li><li>• Fronteiratur, Lda.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No conjunto de empresas que estão envolvidas neste objectivo operacional, encontramos essencialmente, organizações de forte implantação territorial local, de carácter familiar e pequena dimensão, correspondendo a estruturas em linha com a tipologia mais frequente na Rede das Aldeias Históricas.</li><li>• No entanto encontramos também nesta lista de parceiros, empresas, entidades de dimensão regional que visam com a sua inclusão nesta EEC, requalificar as suas respostas e adequa-las ao posicionamento pretendido pela Rede das Aldeias Históricas</li><li>• Encontramos ainda um operador de escala nacional a Fundação INATEL, que desde a primeira hora, esteve envolvido no projecto Aldeias Históricas e que agora entende poder trazer um contributo importante para dinamizar o projecto tal como está definido na EEC.</li><li>• Numa área complementar temos uma empresa de reconhecido mérito em Portugal a Y-dreams que introduz factores de inovação, para as formas de distribuição que se pretende implementar.</li></ul>

### **C.3. Parceiros e importância económica das empresas aderentes**

	<b>EMPRESAS/INSTITUIÇÕES PARCEIRAS</b>	<b>IMPORTÂNCIA ECONÓMICA</b>
Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural	<ul style="list-style-type: none"><li>• Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa</li><li>• Associação de Compartes da Freguesia do Piódão</li><li>• AENEBEIRA – Associação Empresarial Nordeste Beira</li><li>• Casa da Cisterna</li><li>• Castelarte, turismo e artesanato, Lda.</li><li>• Vila e Devesa – Turismo de Marialva, Lda.</li><li>• ADES - Associação de Desenvolvimento do Sabugal</li><li>• Sampaio e Melo Cabral, Vinhos da Quinta Unipessoal, Lda.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sendo a prossecução deste objectivo, de carácter essencialmente local é com naturalidade que assistimos aqui à presença dos movimentos associativos com maior expressão no território. É a partir destas estruturas associativas que se conseguirá um envolvimento de todos os associados na valorização das acções respectivas.</li><li>• Encontramos ainda alguns promotores individuais que pelo seu conhecimento/posicionamento no mercado já identificaram fileiras de produto que permite a criação de sinergias naturais com o seu negócio.</li></ul>
Promoção de um cluster de indústrias criativas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Susitour /AMR</li><li>• Castelarte, Turismo e Artesanato, Lda.</li><li>• Municípios de Mêda e Sabugal</li><li>• Planicôa, CRL</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No conjunto de empresas que estão envolvidas neste objectivo operacional, encontramos essencialmente, organizações de forte implantação territorial local, de carácter familiar e pequena dimensão, correspondendo a estruturas em linha com a tipologia mais frequente na Rede das Aldeias Históricas. Que sentem aqui a oportunidade de introduzir novas linguagens no seu negócio.</li></ul>

## C.4. Âmbito e finalidades – Consistência das iniciativas e das sinergias colectivas promovidas

## C.4. Consistência das iniciativas e sinergias colectivas





## **C.4. Consistência das iniciativas e sinergias colectivas**

Consistência e sinergias entre os objectivos operacionais e os instrumentos definidos

- À definição dos quatro objectivos operacionais, sucedeu a identificação dos respectivos instrumentos de operacionalização e concertação, conforme claramente demonstrado no quadro anterior. Estes instrumentos são, na sua generalidade, transversais à grande maioria dos objectivos, sendo certo que o valor acrescentado que juntos trazem para o projecto não se limita à soma das suas partes, integrando o conjunto de sinergias criadas em seu redor.
- No quadro do reforço da competitividade do território das Aldeias Históricas através do relançamento da Rede das Aldeias Históricas de Portugal em moldes mais comerciais e empresariais verificou-se, por conseguinte, que os mesmos instrumentos conseguem responder a diferentes finalidades, testemunhando a pertinência e necessidade de uma abordagem transversal, profundamente alicerçada no conceito de rede.

### **Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas**

- Para responder à necessidade de criar lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas (objectivo operacional n.º 1) são identificados de forma preliminar a criação de ferramentas de gestão e integração dos agentes turísticos, ou com interesses no turismo, designadamente a criação de um Operador Turístico Virtual para as Aldeias Históricas ("visitaldeiashistoricas.com") e de um Operador de Incoming "Rede das Aldeias Históricas", garantindo a criação e produção do produto final, divulgação, comercialização do mesmo, acolhimento, acompanhamento e orientação turísticas do cliente final.
- A própria criação do Fundo de Investimento Imobiliário "Aliança das Aldeias Históricas", figura como um mecanismo de alargamento comercial da Rota, ao criar condições para o lançamento de oferta turística estruturada e de maior qualidade.
- Acresce para a concretização desta objectivo, o trabalho pressuposto nos três instrumentos de concertação: o Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas, o Plano de Animação das Aldeias Históricas e ainda o Plano de Formação. Que permitirão dotar a Rede de uma linguagem única, alicerçada em valores intrínsecos ao território, gerando assim factores de fidelização do cliente e estabilização do produto, através das actividades desenvolvidas e da requalificação do pessoal.

## **C.4. Consistência das iniciativas e sinergias colectivas**

Consistência e sinergias entre os objectivos operacionais e os instrumentos definidos

### **Promoção do *Touring Cultural* no Território das Aldeias Históricas**

- De uma forma geral os instrumentos fixados para o primeiro objectivo servem, ainda que em moldes diferentes, o segundo objectivo operacional de desenvolvimento da oferta regional de *Touring Cultural* no Território das Aldeias Históricas.
- Não obstante, este objectivo é essencialmente veiculado pela existência de três instrumentos de operacionalização: a rede das "Casas das Vivências", a rede das "Casas da Memória" e a rede das "Casas das Artes".
- Responde a este objectivo o trabalho desenvolvido pelo Centro de Estudos "Imaginário das Aldeias Históricas", que através dos resultados obtidos fruto dos seus trabalhos de investigação, vai produzindo conteúdos que permitem a introdução de factores de divulgação e promoção da Rede.
- Associam-se a esses instrumentos o Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas e o próprio Plano de Animação das Aldeias. O primeiro, ao alimentar a oferta regional com uma linguagem própria, alicerçada em valores que permitem agregar o território ao atribuir consistência à mensagem que é transmitida. O segundo, ao desenvolver lógicas de animação integradas, contribuindo para o aumento da capacidade da retenção do visitante.

### **Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural**

- Serve o propósito da valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural, a criação de um instrumento poderoso na oferta turística, o lançamento das "Casas das Vivências" (um espaço multi-funcional que integra em si um local para degustação e comercialização de produtos locais, consumíveis ou não consumíveis, produtos de valor e autenticidade reconhecidos e certificados), o lançamento do Fundo de Investimento "Aliança das Aldeias Históricas" (ao criar condições para a construção de espaços aptos a integrar as "Casas das Vivências"), debaixo de uma orientação estratégica, que permita a introdução de metodologias construtivas sustentáveis, recorrendo a processos tradicionais mas introduzindo uma arquitectura contemporânea.
- No domínio dos instrumentos de concertação, especial destaque para o Plano de Animação da Rede das Aldeias Históricas, pelas lógicas de integração que desejavelmente criará em torno da revitalização das artes e ofícios de forte tradição regional.

## **C.4. Consistência das iniciativas e sinergias colectivas**

Consistência e sinergias entre os objectivos operacionais e os instrumentos definidos

- O reposicionamento da Rede das Aldeias Históricas assenta no alargamento dos seus domínios de intervenção. Isto é, à sua actuação turística tradicional, para a qual é particularmente vocacionada, acresce associar outros sectores de actividade que contribuirão, através da introdução de uma linguagem comum e transversal, para o reposicionamento comercial da Rede das Aldeias Históricas.

### **Promoção de um cluster de indústrias criativas**

- Para a operacionalização do objectivo quarto, referente à criação de um cluster de indústrias criativas, propõe-se sobretudo o fomento de projectos desenvolvidos tendo como base a criação do Centro de Estudos “Imaginário das Aldeias Históricas”, um centro de estudos que desejavelmente permitirá identificar oportunidades de negócio, incentivará a promoção do empreendedorismo e investimento em indústrias culturais alternativas, ligadas às artes, à história, entre outras.
- Este objectivo faz-se também valer do Plano de Formação, que pode ser alimentado mas também alimentar a oferta de formação na região da Rede das Aldeias Históricas, em matérias muito específicas como as recriações históricas ou as artes aplicadas.

## C.5.Âmbito e finalidades – Modalidades de vigilância e inteligência competitiva a implementar

## **C.5. Modalidades de vigilância e inteligência competitiva a implementar**

### Modalidades de vigilância e inteligência competitiva

- A Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal, chefe de fila da presente candidatura e na qualidade de instituição representante dos principais agentes com responsabilidades no território da Rede das Aldeias Históricas, assume as funções de monitorização e avaliação dos resultados da implementação do Provere.
- A Associação das Aldeias Históricas é a principal interessada no sucesso desta Estratégia de Eficiência Colectiva, portanto dever-lhe-á caber a responsabilidade de reunir as condições para assegurar uma avaliação contínua dos resultados do Provere, monitorizando o alcance dos indicadores de comprometimento, permitindo desenvolver bases de suporte à tomada de decisão e aos próprios reajustamentos que se afigurem necessários.
- Os mecanismos de monitorização criados poderão eventualmente vir a ser supervisionados por membros da Comissão de Acompanhamento destacados para o efeito, esperando-se deles o contributo no enriquecimento das orientações decorrentes das avaliações regulares.
- No domínio institucional, a Comissão de Acompanhamento da Associação das Aldeias Históricas parece ser, aliás, a entidade com responsabilidades de acompanhamento destes mecanismos de vigilância e inteligência competitiva, por integrar no grupo de trabalho entidades públicas e privadas com reconhecimento pela sua actuação, ao nível nacional e mesmo internacional.
- A avaliação intermédia e final do projecto deverá, no entanto, ser acometida a uma entidade externa com know-how e competências reconhecidas, integrando esta avaliação pelo menos três vertentes: execução da candidatura (prazos, eficácia e eficiência); avaliação dos impactos de execução da candidatura (cumprimento dos indicadores definidos, resultados económicos e sociais) e avaliação das competências da Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas para a execução da candidatura.

**C.6.Âmbito e finalidades –  
Valor económico e projecção espacial  
dos resultados finais que produzem ou  
visam produzir (incluindo  
externalidades e bens públicos)**

## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção do valor económico dos resultados finais da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

- Para estimar a projecção do valor económico resultante da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas, os quatro objectivos operacionais, para os quais foram identificadas intenções válidas de investimento, são retratados com base em três indicadores de resultado:
  - o número de empresas;
  - o volume de negócios;
  - e o número de pessoal ao serviço.
- Esses indicadores são apresentados em três fases, distintas mas sequenciais:
  - Em primeiro lugar, tendo em conta os dados mais recentes disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (2006), é retratada a situação de partida;
  - De acordo com um levantamento preliminar dos indicadores atrás referidos, para cada um dos projectos retidos é definido o respectivo contributo económico no âmbito do território da TFT;
  - A projecção económica para 2013 resulta do somatório do valor económico acrescentado pelo Provere à situação de partida. Tendo em conta o contributo das sinergias invariavelmente criadas pela EEC e as actuais perspectivas económicas, o que foi traduzido num incremento conservador com base num multiplicador de 1,5.
- Pela análise do quadro, concluiu-se que a implementação do Provere das Aldeias Históricas apresentará contributos essencialmente relevantes ao nível do volume de negócios auspiciados e da mão-de-obra a absorver no objectivo operacional número dois, referente à promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas.

## C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir

Objectivo Operacional	CAE (ver 2.1.)	Situação de partida 2008			Contributo Provere Aldeias Históricas			Projecção económica 2013		
		n.º empresas	Volume negócios (euros)	n.º pessoal ao serviço	n.º empresas	Volume negócios (euros)	n.º pessoal ao serviço	n.º empresas	Volume negócios (euros)	n.º pessoal ao serviço
Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas	63 Actividades anexas aos transportes agências de viagens e apoio Turístico	10	2.238.952	14	0	10.385.000	39	15	18.935.928	80
Promoção do <i>Touring</i> Cultural no Território das Aldeias Históricas	55 Alojamento e Restauração	1.964	52.505.991	979	30	9.397.900	244	2.991	92.855.837	1.835
Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural	52 Comércio a retalho de produtos alimentares em estabelecimentos não especializados	2.520	285.595.187	1.388	8	855.000	35	3.792	429.675.281	2.135
Promoção de um <i>cluster</i> de indústrias Criativas	92 Actividades recreativas, culturais e desportivas	329	3.014.251	223	3	211.941	17	332	4.839.288	360



## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção de externalidades e bens públicos da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

- A implementação da Estratégia de Eficiência Colectiva implica a existência de investimento altamente valorativo no território da Rede das Aldeias Históricas, esperando-se que dele resultem sinergias que contribuam para a afirmação de cadeias de valor e fileiras de produto mais integradas, economicamente mais eficientes, dotando os sistemas produtivos da região de maior produtividade e, por conseguinte, de maiores competências competitivas.
- Por outro lado, não se ignora a existência de externalidades que comprometem ou facilitam o desenvolvimento de sinergias no território.
- A Estratégia de Eficiência Colectiva não tem por missão resolver externalidades que não cabem no seu domínio de acção. Quer isto dizer que, aplicando o princípio da subsidiariedade, à EEC compete apenas agilizar esforços para minimizar externalidades que lhe digam directamente respeito, quando o mesmo pode ser feito mais eficaz e eficientemente ao seu nível de actuação.
- O diagnóstico realizado para caracterização da competitividade territorial do território das Aldeias Históricas revelou grandes fragilidades na estrutura geográfica, económica e social na área de intervenção do presente Provere.
- A Interioridade comporta fragilidades reconhecidas, a começar na demografia problemática e na baixa densidade de actores, meios e iniciativas.
- O mercado de trabalho, com os baixos índices de qualificação e a parca oferta de competências técnicas e científicas, é outro aspecto que condiciona o desenvolvimento da região e a sua capacidade de gerar mais sinergias económicas e sociais.
- Estas e outras externalidades constantemente diagnosticadas condenam o território da Rede das Aldeias Históricas a ocupar lugares modestos nas listas de indicadores de desenvolvimento humano, económico e territorial no quadro regional e nacional.
- Tendo em conta estas notas, a EEC centra-se naqueles sectores que, com estratégia e investimento inteligentes, estão mais capacitados para minimizar as externalidades negativas identificadas nesta área de intervenção. A EEC-PA definida assume um papel tão relevante quanto necessário para a urgente mudança do paradigma que pautou o desenvolvimento do território da Beira Interior nos últimos anos.

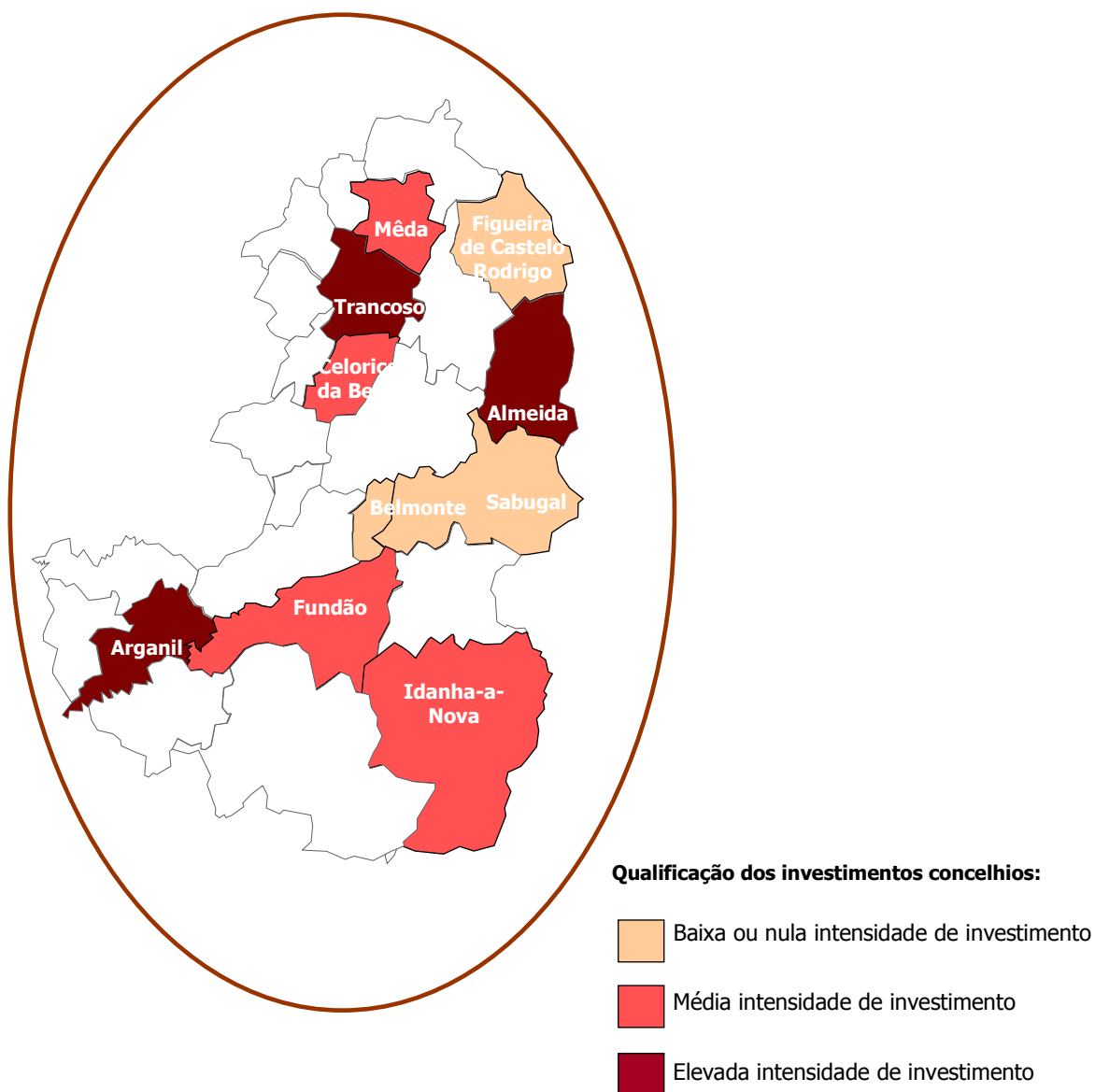
## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção espacial dos resultados da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Objectivo operacional 1.

Dinamização de lógicas de organização, distribuição e comercialização da Rede das Aldeias Históricas

Investimento Global: 21.864.900



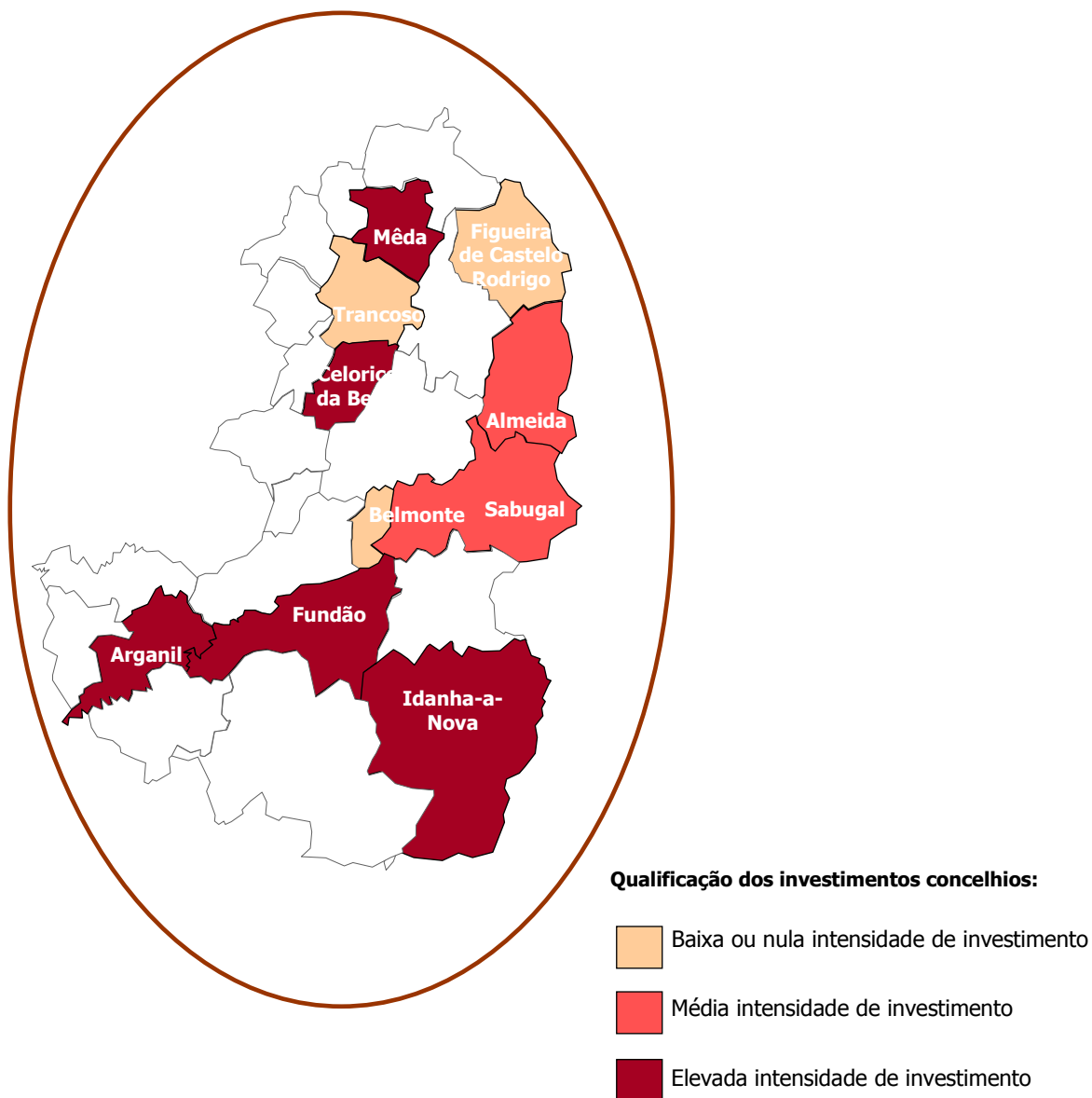
## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção espacial dos resultados da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Objectivo operacional 2.

Promoção do Touring Cultural no Território das Aldeias Históricas

Investimento Global: 33.729.889



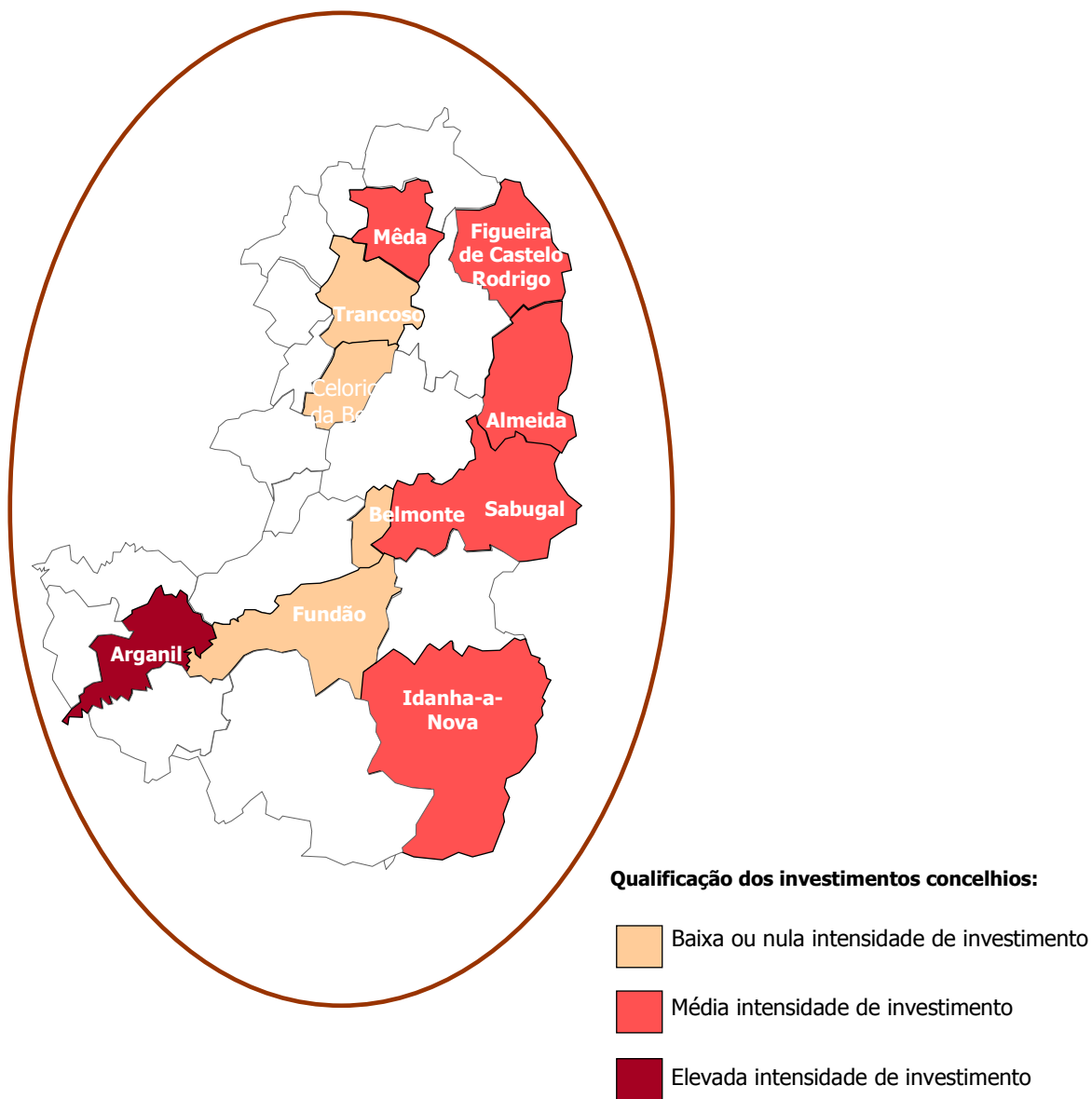
## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção espacial dos resultados da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Objectivo operacional 3.

Valorização de produtos, artes e ofícios ligados à tradição e à herança cultural

Investimento Global: 5.749.429



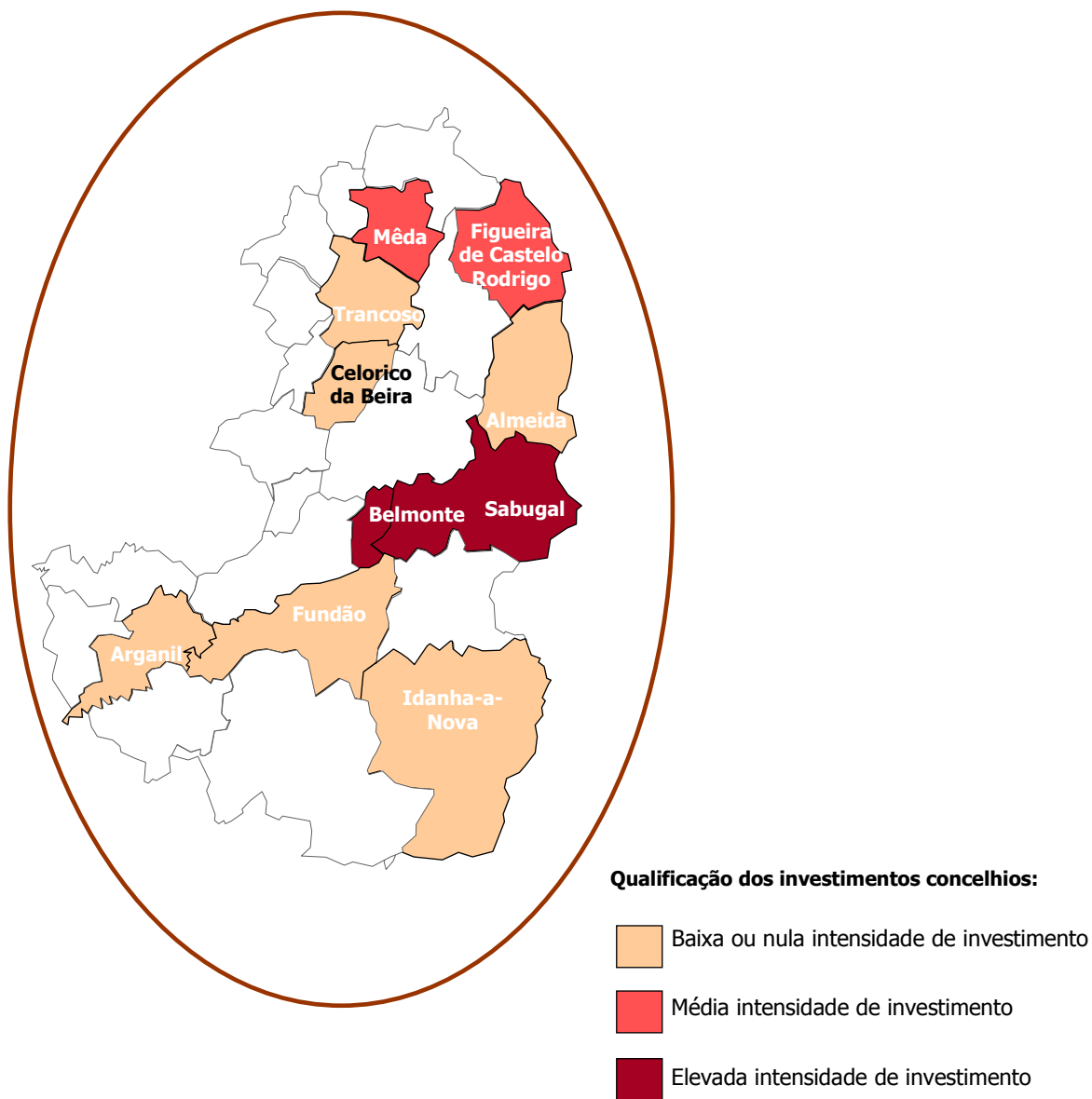
## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção espacial dos resultados da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Objectivo operacional 4.

Promoção de um cluster de indústrias Criativas

Investimento Global: 1.718.000

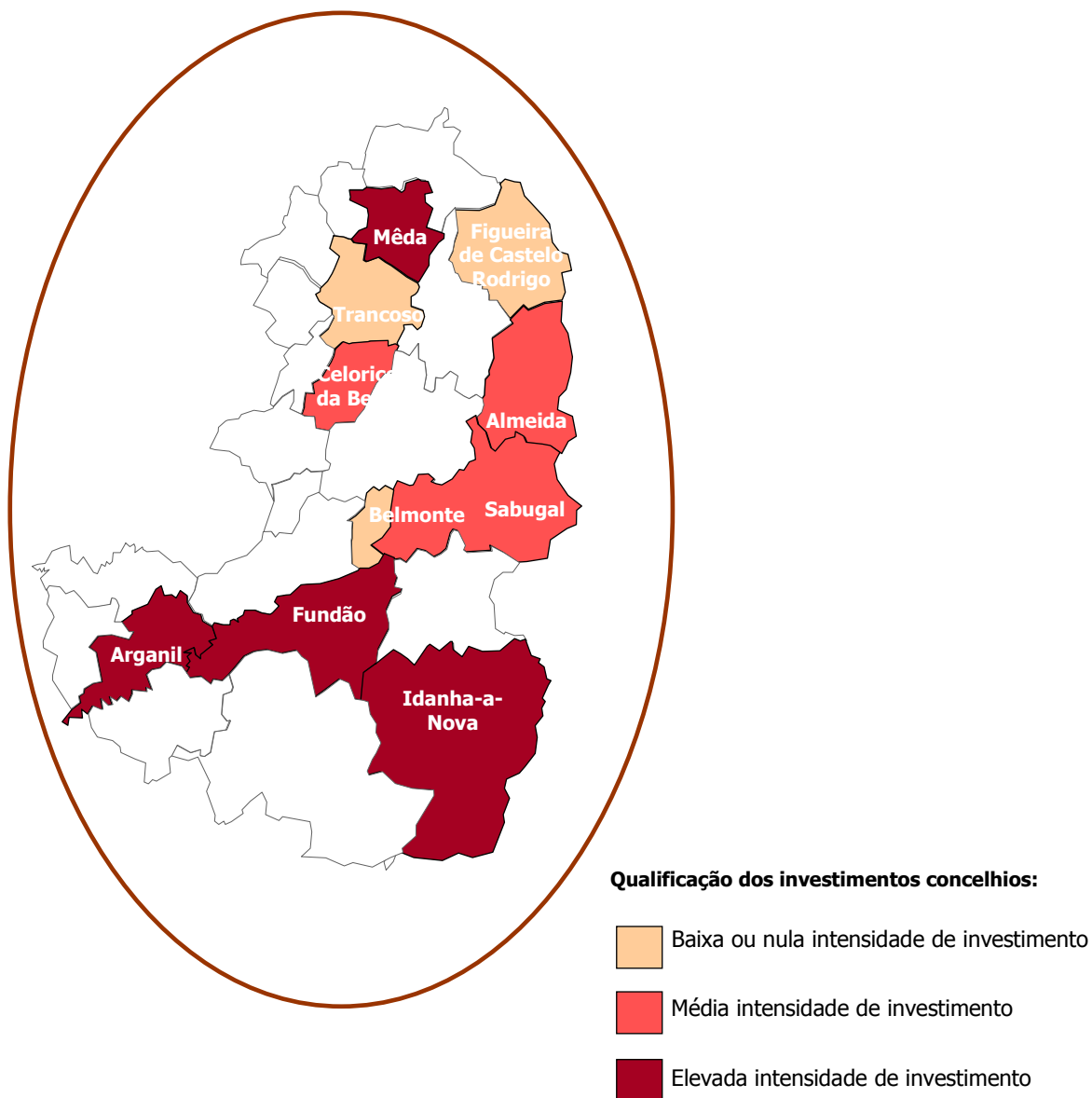


## **C.6. Valor económico e projecção espacial dos resultados finais que produzem ou visam produzir**

Projecção espacial dos resultados da implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Somatório dos objectivos de implementação da EEC do Provere das Aldeias Históricas

Investimento Global: 69.562.218



## D. Modelo de Gestão e de Liderança

## D.1. Forma Jurídica



## **D. Modelo de Gestão e Liderança**

### **D.1. Forma Jurídica**

Indicação da forma jurídica que revele o comprometimento dos parceiros

- A Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal submeteu uma candidatura às Acções Preparatórias Provere – Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos. Para a execução deste programa foi possível reunir um conjunto de parceiros promotores, agentes locais e regionais, os quais se responsabilizaram em colaborar activamente e de forma concertada com a Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal e com todos os parceiros na concretização da Estratégia de Eficiência Colectiva aqui contida.
- Assim, para alcançar os objectivos definidos na candidatura, para o território, e para agilizar e comprometer os diversos parceiros foi constituído um Consórcio que tem por objecto a submissão da candidatura e subsequente execução da Estratégia de Eficiência Colectiva e Programa de Acção para a Valorização da Rede das Aldeias Históricas de Portugal;
- Denominado “Consórcio da Estratégia de Eficiência Colectiva da Rede das Aldeias Históricas de Portugal”, trata-se de um consórcio de modalidade externa, destinado a servir o desenvolvimento da rede das Aldeias Históricas de Portugal;
- Este Consórcio entrou em vigor a 12 de Janeiro de 2009 e terá o seu termo em 31 de Dezembro de 2013, data esta que poderá ser prorrogada até 3 anos por deliberação unânime de todos os membros do Consórcio;
- O Consórcio tem como órgão máximo o Conselho de Orientação e Fiscalização que é composto por um representante de cada um de todos os parceiros promotores do Provere. A este órgão compete orientar e fiscalizar a actividade do Consórcio e do seu chefe.
- O Consórcio será liderado pelo Chefe de Consórcio que é assumido pela Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal;
- O Consórcio, fazendo-se valer do acompanhamento técnico ou assessoria necessários, tem ainda como papel a procura de apoios financeiros, técnicos e institucionais para formalizar a melhor proposta possível de estratégia de eficiência colectiva e o programa de acção mais capaz;
- Com a aprovação final do Provere das Aldeias Históricas de Portugal, o Consórcio poderá permanecer em funções para assegurar futuramente a **avaliação da execução da Estratégia de eficiência Colectiva e do Programa de Acção.**

## D.2. Recursos Financeiros Associados à Gestão dos Parceiros

## **D. Modelo de Gestão e Liderança**

### **D.2. Recursos Financeiros Associados à Gestão dos Parceiros**

- Para a gestão da parceira instituída entre os diversos promotores, foi constituída uma equipa técnica para a assessoria ao Consórcio do Provere e para o acompanhamento da execução do Plano de Acção;
- No entanto, para o cabal cumprimento dos objectivos definidos, será necessário que esta equipa técnica coordene e promova um conjunto de projectos comuns, essenciais para garantir a transversalidade e eficiência dos projectos âncora e complementares apresentados pelos parceiros promotores individualmente;
- Estes projectos comuns são:
  - Criação do Operador Turístico Virtual das Aldeias Históricas “[visitaldeiashistoricas.com](http://visitaldeiashistoricas.com)”;
  - Lançamento do Operador de Incoming “Rede das Aldeias Históricas”;
  - Fundo de Investimento Imobiliário “Aliança das Aldeias Históricas”;
  - Criação da Rede de “Casas das Vivências”;
  - Criação da Rede de “Casas das Memórias”;
  - Criação da Rede “Casas das Artes”;
  - Centro de Estudos “Imaginário das Aldeias Históricas”.
- A contrapartida nacional para a assessoria técnica e de acompanhamento dos projectos comuns é garantida pela Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal;
- A restante comparticipação será garantida por financiamentos comunitários.

## D.3. Estratégia de Promoção da EEC

## **D. Modelo de Gestão e Liderança**

### **D.3. Estratégia de Promoção da ECC**

- A Estratégia de Eficiência Colectiva da Rede das Aldeias Históricas congrega em seu redor uma diversidade de agentes territoriais, os quais possuem distintas funções e formas de actuação. No entanto, todos partilham um objectivo: a concretização da estratégia definida nesta EEC para afirmação do território;
- Também pela diversidade e abrangência do território em questão torna-se necessário o reforço da unidade do todo, ou seja, será estratégico reforçar o compromisso dos parceiros do consórcio para com o projecto;
- Neste âmbito, a divulgação e promoção da ECC junto dos principais actores é crucial para a manutenção dos elevados níveis de exigência e comprometimento para com o projecto da “Rede das Aldeias Históricas de Portugal”;
- Assim, para a promoção da ECC junto dos diversos públicos do Consórcio serão desenvolvidas diversas acções, estruturadas num plano de divulgação global;
- Estas acções ocorrerão ao longo de toda a operacionalização do Consórcio, com um esquema organizativo regular e serão de índole diversificada. Definidos de acordo com os públicos e com o objecto/acção a comunicar;
- Desta forma serão desenvolvidas as seguintes acções de promoção:
  - Portal de internet: pela dimensão e dispersão do território alvo de intervenção esta será a ferramenta de maior importância para difusão da informação. Pela facilidade de acesso e pela possibilidade de interacção com os parceiros a internet será portanto o veículo de difusão da informação mais generalista. Será criado um acesso específico para parceiros, que através do qual poderão aceder a áreas privadas do site e obter a informação requerida.
  - *E-Newsletter*: associado ao portal de internet será desenvolvida uma *e-newsletter* onde serão incluídas as informações mais importantes e de interesse comum dos parceiros do Consórcio. Este suporte será enviado directamente para o endereço electrónico dos parceiros ou será possível obter directamente por *download*, do mesmo, do portal de internet.
  - Seminários / Workshops / Reuniões: estes serão encontros de maior ou menor dimensão consoante o tema ou o assunto a tratar / informar, e serão organizados directamente nos diversos concelhos do território-alvo. Serão acções de maior exigência de conteúdos pois entende-se que estas sejam desenvolvidas por razões técnicas e profissionais, directamente relacionadas com a Estratégia de Eficiência Colectiva.
  - Revista da EEC: este será um suporte de intenso uso devido aos seus conteúdos e pela possibilidade de ser transportada e arquivada em suporte papel.
- Nestes suportes serão divulgados os diversos projectos em desenvolvimento e projectados para a concretização da EEC e / ou outros conteúdos que promovam a implementação e contribuam para o sucesso da EEC da Rede das Aldeias Históricas de Portugal.

## D.4. Modalidades de Acompanhamento e Avaliação EEC

## **D. Modelo de Gestão e Liderança**

### D.4. Modalidades de Acompanhamento e Avaliação EEC



## **D. Modelo de Gestão e liderança**

### **D.4. Modalidades de Acompanhamento e Avaliação EEC**

#### **Comissão de Acompanhamento**

- Pretende-se criar uma Comissão de Acompanhamento (CA) para exercer, no quadro da parceria a dinamizar, um papel primordialmente de credibilização;
- Será um órgão de acompanhamento e monitorização das iniciativas lançadas pelo Consórcio, podendo eventualmente ser solicitada a colaborar no processo de tomada de decisão;
- Participarão para já na Comissão de Acompanhamento a Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal, as autarquias suas associadas, a Comissão de Coordenação da Região Centro, a Entidade Regional de Turismo do Centro, o Pólo Turístico da Serra da Estrela e prevê-se oportunamente convidar organismos nacionais e regionais (entidades públicas e privadas), com actuação em diferentes matérias relacionadas com a cultura, o património, o turismo, os produtos tradicionais e o I&DT, constituindo uma rede alargada de contactos que certamente favorecerão o desenvolvimento do projecto;
- Esta Comissão fazer-se-á representar por um relator, representante da Associação de Municípios, que acompanhará o trabalho do Consórcio e que depois, internamente, será o responsável pela dinamização dos participantes na CA;
- A Comissão será presidida por uma entidade a designar entre aquelas que serão convidadas e que aceitarão participar nestes trabalhos. Eventualmente, a função poderá ser exercida pela Associação de Desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal.

#### **Equipa Técnica**

- A Equipa Técnica (ET) terá a incumbência de conceber tecnicamente a estratégia de eficiência colectiva e o Programa de Acção, de acordo com o Plano de Trabalhos atrás indicado;
- A entidade promotora desta candidatura deverá superintender o funcionamento desta ET, empossando dois dos seus colaboradores internos (um técnico superior e um administrativo) para coordenar a tempo parcial (25%) os trabalhos técnicos e administrativos;
- Tendo em conta o carácter muito especializado dos trabalhos, a equipa será reforçada com a aquisição de serviços profissionais de consultoria, de acordo com caderno de encargos a estabelecer.



## **D. Modelo de Gestão e liderança**

### **D.4. Modalidades de Acompanhamento e Avaliação EEC**

#### **Calendário e Indicadores de Resultados e de Impactos**

- Para monitorização dos trabalhos desenvolvidos no âmbito da Estratégia de Eficiência Colectiva e do Plano de Acção Provere da Rede das Aldeias Históricas de Portugal serão desenvolvidos mecanismos que permitirão o acompanhamento detalhado e atempado da evolução da estratégia definida e a sua materialização no território;
- Assim será definida uma agenda / calendário de avaliação e serão identificados um conjunto de indicadores que permitirão identificar e mensurar os resultados e os impactos da implementação da EEC no território, de entre os quais se destacam:
  - Cada 6 (seis) meses será realizado um momento de avaliação da evolução da EEC da Rede das Aldeias Históricas de Portugal;
  - Para ser possível uma avaliação e um controlo mais efectivo da execução da EEC foram definidos os seguintes indicadores:

#### **Indicadores de Resultados da EEC**

- Aumento do número dos postos de Trabalho criados no âmbito do Provere
- Aumento do volume de negócios gerado no território-alvo do projecto
- Aumento do número de clientes / utentes
- Vendas realizadas através da OTV, Incoming e rede de Casas das vivências
- Percentagem de concretização do investimento previsto na EECPA

#### **Indicadores de Impacto da EEC**

- Aumento das dormidas nos empreendimentos de alojamento turístico
- Incremento da taxa de ocupação dos empreendimentos de alojamento
- Incremento dos preços médios praticados nos empreendimentos de alojamento
- Aumento da duração média de estada dos turistas na AHP
- Criação líquida de indústrias criativas

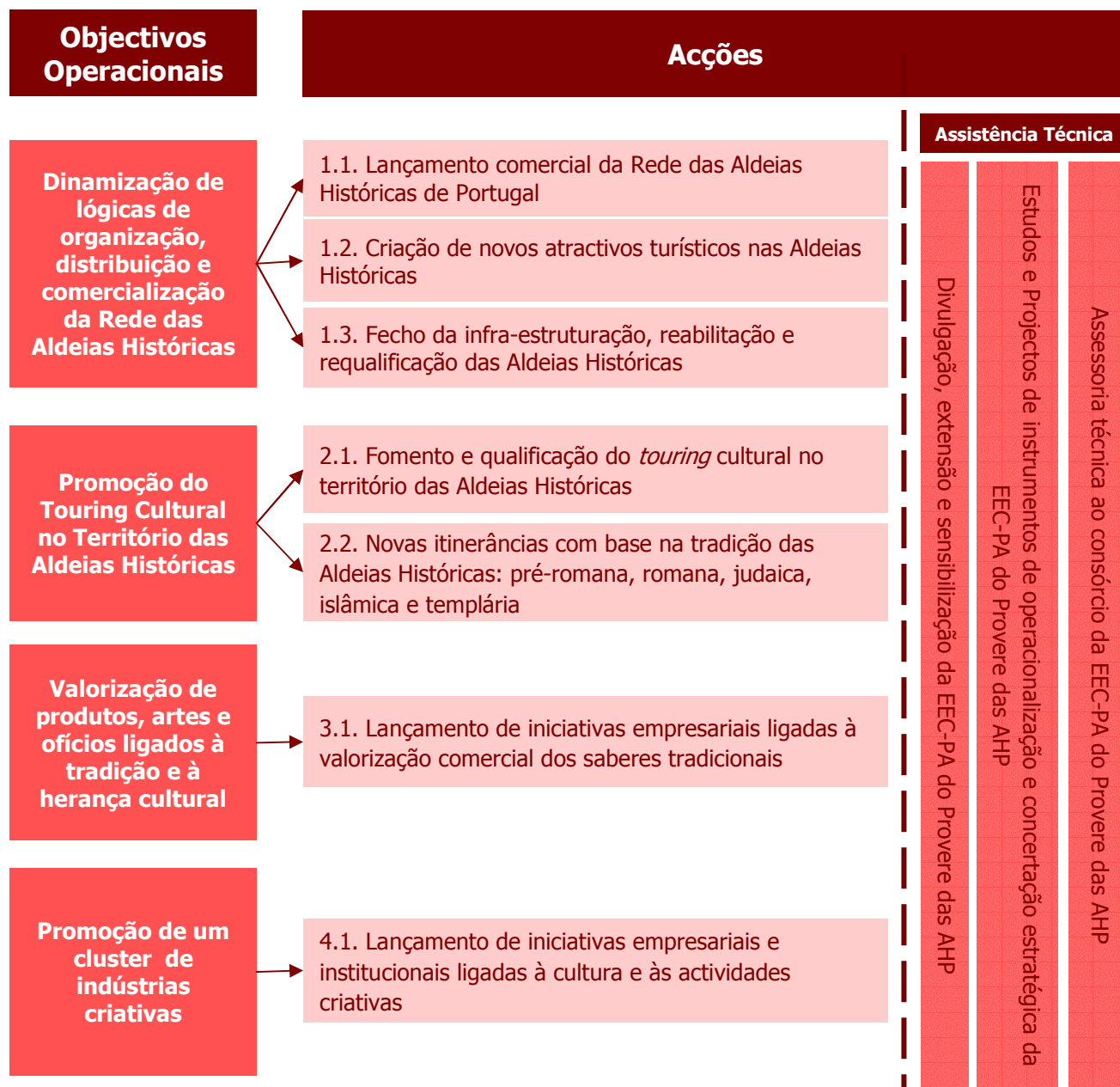
## **D. Modelo de Gestão e liderança**

D.4. Modalidades de Acompanhamento e Avaliação EEC

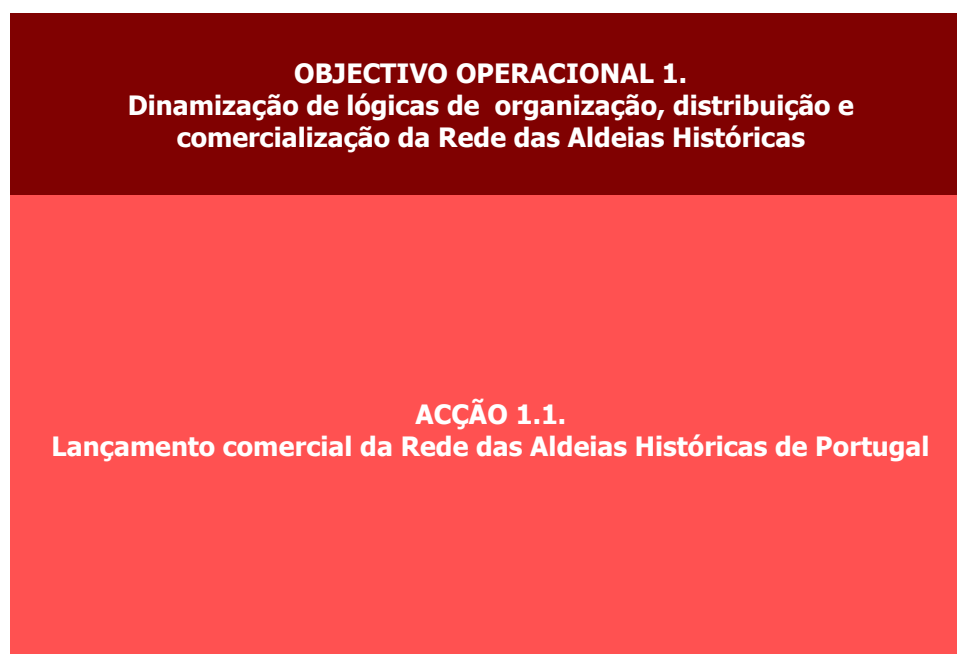
Calendário e Indicadores de Resultados e de Impactos

## E. Programa de Acção

## E. Programa de acção



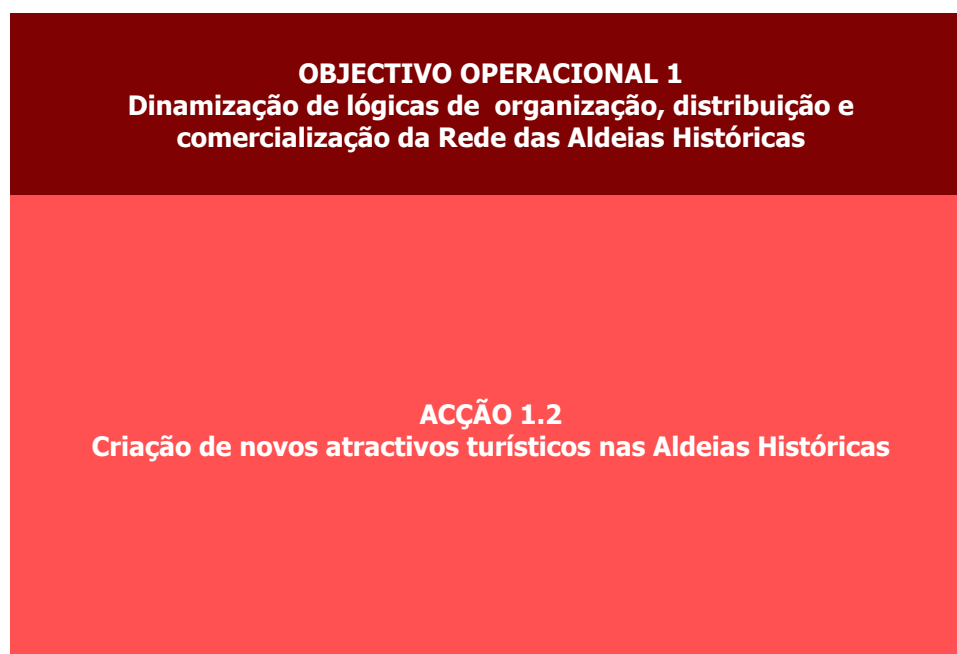
## **E. Programa de acção**



## Lançamento comercial da Rede das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
2	Operador de Incoming da Rede das Aldeias Históricas	Fundação INATEL / Associação das Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Âncora	Projecto em cooperação	Público-Privada	1.264.000		1.264.000		2010	3	5.000	500.000
144	Operador turístico virtual: visitaldeiahistoricas.com	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Âncora	Projecto conjunto	Público-Privada	2.000.000	666.667	666.667	666.667	2009-2011	3	80.000	9.600.000
145	Plano de Animação das Aldeias Históricas	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Âncora	Projecto conjunto	Público-Privada	3.500.000	1.166.667	1.166.667	1.166.667	2009-2011			
146	Plano de Comunicação e Marketing das Aldeias Históricas de Portugal	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Âncora	Projecto conjunto	Público-Privada	3.500.000	1.166.667	1.166.667	1.166.667	2009-2011			
147	Plano de Formação da Rede das Aldeias Históricas de Portugal	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Âncora	Projecto conjunto	Público-Privada	2.000.000	666.667	666.667	666.667	2009-2011			
							12.264.000	3.666.667	4.930.667	3.666.667		6	85.000	10.100.000

## **E. Programa de acção**

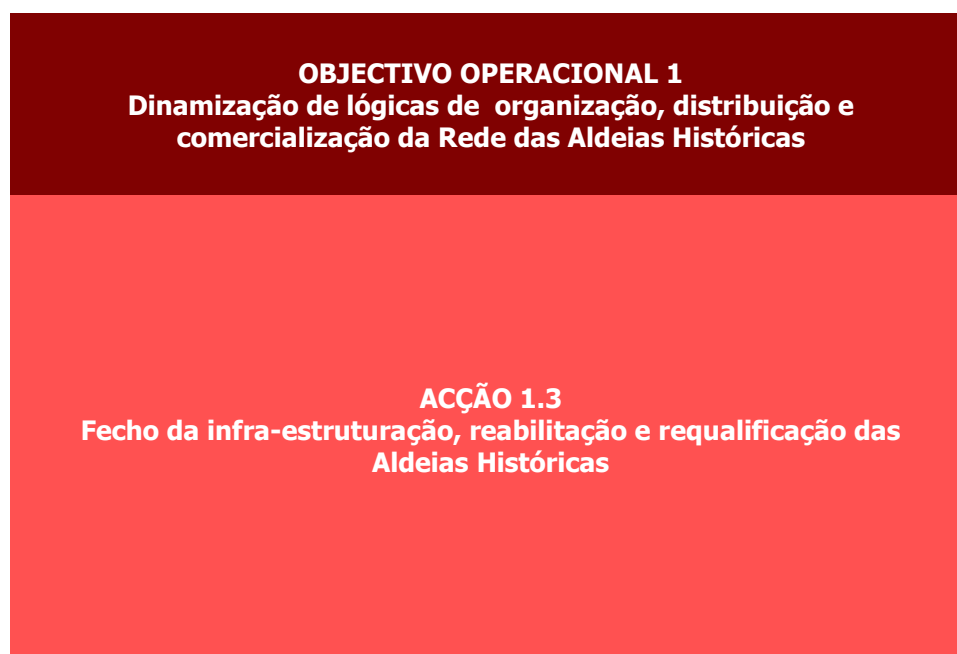


## Criação de novos atractivos turísticos nas Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Fase do Projecto	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
7	Casa das Memórias da Aldeia Histórica de Almeida - "Memórias da Medicina" no Hospital de Sangue da Fortaleza de Almeida	Município de Almeida	Almeida	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	300.000	300.000			2009	2	15.000	5.000
21	Casa das Vivências da Aldeia Histórica do Piódão	Município de Arganil	Arganil	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	300.000		150.000	150.000	2010-2011	3	15.000	20.000
44	Casa das Vivências da Aldeia Histórica de Belmonte	Município de Belmonte	Belmonte	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	50.000			50.000	2011	3	30.000	60.000
68	Casa das Memórias da Aldeia Histórica de Castelo Novo - Centro Interpretativo das Aldeias Históricas	Município do Fundão	Fundão	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	255.000		127.500	127.500	2010-2011	3	25.000	10.000
84	Casa das Vivências da Aldeia Histórica de Marialva - Centro de acolhimento turístico	Município da Mêda	Mêda	Em estudo	Complementar	Ação colectiva	Público	300.000		150.000	150.000	2010-2011	3	20.000	30.000
99	Casa das Artes da Aldeia Histórica de Sortelha	Município de Sabugal	Sabugal	Intenção	Âncora	Ação colectiva	Público	200.000		100.000	100.000	2010-2011	2	15.000	5.000
102	Casa das Vivências da Aldeia Histórica de Sortelha	Município de Sabugal	Sabugal	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	200.000		100.000	100.000	2010-2011	3	20.000	30.000
111	Casa das Memórias da Aldeia Histórica de Trancoso - Centro Interpretativo da Batalha de Trancoso - 1ª fase	Município de Trancoso	Trancoso	Em estudo	Complementar	Ação colectiva	Público	1.000.000		500.000	500.000	2010-2011	3	30.000	60.000
120	Casas das Artes das Aldeias Históricas de Idanha-a-Velha e Morsamão	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	600.000	300.000	300.000		2009-2010	4	50.000	20.000
134	Casa das Vivências da Aldeia Histórica de Linhares da Beira - Oficina do Turismo	Município de Celorico da Beira	Celorico da Beira	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	200.000		100.000	100.000	2010-2011	3	20.000	30.000
135	Casa das Artes da Aldeia Histórica de Linhares da Beira - Galeria de Artes e Oficinas Tradicionais	Município de Celorico da Beira	Celorico da Beira	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	425.000		212.500	212.500	2010-2011	2	25.000	10.000
136	Casa das Memórias da Aldeia Histórica de Linhares da Beira - Reabilitação da Capela da Casa Brandão de Melo	Município de Celorico da Beira	Celorico da Beira	Em estudo	Âncora	Ação colectiva	Público	100.000		50.000	50.000	2010-2011	2	25.000	5.000
								3.930.000	600.000	1.790.000	1.540.000		33	290.000	285.000



## **E. Programa de acção**

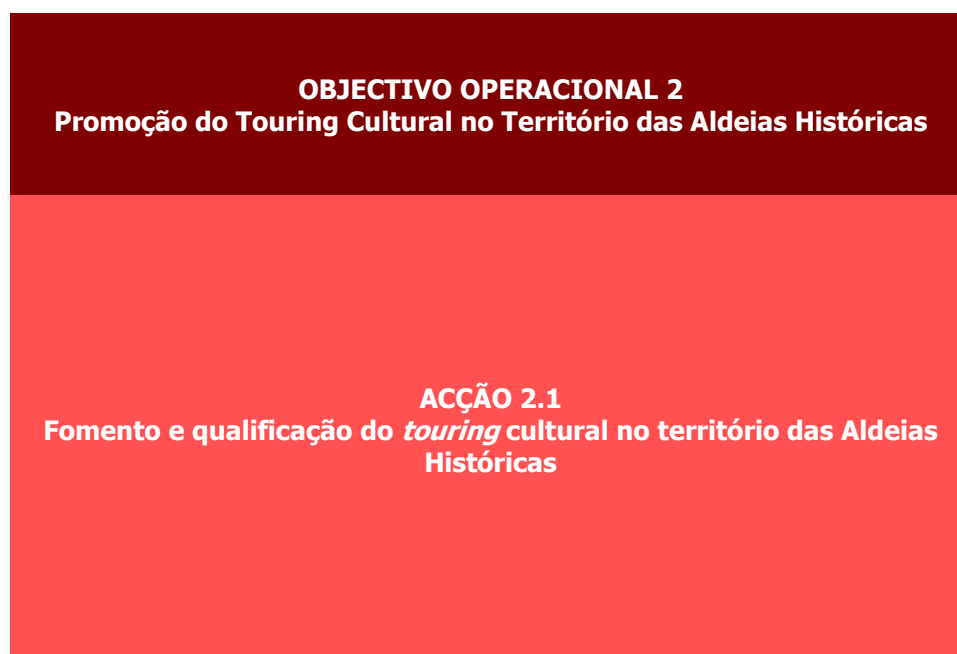


## Fecho da infra-estruturação, reabilitação e requalificação das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
5	Percursos contemplativos da Fortaleza de Almeida (ciclo via)	Município de Almeida	Almeida	Complementar	Projecto individual	Público	450.000	450.000			2009			
6	Arranjo Urbanístico do Largo 25 de Abril, Almeida	Município de Almeida	Almeida	Complementar	Projecto individual	Público	480.000	480.000			2009			
8	Recuperação de Fachadas de Castelo Mendo (2ª Fase)	Município de Almeida	Almeida	Complementar	Projecto individual	Público	250.000	125.000	125.000		2009-2010			
9	Arranjo Urbanístico da Envolvente à EN332 - Troço entre a Rotunda do Arabalde de S. Francisco e o Cemitério - Almeida	Município de Almeida	Almeida	Complementar	Projecto individual	Público	280.000	140.000	140.000		2009-2011			
22	Recuperação de fachadas e coberturas na aldeia histórica do Píodão	Município de Arganil	Arganil	Complementar	Projecto individual	Público	300.000		150.000	150.000	2010-2011			
24	Recuperação de Estruturas Comunitárias no Píodão	Município de Arganil	Arganil	Complementar	Projecto individual	Público	45.500		45.500		2010			
25	Construção de Praia Fluvial na Malhada Chã, Píodão	Município de Arganil	Arganil	Complementar	Projecto individual	Público	100.000			100.000	2011			
30	Espaço de hospitalidade de Foz de Eguas, Píodão	Clube dos Amigos de Foz de Eguas	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	78.400			78.400	2011			
31	Conservação e Reabilitação da Igreja Matriz do Píodão	Fábrica da Igreja do Píodão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011			
45	Requalificação da envolvente do Castelo de Belmonte	Município de Belmonte	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Público	150.000	150.000			2009			
46	Miradouro do Castelo de Belmonte	Município de Belmonte	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Público	50.000	50.000			2009			
61	Requalificação da ligação Rodoviária Castelo Rodrigo - Convento de Sta. Maria de Aguiar (EM 805)	Município de Figueira de Castelo Rodrigo	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Público	425.000	141.667	141.667	141.667	2009-2011			
66	Requalificação de Fachadas e Coberturas em Edifícios Particulares da Aldeia Histórica de Castelo Novo	Município do Fundão	Fundão	Complementar	Projecto individual	Público	450.000	150.000	150.000	150.000	2009-2011			
67	Infraestruturas de telecomunicações e electricidade da Aldeia Histórica de Castelo Novo	Município do Fundão	Fundão	Complementar	Projecto individual	Público	250.000	125.000	125.000		2009-2010			
69	Requalificação do Largo do Cruzeiro de Castelo Novo	Município do Fundão	Fundão	Complementar	Projecto individual	Público	25.000	8.333	8.333	8.333	2009-2011			
75	Modernização de Posto de Turismo de Castelo Novo	FTM - Fundão Turismo, EM	Fundão	Complementar	Projecto individual	Público	20.000	20.000			2009			
81	Mobiliário Urbano da Aldeia Histórica de Marialva	Município da Mêda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Público	25.000		25.000		2010			
82	Variante do Castelo de Marialva	Município da Mêda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Público	170.000		170.000		2009			
83	Beneficiação do caminho Valfior - Marialva	Município da Mêda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Público	397.000		397.000		2010			
101	Iluminação Castelo/Muralha de Sortelha	Município de Sabugal	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Público	100.000	100.000			2009			
115	Plano de Valorização e salvaguarda das Zonas Históricas de Monsanto e Idanha-a-Velha	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público	300.000	300.000			2009			
116	Beneficiação da mobilidade na aldeia histórica de Monsanto	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público	400.000	400.000			2009			
117	Requalificação Ambiental do Rio Ponsul e Valorização Paisagística, em Monsanto e Idanha-a-Velha - Fase 2	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público	200.000		200.000		2010			
119	Requalificação da Torre Templária e Zona Envolvente em Idanha-a-Velha	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público	300.000		300.000		2010			
137	Instalação Sanitária Pública em Linhares da Beira	Município de Celorico da Beira	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Público	25.000	25.000			2009			
138	Molinos de Água Linhares da Beira	Município de Celorico da Beira	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Público	150.000	150.000			2009			
148	Logomanra Aldeias Históricas	Município da Mêda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Público	25.000	25.000			2009			
149	Toponímia das Aldeias Históricas	Município da Mêda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Público	25.000	25.000			2009			

5.670.900 3.101.667 1.874.167 695.067

## **E. Programa de acção**



## Fomento e qualificação do *touring* cultural no território das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
10	Pousada de N. Sra. Das Neves	TurismaLda Lda	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	350.000	350.000			2009	15	15.000	500.000
11	Casa da Avó	TurismaLda Lda	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011	1	312	7.680
12	Casa dos Tios	TurismaLda Lda	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011	1	312	15.360
13	Casa dos Vizinhos	TurismaLda Lda	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011	1	312	15.360
15	"Encostas da Fonte Santa" - Turismo em Espaço Rural (Aristides Rodrigues)	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto conjunto	Privado	76.000		76.000		2010	2	600	60.000
16	"Encostas da Fonte Santa" - Turismo em Espaço Rural (Fernando Gomes)	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto conjunto	Privado	80.000		80.000		2010	2	600	60.000
17	"Encostas da Fonte Santa" - Turismo em Espaço Rural (José Alves)	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto conjunto	Privado	62.830		31.415	31.415	2010-2011	2	400	45.000
18	"Encostas da Fonte Santa" - Turismo em Espaço Rural (José Cunha e Jorge Cunha)	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto conjunto	Privado	698.850		349.425	349.425	2010-2011	5	5.000	200.000
19	"Encostas da Fonte Santa" - Turismo em Espaço Rural (João Lourenço)	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto conjunto	Privado	140.000		70.000	70.000	2009-2010	3	600	60.000
20	Açor Residence – Turismo, Saúde e Bem Estar	Sociedade a constituir/Misericórdia de Arganil / Grupo Lena	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	5.000.000	2.500.000	2.500.000		2010-2011	30	21.600	250.000
23	Unidade de restauração do Piódão	Município de Arganil	Arganil	Complementar	Projecto individual	Público	200.000			200.000	2011	4	2.000	40.000
28	Casas da Aldeia do Piódão – Casa de Campo	Comissão de Melhoramentos do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000		100.000	100.000	2010-2011	1	600	40.000
29	Casas da Aldeia do Tojo – Casa de Campo	Comissão de Melhoramentos do Tojo	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	372.554		186.277	186.277	2010-2011	1	900	55.000
32	Casa da Fonte do Castanheiro	Comissão de Melhoramentos do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	101.873		50.937	50.937	2010-2011	1	600	35.000
35	Piódão Incoming	Associação de Comarcas da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto conjunto	Privado	10.000		10.000		2010	1	2.000	10.000
38	Piódão – Formação de R.H. e Promoção	Fundação INATEL	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	81.070	81.070			2009			
39	Remodelação e ampliação da Casa da Padaria	António Lopes Ribeiro	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	30.000	30.000			2009		100	4.000
40	Hotel Rural Estrela do Norte	Arminda Maria Assunção Gabriel Hawtin	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	1.694.756	847.378	847.378		2009-2010	10	11.000	670.000
47	Passado de Pedra	Flores aos molhos, unipessoal Lda.	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Privado	6.200	6.200			2009		250	7.500
48	Quinta da Eirinha	Vitorino Manuel Gonçalves Tiago	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Privado	350.000		175.000	175.000	2010-2011	1	1.000	60.000
49	Fomar Jovem	Associação Belmonte em Movimento	Belmonte	Complementar	Projecto conjunto	Privado	10.200	10.200			2009			

## Fomento e qualificação do *touring* cultural no território das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)	
50	Restaurante Império do Cabral	Valter Jorge Botão Santos	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000			150.000	2011		4	4.000	60.000
51	Escola de Parapente em Linhares da Beira	Fundação INATEL	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Privado	194.505	194.505			2009		1	5.000	50.000
52	Criação de uma unidade de alojamento em Linhares da Beira	Fundação INATEL	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Privado	676.105	676.105			2009		15	11.000	400.000
55	Restaurante D. Rodrigo	Casa da Cisterna	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	200.000			2009		4	2.000	40.000
56	Cisterna SPA	Casa da Cisterna	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000	150.000			2009		1	500	25.000
60	Casa de Rocamadour	Casa da Cisterna	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	250.000	125.000	125.000		2009-2010		1	1.500	50.000
62	Apeachment do Parque de Campismo e Caravanismo de Castelo Rodrigo e aquisição de Comboio Turístico	Município de Figueira de Castelo Rodrigo	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Público	575.000	191.667	191.667	191.667	2009-2011		1	500	50.000
64	Criação de nova infra-estrutura no Hotel Príncipe da Beira	Imotendências, Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	500.000		500.000		2010		5	3.000	150.000
65	Quinta das Devesas	Moinho das Devesas - Turismo Lazer da Gardunha, Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	850.000	283.333	283.333	283.333	2009-2011		4	4.000	200.000
70	Remodelação da Quinta do Ouriço	Família Correia de Sampaio Quinta do Ouriço - Turismo de Habitação Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	730.000		730.000		2010			4.000	200.000
71	Recuperação das Casas de Montanha - Quinta do Ouriço	Família Correia de Sampaio Quinta do Ouriço - Turismo de Habitação Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	400.000		200.000	200.000	2010-2011		1	2.000	80.000
72	Hotel Rural - Quinta do Ouriço	Família Correia de Sampaio Quinta do Ouriço - Turismo de Habitação Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	1.000.000		500.000	500.000			5	5.000	300.000
73	Construção de alojamento turístico em Castelo Novo	João Manuel da Trindade Ramos	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000		100.000	100.000	2010-2011		1	2.000	80.000
74	Remodelação de Restaurante tradicional em Castelo Novo	Maria Adelaide Carvalho Baptista	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	160.000		160.000		2010				
76	Criação unidade de TER em Castelo Novo	Raimundo Jorge L. Marques e Olívia Duarte Aparício	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000		75.000	75.000	2010-2011		1	1.500	60.000
77	Construção de unidade de TER e padaria tradicional em Castelo Novo	Rui Agostinho Ferreira Fernandes	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	100.000		50.000	50.000	2010-2011		1	1.250	50.000
78	AZZ Touring Cultural Digital	Ytravel, Lda	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	95.000	95.000			2009		1	1.000	30.000
79	Casa de Chá da Lagariça	Francisco José Carvalho Afonso	Fundão	Complementar	Projecto individual	Privado	120.000		120.000		2010		1	1.000	30.000
85	Material promocional de unidade de Alojamento em Marialva	Casas da Pipa - Turismo de Aldeia, Lda.	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	10.000	10.000			2009				
86	Criação de restaurante em Marialva	Casas da Pipa - Turismo de Aldeia, Lda.	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	200.000			2009		4	4.000	200.000
87	Ateliê de experiência gastronómicas de Marialva	Casas da Pipa - Turismo de Aldeia, Lda.	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	80.000	80.000			2009		1	1.000	40.000
88	Ampliação da capacidade de uma unidade de alojamento de Marialva	MARIALVAMED – Turismo Histórico e Lazer, Lda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	540.000	270.000	270.000		2009-2010			1.500	100.000
89	Melhoria das condições de hospitalidade de unidade de alojamento de Marialva	MARIALVAMED – Turismo Histórico e Lazer, Lda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	110.000		110.000		2010			500	40.000

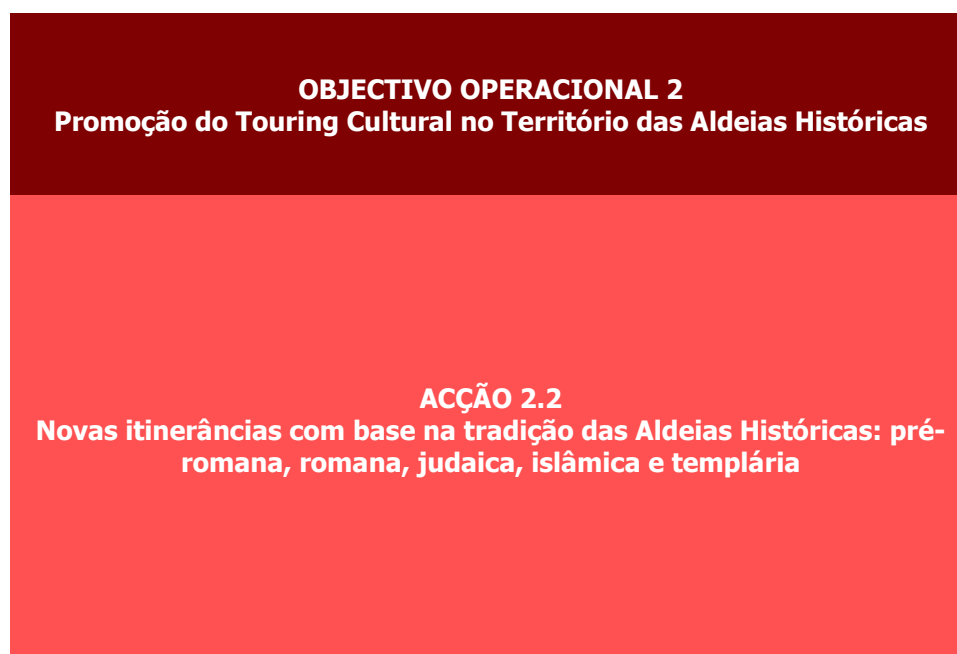
## Fomento e qualificação do *touring* cultural no território das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
90	Zona de lazer e mini clube para unidade de alojamento de Marialva	MARIALVAMED – Turismo Histórico e Lazer, Lda	Méda	Complementar	Projecto individual	Privado	120.000		120.000		2010		600	50.000
92	Quinta do Moreiró	Aires Amaral	Méda	Complementar	Projecto individual	Privado	1.500.000	500.000	500.000	500.000	2009-2011	5	5.000	350.000
93	Por terras de Coutinhos, Marialvas, Sampaio e Melo	Centro Social e Paroquial Solar do Morgado/rabaçal	Méda	Complementar	Projecto individual	Privado	400.000	200.000	200.000		2009-2010	2	2.500	200.000
94	Empreendimento Turístico do Moinho do Moiratão	Moinhos do Moiratão, Lda	Méda	Complementar	Projecto individual	Privado	1.499.946		749.973	749.973	2010-2011	8	5.000	300.000
95	Moinho do Moiratão - Espaço rural	Maria de Lurdes Lima Saraiva Bossard	Méda	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000		100.000	100.000	2010-2011	1	2.000	100.000
96	Moinho da Ponte	Orlando Falca e Ana Campos	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	350.000		175.000	175.000	2010-2011	1	2.000	150.000
97	Alojamento e Animação Turística em Sabugal	Luís Miguel Silva Clara	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	590.000		295.000	295.000	2010-2011	1	3.000	200.000
98	Unidade de Turismo em Espaço Rural em Sortelha	Maria da Luz Dias Vieira	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000		100.000	100.000	2010-2011	1	3.000	200.000
104	Casa do Cofre	Luís Charters	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	120.000		60.000	60.000	2010-2011	1	2.000	50.000
105	Ampliação da Casa da Cerca	Cerca Sociedade de Investimentos Turísticos, Lda	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	250.000	125.000	125.000		2009-2010		1.000	60.000
106	Hotel Rural Casa de São António	Maria Benedita L. V. Charters Pimentel	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	1.100.000	550.000	550.000		2009-2010	12	5.000	350.000
108	Spa do Hotel Turismo de Trancoso	Hotel Turismo	Trancoso	Complementar	Projecto individual	Privado	500.000	250.000	250.000		2009-2010	3	3.000	150.000
109	Ampliação e requalificação da Residencial D. Dinis	Residencial D. Dinis	Trancoso	Complementar	Projecto individual	Privado	130.000	65.000	65.000		2009 - 2010		1.000	30.000
118	Hotel Idanha-a-Velha	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público-Privado	3.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	2009-2011	15	12.500	625.000
122	Casas de Monsanto	Nuno Oliveira	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	300.000	100.000	100.000	100.000	2009-2011	3	3.000	165.000
126	Pousada de Monsanto	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público-Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011	3	3.500	180.000

## Fomento e qualificação do *touring* cultural no território das Aldeias Históricas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)	
127	Empresa de Animação Turística de Idanha	Trilobite	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	125.000	41.667	41.667	41.667	2009-2011		1	15.000	55.000
128	Casas de Aldeia de Monsanto	Manuel Sequeira	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		5	4.000	263.000
129	Casas da Serra	Paula Pissarra Moreira	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		3	3.000	165.000
130	Quinta das Magnólias TER	Quinta das Magnólias-Soc Unipessoal Lda	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		2	2.500	140.000
131	Casa de campo	Jorge manuel Afonso Mateus	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		2	2.500	140.000
132	Casas de Penha Garcia	Fronteiriatur Lda	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	1.000.000	333.333	333.333	333.333	2009-2011		4	8.000	450.000
139	Parque de Campismo	Freguesia de Linhares da Beira	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Público	100.000		50.000	50.000	2010-2011		1	2.000	40.000
140	Restaurante "Sabores de Linhares"	Paulo Mimoso	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000		75.000	75.000	2010-2011		4	7.500	150.000
142	Hotel Rural " A tasquinha Serrana"	Agostinho Rodrigues Albuquerque	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Privado	1.000.000		500.000	500.000	2010-2011		10	4.000	200.000
143	Alojamento " Quinta do Salgado "	Junta de Freguesia de Bendada	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Público	400.000		200.000	200.000	2010-2011		6	2.500	100.000
150	Formação na área da gestão e do guionamento no Turismo Cultural e de Natureza	Liga Amigos Conimbriga	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto individual	Privado	50.000		50.000		2010				
151	Sistema de Informação ao Turista: Atlas Turístico, Miradouro Virtual e Audioguias	Guarda Digital – Associação Distrital para a Sociedade de Informação	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		1	100	40.000
155	Implementação de audioguias	Memória Viva - Sistemas de audioguias, Lda	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	200.000			2009		1	100	50000
							31.989.889	10.265.458	14.131.404	7.593.027					

## **E. Programa de acção**

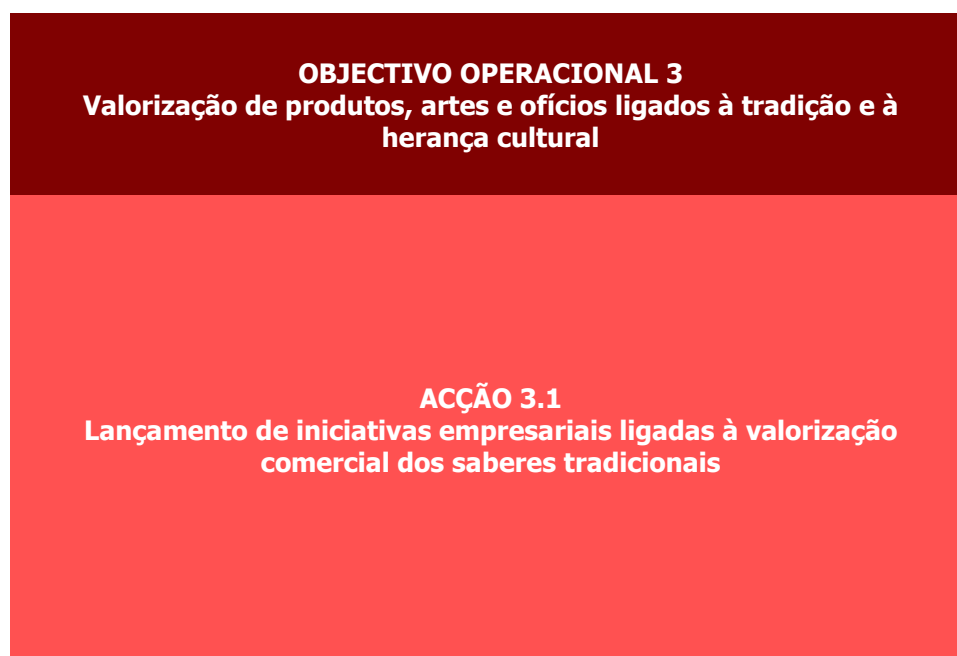




## Novas itinerâncias com base na tradição das Aldeias Históricas: pré-romana, romana, judaica, islâmica e templária

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)	
4	Criação de um Ecomuseu Rural envolvente às Termas da Fonte Santa	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		4	7.000	10.000
41	Restauro e musealização da Quinta da Fórnea	Município de Belmonte	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Público	300.000		300.000		2010		1	20.000	12.500
42	Valorização da Fórnea II	Município de Belmonte	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Público	100.000			100.000	2011		1	20.000	12.500
43	Centro de Interpretação de Centum Cellas - 1ª fase	Município de Belmonte	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Público	350.000		350.000		2010		3	20.000	20.000
121	Valorização e requalificação da Rota dos Barrocais, de S.Pedro de Vir a Corça, Castelo e Inseiberg de Monsanto, Fase II.	Município de Idanha-a-Nova	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Público	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011		2	50.000	20.000
152	Percursos Contemplativos da Fortaleza de Almeida (6 Percursos Interiores)	Município de Almeida	Almeida	Complementar	Projecto individual	Público	240.000		240.000		2010				
153	Percursos Pedestres – Rotas e Trilhos nas "Encostas da Fonte Santa"	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000		200.000		2010				
							1.590.000	133.333	1.223.333	233.333		11	117.000	75.000	

## **E. Programa de acção**



## Lançamento de iniciativas empresariais ligadas à valorização comercial dos saberes tradicionais

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
3	Melaria "Encostas da Fonte Santa"	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	66.667	66.667	66.667	2009-2011	6	7.000	100.000
14	Produção de Ervas Aromáticas "Encostas da Fonte Santa"	Associação de Desenvolvimento das Encostas da Fonte Santa	Almeida	Complementar	Projecto individual	Privado	30.000	10.000	10.000	10.000	2009-2011	3	7.000	70.000
26	Revitalização dos baldios e actividades tradicionais do medronheiro	Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	11.500		5.750	5.750	2010-2011	1	70	5.000
27	Produção de mel e produtos complementares	Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	75.000		75.000		2010	1	100	5.000
33	Implantação de uma queijaria tradicional	Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	475.000		237.500	237.500	2010-2011	2	1.000	30.000
34	Truficultura na Quinta dos Prados	Francisco Lopes Fontinha	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	170.000		85.000	85.000	2010-2011	1	400	40.000
36	Modernização e Dinamização da LUPE do Piódão	Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	200.000	100.000	100.000		2009-2010		2.000	15.000
37	Produção de plantas aromáticas, condimentares e medicinais do Piódão	Associação de Compartes da Freguesia do Piódão	Arganil	Complementar	Projecto individual	Privado	75.000		75.000		2010	1	2.000	15.000
53	Programa QIPME	AENEBEIRA - Ass. Empresarial Nordeste Beira	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto individual	Privado	762.713	260.904	260.904	260.904	2009-2011			
54	Loja da Casa da Cisterna	Casa da Cisterna	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	20.000	20.000			2009	1	1.000	20.000
57	Ervas do Castelo	Castelarte, turismo e artesanato, Lda	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	75.000	75.000			2009	1	500	15.000
58	Atelier de produção de produtos gastronómicos regionais	Castelarte, turismo e artesanato, Lda	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	50.000	50.000			2009	1	500	15.000
63	Centro de Criação de Burros Lanudos e de produção de leite de burra	Casa da Cisterna	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	70.000	70.000			2009	1	20	30.000
91	Descobrir a gastronomia e os sabores gourmet de Marialva	Vila e Divesa Turismo de Marialva, Lda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	550.000	183.333	183.333	183.333	2009-2011	3	4.000	200.000
103	Centro de Apoio às Artes e Oficinas do Concelho do Sabugal	ADES - Associação Desenvolvimento Sabugal	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	350.000		175.000	175.000	2010-2011	2	1.000	20.000
107	L.L. Sortelha - serviços de lavandaria ao alojamento turístico	José Frederico Pimental	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	120.000	120.000			2009	2	300	60.000
110	Projectos de formação na área do empreendedorismo	AENEBEIRA - Ass. Empresarial Nordeste Beira	da Beira, Mêda, Celorico da Beira, Almeida, Figueira de	Complementar	Projecto individual	Privado	360.000	120.000	120.000	120.000	2009-2011			
112	Programa Dinamizar	AENEBEIRA - Ass. Empresarial Nordeste Beira	da Beira, Mêda, Celorico da Beira, Almeida, Figueira de	Complementar	Projecto individual	Privado	681.986	227.329	227.329	227.329	2009-2011			
113	Formação Modular Certificada	AENEBEIRA - Ass. Empresarial Nordeste Beira	da Beira, Mêda, Celorico da Beira, Almeida, Figueira de	Complementar	Projecto individual	Privado	1.063.230	354.410	354.410	354.410	2009-2011			
123	Oficina de Artesanato	João Ludgero	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	100.000	33.333	33.333	33.333	2009-2011	1	10.000	45.000
124	Loja de produtos regionais de Idanha-a-Velha	Cristina Esteves	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000	50.000	50.000	50.000	2009-2011	2	15.000	60.000
125	Loja de produtos regionais de Monsanto	João Roque	Idanha-a-Nova	Complementar	Projecto individual	Privado	100.000	33.333	33.333	33.333	2009-2011	2	15.000	60.000
133	Desenvolvimento de Produtos e Imagem Associados à Figura de Bandarra	Sampaio e Melo Cabral Vinhos de Quinta Unip. Lda	Mêda	Complementar	Projecto individual	Privado	20.000	6.667	6.667	6.667	2009-2011	2	1.000	5.000
141	Loja "Sabores de Linhares"	Paulo Mimoso	Celorico da Beira	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000		75.000	75.000	2010-2011	2	3.000	45.000
154	Valorização comercial da festa da pecuária de Castelo Rodrigo	Associação Transumância e Natureza	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	20.000	20.000			2009			
							5.899.429	1.800.976	2.174.226	1.924.226		35	70.890	855.000

## **E. Programa de acção**

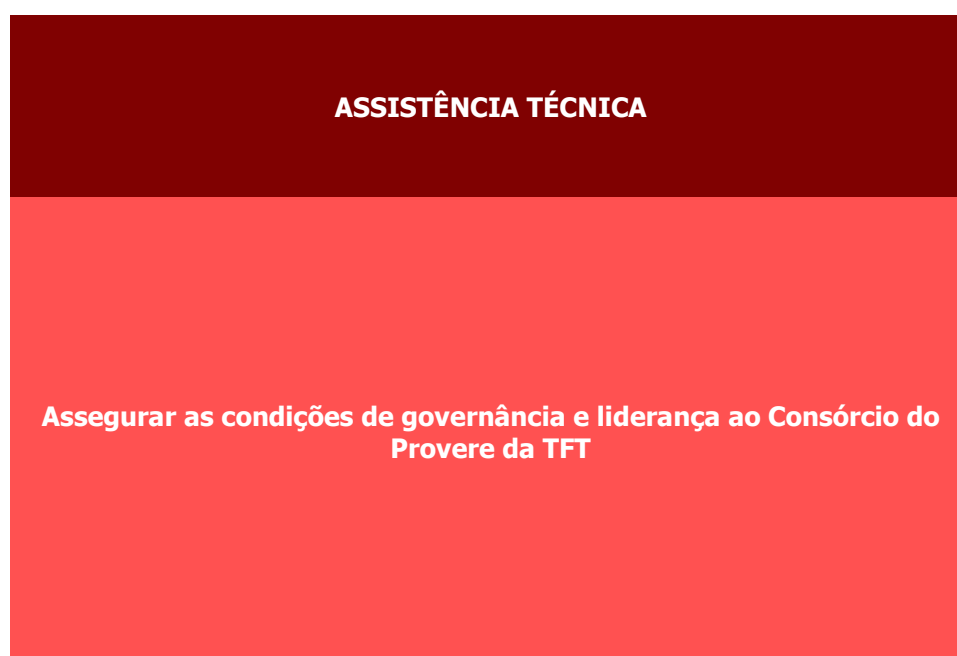
**OBJECTIVO OPERACIONAL 4**  
**Promoção de um cluster de indústrias criativas**

**ACÇÃO 4.1**  
**Lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas**

## Lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
1	“Redescobrir artes, saberes, sabores e experiências únicas nas Aldeias Históricas de Portugal”	Sustour/AMR	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000	150.000			2009	6	21	46.941
59	Centro de Estágios de formação de artes manuais	Castelarte, turismo e artesanato, Lda	Figueira de Castelo Rodrigo	Complementar	Projecto individual	Privado	150.000	150.000			2009	1	500	15.000
80	Rede de Equipamentos Culturais e Turísticos	Município da Méda	Méda	Complementar	Projecto individual	Público	58.000			58.000	2011			
100	Casa da Música	Município de Sabugal	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Público	500.000		250.000	250.000	2010-2011			
114	Indústrias Culturais	Planície, CRL	Belmonte	Complementar	Projecto individual	Privado	700.000	233.333	233.333	233.333	2009-2011	10	5.000	150.000
156	Iberfolk	Transcudância	Sabugal	Complementar	Projecto individual	Privado	160.000	160.000			2009			
							1.718.000	693.333	483.333	541.333		17	5.521	211.941

## **E. Programa de acção**



## **Lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas**

#	Nome do Projecto	Promotor	Concelho	Tipo de Projecto	Natureza do Projecto	Tipo de parceria	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Prazo de Execução	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
157	Assessoria técnica à EEC do Provere das Aldeias Históricas de Portugal	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto conjunto	Público-Privada	600.000	200.000	200.000	200.000	2009-2011			
158	Estudos e Projectos dos Instrumentos de operacionalização EEC do Provere das Aldeias Históricas de Portugal	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto conjunto	Público-Privada	1.000.000	333.333	333.333	333.333	2009-2011			
159	Divulgação, extensão e sensibilização da EEC do Provere das Aldeias Históricas de Portugal	Associação Aldeias Históricas de Portugal	Aldeias Históricas	Complementar	Projecto conjunto	Público-Privada	500.000	166.667	166.667	166.667	2009-2011			
							2.100.000	700.000	700.000	700.000				

## Síntese do Programa de Acções

ACÇÕES	Estimativa de Investimento (€)	Investimento 2009 (€)	Investimento 2010 (€)	Investimento 2011 (€)	Postos Trabalho a criar	Nº clientes / ano	Volume negócios / ano (€)
1.1 Lançamento comercial da Rede das Aldeias Históricas de Portugal	12.264.000	3.666.667	4.930.667	3.666.667	6	85.000	10.100.000
1.2 Criação de redes de atractivos turísticos nas Aldeias Históricas	3.930.000	600.000	1.790.000	1.540.000	33	290.000	285.000
1.3 Fecho da infra-estruturação, reabilitação e requalificação das Aldeias Históricas	5.670.900	3.101.667	1.874.167	695.067	0	0	0
2.1 Fomento e qualificação do touring cultural no território das aldeias históricas	31.989.889	10.265.458	14.131.404	7.593.027	233	224.736	9.322.900
2.2 Novas itinerâncias com base na tradição das aldeias históricas: pré-romana, romana, judaica, islâmica e templária	1.590.000	133.333	1.223.333	233.333	11	117.000	75.000
3.1 Lançamento de iniciativas empresariais ligadas à valorização comercial dos saberes tradicionais	5.899.429	1.800.976	2.174.226	1.924.226	35	70.890	855.000
4.1 Lançamento de iniciativas empresariais e institucionais ligadas à cultura e às actividades criativas	1.718.000	533.333	483.333	541.333	17	5.521	211.941
5.1 Assistência técnica ao Consórcio do Provere da TFT	2.100.000	700.000	700.000	700.000	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>65.162.218</b>	<b>20.801.434</b>	<b>27.307.131</b>	<b>16.893.653</b>	<b>335</b>	<b>793.147</b>	<b>20.849.841</b>



## F. Instrumentos do QREN

## **Síntese dos Instrumentos de Financiamento**

FUNDO	PROGRAMA	CT Fundo (€)	CT AC (€)	CT AL (€)	CT Outra (€)	CT Privada (€)	Investimento Total
FEDER	PO Centro	24.964.105	0	9.318.500	0	15.365.605	49.648.211
FEADER	PRODER	5.242.404	0	596.750	10.000	4.635.654	10.484.808
FSE	POPH	3.520.439	0	450.000	0	1.058.760	5.029.199
TOTAL		33.726.949	0	10.365.250	10.000	21.060.019	65.162.218

### **NOTA:**

Por razões de formatação, apenas se apresenta o quadro geral dos instrumentos de financiamento, podendo em qualquer altura a informação individual dos projectos da EEC-PA do Provere das Aldeias Históricas de Portugal ser consultada no ficheiro excel anexo



**Associação de Desenvolvimento Turístico  
das Aldeias Históricas de Portugal**

***"Rede das Aldeias Históricas  
de Portugal"***

**ESTRATÉGIA DE EFICIÊNCIA COLECTIVA E PLANO DE ACÇÃO**

**Provere: Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos**

**Janeiro de 2009**