

EEC Rede das Aldeias do Xisto

Candidatura PROVERE

Janeiro 2009

ADXTUR

Índice

PARTE 1 – EEC Rede Aldeias do Xisto.....	7
A - ESTRATÉGIA	7
I – Introdução: Uma Ideia – Rede das Aldeias do Xisto.....	7
II – ALEDIAS DO XISTO, MARCA TERRITÓRIO: UMA IDEIA PROVERE	10
2.1. FOCO TEMÁTICO	10
2.2. FOCO TERRITORIAL	15
2.3. RECURSOS MOBILIZADOS E SINERGIAS COLECTIVAS PROMOVIDAS	17
2.3.1. Recursos Endógenos do Pinhal Interior.....	17
2.3.2. Valores Imateriais identitários e simbólicos - Constituição da Marca Territorial « Aldeias do Xisto »	25
2.3.3. Plano de Animação das Aldeias do Xisto	32
III – OBJECTIVOS GERAIS DA EEC – ACTORES E PARCEIROS	36
3.1. A Rede e a EEC	36
3.2. ACTORES E PROTAGONISTAS – REFORÇO DA MASSA CRÍTICA DO TERRITÓRIO EM TERMOS INSTITUCIONAIS E EMPRESARIAIS FRUTO DA EEC «REDE ALDEIAS DO XISTO»	37
3.2.1. Nota Introdutória	37
3.2.2. Entidade Líder: ADXTUR – O principal recurso Institucional.....	38
3.3. Objectivos Gerais.....	44
3.4. Objectivo Específicos	46
3.5. COERÊNCIA E SINERGIAS DA ESTRATÉGIA COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS, REGIONAIS E NACIONAIS.....	48
IV – INTERACÇÕES INTERNACIONAIS E INTERNACIONALIZAÇÕES DE MERCADOS ALVO	52
4.1. O Potencial de internacionalização do produto Aldeias do Xisto	52

B- DIAGNÓSTICO	58
I - Diagnóstico do Pinhal Interior na Região Centro como território de baixa densidade	58
1.1. METODOLOGIA ADOPTADA	58
1.2. INTRODUÇÃO	59
1.3. Da coesão à competitividade – Análise SWOT: Pinhal Interior - território de baixa densidade.....	60
1.3.1. Competitividade Territorial/ Análise SWOT.....	60
1.3.2. SWOT Base Empresarial e Capacidade/Competências em I&DT	69
1.3.3. SWOT Capacidades/Competências em Formação Profissional.....	88
1.3.4. SWOT/ Síntese Competitividade do Pinhal Interior	93
C - ÂMBITO E FINALIDADES.....	97
I – Regeneração Urbana – Rede das Aldeias do Xisto: Regeneração Urbana das Aldeias/ Revitalização do Património Rural Construído	97
Introdução – O efeito multiplicador Testado e Avaliado.....	97
1 – Actividades previstas	99
1.1 - Recuperação Aldeias do Xisto existentes	99
1.2 -Novas aldeias candidatas	100
II – ValorizaçãoTurística	105
2.1. Turismo de Natureza (Rede de Percursos Pedestres e Grande Rota das AX; Rede e Centros de BTT; Rede de Casas Abrigo - adaptação de antigas escolas primárias, casas florestais e do Instituto das Estradas).....	106
2.2. Unidades Turísticas - Alojamento, Restauração, Parques de Campismo e Serviços Complementares no Território.....	109
2.3. Centros Interpretativos, Parques Temáticos e Valorização de Pontos de Interesse Turístico.....	112
2.4. Grande Rota do Zêzere (criação, sinalização, divulgação e promoção da rota pedestre, BTT e de canoa)	117
2. 5 X-Village - Empreendimentos Turísticos direccionados para os novos mercados	123

III - Plano de Animação	126
IV – Plano de Comunicação e Marketing	131
4.1. ESTRATÉGIA.....	131
4.1.1. Linhas de Força/Valores da Marca Aldeias do Xisto	131
4.1.2- Motivos para a constituição da Rede de Aldeias do Xisto	131
4.1.3- Vertentes da intervenção da Rede das Aldeias do Xisto	131
4.1.4. OBJECTIVOS GLOBAIS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING TERRITORIAL	133
4.1.5- OBJECTIVOS ESPECÍFICOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING TERRITORIAL	137
4.2. METODOLOGIA.....	140
4.2.1- Actores e protagonistas.....	140
4.2.2– Parceria e articulação	141
4.2.3- Modelo de Gestão da Informação.....	144
4.3. Descrição das Actividades.....	145
4.3.1. Revista Aldeias do Xisto.....	145
4.3.2. Site das Aldeias do Xisto/Central de Reservas	146
4.3.3- Guias	149
4.3.4. Campanhas de Publicidade	150
4.3.5. Sinalética.....	151
4.3.6. Caxistos (ver anexo 1.4.)	152
4.3.7- Educacionais.....	155
4.3.8- Feiras e Eventos.....	156
4.3.9- Merchandising	158
4.3.10- Jogo on-line "Gerir um Aldeia do Xisto".....	158
4.3.11- Concurso de Ideias	159
4.3.12- Material de Divulgação.....	160
4.3.13- Centro de Documentação e Arquivo.....	161
4.4. Celeridade dos Resultados: Projecção após 1º ano da EEC e Projecção no final da EEC	162
4.5. Carácter Inovador das Actividades	162
4.6. Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva.....	163
V – Centro de Valorização e Inovação.....	164
5.1. Aldeia das Ideias (materialização de protótipos e produtos – laboratório da ideias).....	164
5. 2- Plano de Formação - «criar com Tradição».....	170
5.2.1. Descrição das actividades.....	177
5.2.2. Celeridade de Resultados – Projecção após 1º ano da EEC	191
5.2.3. Carácter inovador das actividades.....	192
5.2.4. Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva.....	198
5.3. X-Invest.....	201
5.3.1. Descrição das Actividades.....	202
5.3.2. Carácter Inovador e inteligência competitiva da rede.....	206

5.5.3. Objectivos Específicos.....	206
5.3.4. Resultados Esperados.....	208
VI – Rede de Lojas Aldeias de Xisto.....	209
6.1. Identidade Organizacional/Corporativa da Rede “Loja Aldeias do Xisto” ...	210
6.2. Objectivos, Critérios de Selectividade, Eixos de Intervenção, Resultados, Indicadores e Valores (da sub-marca).....	211
6.3. Valores (da sub-marca).....	217
6.3.1. Criação de Massa Critica no território-alvo de projectos de investimento	217
6.3.2. Portofolio de Produtos “Loja Aldeias do Xisto”	220
6.3.3. Rede Lojas Aldeias do Xisto: Pequeno Cluster Criativo de Baixa Densidade	223
6.3.4. Abertura à comunidade local e articulação de novas formas de relação inter-pessoal, relançando a perspectiva <i>glocal</i> do comércio justo e solidário.	228
VII – Rede de Praias Fluviais.....	230
7.1.Introdução.....	230
7.1.1. Características das Praias Fluviais da Região:	233
7.1.2- Razões para o alargamento da Rede de Praias:.....	234
7.2. OBJECTIVOS GERAIS.....	234
7.3. METODOLOGIA.....	235
7.3.1. Rede de Praias Fluviais no âmbito da ADXTUR.....	235
7.3.2. Articulação com Programa de Valorização Ambiental dos Recursos Naturais	235
7.4. ACÇÕES POR EIXO	236
7.4.1. Requalificação e alargamento da Rede de Praias	236
7.5. CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES	236
7.6. MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA.....	237
7.7. INDICADORES.....	239
7.8. Valorização dos Recursos Naturais	239
VIII – Plano de Mobilidade para a Baixa Densidade	244
8.1. Introdução/ Contexto do programa.....	244
8.2. Objectivos.....	250
8.3. Linhas de acção	251

8.4. Descrição das actividades a realizar	255
8.5. Carácter inovador da iniciativa	268
8.6. Resultados esperados.....	268
8.7. Contributo para o alcance dos objectivos de política regional	269
8.8. Celeridade dos resultados	269
8.9. Indicadores de acompanhamento	270
8.10. Modalidades de selectividade	271
8.11. Estimativa de custos (investimento)	271
IX- Valor Económico e projecção espacial dos resultados finais.....	274
9.1. Impacto no VAB e no emprego	275
9.2. Aumento da Massa crítica do território	276
9.2.1 Fixação de novos residentes	276
9.2.2 Reforço da densidade empresarial	276
9.2.3 Captação de novos visitantes.....	277
D -MODELO DE GOVERNANÇA/ AVALIAÇÃO.....	278
1. EEC- Rede Aldeias do Xisto.....	278
1.1. ORGANIGRAMA DO MODELO DE GOVERNAÇÃO	284
1.2. Modelo de avaliação e Monitorização	285
1.3. Sistema Interno de Comunicação e Informação	286
PARTE 2- PROGRAMA DE ACÇÃO	290
1. Metodologia/ Organização do Programa de Acção	290
2. Grau de Maturação / Execução.....	296
3. Complementaridade entre investimento público e privado.	296
4. Análise de prioridade e risco	298
5. Fichas de Projecto/ Programa de Acção (ver anexo 1.10).....	298

PARTE 1 – EEC REDE ALDEIAS DO XISTO

A - ESTRATÉGIA

I – INTRODUÇÃO: UMA IDEIA – REDE DAS ALDEIAS DO XISTO

A indústria do lazer adquire uma dimensão de peso na sociedade contemporânea. O aumento dos índices de qualidade de vida associado à modernização do trabalho leva à disponibilização de mais tempos livres. Paradoxalmente, as pessoas coabitam com a pressão de um quotidiano frenético, vivem nos limites, ansiando por mais períodos de repouso. Necessitam de retemperar forças, físicas e mentais.

À medida que as sociedades evoluem, a busca de bem-estar e de uma vida equilibrada passam a ganhar importância na escala de prioridades das pessoas. A utilização do tempo livre passa a ser cuidadosamente gerida e, no tocante a férias, estas passam a ser criteriosamente ponderadas.

O objectivo consiste em rentabilizar estes tempos de lazer. Optimizar as interrupções da rotina profissional para recuperar energias e ... voltar com novo fôlego para enfrentar as exigências do dia-a-dia. Misturam-se preocupações de saúde com enriquecimento cultural. As motivações divergem mas culminam na importância crescente do Lazer. A procura gerada nos últimos tempos permitiu já considerar o Lazer como a indústria do século XXI.

A actividade turística constitui apenas uma das esferas deste universo complexo e multifacetado. Um ramo que desempenha um papel cada vez mais preponderante na economia portuguesa, tornando-se num vector de força do Desenvolvimento de Portugal.

Cada vez mais, as pessoas procuram diversificar os seus destinos de férias e distribuí-las ao longo do ano. A tendência é francamente positiva, surgindo em contraponto à massificação do turismo, muitas vezes concentrado em determinados períodos do ano, nos mesmos locais. O mercado está obviamente atento a todas estas subtis alterações e a oferta turística, nacional e internacional, procura actuar em função das exigências prementes dos consumidores. Compõem-se novos produtos turísticos, tentando responder às mais variadas motivações. O papel dos profissionais do sector e demais responsáveis,

consiste em actualizar as suas propostas de acordo com as “tendências”, evidenciando aspectos inovadores para também se distinguir de uma concorrência feroz.

A dinâmica do sector turístico imprime uma competitividade que exige investimentos em conceitos como Qualidade, Diferenciação e Promoção. O projecto apresentado doravante inscreve-se precisamente nesta lógica, enfatizando um produto de excepção num território de excepção: as Aldeias do Xisto, localizadas no Pinhal Interior da Região Centro.

O conceito surge como uma das vertentes da operacionalização da Medida II.6 (componente FEDER) da Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior (AIBT-PI), propondo a constituição da Rede das Aldeias do Xisto. Esta foi uma das linhas estratégicas de desenvolvimento estabelecidas pela AIBT-PI, conjugada com a de uma Rede de Praias Fluviais e a de uma Rede de Percursos no Pinhal.

Foram assim seleccionados, de entre um vasto leque de possibilidades, 24 pequenos núcleos de elevado valor patrimonial e social, que têm vindo paulatinamente a sofrer intervenções profundas no sentido da sua revitalização. Por conseguinte, o investimento foi maioritariamente canalizado para a recuperação física das aldeias, não só reabilitando imóveis públicos e privados, mas dotando-as também das infra-estruturas indispensáveis (saneamento, água, luz, telefone, etc.) de modo a que as mesmas se constituíssem como um “aglomerado” actual e, simultaneamente, virado para o futuro, preservando sempre a sua autenticidade patrimonial.

Numa linha de reabilitação social foram igualmente realizadas diversas acções, muitas das quais enquadradas ao nível da formação dirigida à população das Aldeias do Xisto, tendo em vista dotá-las com as competências necessárias em áreas como: atendimento turístico, tecelagem, pedreiros do xisto, gastronomia, etc., permitindo-lhes assim dar resposta adequada aos maiores níveis de exigência e de qualidade decorrentes da constituição da Rede das Aldeias do Xisto.

O potencial reside essencialmente nos recursos patrimoniais, paisagísticos e culturais endógenos que, por falta de manutenção e divulgação, poderão correr o risco de se degradar e serem progressivamente abandonados até culminarem na sua extinção. Neste sentido, para além das acções eminentemente materiais, o projecto contempla a realização de iniciativas apostadas em promover um produto turístico ímpar. No fundo pretende-se devolver a dignidade perdida no decorrer dos tempos através da valorização

do património histórico e sócio-cultural. Afinal, recuperar todo este valioso legado e transformá-lo em produto turístico.



A vocação estratégica do conceito cola-se indiscutivelmente ao sector turístico, constituindo-se como uma referência em matéria de turismo de interior, eminentemente rural, ao qual se agregam outras formas de fazer turismo, como sejam turismo de natureza e o *touring*, bem como, o turismo cultural, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo cinegético, entre outros. É evidente que a dinâmica introduzida pelo investimento público tem motivado a iniciativa privada, de tal forma que já vamos encontrando hoje pequenos empreendimentos turísticos, de alojamento, de restauração e de desporto aventura, totalmente imbuídos no espírito das Aldeias do Xisto, onde a oferta proporciona é cada vez mais muito diferenciada.

A Rede das Aldeias do Xisto pugna pela captação de margens de um mercado de elite que prima pela exigência: exigência em matéria de qualidade do serviço prestado, exigência ao nível da oferta cultural, exigência quanto à riqueza da informação prestada, exigência também no acompanhamento que é facultado ao turista durante a sua estada.

Prevê-se que outras aldeias possam ainda juntar-se à Rede, enriquecendo exponencialmente o produto. São muitas as Aldeias do Xisto, desenhando no Pinhal Interior da Região Centro uma malha extensa mas consistente de verdadeiras jóias do Centro de Portugal que procuram afirmar-se como uma marca de excelência no universo da oferta Turística Nacional.

II – REDE ALDEIAS DO XISTO – MARCA TERRITÓRIO: UMA IDEIA PROVERE

2.1. FOCO TEMÁTICO

As Aldeias do Xisto são dos recursos endógenos do território do Pinhal Interior aquele que incorporou maior massa crítica, ao nível da cooperação institucional e gestão territorial (com a criação da ADXTUR), dos investimentos de natureza pública com alto efeito reprodutivo e multiplicador em termos de qualificação de recursos e atracção numa das regiões de menor densidade do país, numa nova geração de investimentos e investidores privados que tornaram muitos destes recursos em produtos competitivos, economia e emprego. Hoje as “Aldeias do Xisto” são referencial inovador de Marketing Territorial ao nível regional, nacional e com reconhecimento internacional.

Motivos para a constituição da Rede de Aldeias de Xisto

- “Xisto” – elemento identificador do território
- “Aldeias” – elementos representativos da organização sócio-económica
- “Agregação” – existência de uma marca-chapéu “Aldeias do Xisto” que agregue os recursos endógenos e a iniciativa económica do território
- “Parceria” – funcionamento em rede dos agentes públicos e privados do território e partilha de uma estratégia integrada comum

Vertentes da intervenção da Rede das Aldeias do Xisto

-» *Vertente Social – social label*

- Envolver os residentes no processo “o que fazer?”
- Melhorar a qualidade de vida dos residentes
- Fixar os residentes
- Atrair novos residentes
- Elevar a auto-estima dos residentes
- Qualificar os residentes para um melhor relacionamento com o exterior
- Potenciar pequenas economias locais

-» *Vertente Patrimonial*

- Considerar o conjunto edificado “aldeia” como um valor patrimonial em si
- Considerar como “valor patrimonial” o construído e o imaterial
- Enquadrar/Ligar a aldeia no meio envolvente (património natural)

-» *Vertente Turística*

- Fomentar o surgimento de unidades de alojamento (TER)
- Criar elementos informativos na aldeia
- Motivar a atenção de agentes turísticos (empresas de animação)

Rede de Aldeias do Xisto

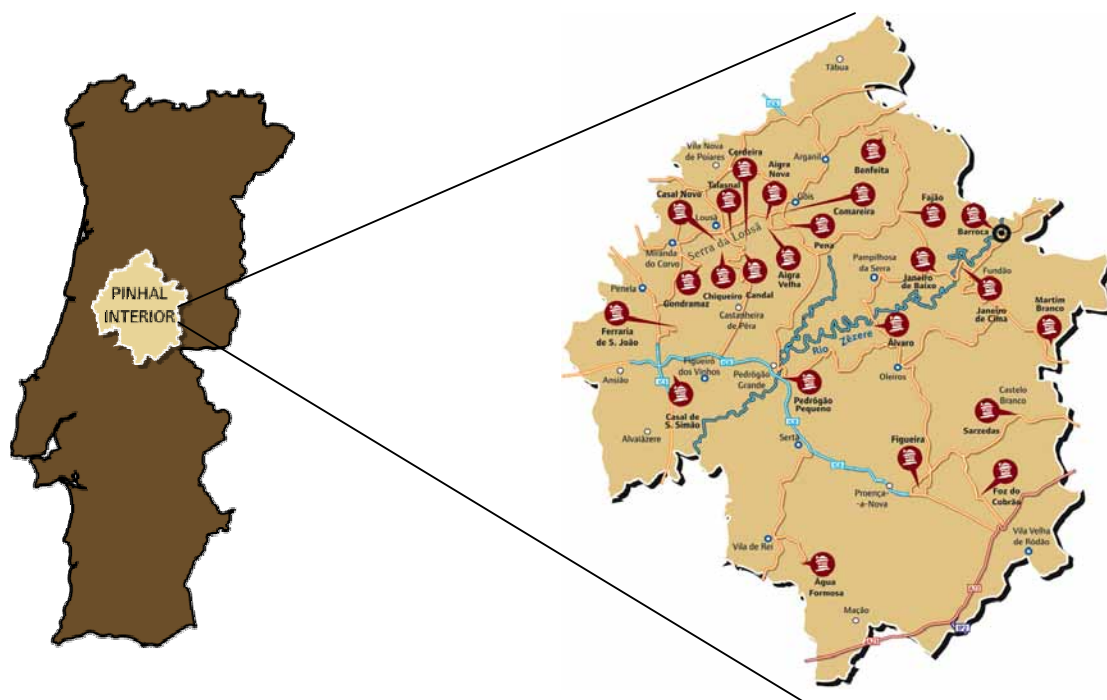
- Criar uma marca de identidade para o território
- Possibilitar um sentido de corpo entre as comunidades abrangidas
- Potenciar a articulação - Efeito de escala

Tal exigiu a definição de uma filosofia de actuação, um código de conduta para os agentes económicos e institucionais envolvidos – e que se pretende transmitir, como os selos da marca “Aldeias do Xisto”.

Os desafios que se pretendem vencer com a candidatura ao PROVERE podem ser sintetizados em quatro grandes vectores:

- Crescimento e Sustentabilidade da marca turística emergente «Aldeias do Xisto» no mercado nacional e internacional e todas as sub-marcas associadas (ex.: lojas, praias, percursos verdes);
- Utilizar a notoriedade da marca para à volta dos recursos endógenos atrair, orientar e valorizar novos investimentos e investidores;
- Apostar fortemente na inovação, valorização humana, e cooperação como forma de criar novos serviços, novas atracções, novas oportunidades de investimento, concentrar capital de conhecimento no território e equacionar formatos e soluções específicas para o Pinhal Interior;
- Reforçar e melhorar o sistema de governança da parceria local e aprofundar e qualificar o modelo de cooperação técnica previsto.

O que são as Aldeias do Xisto?



As 24 Aldeias do Xisto, Agra Nova, Agra Velha, Comareira, Pena (Município de Góis), Candal, Casal Novo, Cerdeira, Chiqueiro, Talasnal (Município de Lousã), Casal de S. Simão (Município de Figueiró dos Vinhos), Benfeita (Município de Arganil), Sarzedas, Martim Branco (Município de Castelo Branco), Janeiro de Cima, Barroca (Município de Fundão), Gondramaz (Município de Miranda do Corvo), Álvaro (Município de Oleiros), Fajão, Janeiro de Baixo (Município de Pampilhosa da Serra), Ferrari de São João (Município de Penela), Figueira (Proença-a-Nova), Pedrógão Pequeno (Município de Sertão), Água Formosa (Município de Vila de Rei), Foz do Cobreão (Município de Vila Velha de Ródão) têm sido objecto de uma profunda requalificação tendo em vista a sua saída do anonimato para uma afirmação enquanto pontos de elevado interesse e de atracção turística.

Não obstante o potencial reconhecido, resta ainda um longo percurso por percorrer. O mais difícil e mais oneroso tem vindo a ser ultrapassado, mas é necessário consolidar todo este trabalho, designadamente em termos da sua notoriedade. A viabilização do investimento já realizado depende em grande medida de um esforço concertado na promoção e divulgação do produto em questão.

De facto, o desafio dos próximos tempos consiste em conseguir uma penetração no mercado nacional e internacional que venha a gerar fluxos turísticos ajustados à capacidade de carga deste destino: sistematizar a procura em torno da especificidade do produto Aldeias do Xisto.

De um ponto de vista holístico, este projecto assume um compromisso mais abrangente com o território de intervenção – Pinhal Interior; uma vez que o seu propósito não se esgota apenas na realização dos vários resultados por si propostos mas igualmente se inscreve na necessidade de contribuir para o desiderato do Desenvolvimento Regional Endógeno, entendido este como “processo através do qual o desenvolvimento de um país se processa com o território, partindo do pressuposto que as regiões são sempre interdependentes (sistémicas), e que a sua ancoragem deverá ser feita de forma endógena, ou seja, com base na capacidade, iniciativa e mobilização integral de todos os recursos disponíveis nos territórios”.

Conceito aquele que na sua vertente mais recente (anos 80) se materializa fortemente na criação de emprego, partindo das potencialidades locais, não se expressando apenas na sua dimensão económica tradicional, mas aliando inclusivamente aquilo que os economistas chamam de valor uso.

Com a realização da Rede Aldeias do Xisto pretende-se alcançar um conjunto pragmático de resultados, assumindo de antemão olhares conceptuais diferentes, se bem que convergentes com a *missão* central do projecto - contribuir para o Desenvolvimento Regional Endógeno do Pinhal Interior.



2.2. FOCO TERRITORIAL

A Região Centro abrange um vasto território (23 062,4 Km²) muito diversificado a vários níveis e desde logo ao nível geográfico, económico, património natural e cultural, social e histórico resultando daí uma enorme variedade de paisagens naturais e moldadas pelas gentes que foram ocupando este espaço e pelas dinâmicas de transformação decorrentes da sua inserção no país e no mundo. Ao nível do património ambiental, refira-se a debilidade de alguns ecossistemas da região tais como zona costeira, os parques e reservas, as lagoas e barragens, a ria de Aveiro e as áreas florestais pelo que as actividades de turismo e lazer têm de ser estruturadas em rede, numa lógica de complementaridade e multi-produto de elevada qualidade e em pequena escala. A diferenciação pela pequena escala, a qualidade e articulação em rede (produtos e destinos) são os elementos centrais do desenvolvimento na região.

A esta grande diversidade geográfica corresponde uma diferenciação cultural, de exploração de recursos e de organização territorial, da ocupação e povoamento humano que reputamos de grande importância para o desenvolvimento das actividades relacionadas com o turismo e as actividades de lazer.

Numa leitura da região sob a óptica do Turismo e do Lazer na qual se indicam as principais formas de uso do território e os recursos disponíveis para o desenvolvimento do sector. Parte-se do pressuposto que é necessário compatibilizar as zonas de valia ambiental e de protecção da biodiversidade e as zonas ricas em património histórico com os fluxos turísticos (existentes e previsionais) de modo, por um lado, a identificar as eventuais pressões e estrangulamentos e, por outro lado, a facilitar a articulação das actividades ligadas ao turismo num contexto de sustentabilidade ambiental, económica e social.

As várias unidades territoriais, embora integradas num espaço mais vasto e de certa forma homogéneo, têm contudo características diferenciadas e únicas que lhes permite responder também de forma singular aos desafios da actividade ligada ao turismo. Na visão prospectiva, assume-se desde logo que o turismo na Região Centro não pode ser perspectivado numa lógica de grande massa dada a fragilidade do seu património ambiental e do seu tecido social e económico; vastas zonas da Região Centro são territórios de baixa densidade que não suportam cargas elevadas sob o risco de perderem o que as torna únicas e pode assegurar o seu desenvolvimento numa lógica de médio/longo prazo.

Em termos de unidades de paisagem, a região é formada por cinco unidades, isto é, Beira Litoral, Beira Interior, Maciço Central, Pinhal do Centro e Maciços Calcários da Estremadura. Já em termos de planeamento do território, ou melhor de unidades territoriais, e de acordo com o PNPT, a região é “segmentada” em quatro espaços, nomeadamente: Centro Litoral, Dão- Lafões, Beira Interior e Pinhal Interior.

UMA UNIDADE - PINHAL INTERIOR

O Pinhal Interior é uma área com uma “marca” muito específica em termos de recursos naturais, ligada à floresta e à água. Simultaneamente é uma das áreas mais problemáticas da Região Centro em termos de desenvolvimento.

O território do “Pinhal Interior” corresponde ao conjunto das NUT III “Pinhal Interior Norte” e “Pinhal Interior Sul”, as quais partilham um conjunto de características estruturais com parte da Beira Interior Sul, e algumas freguesias do concelho do Fundão e Covilhã da Cova da Beira.

UM TERRITÓRIO - XISTO

Trata-se de uma área maioritariamente de xisto, montanhosa (entre outras destacam-se as serras da Lousã, do Açor e do Muradal), florestal (predominantemente pinhal e eucaliptal), atravessada por cursos de água importantes (rios Mondego, Alva, Ceira, Zêzere e Ocreza) e dotada de um importante conjunto de aproveitamentos hidro-eléctricos (barragens do Alto Ceira, Santa Luzia, Cabril, Bouçã, Aguireira, Fronhas e Castelo de Bode) o que lhe confere uma identidade muito específica em termos de recursos naturais.

2.3. RECURSOS MOBILIZADOS E SINERGIAS COLECTIVAS PROMOVIDAS

2.3.1. RECURSOS ENDÓGENOS DO PINHAL INTERIOR

O Pinhal Interior abrange um território de 510 mil hectares em 21 concelhos com um total de 180 mil habitantes. Perante um território tão vasto e diverso, cheio de potencialidades mas, ao mesmo tempo, tão carente e periférico, definiram-se três linhas estratégicas de desenvolvimento: a constituição de uma rede das aldeias do xisto, de uma rede das praias fluviais e de uma rede de percursos do Pinhal Interior. A aplicação no terreno destas três linhas tem vindo a ser gerida numa perspectiva integrada. Quer isto dizer que não podem ser independentes umas das outras, mas devem antes interligarem-se criando dinâmicas que afirmem o Pinhal Interior no seu conjunto. Uma unidade só possível numa perspectiva de funcionamento “em rede”.

Resumo exemplificativo de Recursos Endógenos

- 24 Aldeias do Xisto
- 21 Praias Fluviais
- Paisagem Protegida Serra do Açor
- Geoparque Naturtejo
- 3 sítios Rede Natura
- Percursos Pedestres e BTT
- Plano Global de Gestão Cinegética - Serra Lousã
- Gravuras Rupestres
- Grutas – Espeleologia
- Produtos locais de qualidade (mel, paisagem cultural gastronómica diferenciada, etc.) e Rede de Lojas Aldeias do Xisto
- Casas Temáticas
- Centro ciência viva da floresta
- Centro de Atracções Mineiras da Panasqueira

Aldeias do Xisto



Como já acima referenciado o “Programa das Aldeias do Xisto” (PAX) surgiu como uma iniciativa de desenvolvimento regional para o território da NUT III “Pinhal Interior”, no âmbito do Programa Operacional da Região Centro (III QCA 2000-2006).

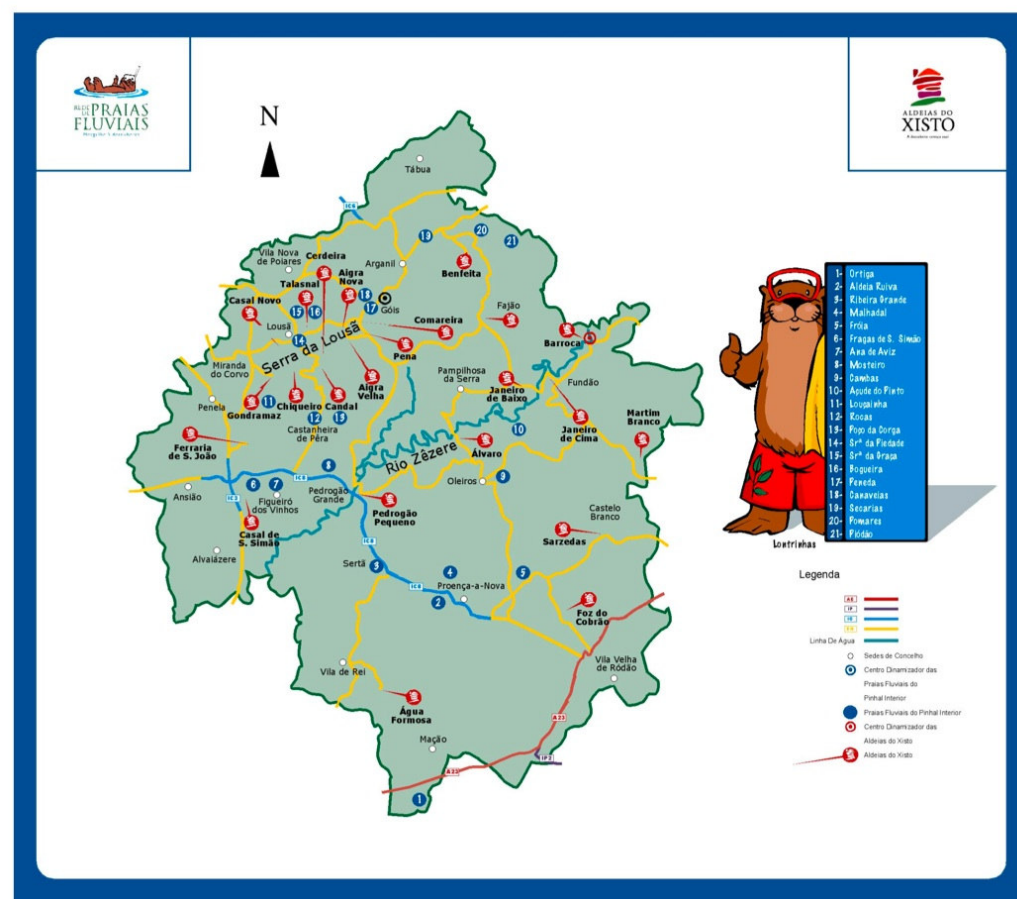
Foi inicialmente delineado com uma forte componente social que visava a melhoria da qualidade de vida dos residentes nas 24 aldeias que o PAX abrangia e também teve a preocupação de salvaguardar os seus aspectos patrimoniais e culturais. Mas partiu do pressuposto de que a actividade turística poderia ser uma alavanca para dinamizar as pequenas economias dessas aldeias.

Concebido para uma zona de média montanha essencialmente com ocupação florestal, o PAX não deixou de – através de um processo de melhoria contínua – se ir adaptando às circunstâncias do território. Nomeadamente quando se entendeu que o seu impacto ultrapassava as aldeias intervencionadas e que na oferta global dos produtos turísticos existia a necessidade de afirmar uma diferenciação qualitativa da marca “Aldeias do Xisto” entretanto criada.

Ao longo dos últimos anos, as 24 Aldeias do Xisto beneficiaram de um projecto de requalificação que lhes permitiu adquirir potencial humano de desenvolvimento: o “Programa das Aldeias do Xisto” tinha como vectores fundamentais a recuperação das tradições, a valorização do património arquitectónico construído, a dinamização das artes e ofícios tradicionais e a defesa e preservação da paisagem envolvente. Este importante trabalho, promovido pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDR), nunca perdeu de vista porém aquilo que era o seu objectivo primeiro: “melhorar a qualidade de vida das populações das aldeias, elevando os seus níveis de auto-estima, qualificando o seu tecido social e agregando-as num processo participativo de desenvolvimento que é, antes de mais, seu”. Hoje, as Aldeias do Xisto transformaram-se em pólos de atracção turística suficientemente dinâmicos ao ponto de terem estimulado a criação de uma nova base económica de captação de visitantes e de investimento privado.

Rede de Praias Fluviais das Aldeias do Xisto

Mapa da Rede de Praias Fluviais e das Aldeias do Xisto



21 Praias:

- 1 - Ortiga
- 2 - Aldeia Ruiva
- 3 - Ribeira Grande
- 4 - Malhadal
- 5 - Froia
- 6 - Fragas de S. Simão
- 7- Ana de Aviz
- 8 - Mosteiro
- 9 - Açude Pinto
- 10 - Cambas
- 11- Louçainha
- 12 - Rocas
- 13 - Poço Corga
- 14 - Sr^a da Piedade
- 15 - Sr^a da Graça
- 16 - Bogueira
- 17 - Peneda
- 18 - Canaveias
- 19 - Secarias
- 20 - Pomares
- 21 - Piódão

A região do Pinhal Interior é banhada por muitos rios, ribeiras, albufeiras que propiciam locais de lazer e de bem-estar, potenciadores da permanência dos visitantes. Para além disso e devido às suas características geológicas, podemos vislumbrar vales, montanhas e serras com recantos de beleza única.

Neste momento desenvolve-se um trabalho para criar uma outra razão de visita: uma maior qualidade das águas, espaços e estruturas inerentes às praias fluviais. Conseguir isto é importante pois organizar o espaço, criando, programas e metodologias de informação para que o visitante sinta vontade de conhecer estes espaços e de os explorar.

Torna-se pertinente, criar um projecto que divulgue este trabalho com coerência, profissionalismo e com resultados e que demonstre uma organização e uma rede de ligações funcional e empática para com os visitantes.

Cada concelho por si poderá criar os seus meios para divulgar as suas riquezas, porém ao criarmos uma rede de praias fluviais estamos também a criar condições para permitir aos concelhos terem uma maior visibilidade, podendo demonstrar também àqueles que os visitam pertencerem a um espaço organizado e sustentável.

As praias desta região apresentam características únicas:

- qualidade das praias em si, nomeadamente das infra-estruturas de apoio
- qualidade ambiental dos espaços envolventes, nomeadamente das montanhas, rios, albufeiras e aldeias
- valores, cultura etnográfica e histórica relevante
- sossego das praias do interior em contra ponto à realidade das praias do litoral
- crescente preocupação das autarquias para a qualidade da água e do meio envolvente.

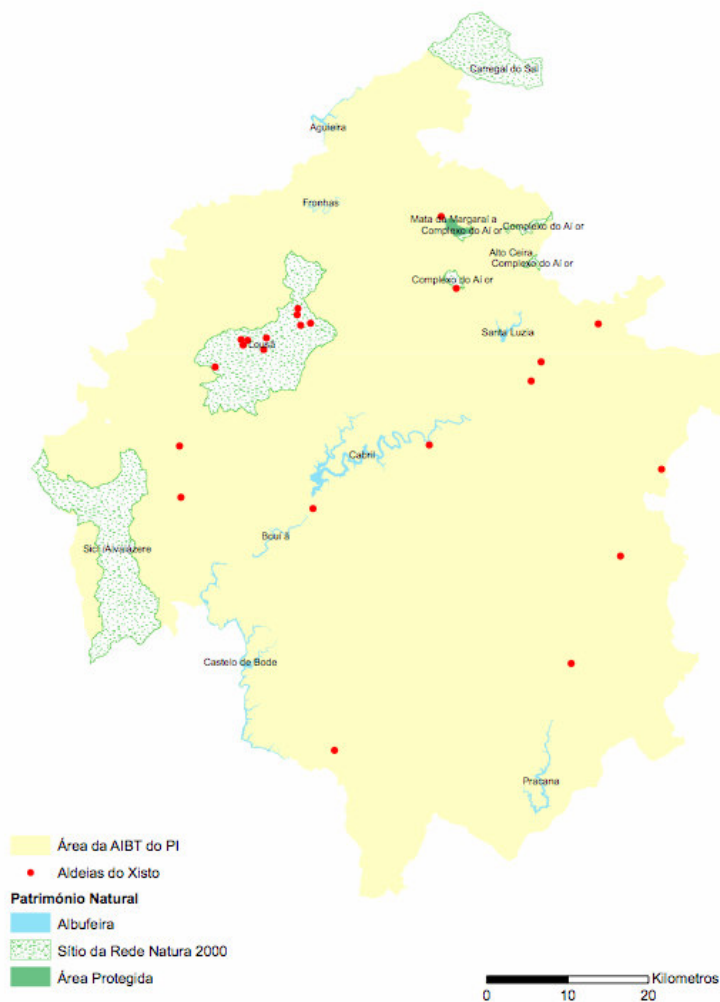
Acreditando que uma praia fluvial não é mais do que um espaço de usufruto perdido numa imensidão de outros locais aprazíveis; e ainda que uma rede de praias fluviais é um conjunto de lazer e turismo, atractivo e irresistível, permitindo aos turistas permanecer mais tempo na região e conhecer mais profundamente este espaço, desenvolveu-se o Projecto da Rede das Praias Fluviais. Este projecto surge abraçado ao Projecto das Aldeias do Xisto.

Foram identificadas 21 praias que se distinguiram das restantes com a presença de uma Mascote: o “Lontrinhas”. A escolha da Lontra como mascote surgiu exactamente para demonstrar, a quem nos visita,

que é possível nas nossas praias fluviais estar em equilíbrio com a natureza. Pretende-se também através da animação que percorrerá as 21 praias e com a ajuda de um animador “Lontrinhas” realizar algumas acções de educação ambiental.

A Rede é constituída em parceria com as Câmaras Municipais de Arganil, Castanheira de Pêra, Lousã, Góis, Mação, Oleiros, Proença-a-Nova, Figueiró-dos-Vinhos, Pedrógão, Sertão e de Penela e ainda a Pinus Verde, a Câmara Municipal de Castelo Branco, do Fundão, de Miranda do Corvo, da Pampilhosa da Serra, de Vila de Rei e de Vila Velha de Ródão e a Associação Ambiental Lousitânea.

Valores Ambientais



11 Aldeias do Xisto em Rede Natura 2000

- Lousã: Candal, Casal Novo, Chiqueiro, Talasnal, Cerdeira
- Góis: Aigra Nova, Aigra Velha, Comareira, Pena
- Miranda do Corvo: Gondramaz

1 Aldeia do Xisto em Área Protegida

- Arganil: Benfeita

2 Aldeias do Xisto em Albufeiras

- Oleiros: Álvaro
- Sertã: Pedrógão Pequeno

O “turismo de natureza” corresponde a um nicho do mercado turístico que vem evidenciando taxas de crescimento significativas quer no mercado interno, quer em outros mercados emissores. O PENT refere: “Em 2015 espera-se que este produto atinja os 43,3 milhões de viagens, o equivalente a um crescimento anual de 7%”.

O mesmo Plano refere: “Tendo por base o grau de desenvolvimento actual do sector do turismo de natureza em Portugal e tomando como referência um horizonte de 10 anos, a velocidade de crescimento deste sector pode estabelecer-se numa taxa de crescimento anual de 9%, com um incremento linear de 130%”.

A tal também não é estranha a infra-estruturação da capacidade de alojamento respectiva ou a capacitação de operadores no mercado nacional, nomeadamente pelo crescimento e consolidação que se tem verificado ao nível das empresas de animação turística que operam a vertente relacionada com o “património natural”.

O objectivo global é potenciar os recursos endógenos do património natural do interior da Região Centro - complementados pelo respectivo património cultural – através da implementação de uma estratégia de base territorial baseada na temática do **Turismo de Natureza**, que se afirme como uma iniciativa que reforce a competitividade do território, com características inovadoras e sustentável:

- Afirmar as Áreas Classificadas do interior da Região Centro (entendidas como o conjunto das Áreas Protegidas, das Zonas de Protecção Especial no âmbito da Directiva Aves e dos Sítios de Importância Comunitária no âmbito da Directiva Habitats) como um vector determinante para o desenvolvimento regional, nomeadamente em territórios de baixa densidade.
- Valorizar os elementos de património construído já existentes, pela sua reconversão em unidades que estabeleçam uma adequada infra-estruturação para a actividade de Turismo de Natureza.

O “turismo de natureza” encontra-se estreitamente relacionado com o tema da “visitação às Áreas Protegidas” dado que configura uma nova atitude do visitante em termos de fruição do património natural.

A este contexto não é estranho o facto do “Plano Estratégico Nacional de Turismo” ao estabelecer o “turismo de natureza” como um dos 10 produtos turísticos estratégicos do País e este como um produto com contributo relevante para o desenvolvimento turístico da Região Centro.

Acresce, ao conjunto das Áreas Classificadas, um conjunto de outros valores sujeitos a distintos padrões de organização mas que se evidenciam na prática como vectores determinantes e como complemento na afirmação do produto. Referem-se os casos da GeoPark da Meseta Meridional e da Rede das Aldeias do Xisto, pela forma como estes destinos, os seus produtos e respectivas marcas já incorporam comercialmente a componente do património natural.

O âmbito territorial da Rede Aldeias do Xisto coincide, em termos genéricos, com a identificação dos territórios de baixa densidade na Região Centro. Coincide também com a actual organização departamental do ICNB, o que permite englobar um conjunto de áreas classificadas de características muito semelhantes, genericamente todas correspondentes a zonas de montanha.

Estas zonas de montanha são praticamente coincidentes com referidos territórios de baixa densidade, com fortes condicionantes naturais e escassez dos vectores sócio-económicos que permitam alavancar estratégias de desenvolvimento.

Porém, a coincidência destes factores com o potencial do mesmo território em termos da prática do “turismo de natureza” permite perspectivar uma iniciativa na lógica de “valorização do património natural” com benefícios mútuos para as comunidades locais e para uma estratégia de conservação da natureza.

Acresce que o “Plano Estratégico Nacional do Turismo” identifica a Região Centro como um território onde produto “turismo de natureza” possui contributo relevante para o desenvolvimento turístico.

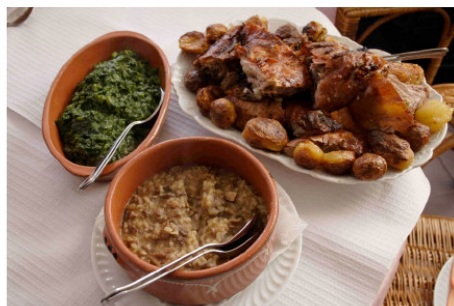
2.3.2. VALORES IMATERIAIS IDENTITÁRIOS E SIMBÓLICOS - CONSTITUIÇÃO DA MARCA TERRITORIAL « ALDEIAS DO XISTO »

Linhas de Força

- > Animação, Lazer, Aventura e Natureza
- > Arquitectura e Xisto
- > Património e Tradição
- > Gastronomia e Restauração
- > Alojamento Rural
- > Produtos Locais
- > Preservação da Memória

Documentos Estratégicos Efectuados e em execução colectiva (ver anexos)

- > Plano Estratégico de Turismo das Aldeias do Xisto
- > Carta Gastronómica das Aldeias do Xisto
- > Identidade Corporativa e Plano de Comunicação
- > Plano de Animação (Calendário

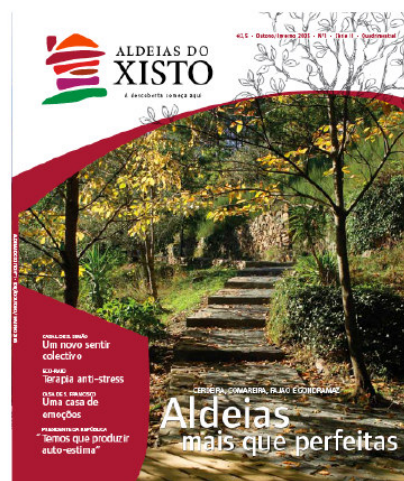


Revista Aldeias do Xisto - Lifestyle

- Design diferenciador
- Qualidade fotográfica
- Papéis nobres

Objectivos Editoriais:

- Comunicar com populações locais
- Chegar a novos públicos
- Divulgar o projecto
- Promover Agentes Parceiros
- Dinamizar o Território
- Atrair investidores



Revista
Animação Cultural



Revista
Turismo de Natureza







Promoção e Comunicação – Press Releases

Feira de Natal de 8 a 10 de Dezembro

Natal é nas Aldeias do Xisto

Pela primeira vez, realiza-se de 8 a 10 de Dezembro, a Feira de Natal do Centro, aldeias do Xisto inseridas na Rede das Aldeias do Xisto. Artistas locais apresentam uma seleção de produções de qualidade, do mais ao mais artesanato. Uma forma diferente de fazer as compras de Natal, no ambiente acolhedor das Aldeias do Xisto.

A Câmara Municipal de Loulé organiza, pela primeira vez, uma Feira de Natal nas aldeias do Xisto. Esta é uma forma de fugir à saturação dos centros comerciais e comprar produtos de Natal originais no ambiente acolhedor e bem diferente de uma Aldeia do Xisto.

Vários artesanatos e produtos locais participam na Feira, apresentando produtos regionais que serão com certeza surpreendentes, por causa da sua origem. A primeira Feira de Natal, associada ao seu programa de desenvolvimento, AML, (Associação de Recuperação de Cidades Defendidas de Loulé) com produtos de qualidade, e com o apoio da Câmara Municipal de Loulé, Loulé, Museu Municipal e a Loja do Turismo apresentam os seus produtos e lojas.

boal: Feira com artesanato em vidro;

Boal e Rita Boveral: apresentam produtos em madeira; Alia: Feira com Flores silvas;

Ramão: Tenda, expõe os seus produtos e trabalhos em madeira;

João Maria Rodrigues com trabalhos de bijuterias;

Apresentação de vinho e azeite de Pinho de Arraiana

As Aldeias do Xisto convidam a aproveitar esta visita à Feira para abraçar a Natureza e passear pelo Xisto, passar um momento e aquecer-se no ambiente acolhedor das Aldeias.

As Aldeias do Xisto são constituídas por 21 aldeias distribuídas por 13 Aldeias do Xisto. Estas aldeias, no Registo Centro de Portugal num território de enorme beleza e que oferece uma paisagem única.

Os longos dias de inverno, os 23 dias finais de maio da primavera ou as neblinas que permitem às aldeias descobrir o encanto de desmontar, transformando-se em pólos de atracção turística diferentes que permitem a criação de uma nova base económica que possa, nomeadamente, pela recuperação das tradições, pela valorização do património arquitectónico construído, pela dinamização dos artes e ofícios tradicionais e pela defesa e promoção dos produtos locais que se acumulam. Esta importante trabalho nunca poderá ser feito sozinho. É ao seu principal objectivo: melhorar a qualidade de vida das populações das aldeias, de acordo com os seus níveis de auto-estima, qualificando o seu tecido social e oferecendo-lhe mais processos participativos de desenvolvimento que a partir de si, mais.

Fica entre outros os portugueses que no passado tiveram nos castelos e mosteiros locais a sua defesa. Para a descoberta do que melhor existe em Portugal.

Feira de Natal em Loulé
De 8 a 10 de Dezembro, das 10h às 20h.

Visita:
www.aldeiasdoxisto.pt

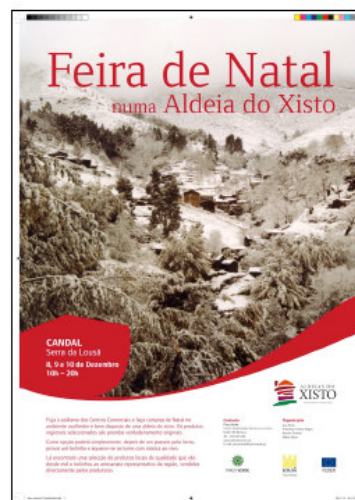
Contacto Centro Municipal de Loulé
Rua 1.ª, João Santos
2800-001 Loulé
Tel: 281 995 370
geral@aldeiasdoxisto.pt

Contactos de Imprensa
Dina Martins
Tel: 21 312 11 70
registo@aldeiasdoxisto.pt
info@aldeiasdoxisto.pt

ALDEIAS DO XISTO

[illegible]

Promoção e Comunicação – Cartazes Calendário de Animação Aldeias do Xisto



Diversificação de Públicos-Alvo – Crianças



REDE DE LOJAS ALDEIAS DO XISTO

Produtos locais comercializados

- > Artesanato
- > Géneros Alimentícios
- > Merchandising das Aldeias do Xisto

“Criar com Tradição”



Na Rede de Lojas Aldeias do Xisto vendem-se produtos genuínos de qualidade seleccionada. Do tradicional ao moderno, são artigos feitos à mão por artesãos e inspirados pelas gentes e cultura do coração de Portugal. Muitos são produtos locais que costumavam ficar cativos dos habitantes destas 24 aldeias. Outros são reinterpretações de processos e materiais tradicionais, peças de verdadeiro design contemporâneo de inspiração rural. Com a criação desta Rede de Lojas, você já pode provar o queijo, o

vinho, as ervas aromáticas, as infusões, a doçaria regional. Já pode usar os chapéus e as écharpes, as malas, os sacos e carteiras, os anéis, os colares, as pregadeiras. Já pode levar para casa a decoração mais original ou obras de arte decorativa de criação manual. Para que tenha perto de si as coisas boas lá da aldeia.



Loja Móvel

2.3.3. PLANO DE ANIMAÇÃO DAS ALDEIAS DO XISTO

Potencial Turístico

- >> Receber desde turistas independentes até grupos organizados;
- >> Pacotes de 1 dias, 2 dias (fim de semana), 1 semana ou 2 semanas
- >> Pacotes que incluam uma ou mais actividades:
 - >> Culturais ou Artesanais;
 - >> Desportos na Natureza;
- >> “Social Label” / Responsabilidade Social que incluem interação dos turistas com a comunidade
- >> Actividades todo o ano;
- >> Adequação do tipo de alojamento ao perfil económico-social dos visitantes.

Objectivos



>> Criar um Calendário de Animação - Reunir um conjunto de Eventos num calendário anual que sejam representativos do território, com capacidade de atracção, promoção e dinamização social, cultural e económica

>> Fomentar a Animação Permanente - Identificar e promover a existência de infra-estruturas e serviços turísticos permanentes (durante todo o ano) que permitam fruir os recursos turísticos do território

>> Criar novos Produtos de Animação - Formular propostas de formatos que constituam novos produtos turísticos para o território adequados aos recursos existentes e às tipologias de procura

Tipologias de Iniciativas

>> Iniciativas de Rede

- Ciclo Gastronómico
- Ciclo de Fotografia
- Ciclo de Dinamização Local
- Grande Rota das Aldeias do Xisto
- Centros de BTT das Aldeias do Xisto
- Semana Cultural do Xisto
- Xisto Challenger

>> Iniciativas Locais

- Caminhos do Xisto
- Praias Fluviais
- Outros Eventos culturais e Desportivos

>> Iniciativas em Parceria

- Pesca
- Canoagem
- BTT
- Paraquedismo/Queda Livre
- Todo o Terreno Turístico
- Eventos Culturais
- Seminários
- Outras Parcerias

Produtos Turísticos

Exemplo 1: Trekking Aldeias do Xisto e Zêzere - 2 ou + dias

> Dormida no Hotel Príncipe da Beira (Fundão) ou Casa da Pedra Rolada (J.Cima)

> **Trekking Janeiro de Cima- Janeiro de Baixo**

>> Visita à Casa das Tecedeiras

>> Travessia do Rio em Barca Tradicional

> **Trekking Bogas – Janeiro de Baixo**

>> Visita à Casa do Mel

>> Visita à Casa do Cogumelo

>> Visita ao Grupo de Tecedeiras “Flor do Linho”

>> Travessia do Rio em Barca Tradicional

Exemplo 2: Trekking Aldeias do Xisto da Lousã e de Góis - 2 ou + dias

> Dormida no Hotel Mélia (Lousã) e/ou na Casa da Comareira (Góis)

> **Cerdeira - Candal - Chiqueiro - Talasnal - Casal Novo**

>> Artesanato “ao vivo” - Atelier de Kerstin Thomas (Cerdeira)

>> Produção Biológica - Plantas Aromáticas e Medicinais (Cerdeira)

>> Gastronomia Regional - Restaurante ‘Ti Lena (Talasnal)

>> Doçaria Regional - Lojinha do Talasnico (Talasnal)

> **Aigra Velha - Pena - Aigra Nova - Comareira**

>> Interpretação Ambiental

>> Agro-Turismo

III – OBJECTIVOS GERAIS DA EEC – ACTORES E PARCEIROS

3.1. A REDE E A EEC

A elaboração do Plano Estratégico de Turismo (ver anexo) permitiu chamar a atenção para a importância do modelo de gestão da Rede das Aldeias do Xisto. Se inicialmente as expectativas estavam depositadas nos produtos turísticos e no tipo de serviços que a Rede podia oferecer aos turistas e aos parceiros associados, rapidamente se percebeu que o modo de organização, a ligação ao território e aos seus actores e a viabilidade económica e financeira constituíam uma dimensão estratégica fundamental do sucesso deste projecto.

Desta forma procedeu-se à estruturação colectiva dos Eixos de Intervenção da nossa EEC e que enquadram as acções do Programa de Acção, tendo sido construída com os parceiros e base social da ADXTUR numa primeira fase melhorada e validada em termos finais em sede do conselho geral das acções preparatórias.

Globalmente ela é composta por 7 projectos âncora e 2 complementares altamente relacionados e com enorme sinergias colectivas, cooperação, complementaridade público/privado, introduzindo factores potenciadores da criação e inovação e uma reconhecida e testada coerência dos recursos específicos endógenos seleccionados que corporizam o foco temático desta EEC – A marca território «Rede Aldeias do Xisto».

Dos seis projectos âncora 2 são projectos de cooperação entre todos os signatários do consórcio: Plano de Animação; Plano de Comunicação; Centro de Valorização e Inovação. Outros 4 são fundamentalmente acções colectivas: Regeneração Urbana; Rede Praias Fluviais; Rede Lojas Aldeias do Xisto e Plano de Animação.

O programa âncora de Valorização Turística tem uma maior segmentação, todavia continuam a ter uma força crítica fundamental as linhas de acção colectivas como as grandes rotas (pedestre e BTT) e a grande rota do Zêzere. O resto das acções são na maioria, olhando para o global do investimento, de projectos conjuntos, ou seja, de parcerias entre entidades públicas (municípios, juntas de freguesia) e empresas.

Projectos Âncora

1- Regeneração Urbana das Aldeias e Revitalização do Património Rural construído: recuperação do Património Edificado - recuperação de casas, para fins de habitação permanente e/ou de activação de actividades económicas e/ou serviços de proximidade; Qualificação do Espaço Público das Aldeias do Xisto - infra-estruturas básicas, ruas, espaços públicos, linhas de água, parques de lazer, entre outras.

2- Programa de Valorização Turística: dotar o território de infra-estruturas e serviços turísticos, tendo em vista a captação de visitantes e turistas.

3- Plano de Animação: actividades e infra-estruturas de animação, nas Aldeias do Xisto e noutros contextos territoriais de interesse promocional.

4- Plano de Marketing & Comunicação Territorial: afirmar a marca Aldeias do Xisto enquanto destino turístico de qualidade da Região Centro e de Portugal, no mercado turístico nacional e internacional.

5- Centro de Valorização e Inovação: capacitação dos recursos humanos - massa crítica - e consequente melhoria da competitividade das empresas; incubação de novas empresas e de novos produtos.

6- Rede Lojas Aldeias do Xisto: consolidação da Rede de Lojas Aldeias do Xisto implementadas; sistema de promoção, comercialização e animação de produtos agro-alimentares e artesanais, nos mercados internos - cidades - e externos – internacionalização.

7- Rede Praias Fluviais das Aldeias do Xisto: gestão e promoção integrada da Rede de Praias

Projectos Complementares

8- Programa de Valorização Ambiental dos Recursos Naturais: vectores estratégicos: caça e pesca; rios, ribeiras e albufeiras; percursos verdes; Programa de Desenvolvimento Sustentável da Floresta: qualificação da gestão florestal e projectos de suporte à activação de Mercado de Carbono – Zero.

9- Programa Visitação de Vilas do Xisto e Plano de Mobilidade Pinhal Interior: requalificação e valorização do tecido urbano das vilas sede de concelho das Aldeias do Xisto, reforço da mobilidade - meios de transporte. Tendo só a componente de mobilidade, finalmente, integrado o Programa de Acção dado a rede de vilas se ter entretanto candidatado colectivamente e sob a liderança da ADXTUR às redes urbanas para a competitividade e inovação.

3.2. ACTORES E PROTAGONISTAS – REFORÇO DA MASSA CRÍTICA DO TERRITÓRIO EM TERMOS INSTITUCIONAIS E EMPRESARIAIS FRUTO DA EEC «REDE ALDEIAS DO XISTO»

3.2.1. NOTA INTRODUTÓRIA

Apesar de pedido a todos os promotores/parceiros do PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO, pelo Líder do Consórcio, as respectivas Fichas de Identificação de Promotor (caracterizadoras da personalidade jurídica, descrição sumária de projectos em que participou e que demonstrem a sua experiência na realização e/ou participação em acções semelhantes às que se propõe concretizar no Programa de Acção; identificação dos recursos humanos e materiais susceptíveis de serem mobilizados para a boa

implementação do(s) projecto(s) da sua responsabilidade; caracterização da situação económica, financeira e de gestão da entidade - quadro síntese da “Demonstração de Resultados” dos 3 últimos anos) os dados abaixo apresentados estão descritos em consonância quer com a matriz geral de Projectos/ Programa de Acção quer com a Declaração de Cooperação estabelecida entre a ADXTUR, o ICNB, I.P e a Associação de Desenvolvimento Turístico Aldeias Históricas de Portugal, quer com o articulado definido em sede de consórcio da articulação entre as iniciativas PROVERE e PRODER.

Quanto à base social da ADXTUR é de destacar os protocolos específicos estabelecidos com os Centros do Conhecimento/ Universidades, como: CEARTE; Universidade de Aveiro; Universidade da Beira Interior; Politécnico de Castelo Branco, Escola Superior de Educação de Coimbra; Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa.

Existem muitos parceiros que não aparecem na listagem final por não serem promotores no Contrato de Consórcio mas são fundamentais para a execução global da EEC e programa de acção na articulação de alguns eixos como por exemplo o plano de comunicação, centro de valorização e inovação com o plano de mobilidade. Neste caso aqui individualizado pelo peso que tem enquanto projecto complementar e a inovação que incorpora à essência de baixa densidade do território e à EEC temos parceiros tão importantes da Universidade de Aveiro e da ADXTUR formalmente promotores como: a PT Inovação, IMTT, SIG 20000, Instituto Politécnico de Castelo Branco, operadores de transportes, etc.

3.2.2. ENTIDADE LÍDER: ADXTUR – O PRINCIPAL RECURSO INSTITUCIONAL

Quadros Representativo da Base Social da ADXTUR / Acções Preparatórias

- Câmaras Municipais.....24
- Juntas de Freguesia.....19
- Associações Sem Fins Lucrativas..... 25
- Agentes sócio-culturais.....14
- Empresas de Artesanato 8
- Empresas de Animação Turística.....23
- Empresas Municipais 2
- Unidades de restauração15

- Unidades de confeitaria e bebidas.....8
- Unidades de alojamento.....24
- Centros do Conhecimento/ Universidades6
- Outras Empresas..... 14

Número total de agentes: 182

Quadro resumo dos consorciados (Parceria Local/ PROVERE-Rede Aldeias do Xisto), por Natureza Jurídica

Natureza Jurídica/Identificação dos Consorciados

Entidades Privadas Com Fins Lucrativos

- Ana Isabel Martinho de Carvalho Cerqueira
- Adrian Sparkes
- AIRES BARATA HENRIQUES
- António Carlos Afonso Esteves Andrade
- António de Brito Dias
- Apart rural - Apartamentos Rurais Quinta da Geia, Lda.
- António Luís Fabião Santos Fael
- António Manuel Galamarra Janeiro
- António Eduardo Cardoso Pinto Baptista Dias
- António & Maria, Serviços Médicos, Lda.
- Almeida & Nunes - Truticultura do Rio Ceira, Lda.
- Alexandre Samuel Marques de Oliveira Guerra
- António Manuel Alves Martins
- Catraia do Candal
- Cremalheiras Empenados – Actividades Turístico-Desportivas, Lda.
- Casa da Cordinha Turismo Rural Unipessoal, Lda
- CASA DO ZÉ SAPATEIRO - ACTIVIDADES TURÍSTICAS UNI., LDA.
- COISAS DO XISTO - Empreendimentos Turísticos, Lda.
- Carlos Adriano Rodrigues Pinto
- Carlos Alberto Simão
- Curso de Água, Lda
- Construções José M. A. Reis, Lda.
- Construções António Almeida e Filho, Lda.
- Construtora Santovaiense, Lda
- CRAPTUR – Apartamento Turísticos Unipessoal, Lda
- Dina Maria Amaro Jorge

- Desafio das Letras Unipessoal Lda
- EDP
- Escolher o Caminho, Lda
- Encosta da Boleira - Turismo de Aldeia, Lda
- Euro-Triangular Lda
- Filomena dos Santos Martins Latado
- Fundão Turismo, EM
- Fernando Emanuel Silva dos Santos
- Francisca Aranda Vidal
- Francisco António Santos Vieira
- Frank Pieterse
- Fernanda de Jesus Neves Barata
- Go Outdoor
- Hans C. de Herder (Quinta da Moenda)
- Hélia Maria Alves Simões
- Horizontes, Actividades Turísticas
- Hotel Rural Quinta Rio Alva
- Isabelle Dockx
- INCENTIVOS OUTDOOR, Lda.
- Invesfox - Gestão de Imóveis e Representações, S.A.
- José Antunes Dias - Casa dos Hospitalários
- Jorge Augusto das Neves Silva
- João dos Santos Alves
- João Custódio dos Santos
- John Walker
- José Rodrigues Duarte Gomes
- Jorge Morgado Caetano
- José Artur da Costa Pinto
- Kate Wilson
- Lournal Village
- Lúcia da Silva Farinha Matias
- Luís António Santos Gama da Silva
- Luís Serafim Ramalho Coelho
- Lealdina dos Anjos Fernandes
- Mais Floresta - Gestão de Activos Florestais e Imobiliários, S.A.
- Maria Salomé Gonçalves Silva
- Mário Miguel Ribeiro de Meira Santos
- Maria Hermínia Ferreira Esteves/Joaquim A. Gralha Fonseca
- Maria Manuela Garcia Soares
- Maria Helena Gomes Correia

- Maria Fernanda Custódio Antão
- Miguel José Pires Sousa
- Montycirclemix
- Montes D'Aventura
- Monia Nilsen
- Mélia Palace Hotel da Lousã
- NJG Turismo Rural e Actividades de Lazer Unipessoal Lda
- Oásis - Residência Geriátrica, Lda.
- Pedro Luís Alves Martins
- Paula Maria da Silva Simões
- Pump Priming, Lda.
- Patrícia Alexandre Policarpo Teles Valinho
- Paulo Jorge Santos Gama Silva
- Paulo Alexandre da Silva Mourão
- Pátio do Xisto - Turismo em Espaço Rural, Lda.
- Pedro José de Sousa Brilhante Pedrosa
- Pedro Miguel Santos Domingos
- Proprietários de Imóveis na aldeia de Ferraria de S. João
- Pedro José Homem de Figueiredo Cabrita
- PROLOTE
- Restaurante D. Sesnado Pátio Sucesso, Lda.
- Raul de Oliveira Patrício;
- Ricardo Jorge Matias Fidalgo Miranda
- Requintes Rurais, Lda.
- Recordar o Passado, Lda.
- ROSITULIPA – UNIPESSOAL, LDA
- Ricardo Alves Mouro Simões
- Raymond Weisgerber
- Sabores da Gardunha
- Sophia Sparkes
- Serracça – Sociedade Cinegética e Turística de Pampilhosa da Serra
- Saltamontes, Sociedade Unipessoal, Lda
- Soardosias, Lda.
- SEMENTEVAL, Lda.
- Saber das Mãos – Sociedade Comercial, Lda.
- Turistábua, Gestão Hoteleira Lda.
- Transserrano, Lda.
- Turislousã, Lda.
- Tradballs

- Tectopo-Técnicas de Construção, Lda
- Urbin, unipessoal, Lda.
- Vilagira, Construção Civil, Compra e Venda de Propriedades, Lda.
- Whinestone, Lda.
- Ventos Propícios - Energia Eólica Unipessoal, Lda.
- YDreams Informática S.A.

Total Parcial = 111 Entidades Parceiras

Entidades Públicas

- CEARTE - Centro de Formação Profissional do Artesanato
- Entidade Regional de Turismo do Centro
- Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, I.P.
- Junta de Freguesia do Cabril
- Junta de Freguesia do Coentral
- Junta de Freguesia do Espinhal
- Junta de Freguesia de Vila Facaia
- Junta de Freguesia de Janeiro de Cima
- Junta de Freguesia de Janeiro de Baixo
- Junta de Freguesia de Meruge
- Junta de Freguesia de Unhais-o-Velho
- Junta de Freguesia de Silvares
- Município de Alvaiázere
- Município de Arganil
- Município de Castelo Branco
- Município da Covilhã
- Município de Ferreira do Zêzere
- Município de Figueiró dos Vinhos
- Município do Fundão
- Município de Góis
- Município da Guarda
- Município da Lousã
- Município de Mação
- Município de Manteigas
- Município de Miranda do Corvo
- Município de Oleiros
- Município de Oliveira do Hospital
- Município da Pampilhosa da Serra
- Município de Penela
- Município de Pedrógão Grande
- Município de Proença-a-Nova

- Município da Sertã
- Município de Tábua
- Município de Vila de Rei
- Município da Vila Nova Poiares
- Município de Vila Velha de Ródão
- Universidade de Aveiro

Total Parcial = 37 Entidades Parceiras

Organizações Sem Fins Lucrativos

- Associação de Apicultores Serramel
- Associação de Caçadores da Freguesia de Machio e Portela do Fojo
- Associação de Caça e Pesca do Vale do Rio Unhais
- Associação de Caçadores do Concelho de Penela
- Associação Centro Ciência Viva de Proença-a-Nova
- Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal
- Associação de Defesa do Património - ALBAIAZ
- ADRACES – Associação Para o Desenvolvimento da Raia Centro
- ADIBER – Associação de Desenvolvimento Integrado da Beira Serra
- ADERES – Associação de Desenvolvimento Rural Estrela-Sul
- Associação para o Desenvolvimento e Formação Profissional (ADFP)
- Agência Para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto
- Associação de Moradores da Ferraria de S. João
- Associação de Promoção Turismo na Região Centro de Portugal
- Associação Portuguesa de Medicina Preventiva
- Associação de Produtores Florestais e Agrícolas do Concelho de Proença-a-Nova
- Associação Produtores Florestais da Pampilhosa da Serra
- ARCIL - Associação para Recuperação de Cidadãos Inadaptados da Lousã
- Associação Recreativa e Cultural de Janeiro de Cima
- Associação Recreativa e Cultural "Pastores do Açor"
- CAULE - Associação Florestal da Beira Serra
- Centro de Estudos de Novas Tendências Artísticas
- Clube de Caça e Pesca de Tábua
- Clube de Caçadores do Concelho de Proença-a-Nova
- Clube de Caçadores e Pescadores "Os Petrónios"
- Clube Náutico de Pedrógão Grande

- Clube Seita Todo o Terreno
- Conselho Directivo dos Baldios da Lousã
- Comissão de Melhoramentos e População da Aldeia do Soito
- DUECEIRA – Associação de Desenvolvimento do Ceira e Dueça
- FINERGE
- FLOPEN
- GERL - Grupo Etnográfico da Região da Lousã
- GAFOZ
- Grupo Colectivo de Melhoramentos do Açor
- JACC - Jazz ao Centro Clube
- Lousãmel, crl
- Lousitãnea
- Liga de Melhoramentos da Freguesia de Pessegueiro
- MCV BIKE CLUBE
- Montanha Clube
- PINHAIS DO ZÊZERE – Associação Para o Desenvolvimento
- Pinus Verde - Associação de Desenvolvimento Integrado da Floresta
- TAGUS – Associação Para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Interior
- TERRAS DE SICÓ – Associação de Desenvolvimento

Total Parcial = 45 Entidades Parceiras

Total Agregado = 193 Entidades Parceiras

3.3. OBJECTIVOS GERAIS

- Tornar a Rede das Aldeias do Xisto num viveiro de serviços turísticos distintivos e irrepetíveis, criando assim um novo destino turístico em Portugal

Produto	Distribuição	Informação / Promoção
<ul style="list-style-type: none"> • Criar operações turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de serviços turísticos próprios • Integração de serviços turísticos dos parceiros • Associação a outros serviços turísticos prestados no Território do Xisto • Articulação com outras redes: praias fluviais, caminhos... • Associar as vivências de aldeia a propostas turísticas únicas e irrepetíveis • Assumir uma hierarquia de aldeias: Portas da Rede • Admitir linguagens turísticas modernas: <i>new life styles</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Constituir uma plataforma electrónica (Portal turístico): <ul style="list-style-type: none"> • Distribuição das propostas turísticas da XISTUR • Apoio à inserção comercial dos parceiros da Rede • E-commerce • Utilizar canais de distribuição indirectos: por ex. a revista das Aldeias do Xisto deve evoluir para brochura-revista • Favorecer as lógicas de distribuição Interactivas: <i>incoming receptivo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Optar por rede de Postos de Turismo polivalentes: estes devem servir outras funções – loja de aldeia, museu de aldeia, centro interpretativo...; • Apostar na hospitalidade da Rede: promover a função dos “Amigos das Aldeias” • A marca “Aldeias do Xisto” deve transmitir valores de modernidade • Assumir uma estratégia de Comunicação&MK assente num <i>label</i> comercial: a Rede é também um projecto de desenvolvimento de comunidades que partilham um território deprimido – o <i>social label</i>

- Contribuir para a promoção e comercialização de produtos e serviços recomendados pela ADXTUR integrando-os ou não em produtos turísticos sob a **Label “Aldeias do Xisto”**

Produto	Distribuição	Informação / Promoção
<ul style="list-style-type: none"> • Constituir um cabaz de produtos e serviços locais recomendados; • Conceber um <i>label</i> de produtos e serviços recomendados; • Iniciar o processo de certificação de produtos e serviços locais com base nesse <i>label</i>; • Incentivar os produtores locais a diversificar a oferta de produtos e serviços; • Experimentar mecanismos de introdução do cabaz nas estruturas dos parceiros associados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma plataforma de concentração e distribuição dos produtos certificados ou simplesmente constituintes do cabaz de produtos recomendados; • Criar o conceito de “Lojas de Aldeia”, assegurando aqui um canal privilegiado de escoamento do cabaz de produtos e serviços recomendados; • Criar uma rede de lojas através de <i>Franchising</i>; • Assegurar esquemas de distribuição do cabaz pelos parceiros associados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver uma política de comunicação&marketing específica do <i>Label</i> “Aldeias do Xisto”; • Apostar em técnicas de venda directa para a afirmação destes produtos certificados ou meramente recomendados; • Aproveitar alguns <i>packages</i> organizados pela XISTUR para juntar alguns produtos do cabaz como <i>souvenir</i>; • Recolha e difusão de informação relativa à qualidade dos produtos do cabaz, tenham ou não <i>label</i>.

- Contribuir para o desenvolvimento, à escala regional e local, do território da Rede das Aldeias do Xisto.

Produto	Distribuição	Informação / Promoção
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver estudos e projectos de investigação indispensáveis ao aumento do grau de complexidade da Rede das Aldeias do Xisto; • Organizar serviços dirigidos aos parceiros associados ou outros agentes indispensáveis à prossecução das actividades em Rede; • Fiscalizar e regulamentar os parceiros; • Organizar Acções de Formação; • Identificar e lançar novas oportunidades de negócio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar carteira de estudos e projectos indispensáveis à prossecução da Rede das Aldeias do Xisto; • Criar Bolsa de Oportunidades de Investimento, colocando-a ao serviço dos empreendedores de dentro e de fora do Território • Negociar protocolos com instituições de ensino para que a Rede possa ser objecto de investigação e estágios; • Organizar bolsa de formadores e consultores com competências orientadas para as necessidades da XISTUR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Constituir um núcleo de Research&Desenvolvimento para acompanhar as tendências dos mercados turísticos e para monitorizar em particular: <ul style="list-style-type: none"> • Os nichos de mercado que interessam à Rede; • Os circuitos comerciais que neles se estabelecem; • Criar newsletter interna para distribuição junto dos parceiros da Rede; • Utilizar o "veículo" dos "Amigos de aldeia" para dinamizar as aldeias da Rede e mobilizar os seus habitantes.

Objectivo

Contribuir para a continuidade (com eventual reforço e alargamento) do esforço de regeneração urbana das Aldeias do Xisto , aumentando a capacidade de atracção da Rede das Aldeias do Xisto atraindo mais investidores, visitantes moradores, dando prioridade à sua entrada norte fazendo a ponte com serra da estrela e a ligação A25, IC3 e futura IC6.

3.4. OBJECTIVO ESPECÍFICOS

- O Programa de Valorização Turística da Rede das Aldeias do Xisto visa dotar o território de infra-estruturas e serviços turísticos que proporcionem aos visitantes turistas que se deslocam ao território experiências de excelência.
- Fomentar uma rede de centros interpretativos integrados na rede do programa ciência viva que funcionem como atracções de visitantes nacionais e internacionais para o coração do território alvo ligados aos recursos naturais: floresta (já existente), Minas (Terra), Vento (parque eólico da Pampilhosa) Água (Barragem do Cabril).
- Captar, fomentar, e viabilizar novas ideias e investidores, ao mesmo tempo que se procurará tornar mais competitivo o tecido empresarial já instalado.

- Contribuir para a revitalização do Património Rural construído, em articulação com os saberes fazer, ser e estar, criando mecanismos de relação comunitária e vivencial entre residentes (permanentes e esporádicos) e visitantes.
- Possibilitar a existência de uma oferta conjunta de actividades e infra-estruturas, de animação regular (ao longo de um calendário de eventos) e permanente (sempre disponíveis) no território onde se enquadram as Aldeias do Xisto.
- Contribuir para a sustentabilidade económica das actividades tradicionais das aldeias de Portugal Continental, através do fomento de uma rede/ sistema de promoção, criação, comercialização e animação de produtos agro-alimentares e artesanais
- Ter promovido, valorizado e animado recursos endógenos, através da criação de marca território, promovendo sinergias internas entre vários parceiros para a respectiva nacionalização e internacionalização, a partir do apoio às fileiras de produtos locais de excelência.
- Acrescentar atractividade e qualidade à rede de praias fluviais das aldeias do xisto.
- Qualificar a Gestão sustentável da Florestal e Agricultura e seus usos múltiplos e fileiras de forma a reflectir-se em importantes mais valias para a população local, pela optimização da capacidade de gerarem valores económicos e ambientais e pela melhoria das condições sociais associadas ao rendimento, trabalho da exploração da florestal e agrícola e melhoria generalizada da paisagem natural do território e diminuição de riscos associados ao abandono (incêndios, etc.).
- Fomentar a caça, as actividades de carácter venatório e a pesca desportiva em águas interiores
- Apostar: O vale do rio Zêzere desde a sua nascente na Serra da Estrela até desaguar no Rio Tejo, é uma via estruturante que atravessa todo o território, sendo assumido como projecto prioritário a criação de uma Grande Rota do Zêzere pedestre e de BTT, projecto aliás contemplado no Plano Regional de Ordenamento do Território actualmente em discussão.
- Aderir á rede FABLABS internacional começada pelo MIT nos estados Unidos e no contexto do Centro de Valorização e Inovação fomentar o estudo e incubação de novas ideias e novos conceitos, capaz de materializar protótipos e produtos a partir de ideias geradas quer pela comunidade científica quer pelos próprios agentes e habitantes

locais, ou numa simbiose entre estes actores e os diferentes centros de saber, ciência, formação, inovação.

- Operacionalizar o plano de formação transversal a toda a EEC e programa acção no sentido da valorização e requalificação dos recursos humanos e subsequentemente potenciar a melhoria da competitividade das empresas.
- Consolidar o veículo institucional ADXTUR, como suporte técnico e financeiro imprescindível à gestão do processo de desenvolvimento da EEC «Rede das Aldeias do Xisto» e respectivo Programa de Acção.
- Estabelecer uma solução sustentável de mobilidade e acessibilidade, física e virtual, capaz de, por um lado, responder à natureza da procura local de bens e serviços e, por outro, servir como alavanca para a implantação local de competências técnicas e para a disseminação de atitudes inovadoras.

3.5. COERÊNCIA E SINERGIAS DA ESTRATÉGIA COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS, REGIONAIS E NACIONAIS

- i) A geometria territorial das aldeias do xisto que aspiram ao selo PROVERE coincide com o processo dinamizado no âmbito da AIBT – Pinhal Interior com os concelhos e freguesias lá inscritos, neste sentido existe um elo de continuidade que esta EEC com um notável reforço das dimensões da competitividade, da sustentabilidade económica, selectividade que estão hoje tão presentes no Mais Centro no âmbito do QREN;
- ii) O grau de maturidade institucional com a ADXTUR como gestora, reguladora e promotora da Marca Território, a demonstração ao dia de hoje das linhas de acção escolhidas, o conjunto de parceiros das aldeias do Xisto que hoje já se apresentam como massa crítica para execução da EEC são reveladores do quase efeito piloto que a rede das aldeias do xisto têm relativamente a um programa de valorização económica dos recursos endógenos (PROVERE);
- iii) A abordagem integrada estratégica de desenvolvimento é muito virtuosa na forma como vai ao encontro dos modelos inseridos no PNPOT e Prot-C:
 - No modelos territoriais de desenvolvimento no que toca ao maciço central e zona do pinhal como zonas de baixa densidade.
 - Nas marcas território enunciadas onde estão as aldeias do xisto.
 - Na valorização dos recursos ligados aos usos múltiplos da floresta e agricultura.

- Na execução de inúmeros planos de ordenamento (áreas protegidas, albufeiras, lbacias hidrográficas, planos sectoriais etc) onde a execução do programa de acção será um instrumento essencial

- iv) Também em termos de Inovação Empresarial existe uma enorme coerência com os eixos do Plano de Comunicação, Centro de Inovação, Recursos Naturais e do Plano de Mobilidade propostos e o PROT-c quando referencia a criação:

a - Centro de utilização inovadora de TIC

Constituição de um centro de investigação para o lançamento de projectos experimentais nos seguintes domínios:

- Reestruturação e inovação nos serviços públicos (Governo Electrónico; Planeamento Electrónico)
- Apoio à comercialização de produtos agro-alimentares, numa lógica de mercado directo com cooperativas, agricultores, etc.
- Monitorização, protecção e promoção de recursos específicos locais, como a floresta, as zonas costeiras ou os sítios com interesse histórico e paisagístico.
- Integração de redes globais de acesso a eventos culturais (e.g. *Broadway on-line*)

b - Sistema de optimização dos recursos de transporte com base em TIC

Desenvolvimento de projecto-piloto de uso de TIC para monitorizar e optimizar os serviços de transporte em áreas de baixa densidade. Este projecto deverá contribuir para:

- Conhecer as necessidades regionais de deslocação
- Encontrar os recursos de transporte disponíveis
- Articular percursos fixos com percursos variáveis
- Articular horários rígidos com horários flexíveis

- v) Da ligação entre o QREN e PRODER aqui expressa em termos de Contrato de Consórcio e nas inúmeras acções concertadas para integrarem o PRODER nos seus diferentes eixos com entidades com planos de acção no território de intervenção, assim como, na ligação a algumas ferramentas de planeamento como a Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável, e os Planos Nacionais e Regionais de Defesa da Floresta;
- vi) Na promoção da igualdade de género e acessibilidade respectivamente na acção X-invest e no fomento de boas práticas na preparação de equipamentos turísticos acessíveis a pessoas com deficiência indo ao encontro do Plano Nacional para a Igualdade e Plano Nacional de Promoção da Acessibilidade
- vii) Estratégia de Lisboa e Plano Nacional do Emprego transversal a toda a EEC com especial destaque na valorização de competências que o plano de formação prevê e a qualificação das

entidade e empresas associadas, assim como a introdução da dimensão da inovação e criatividade no território como forma de reforçar o emprego, dar mais sustentabilidade ao existente, criar mais empregos qualificados, chamar novos negócios e oportunidades, em suma aumentar a competitividade do Pinhal Interior e da Região Centro de Portugal;

- viii) O enquadramento no PENT em termos dos produtos estratégicos previstos para a Região Centro que são os dois onde se centra a oferta do destino Aldeias do Xisto – Turismo de Natureza e Touring (cultural, Natural) e a articulação da EEC e do Programa de Acção Regional quer com Agência Regional para Promoção do Centro quer com a Entidade Regional de Turismo do Centro;

Prémio Turismo de Portugal 2007

Menção Honrosa na categoria Animação



As Aldeias do Xisto ganharam uma Menção Honrosa na 3ª edição dos Prémios Turismo de Portugal, na categoria “Animação”. Organizados pelo ITP- Instituto do Turismo de Portugal, os Prémios visam distinguir projectos que, durante o ano de 2007, se tenham destacado nas categorias de “Cidade”, “Natureza”, “Serviços” e “Animação”.

- ix) Na comunhão da filosofia do Programa de visitação das áreas protegidas no que toca à serra da Lousã, Paisagem protegida do Açor, e Tejo Internacional, Gardunha;
- x) A ampliação regional do projecto tendo em vista as geometrias variáveis necessárias para dar expressão a um recurso/ ideia para se tornar num produto/ resultado com potencial de sucesso ou ter escala para colectivamente resolver um problema. Exemplo:
- A grande Rota do Zêzere - Ligando Estrela - Aldeias do Xisto - Médio Tejo ;
 - O reforço da Porta Norte do Território com a entrada em Pleno dos municípios Tábua, Oliveira do Hospital e parcialmente Covilhã (Zona do Pinhal, Mineira, Termas de Unhais) ;
 - A ampliação da área de intervenção do Plano de Mobilidade para completar as NUTS 3 da cova da Beira e Beira Interior Sul

xi) Na articulação com outras EEC como a das Aldeias Históricas e Buy Nature (Anexo Protocolo)

IV – INTERACÇÕES INTERNACIONAIS E INTERNACIONALIZAÇÕES DE MERCADOS ALVO

4.1. O POTENCIAL DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO PRODUTO ALDEIAS DO XISTO

Prémios do Mercado Internacional

A Rede das Aldeias do Xisto é o exemplo de produto turístico inovador que pode contribuir para a afirmação da individualidade própria da Área Promocional da Região Centro no contexto da oferta turística nacional:

- Responde a uma engenharia de produto inovadora, em linha com as tendências mais recentes de evolução da procura turística;
- Aproveita a forte identificação territorial para integrar as vivências de aldeia em propostas turísticas únicas, dificilmente imitáveis noutros contextos territoriais;
- Explora a diferenciação do produto turístico através da aposta num target específico rotulado com o “Social Label”;
- Procura o posicionamento distinto da marca “Aldeias dos Xisto” nos mercados turísticos, associando-a a conceitos e estilos de vida modernos (new lifestyles);

Golden Palme Geo Saison

Aldeias do Xisto distinguidas como “Melhor Viagem de Descoberta”



O programa do operador turístico “Wikingen Reisen ZuGast in den traditionellen Schieferndörfern des Pinhal - Seja bem-vindo às tradicionais Aldeias do Xisto do Pinhal” foi distinguido na categoria de Melhor Viagem de Descoberta pela prestigiada revista alemã Geo Saison.

Para a Rede das Aldeias do Xisto, este foi claramente um prémio da maior importância, uma vez que sublinha e reforça a aposta estratégica que a ADXTUR- Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, juntamente com a Marca Centro de Portugal vem desenvolvendo no Mercado Alemão.

A história deste prémio começa em Março de 2006, quando, a convite da Marca Centro de Portugal, e em colaboração com a ADXTUR e com a Delegação do Turismo de Portugal em Frankfurt, a Wikinger Reisen se desloca às Aldeias do Xisto para uma prospecção do Produto. Em dois dias, num programa intenso que combinou diversas variáveis - alojamento, gastronomia, experiências activas - foi possível evidenciar o valor acrescentado que a Marca Aldeias do Xisto poderia representar para o Mercado Alemão. Nessa viagem de prospecção ficou bem patente não só a qualidade e genuinidade das experiências oferecidas, bem como a sólida integração da Marca Aldeias do Xisto e a forte parceria que existe entre todos os agentes públicos e privados que fazem parte da Marca.



O conceito Aldeias do Xisto – Social Label, que a ADXTUR tem vindo a construir e que a Marca Centro de Portugal vem promovendo no Mercado Alemão, destaca a importância da recuperação do Património em Meio Rural, a animação e inovação das pequenas economias locais e a criação de Produtos de grande qualidade e baixa densidade turísticas. A Marca Aldeias do Xisto - Social Label oferece aos operadores que trabalham o Produto a possibilidade de um exercício de responsabilidade social e ambiental.

Este é um dos aspectos mais sensíveis da estratégia promocional deste projecto - gestão da Marca “Aldeias do Xisto” nos mercados nacional e internacional. A associação desta marca aos targets identificados com o Social Label é uma oportunidade para atingir um tipo de turista qualificado e sensível à dimensão social e comunitária da Rede das Aldeias do Xisto. Essa associação, porém, não deve ser redutora do quadro de oportunidades turísticas oferecidas no Território do Xisto, que muito dependerá do leque de parceiros que for mobilizado para este projecto.

A justificação deste Social Label reside sobretudo na capacidade de iniciativa e mobilização dos parceiros associados neste projecto (toda a proposta turística deveria ter, pelo menos, o rosto de um desses parceiros). Cabe à ADXSTUR, precisamente, defender a dimensão social e comunitária do projecto no seio da APTRC, associando esses valores à Marca “Aldeias do Xisto”, distinguindo-a claramente de outras prevalentes nesta Região.

As Melhores Viagens de Descoberta 2008 foram:

1. "Grandes experiências no pequeno Cáucaso", organizada por Via Verde – Entdecken und Reisen (70 pontos)
2. "Uma nova vida nas Aldeias do Xisto de Portugal", organizada por Wikinger Reisen (69 pontos)
3. "A descoberta da paz interior no deserto egípcio", organizada por SKR Studien-Kontakt-Reisen (68 pontos)

Exemplos de Produtos/Marcas promovidos pela ARPT-Centro

É de realçar a curiosidade que o projecto da Rede das Aldeias do Xisto suscitou sobretudo nos segmentos de procura conotados com o chamado “turismo alternativo”. Dentro do *trade* especializado nesse turismo alternativo, ganhou especial relevância, pelos contactos promocionais estabelecidos e até pelas visitas exploratórias já realizadas, o target associado ao chamado social label;

Como previsto na definição de produtos turísticos deste Plano Estratégico de Turismo, a dimensão de desenvolvimento social e comunitário associada à Rede das Aldeias do Xisto como excelente complemento para os produtos ligados ao turismo de natureza e touring é o grande trunfo deste projecto para conseguir um posicionamento que funciona distinto no âmbito dos mercados turísticos alternativos, os mais sensíveis ao tipo de propostas turísticas que podem ser oferecidas no Território do Xisto.

Outras acções da EEC que fomentam a internacionalização. Exemplos:

- Em parceria com empresas e outras marcas territoriais a internacionalização da rede regional e nacional das Lojas Aldeias do Xisto para a rede Loja Aldeias de Portugal, sobretudo para mercados declarados;
- A rede internacional de “FAB LABS” com um dos seus centros a aparecer no âmbito da EEC das Aldeias do Xisto;
- O programa de Regeneração Urbana na sua ligação internacional ao selo patrimonial da UNESCO ao nível das boas práticas na formação e reconhecimento dos saberes e técnicas tradicionais de pedra e madeira associadas à arquitectura vernacular do xisto e boas práticas na conservação e restauro;
- A integração em redes internacionais de inúmeros promotores e projectos como o CAM (Centro de Atracões Mineiras da Panasqueira – Eixo da Valorização Turística da EEC e projecto com a declaração de interesse nacional para o turismo) em relação a 18 parques temáticos mineiros de 15 países diferentes e que têm mais de 1 milhão de visitantes ano no total;
- Um conjunto de promotores e projectos privados quer ao nível do turismo de aldeia, quer na linha de acção X-villages com uma forte apetência e capacidade para a internacionalização.

B- DIAGNÓSTICO

I - DIAGNÓSTICO DO PINHAL INTERIOR NA REGIÃO CENTRO COMO TERRITÓRIO DE BAIXA DENSIDADE

1.1. METODOLOGIA ADOPTADA

Partindo da metodologia seguida aquando da fase da Acção Preparatória – PROVERE/REDE ALDEIAS DO XISTO, em complemento com as posteriores dinâmicas de auscultação e envolvimento dos parceiros e agentes locais, e ainda da identificação dos indicadores estatísticos de referência e selecção das respectivas fontes (todas elas de natureza oficial, e documentadas ao longo das observâncias efectuadas, para além das estatísticas internas possuídas pelo líder do Consórcio), é possível apresentar como Metodologia Adoptada a seguinte:

- Análise diagnóstica feita ao nível da agregação territorial por NUT (nomenclaturas de unidades territoriais), a partir de uma estrutura de reflexão económico-social e de diferenciação competitiva centrada na relação com o Programa de Acção e EEC estabelecida, a partir do cruzamento com as dimensões características dos territórios de baixa densidade;
- Recurso à base social da ADXTUR, sendo que a mesma foi progressivamente aumentado, e consequentemente possibilitando a aferição de mais elementos de análise estatística;
- Documentação e estudos prospectivos e planos estratégicos (plano de formação, carta gastronómica, plano estratégico turístico para as aldeias do xisto, guia de produtores locais, manuais de identidade da marca Aldeias do Xisto, etc.);
- Inquéritos directos dirigidos aos parceiros, com base em fichas diagnósticas;
- Apresentação pública dos planos que configuraram a estratégia apresentada nas Acções Preparatórias;
- Reuniões de informação/ sensibilização junto dos parceiros e agentes do território, por áreas temáticas e segundo a metodologia de grupos de trabalho;
- Workshops com outras marcas-territórios e entidades promotoras de PROVERE's, criando maior massa-crítica entre ambos e articulação estratégica entre Programas de Acção;
- Construção dos critérios de selectividade e eficiência e respectiva discussão e aprovação, uma vez recebidas as várias propostas/projectos de investimento, de forma colectiva (em assembleia do Conselho Geral de Parceiros).

1.2. INTRODUÇÃO

O equilíbrio ou resolução das “assimetrias regionais” – um pressuposto clássico das políticas regionais dominadas pelos desígnios da equidade – parece-nos, por isso, merecedor de alguma reflexão. Entre critérios de equidade e de eficiência, de discriminação positiva ou negativa, de assistencialismo ou de intervenções pró-activas, é necessário precisar mais realisticamente aquilo que se pode ou deve fazer perante situações muito diversas e diagramas de SWOTs com escalas territoriais, agendas e expectativas várias. Em abstracto, a simetria ou assimetria torna-se uma questão menor. O carácter estratégico e operativo que se reclama das políticas, exige prioridades e escolhas, selectividades que atendam aos recursos (financeiros, institucionais, humanos) e oportunidades que se possam mobilizar em tempo útil em torno de objectivos e projectos claros.

Voltando ao mosaico territorial da Região Centro, parece-nos consensual a coerência geográfica das Terras Baixas do Litoral, porque mobiliza âmbitos transversais que são comuns e que tocam as grandes questões do sistema urbano, das actividades e do ambiente, e, sobretudo, das populações.

No contexto da situação geográfica e do posicionamento do Litoral na Região do Centro, e atendendo aos referenciais contidos nos cinco eixos prioritários do QREN – PO Centro (i) Competitividade, Inovação e Conhecimento; ii) Desenvolvimento das cidades e dos Sistemas Urbanos; iii) Consolidação e Qualificação dos Espaços Sub-Regionais; iv) Protecção e Valorização Ambiental; v) Governança e Capacitação Institucional, emergem as seguintes realidades:

- O Litoral surge claramente como um território que partilha características e dinâmicas comuns (sócio-demográficas, económicas, ambientais, padrões de povoamento, etc.) e que constitui uma geografia pertinente para a consolidação do eixo Norte/Sul, face às conturbações metropolitanas de Lisboa e Porto, face ao “interior” e face a um dos principais corredores de relação Portugal-Espanha-Europa. A extensão do território, a complexidade, a fragmentação institucional, aconselham, no entanto, que essa “geografia pertinente” seja partida em unidades de menor dimensão em torno das constelações urbanas de Aveiro, Coimbra e Leiria.
- No restante território, persistem dúvidas e hesitações, as que vêm do passado, das províncias, das regiões geográficas, dos distritos e, agora, das NUTs III. Orlando Ribeiro defendia a coerência das unidades geográficas dos planaltos e das montanhas da Beira por referência ao meio montanhoso da Cordilheira Central e aos diferentes blocos que se organizam ora em função da Bacia do Douro, da Bacia do Vouga e do Mondego, e da Bacia do Tejo. Assim:
- Nas serras da Cordilheira Central estariam incluídas as NUT da Serra da Estrela, do Pinhal Interior Norte e do Pinhal Interior Sul;

1.3. DA COESÃO À COMPETITIVIDADE – ANÁLISE SWOT: PINHAL INTERIOR - TERRITÓRIO DE BAIXA DENSIDADE

1.3.1. COMPETITIVIDADE TERRITORIAL/ ANÁLISE SWOT

A Região Centro (NUT II) abrange um vasto território (28.200,4Km²), com uma população residente em 2001 na ordem das 2.385.911 pessoas, caracterizando-se pela sua diversidade de âmbitos geográficos e por uma dicotomia litoral/interior, que genericamente é reconhecida por todos e fundamentada numa grande diversidade de indicadores e argumentos.

Esta dicotomia opõe as Terras Baixas do Litoral – grosso modo as actuais NUT III do Baixo Vouga, Baixo Mondego e Pinhal Litoral – às montanhas e planaltos da Cordilheira Central e das Beiras Alta e Baixa. É também sobre essa partição que se baseiam as teses convencionais sobre as “assimetrias” regionais.

O “interior” é marcado por questões de rarefacção e envelhecimento populacionais, abandono, fragilidade do sistema urbano, situações de encravamento e periferização, declínio dos sistemas agrícolas tradicionais, situações de risco ambiental relacionadas com os incêndios florestais, etc., a par de evidências sobre as riquezas ambientais/paisagísticas e o património biofísico e cultural. O panorama genérico da rarefacção e do declínio, é compensado com o reforço de alguns nós do sistema urbano – em torno das capitalidades distritais e da Covilhã - Fundão – e pela mudança drástica em alguns corredores de mobilidade – o IP2, o IP5 e o IP3, sobretudo. O Estado tem desempenhado o papel primordial no investimento, face à desaceleração ou às dúvidas sobre a sustentabilidade de alguns núcleos de investimento privado na indústria transformadora na área de Viseu, Guarda (uma rótula nas relações Portugal/Espanha/Europa), Castelo Branco, Covilhã, Fundão, todos sobre os corredores O/E-IP5 ou N/S-IP2. O Turismo, o ambiente e o desenvolvimento rural, as fileiras agro-florestal, as energias alternativas, a prevenção dos incêndios, ocupam o lugar primeiro nas expectativas para o futuro, tal como, do lado das políticas da coesão, os desafios e as fragilidades postas por uma população rarefeita e envelhecida, espalhada por territórios vastos e com expectativas face às políticas assistenciais do Estado Social e da acção dos municípios, preocupados agora com o fecho dos investimentos dos QCA e do financiamento da administração e dos serviços públicos.

Em matéria de sistema urbano é tão importante o reforço das maiores polaridades urbanas referidas, como a estabilidade dos pequenos centros, espécie de últimas âncoras de suporte de extensos territórios onde a agricultura já não constitui nem o suporte económico dominante, nem o fazedor e guardador da paisagem. A descolagem da agricultura dos territórios rurais, é tão perturbador quanto a descolagem do urbano dos núcleos tradicionais das cidades. Não parece, por isso, tão simples a adquirida a dicotomia rural/urbano, nem são ainda muito claras as novas urbanidades e ruralidades face aos desígnios de sustentabilidade que tanto se repetem.

De qualquer modo, muitas das várias unidades territoriais, da Região Centro, e muito em particular do Pinhal Interior, são enquadradas, genericamente, ao nível daquilo que se considera de territórios de baixa densidade, e que podem ser definidos, com base no “Regulamento de Enquadramento das Estratégias de Eficiência Colectiva”, ao nível: da escassez de recursos empresariais, de capital humano, de capital relacional, de população e de dimensão urbana.

Quanto ao território de intervenção do PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO o mesmo abrange 22 concelhos, com uma área territorial total de 9.631km² e uma população residente, em 2001, de 355.053 indivíduos, distribuídos pelas seguintes NUT III:

- “Pinhal Interior Norte” (total população residente = 138.543; área territorial = 2.617km²)
- “Pinhal Interior Sul” (total população residente = 44.803; área territorial = 1.903km²)
- “Cova da Beira” (total população residente = 9 3.580; área territorial = 1.373km²)
- “Beira Interior Sul” (total população residente = 78.127; área territorial = 3738km²)

Os Concelhos com intervenção esporádica, pela natureza específica dos projectos âncora a desenvolver - Grande Rota do Zêzere, são: Abrantes; Constância; Ferreira do Zêzere; Guarda; Manteigas.

Assim, as Unidades Territoriais (concelhos) de intervenção ao nível dos “projectos âncora” e “projectos complementares” do Programa de Acção PROVERE – Rede Aldeias do Xisto, são por NUT III, as seguintes:

“Pinhal Interior Norte”

Unidade Territorial	Área territorial	População residente (2006)
Alvaiázere;	160 Km ²	8.112
Arganil;	333 Km ²	13.187
Castanheira de Pêra	67 Km ²	3.464
Figueiró dos Vinhos;	173 Km ²	7.080
Góis;	263 Km ²	4.606

Lousã;	138 Km2	17.252
Miranda do Corvo;	126 Km2	13.400
Oliveira do Hospital;	235 Km2	21.901
Pampilhosa da Serra;	396 Km2	4.756
Penela	13 Km2	6.421
Pedrógão Grande	129 Km2	4.262
Tábua;	200 Km2	12.452
Vila Nova de Poiares	84 Km2	7.291
Total	2.317 Km2	124.184
Total de cobertura (%) por NUT	88,5%	90%

Fonte: ANMP (2006)

“Pinhal Interior Sul”

Unidade Territorial	Área territorial	População residente (2006)
Mação;	400 Km2	7.763
Oleiros;	471 Km2	6.212
Proença-a-Nova;	395 Km2	9.267
Sertã;	447 Km2	16.208
Vila de Rei	192 Km2	3.242
Total	1.905 Km2	42.692
Total de cobertura (%) por NUT	100%	100%

Fonte: ANMP (2006)

“Cova da Beira”

Unidade Territorial	Área territorial	População residente (2006)
Covilhã;	556 Km2	53.501
Fundão	700 Km2	31.297
Total	1.256 Km2	84.798
Total de cobertura (%) por NUT	91,5%	91%

Fonte: ANMP (2006)

“Beira Interior Sul”

Unidade Territorial	Área territorial	População residente (2006)
Castelo Branco;	1.438 Km2	55.034
Vila Velha de Ródão	330 Km2	3.802
Total	1.786 Km2	58.836
Total de cobertura (%) por NUT	48%	75%

Fonte: ANMP (2006)

População Residente no Território, segundo o grupo etário e género (2001)

	Total		0 a 14 anos		15 a 24 anos		25 a 64 anos		65 4 mais anos	
	HM	H	HM	H	HM	H	HM	H	HM	H
Região Centro	2.385.911	1.153.368	335.161	171.426	272.769	139.331	1.292.583	638.108	485.398	204.503
Pinhal Interior Norte	124.045	59.901	16.685	8.594	13930	7.296	63.669	31.830	29.761	12.181
Pinhal Interior Sul	42.411	20.803	4.541	2.292	6195	3.479	44.833	9.865	12.542	4.987
Cova da Beira	83.615	40.403	10.451	5.391	9444	4.891	45.099	22.532	18.621	7.589
Beira Interior Sul	57.788	27.747	7.392	3.809	5852	2.998	30.959	15.282	13.675	5.748
Total	307.859	148.854	39.069	20.086	35.421	18.664	184.560	79.509	74.599	30.505
(%)										
Face ao Total da Pop. RC	13%		12%		13%		14%	12,5%	15%	

Fonte: adaptado do Anuário Estatístico da Região Centro, 2007 - INE

Desemprego registado por concelho segundo o género, o tempo de inscrição e a situação face à procura de emprego (Novembro de 2008)

NUT / Concelho	Género		Tempo de Inscrição		Situação Face à Procura de Emprego		Total
	Homens	Mulheres	< 1 ano	1 ano e +	1º emprego	novo emprego	
Pinhal Interior Norte							
Alvaiázere	58	149	156	51	46	161	207
Arganil	161	183	257	87	29	315	344
Castanheira de Pera	72	86	104	54	20	138	158
Figueiró dos Vinhos	85	172	154	103	38	219	257
Góis	60	81	89	52	11	130	141
Lousã	228	390	472	146	87	531	618
Miranda do Corvo	148	196	249	95	61	283	344
Oliveira do Hospital	220	391	440	171	66	545	611
Pampilhosa da Serra	44	46	68	22	12	78	90
Penela	46	83	86	43	14	115	129
Pedrógão Grande	43	73	69	47	18	98	116
Tábua	176	240	274	142	37	379	416
Vila Nova de Poiares	83	103	136	50	36	150	186
Sub-total	1424	2193	2554	1063	475	3142	3617

Pinhal Interior Sul							
Oleiros	35	36	53	18	16	55	71
Proença-a-Nova	70	129	118	81	40	159	199
Sertã	132	300	335	97	86	346	432
Vila de Rei	38	29	51	16	14	53	67
Sub-total	275	494	557	212	156	613	769
Cova da Beira							
Covilhã	1276	1661	1921	1016	392	2545	2937
Fundão	535	694	841	388	173	1056	1229
Sub-total	1811	2355	2762	1404	565	3601	4166
Beira Interior Sul							
Castelo Branco	943	1143	1446	640	237	1849	2086
Vila Velha de Ródão	49	31	42	38	10	70	80
Sub-total	992	1174	1488	678	247	1919	2166
Total	4502	6216	7361	3357	1443	9275	10718

Fonte: Desemprego Registrado por Concelho - Estatísticas Mensais (Novembro 2008), Gabinete de Estudos e Avaliação, IEFP I.P.

Território	Taxa de pré-escolarização	Taxa bruta de escolarização	Taxa escolarização
		Ensino secundário	ensino superior
Região centro	90,6	105,7	28,7
Pinhal Interior Norte	91,6	82,4	3,1
Oliveira do Hospital	110,3	95,8	18,7
Tábua	95,6	55,9	0
Vila Nova de Poiães	69,4	77,1	0
Arganil	98	107,3	0
Lousã	71,5	116,1	0
Miranda do Corvo	82	40,1	0
Góis	99	0	0
Pampilhosa da Serra	105,7	12	0
Castanheira de Pêra	87,3	0	0
Penela	86,4	30,6	0
Pedrógão Grande	93,3	212,2	0

Figueiró dos vinhos	99,4	113,8	0
Alvaiázere	84,6	57,8	0
Pinhal Interior Sul	104,3	89,9	0
Oleiros	87,7	54,9	0
Sertão	106,2	120,2	0
Proença a Nova	93,1	87,7	0
Vila de Rei	114,3	33,7	0
Cova da Beira	98	106,5	60,8
Covilhã	98,1	111,4	108,8
Fundão	99	110,9	0
Beira Interior Sul	98,2	129,8	68
Castelo Branco	94,3	128,9	75,8
Vila Velha de Ródão	134,2	143,4	0

Fonte: Anuário Estatístico da Região Centro, 2007 - INE

Podemos considerar que a Densidade populacional média no território de intervenção é de 42hab/km², e que o Programa de Acção PROVERE-Rede Aldeias do Xisto abrange, por conseguinte, 75% do território total das NUT III e 87% da sua população residente, sendo que comparativamente com a Região Centro (NUT II), a cobertura territorial e populacional é de, respectivamente, 26% e 8,3%.

O Pinhal Interior abrange pois um número significativo de concelhos situados no litoral (Ansião/Alvaiázere) até ao centro do país (Oliveira do Hospital a norte e Mação a sul) caracterizando-se de forma sumária por ter um tecido económico e social debilitado, cuja revitalização representa um enorme desafio. Nesta vasta unidade territorial, predomina a exploração florestal e, em termos de acessibilidades à rede urbana é ainda manifestamente deficiente. Contudo, é possível verificar um processo de lenta aproximação aos centros polarizadores de Pombal/Leiria/Coimbra a oeste, Viseu a norte e a Castelo Branco a sul. O eixo de pequenos centros urbanos (Figueiró dos Vinhos, Pedrógão Grande, Sertão e Proença-a-Nova) pode desempenhar um papel importante na estruturação deste território que contribua para maior coesão social interna.

Em síntese, do ponto de vista demográfico e do povoamento, a área territorial acima descrita caracteriza-se pelos seguintes aspectos:

- baixa densidade populacional (42 hab/km², i.e. 1,7 vezes menos a média da região Centro);
- pequenos aglomerados populacionais (71,4% da população do “Pinhal Interior Norte” e 74,1% da população do “Pinhal Interior Sul”, vive em aglomerados com menos de 500 hab.);
- decréscimos acentuados (entre 1981 e 1991 a população do “Pinhal Interior Norte” diminuiu 8,3% e a do “Pinhal Interior Sul” 16,1%).

1.3.2. SWOT BASE EMPRESARIAL E CAPACIDADE/COMPETÊNCIAS EM I&DT

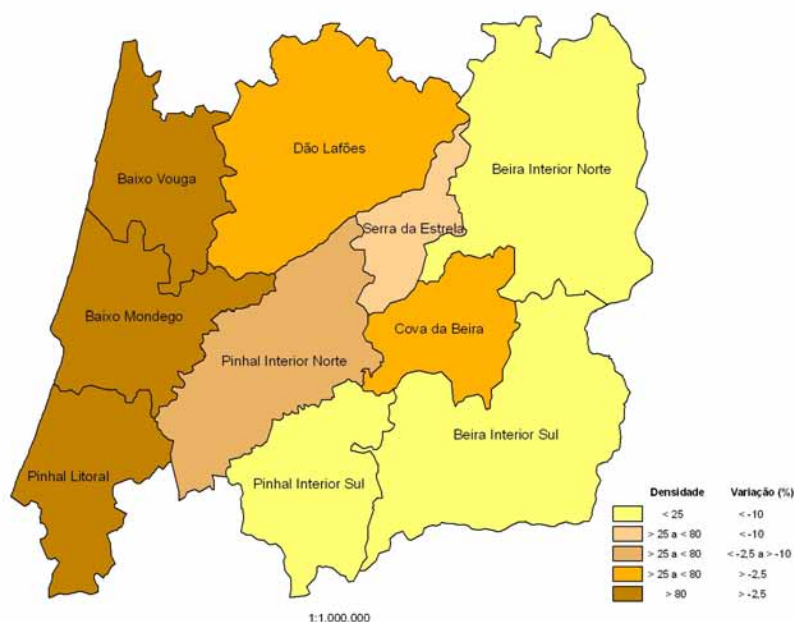
A base económica do Pinhal Interior assenta essencialmente na silvicultura e actividades conexas que têm vindo a sofrer um decréscimo significativo dos níveis de actividade, agravada pelos incêndios florestais dos últimos anos. A floresta, além dos produtos lenhosos, produz um conjunto de produtos não lenhosos (frutos, cogumelos, mel, plantas aromáticas, medicinas e condimentares) e promove as condições para a prática de caça e pesca em águas interiores.

Apesar desta multiplicidade de ofertas, a floresta é valorizada essencialmente pela produção de material lenhoso com graves problemas ao nível do ordenamento daí a Estratégia Nacional para as Florestas; daí que os Planos Regionais de Ordenamento Florestal tenham como um dos princípios orientadores “promover a garantir o acesso à utilização social da floresta, promovendo a harmonização das múltiplas

funções que ela desempenha e salvaguardando os seus aspectos paisagísticos, recreativos, científicos e culturais” e como objectivos, em termos de prevenção de potenciais constrangimentos e problemas, “ ... promover normas de gestão florestal que não comprometam a utilização para recreio dos espaços florestais, em especial os associados aos espaços de conservação e às paisagens únicas das serras e envolventes de aldeias históricas ... desenvolver os espaços florestais por forma a enquadrar os elementos singulares de paisagem...”.

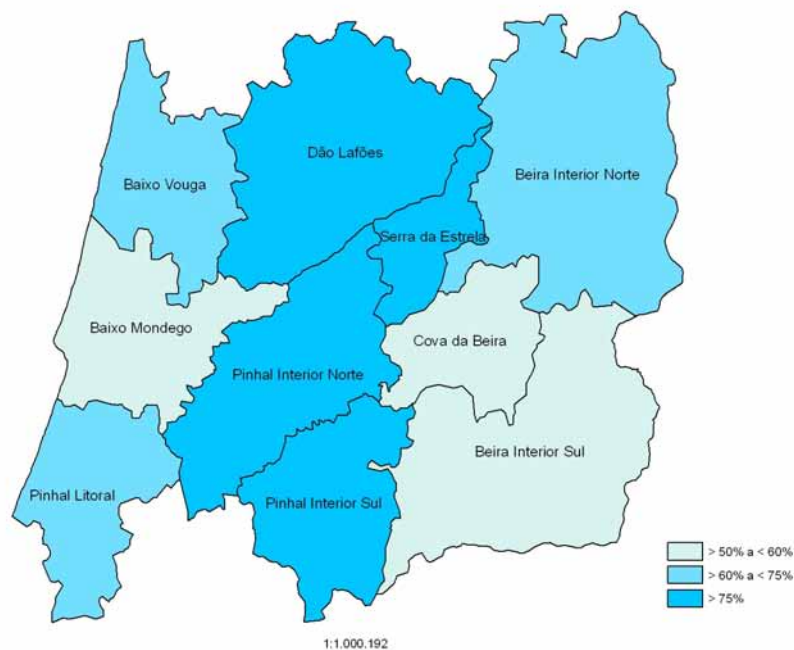
Em termos de actividade económica, a distribuição da população activa é mais equilibrada no “Pinhal Interior Norte” (16,9% no sector primário, 43,4% no sector secundário e 39,6% no sector terciário) do que no “Pinhal Interior Sul” (33,7% no sector primário, 30,8% no sector secundário e 35,5% no sector terciário).

Densidade rural e variação da população rural 1991/2001



Depois de uma forte quebra da população rural nas décadas anteriores, nomeadamente na de 1991/81, em todas as NUT III, verifica-se que em cinco delas se regista agora, 2001/91, uma estabilização ou mesmo um acréscimo. Ou seja, tende a estabelecer-se uma situação social e económica que não leva a uma saída de população. Nas outras cinco NUT III, em especial em quatro delas, verifica-se ainda uma forte quebra de população rural.

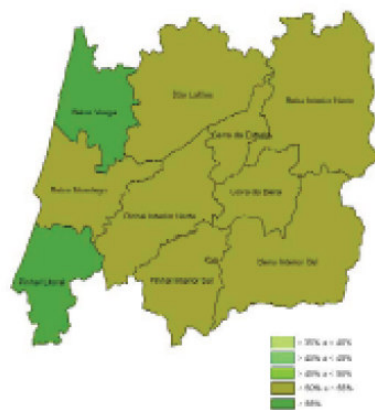
Percentagem da população rural na população residente



Na Região Centro o peso da população rural é mais acentuado do que na média do Continente.

A vida e a economia da maior parte da população da Região Centro decorrem em aglomerados de pequena dimensão que, em cinco NUT III, registam dinâmicas demográficas positivas.

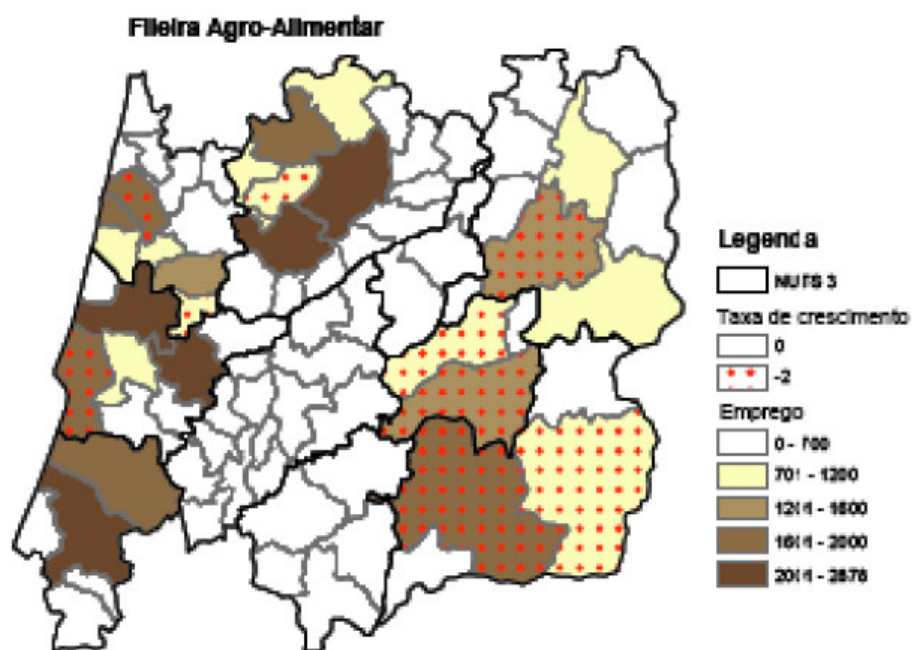
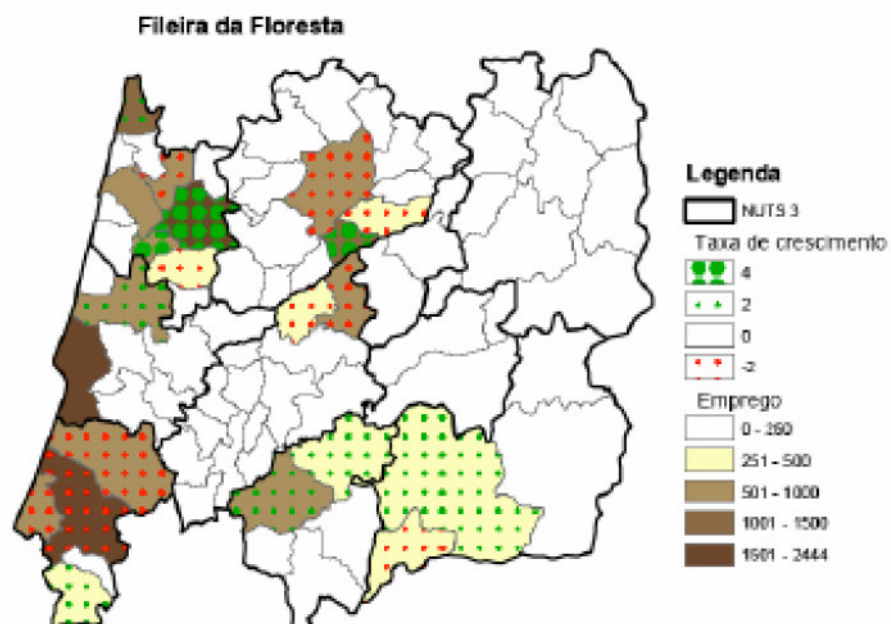
Percentagem da população activa na população residente (população urbana)

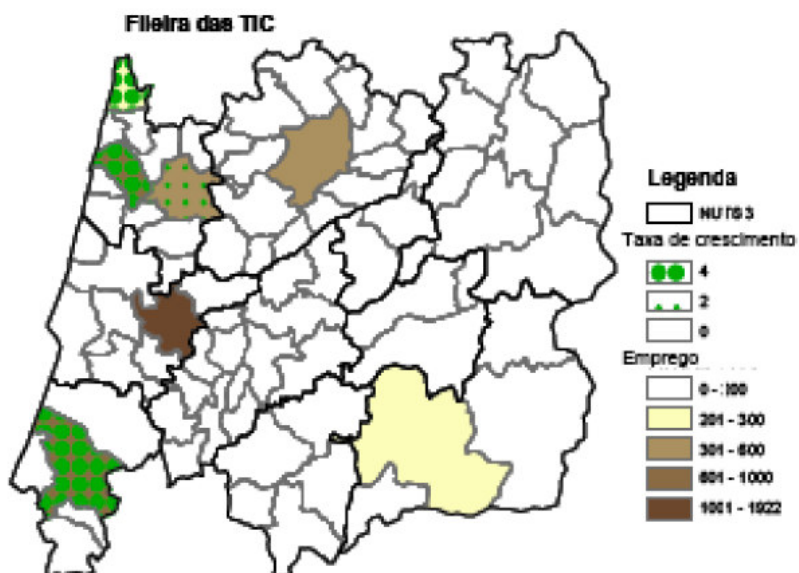
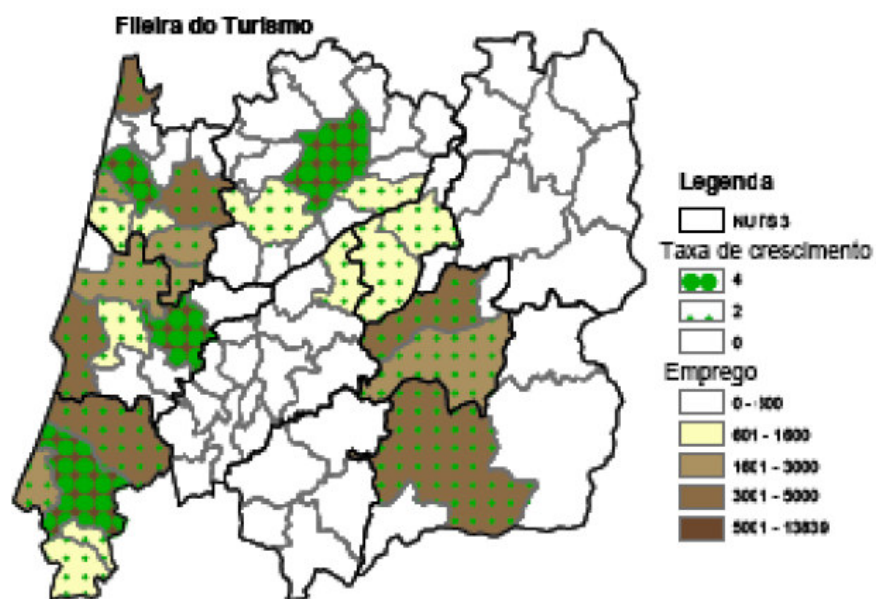


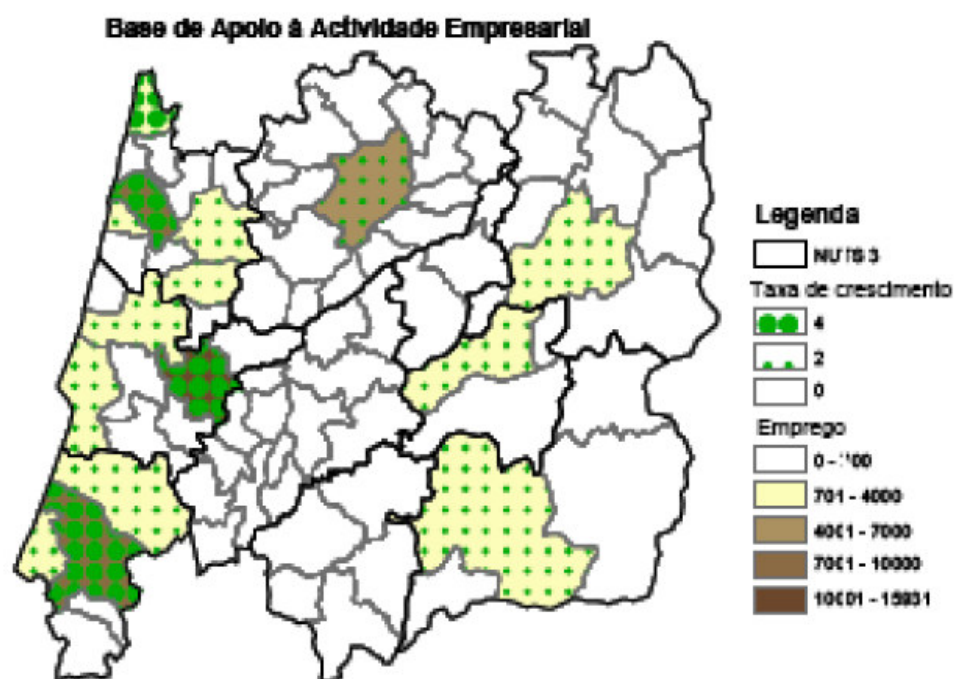
Percentagem da população activa na população residente (população rural)



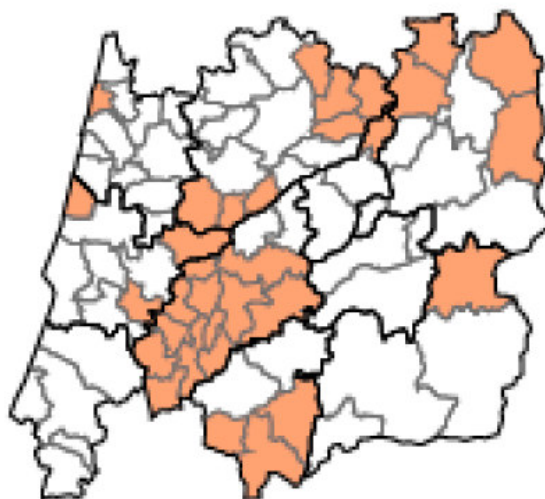
Pinhal Interior - Baixa Densidade das Fileiras Produtivas (diagramas)

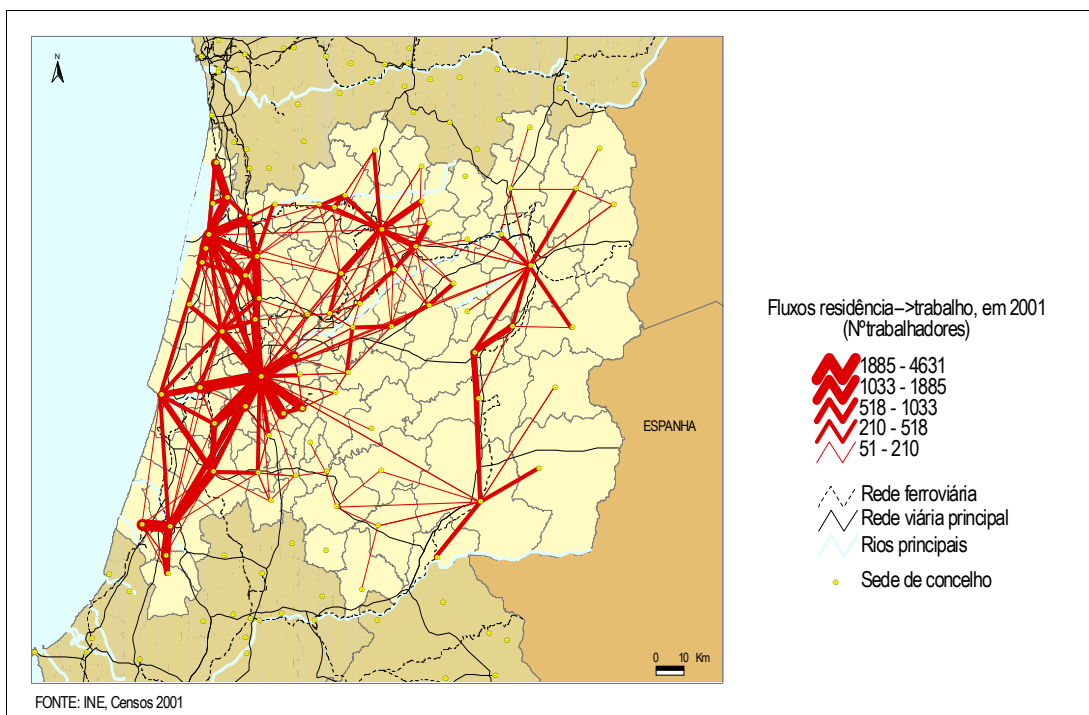






Concelhos marginais às principais fileiras produtivas





Território (2007)	Estada média de hóspedes estrangeiros	Capacidade alojamento 1000 habitantes	Hóspedes por habitante
	Nº de noites	Nº	
Região centro	2,1	15,4	0,9
Pinhal Interior Norte	1,6	4,6	0,3
Oliveira do Hospital	1,3	6,2	0,6
Tábua	1,9	12	0,6
Vila Nova de Poiáres	//	0	0
Arganil	2,4	9,1	0,5
Lousã	1,7	6,6	0,5
Miranda do Corvo	2,5	3,9	0,1
Góis	//	0	0
Pampilhosa da Serra	//	0	0
Castanheira de Pêra	3	7,1	0,4
Penela	//	0	0

Pedrógão Grande	1,3	5,6	0,5
Figueiró dos vinhos	//	0	0
Alvaiázere	//	0	0
Pinhal Interior Sul	1,7	4,8	0,3
Oleiros	//	0	0
Sertã	1,8	6,3	0,3
Proença a Nova	1,6	7,4	0,4
Vila de Rei	2,1	10,2	0,8
Cova da Beira	1,9	20	1,4
Covilhã	2	23,1	1,7
Fundão	2	14,7	0,9
Beira Interior Sul	1,7	18,7	1,1
Castelo Branco	1,7	13,1	1,1
Vila Velha de Ródão	//	0	0

Fonte: Anuário Estatístico da Região Centro, 2007 - INE

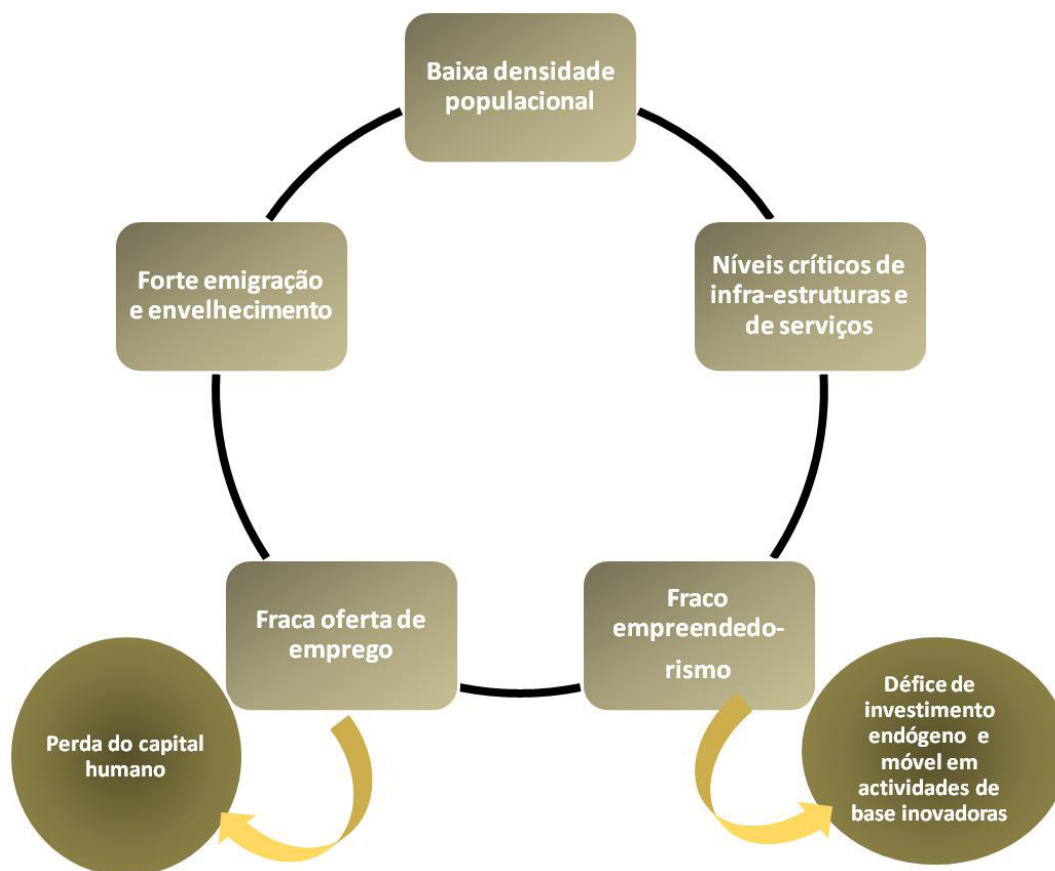
Território (2007)	Estadia média no estabelecimento				Taxa de ocupação -cama (líquida)			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros estab.	Total	Hotéis	Pensões	Outros estab.
	Nº				%			
Região centro	1,9	1,9	1,9	1,9	30,1	35,1	21,2	25,5
Pinhal Interior Norte	1,6	1,6	1,7	1,7	29,9	32,8	19,2	29,6
Pinhal Interior Sul	1,5	1,4	1,5	1,7	21,4	15,8	24,5	19,8
Cova da Beira	1,7	1,8	1,3	1,6	32,3	35	32,9	34,4
Beira Interior Sul	1,8	1,8	1,6	1,4	29,7	40,9	19,5	8,3

Território (2007)	Dormidas				Hóspedes			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros estab.	Total	Hotéis	Pensões	Outros estab.
	Nº				Nº			
Região centro	3851235	2714142	742884	394209	2053430	1441026	399860	212544
Pinhal Interior Norte	65970	40452

Pinhal Interior Sul	16930	898	11041	689
Cova da Beira	218133	162115	36452	19566	131897	91207	28752	11938
Beira Interior Sul	139929	96010	39810	4109	79474	52182	24388	2904

Território (2007)								
	Total	Turismo rural	Turismo habitação	Agroturismo	Casas campo	Turismo aldeia	Hotel rural	Total quartos
Região centro	224	87	57	29	45	1	5	1262

Fonte: Anuário Estatístico da Região Centro, 2007 - INE



Forças

- Estrutura produtiva diversificada e territorialmente heterogénea;
- Região com bom posicionamento estratégico na mobilidade de pessoas e mercadorias a nível nacional e europeu;
- Importância da identidade cultural e *saber-fazer* tradicional, na criação de círculos de inovação virtuosos e assim ancorar, através deles, uma afirmação competitiva do território nos mercados internacionais;
- Património histórico, arquitectónico, cultural e natural relevante, e forte identidade cultural e produtos regionais com tradição e qualidade reconhecida internacionalmente;
- Existência de diversos factores de competitividade para produções, nomeadamente nas relacionadas com o meio rural (vinho, azeite, floresta, etc);
- Condições favoráveis ao desenvolvimento de actividades ligadas ao turismo e ao lazer através da valorização do património;

Fraquezas

- O tecido produtivo do território em análise é caracterizado por empresas de muito pequena dimensão, micro-empresas, em que as sociedades aí sedeadas têm, claramente, um peso pouco significativo. O número de empresas destas regiões não tem crescido muito ao longo do tempo, o que se deve essencialmente à já existente debilidade do tecido económico e empresarial e ao facto deste espaço ter características pouco atractivas para a fixação de novas empresas - dificuldades de acesso a grandes mercados, menor capacidade de discussão com os centros de decisão e falta de capacidade de iniciativa
- Empresas de cariz familiar com fraca capacidade negocial
- Infra-estruturas empresariais e logísticas deficitárias
- O perfil de especialização regional assenta basicamente nos factores “recursos naturais” e “baixo custo de mão-de-obra”, o que explica a baixa produtividade regional
- O PIB *per capita* e VAB do território é inferior ao valor médio nacional o mesmo acontecendo com a produtividade do trabalho,
- Défice de cooperação existente entre as entidades dos sectores público e privado, devido em grande parte a factores culturais arraigados, de que se destacam um problema estrutural de falta de organização, uma cultura empresarial individualista e uma cultura académica fechada sobre si mesma, que têm conduzido à sobreposição de iniciativas e a custos adicionais sem uma efectiva melhoria de resultados;
- Debilidades estruturais graves ao nível da estrutura produtiva: Tecido empresarial constituído por unidades de reduzida dimensão (70% são micro empresas), com baixa intensidade em tecnologia e inovação, e falta de capacidade de exportação (nem 10% das sociedades são exportadoras);
- Debilidades estruturais graves ao nível do capital humano: baixa qualificação (70% dos recursos humanos apenas com a escolaridade básica), traduzindo-se por baixos níveis de produtividade da mão-de-obra;
- Infra-estruturas de localização industrial precárias e em termos de ordenamento, ambiente, serviços tecnológicos e de logística;
- Especialização em sectores tradicionais com dificuldades competitivas, resultantes de modelos de negócio esgotados e das dificuldades de reestruturação e modernização;
- Baixa qualificação dos empresários e falta de iniciativa empresarial;
- Dificuldades acrescidas de cooperação (público-público, público-privado, privado-privado) por escassez de actores e défice de cultura de cooperação;

Oportunidades

- Proximidade geográfica com o mercado ibérico;
- O sector do turismo, por seu turno, encontra-se ainda pouco desenvolvido, face ao potencial paisagístico e patrimonial existente, representando o “alojamento e restauração” apenas 12,6% do VAB gerado por este sector a nível nacional;
- Valorização dos recursos naturais, patrimoniais e culturais para o desenvolvimento turístico, diversificação da economia regional e dinamização da base económica nacional;
- Aposta em estratégias de requalificação profissional e inserção social dos desempregados de longa duração em serviços de proximidade e em áreas relacionadas com a economia social;
- Clusterização das actividades económicas, alargando e densificando, através da incorporação de inovação e tecnologia, a cadeia de valor dos sectores tradicionais com aptidão exportadora;
- Explorar o potencial energético e as áreas de excelência produtiva regional;
- Valorização crescente dos processos de desenvolvimento sustentável, onde se torna central a conservação e protecção da natureza;
- Reconhecimento pela U.E. da importância do meio rural;
- Processo de reorganização dos actores regionais à volta das agências de desenvolvimento regional;
- Acréscimo da atractividade do turismo decorrente do aumento da procura mundial de produtos turísticos, culturais, de lazer, agro-alimentares e gastronómicos;
- Propensão para o retorno às origens de migrantes nacionais e internacionais como potencial fonte de iniciativa;
- Diáspora emigrante como factor de divulgação regional e nó de articulação internacional;

Ameaças

- Diminuição de competitividade causada pela mão-de-obra não qualificada;
- Deslocalização das empresas dos sectores tradicionais, causando desemprego.
- Fraca presença de capitais estrangeiros e de IDE na região;
- Desemprego estrutural nas áreas geográficas mais desfavorecidas, motivado pela regressão do sector primário e do sector industrial tradicional;
- Défice de cooperação entre os sectores público e privado: falhas organizacionais, cultura empresarial individualista e cultura académica fechada;
- Dinâmica demográfica de envelhecimento nacional;
- Esgotamento da competitividade baseada em mão-de-obra não qualificada;
- Riscos de deslocalização de empresas dos sectores tradicionais, com perda de emprego

O sistema produtivo regional continua a caracterizar-se, apesar da evolução positiva verificada nos últimos anos a nível nacional, por uma baixa intensidade em tecnologia e inovação, o que constitui um forte constrangimento ao crescimento económico e à melhoria da competitividade da região. A título de

exemplo, o número de pedidos de patentes por milhão de habitantes registados no período 1999-2001 na Região Centro (NUT II), foi de apenas 4,8, contra 128,6, em média, na UE25.

Por outro lado, as despesas em I&D na Região Centro representam 0,69% do PIB, abaixo da média nacional que se situa nos 0,8% do PIB. Neste particular, o território da Rede das Aldeias do Xisto ainda se encontra em situação pior, pois apresenta apenas um rácio de 0,39% do PIB, isto é, a despesa total efectuada nas NUT III que compõem o território, apenas representam 0,39 % do total do PIB do mesmo território, cerca de metade da média nacional.

NUT III	PIB (ano 2003)	Despesas / Investimento em I&D	% do PIB
Pinhal Interior Norte	1.016.000.000,00 €	774.000,00 €	0,08%
Pinhal Interior Sul	363.000.000,00 €	121.000,00 €	0,03%
Beira Interior Sul	847.000.000,00 €	1.744.000,00 €	0,21%
Cova da Beira	839.000.000,00 €	9.310.000,00 €	1,11%
TOTAL - Território Aldeias do Xisto	3.065.000.000,00 €	11.949.000,00 €	0,39%
Média Portugal			0,80%
Média Região Centro			0,69%

Esta situação tem a ver, por um lado, com o perfil de especialização regional, que assenta nos factores “recursos naturais” e “baixo custo de mão-de-obra”, e por outro lado com a própria estrutura empresarial da região, maioritariamente formada por empresas familiares de pequena dimensão (com menos de 9 empregados), o que não lhes confere massa crítica suficiente, em termos de recursos humanos e financeiros, para investir em inovação.

No que respeita a oferta de serviços tecnológicos, o território encontra-se relativamente bem servido, quer em quantidade, quer em qualidade. Dispõe de um conjunto significativo de instituições de ensino superior e de unidades de investigação (laboratórios do estado, centros tecnológicos e centros de investigação universitária), em proporção similar à média do País (2 unidades de I&D/1000 habitantes), as quais se distribuem pelo território, com uma maior concentração na NUT III “Cova da Beira”.

- Instituições de Ensino Superior: 1 Universidade (UBI – Covilhã), e 1 instituto politécnico estatal localizado em Castelo Branco (IPCB), e vários institutos de formação superior;

- Centros Tecnológicos: 1 centro tecnológico associado a sectores económicos tradicionais – o CITEVE (Centro Tecnológico dos Têxteis e Vestuário), com uma delegação na Covilhã;
- Unidades de Investigação: para além dos centros de I&D integrados nas Universidades, existem outros centros desta natureza de que se destaca, pela sua adequação à especialização produtiva regional, o CBE (Centro de Biomassa para a Energia) em Miranda do Corvo;
- Incubadoras: 1 Incubadora situada na Covilhã;

Tendo em conta a oferta e a procura de serviços tecnológicos, pode concluir-se que os centros de I&D não encontram actualmente, por parte das empresas regionais, uma pressão suficiente para alargar a oportunidade de disponibilização regional de serviços tecnológicos, ao mesmo tempo que a incorporação tecnológica na produção regional fica aquém das possibilidades existentes. Neste contexto, torna-se necessária uma abordagem concertada da intervenção público-privada que permita, por um lado, reforçar as competências das unidades de investigação regionais e fomentar a incorporação da inovação tecnológica nas empresas, e por outro lado, melhorar a articulação entre as empresas e os centros de I&D e estimular uma maior colaboração entre a prática da investigação científica e tecnológica e as necessidades do mundo empresarial.

A Região Centro é responsável por 18% do pessoal afecto a actividades de I&D; 23% das unidades de I&D e 15% da despesa/investimento em I&D, quando comparada com Portugal Continental;

O Território da rede das Aldeias do Xisto é responsável por 7% do pessoal afecto a actividades de I&D; 10% das unidades de I&D e 6% da despesa/investimento em I&D, quando comparada com a Região Centro de Portugal.

De realçar o especial destaque da NUT III “Cova da Beira”, que é responsável por cerca de 77% do pessoal afecto, unidades e total de despesa/investimento do Território da Rede das Aldeias do Xisto.

Outros dados relevantes:

- Quanto às entidades executoras das despesas em I&D:

- 18% da despesa em I&D é efectuada por Empresas;
- 4% da despesa em I&D é efectuada pelo Estado;
- 78% da despesa em I&D é efectuada por Entidades do Ensino Superior;

- Quanto às entidades financiadoras das actividades de I&D:

- 16% da despesa em I&D é financiada por Empresas;
- 82% da despesa em I&D é financiada pelo Estado;
- 2% da despesa em I&D é financiada por Entidades do Ensino Superior;

- Quanto às entidades empregadoras das actividades de I&D:

- 20% do Pessoal afecto a actividades de I&D trabalha nas Empresas;
- 5% do Pessoal afecto a actividades de I&D trabalha no Estado;
- 75% do Pessoal afecto a actividades de I&D trabalha em Entidades do Ensino Superior;

Daqui se pode concluir que a Despesa em I&D continua demasiado concentrada no Estado, quer directamente através dos laboratórios públicos, quer indirectamente através das Instituições de ensino superior, que em muitos casos ainda não estão devidamente articulados com o mundo empresarial e vice-versa.

Investigação e Desenvolvimento (I&D) por NUTS II, 2005				
	Unidades de investigação		Despesa Investimento Total	
	N.º	%	milhares de euros	%
Portugal	2 179		1 201 112	
Continente	2 123		1 177 484	
Centro	499	22,90%	186 420	15,52%
Pinhal Interior Norte	7		774	
Pinhal Interior Sul	2		121	
Beira Interior Sul	8		1 744	
Cova da Beira	35		9 310	
TERRITÓRIO ALDEIAS DO XISTO	52	10,42%	11 948	6,41%
Investigação e Desenvolvimento (I&D) por NUTS III, 2005				
	Pessoal em I&D (Equivalente a Tempo Integral)			

	Total	%	Por sector de execução			
			Empresas	Estado	Ensino superior	Instituições privadas sem fins lucrativos
Portugal	25 728		6 133	4 533	11 680	3 381
Continente	25 089		6 082	4 336	11 410	3 261
Centro	4 659	18,11%	1 291	333	2 488	547
Pinhal Interior Norte	21		19	0	1	0
Pinhal Interior Sul	3		3	0	0	0
Beira Interior Sul	50		10	10	30	0
Cova da Beira	253		34	6	212	0
TERRITÓRIO ALDEIAS DO XISTO	326	7,01%	67	16	244	0
			20,38%	4,96%	74,66%	0,00%

Investigação e Desenvolvimento (I&D) por NUTS III, 2005						
	Pessoal em I&D (Equivalente a Tempo Integral)					
	Total	%	Por sector de execução			
			Empresas	Estado	Ensino superior	Instituições privadas sem fins lucrativos
Portugal	25 728		6 133	4 533	11 680	3 381
Continente	25 089		6 082	4 336	11 410	3 261
Centro	4 659	18,11%	1 291	333	2 488	547
Pinhal Interior Norte	21		19	0	1	0

Pinhal Interior Sul	3		3	0	0	0
Beira Interior Sul	50		10	10	30	0
Cova da Beira	253		34	6	212	0
TERRITÓRIO ALDEIAS DO XISTO	326	7,01%	67	16	244	0
			20,38%	4,96%	74,66%	0,00%

NUT III	PIB (ano 2003)	Despesas / Investimento em I&D	% do PIB
Pinhal Interior Norte	1.016.000.000,00 €	774.000,00 €	0,08%
Pinhal Interior Sul	363.000.000,00 €	121.000,00 €	0,03%
Beira Interior Sul	847.000.000,00 €	1.744.000,00 €	0,21%
Cova da Beira	839.000.000,00 €	9.310.000,00 €	1,11%
TOTAL - Território Aldeias do Xisto	3.065.000.000,00 €	11.949.000,00 €	0,39%
Média Portugal			0,80%
Média Região Centro			0,69%

1.3.3. SWOT CAPACIDADES/COMPETÊNCIAS EM FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Entidades acreditadas para formação, na Região Centro:

O território abrangido pelos três Planos de Acção PROVERE é um território de extrema baixa densidade, vasto, polarizado, onde existem poucas entidades acreditadas para formação profissional, principalmente se analisarmos algumas zonas do Pinhal Interior, nomeadamente, o Pinhal Interior Norte e o Pinhal Interior Sul.

Centros de Formação (8)

- CEARTE – Centro de Formação Profissional do Artesanato
- CILAN – Centro de Formação Profissional para a Indústria de Lanifícios
- CFAD – Centro de Formação, Assistência e Desenvolvimento
- EDUCA.PLENITUS – Centro de Formação, Lda.
- NERCAB FORMAÇÃO – Centro de Formação Empresarial da Beira Baixa, Unipessoal, Lda.
- CONÍMBRIGA – Formação e Serviços, Lda.
- EUROEXEMPLO – Centro de Formação, Lda.r
- AFTEBI – Associação Para a Formação Profissional e Tecnológica da Beira Interior

Associações de Desenvolvimento (21)

- ADM ESTRELA - Associação de Desenvolvimento e Melhoramentos
- BEIRA SERRA – Associação Promotora do Desenvolvimento Rural Integrado da Cova da Beira
- ADRACES – Associação para o Desenvolvimento da Raia Centro-Sul Beira
- PINHAL MAIOR – Associação de Desenvolvimento do Pinhal Interior Sul
- ADIBB – Associação de Desenvolvimento Integrado da Beira Baixa
- ADIBER – Associação de Desenvolvimento de Góis e da eira Serra
- ADIP – Associação de Desenvolvimento Integrado de Poiares
- Associação para o Desenvolvimento e Formação Profissional de Miranda do Corvo
- PINHAIS DO ZÊZERE – Associação para o Desenvolvimento
- NOVOTECNA – Associação para o Desenvolvimento Tecnológico
- ADRUSE – Associação de Desenvolvimento Rural da Serra da Estrela
- PRÓ-RAIA – Associação de Desenvolvimento da Raia Centro Norte
- Associação de Desenvolvimento da “Raia Histórica”
- PINUS VERDE – Associação de Desenvolvimento Integrado da Floresta
- Associação de Desenvolvimento da Figueira da Foz

- ADES – Associação para o Desenvolvimento do Sabugal
- JADRC – Jovens Associados para o Desenvolvimento Regional do Centro
- NOVOTECNA – Associação para o Desenvolvimento Tecnológico
- IPN - Instituto Pedro Nunes – Associação para a Inovação e Desenvolvimento em Ciência e Tecnologia
- ABPG – Associação de Beneficência Popular de Gouveia

Associações Comerciais (7)

- NERGA-AE – Núcleo Empresarial da Região da Guarda – Associação Empresarial
- Associação Comercial e Industrial de Coimbra
- Associação Empresarial da Covilhã, Belmonte e Penamacor
- NERCAB – Associação Empresarial da Região de Castelo Branco
- Associação Comercial e Industrial do Concelho do Fundão
- CEC/CCIC – Conselho Empresarial do Centro / Câmara de Comércio e Indústria do Centro
- ACIST – Associação de Comerciantes e Instaladores de Sistemas de Telecomunicações

Empresas (39)

Fundações (4)

- Fundação Frei Pedro
- Fundação Bissaya Barreto
- Fundação D. Laura dos Santos de Moimenta da Serra
- Fundação Beatriz Santos

Ensino (6)

- Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Castelo Branco
- UBI – Universidade da Beira Interior
- Instituto Superior Miguel Torga
- Instituto Educativo de Souselas, Lda.
- ENSIGUARDA – Escola Profissional, Lda.
- SÁBIA TODA – Centro de Explicações e Formação, Lda.

Solidariedade (10)

- ABPG - Associação de Beneficência Popular de Gouveia
- ARCIL – Associação para a Recuperação do Cidadão Inadaptado da Lousã
- APPACDM de Coimbra – Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental
- CERCIPENELA – Cooperativa Para a Educação e Reabilitação de Crianças Inadaptadas de Penela
- APPACDM de Condeixa-a-Nova - Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental
- APPACDM de Vila Nova de Poiares - Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental
- Associação Cultural Recreativa e Social de Samuel
- Associação de Promoção Social, Cultural e Desportiva de Fornos de Algodres
- Santa Casa da Misericórdia de Condeixa-a-Nova
- ARCIAL – Associação para a Recuperação de Crianças Inadaptadas de Oliveira do Hospital

Pontos fortes

- Plano de animação e desenvolvimento capacidade de intervenção em cinco NUT's (Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Cova da Beira, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul), como reflecte a Declaração de Cooperação entre as entidades líderes de Consórcios PROVERE (Ver Anexo ??)
- Dinâmica interna
- Equipa jovem e multifacetada
- Conjunto de parcerias nacionais, locais e internacionais desenvolvidas
- Experiência na gestão da formação
- Sistema de gestão da formação definido de acordo com metodologias reconhecidas
- Consolidação da área da formação e reconhecimento da importância da formação para a estratégia definida
- Envolvimento da estrutura nas actividades de formação e experiência da equipa interna
- Forte aposta da direcção no fortalecimento das competências da equipa interna
- Capacidade de inserção dos formandos em projectos de âmbito globalizante
- Bom relacionamento com organismos públicos e outras entidades locais, regionais e nacionais
- Reconhecimento do meio quanto à qualidade da oferta formativa
- N.º de empresas e instituições aderentes ao Consórcio.

Pontos Fracos

Partindo de uma Zona de Intervenção inserida num território de baixa densidade e com enormes constrangimentos ao nível do desenvolvimento onde a desertificação/isolamento é a sua face mais visível, pretende-se potenciar as sinergias positivas, partindo dos recursos com maior potencial, criar referências estruturadas mobilizadoras dos indivíduos, das comunidades, agentes do seu próprio processo de desenvolvimento, materializando um projecto de vida para a comunidade.

O desemprego é uma das suas faces mais visíveis, principalmente o desemprego feminino. A falta de qualificação e a existência de pouca realização de formação profissional, remetem para a exclusão social das pessoas. O pouco dinamismo económico existente remete ainda para uma vertente de debilidade do mercado de trabalho e pela fraca capacidade de absorver mão-de-obra, especialmente, feminina.

- Zonas que sofrem com o processo de desertificação populacional, principalmente das camadas mais jovens da população
- Fracas oportunidades de emprego que remetem para um processo de exclusão social das pessoas
- Índice de desemprego feminino
- Baixa qualificação das pessoas
- Falta de especialistas
- Falta de reconhecimento dos saberes locais e a possibilidade destes de perderem

Ameaças

O território, marcadamente rural e que tem sofrido mudanças importantes nos últimos anos que têm conduzido a vagas de êxodo rural e ao envelhecimento populacional, com o risco a curto e médio prazo, de uma desertificação humana quase total e do abandono de certas zonas.

- Êxodo rural e o envelhecimento populacional na zona de intervenção
- Reduzida dinâmica empresarial na zona que proporcione ofertas de emprego
- Existência de um número reduzido de “player’s” na região, quando comparado com a extensão do território, que actuam no domínio da formação
- Dispersão de massa crítica

Oportunidades

Considerando o conjunto das 24 Aldeias do Xisto já classificadas e das nove que ainda irão integrar a Rede, bem como o seu potencial em termos de aproveitamento turístico, estamos perante um património cultural, histórico e social que se assume como marca exclusiva do Pinhal Interior na Região Centro. Paralelamente, o Pinhal Interior possui um vasto conjunto de produtos agro-alimentares que se distingue qualitativamente como pertencente àquela área geográfica e no modo específico de produção. Neste sentido, pretende-se também desenvolver áreas de formação que visam desenvolver competências ao nível das etapas da produção e processamento de alguns produtos do Pinhal Interior e do desenvolvimento patrimonial e económico-empresarial do mesmo. Com o objectivo de qualificar a oferta de produtos tradicionais e, é necessário começar pelas pessoas aproveitando o máximo das suas potencialidades, formando-as através de objectivos estratégicos de cooperação, capacitação e empreendedorismo. Neste âmbito, não só pretende atingir os produtores de hoje, mas também suscitar o aparecimento de novos produtores.

Relativamente ao turismo, pretende-se definir acções concretas em redor do produto turístico Aldeias do Xisto, Aldeias Históricas e Buy Nature, com esforços unidos e materializados na Declaração de Cooperação assinada entre as três entidades líderes, no sentido de efectivar no terreno acções que congreguem e potenciem as potencialidades e características exclusivas da região. Pretende-se intervir no sentido de contribuir para a formação dos recursos humanos do território, visando simultaneamente o reforço do seu grau de empregabilidade mediante a renovação e elevação das suas competências, numa perspectiva de criar um maior envolvimento destes nas funções que desempenham, mas também o reforço do seu grau de mobilidade profissional.

Paralelamente a estas tendências e decorrentes do trabalho que a Pinus Verde tem vindo a desenvolver, emergiram novas oportunidades, que potenciam a necessidade de existência de produtos de qualidade, de autenticidade, de turismo em espaço rural, que ofereçam possibilidades de valorização dos recursos locais e que induzam a procura dos consumidores urbanos e as expectativas da sociedade em geral. Também as oportunidades abertas pelas novas tecnologias tornam possível a viabilização de novas actividades em pequena escala em meio rural, cuja implementação em zonas isoladas, era antigamente impensável.

- Intervenção no território das Aldeias do Xisto
- Aposta num património histórico, cultural e social que se assume como marca exclusiva da Região Centro
- Aposta na promoção e valorização dos recursos endógenos e das actividades tradicionais
- Desenvolvimento patrimonial e económico-empresarial dos produtos do Pinhal e das suas actividades
- Promoção turística do território em curso

- Parcerias estabelecidas que podem permitir um crescimento exponencial da área de formação;
- Recursos humanos com capacidades empreendedoras
- Forte aposta na promoção e utilização das novas tecnologias
- A estratégia formativa da entidade coordenadora e promotora do Plano de Formação (Pinus Verde) associada fortemente à sua estratégia de intervenção
- Recursos do QREN
- Cooperação com os outros parceiros que concorrerão com propostas para a melhoria das intervenções formativas

1.3.4. SWOT/ SÍNTESE COMPETITIVIDADE DO PINHAL INTERIOR

A metodologia SWOT descreve os aspectos relevantes do diagnóstico em quatro quadrantes:

- As “forças” e “fraquezas”, que caracterizam o “ambiente interno”, e que são entendidas como o conjunto de elementos relativos ao contexto territorial, que pode ser reforçado ou melhorado através de acções de política especificamente definidas pela, e para a, região em causa; e,
- As “oportunidades” e “ameaças”, que caracterizam o “ambiente externo”, ou seja, o conjunto de elementos relacionados com o contexto nacional e internacional que influenciarão a evolução daquelas áreas.

Pontos Fracos / Ameaças

- Baixo grau de associativismo e cooperativismo e redes de cooperação horizontais e verticais;
- Desertificação humana das aldeias e centros urbanos de baixa densidade (baixa densidade demográfica na generalidade do território/ incapacidade de Substituição de Gerações);
- desvitalização do capital relacional e de concertação estratégica promotora de um espírito associativo integrador;
- Insuficiência de circuitos eficazes de comercialização;
- Estrutura envelhecida da mão-de-obra agrícola e produtores florestais;
- Fracas condições sociais e de empregabilidade devido à falência do modelo agrícola e ao envelhecimento da população;
- Manchas de proletariado e de ruralidade caracterizadas pela pluriactividade;

- Debilidades na formação de gestores e dinamizadores associativos;
- Falta de competências ao nível de sistemas de informação, educação/animação em meio rural, investigação ao nível local, avaliação dos impactos sócio-económico das intervenções;
- Ausência de tecido empresarial com forte vontade de investir na região, ausência de estruturas locais capazes de orientarem a poupança e o aforro, nomeadamente da comunidade migrante, para o investimento no Pinhal;
- Tecido empresarial existente de pequena e muito pequena dimensão;
- Falta de recursos e equipamentos ligados às tecnologias de informação e comunicação, que sirvam de apoio à comunidade;
- Desemprego de longa duração e emprego precário;
- Baixos níveis de formação e de qualificação;
- Problemas agravados de inserção profissional;
- Elevado peso relativo de alguns concelhos dos níveis de instrução mais baixos;
- Insuficiência de políticas escolares (desportivas) a funcionar como estratégias para o sucesso educativo e social das crianças/jovens;
- falta de articulação inter-sectorial e de lógicas de “fileira” na exploração das actividades económicas;
- presença significativa de actividades em declínio (resinosos e serrações);
- presença dominante de um agente institucional: o município;
- Situações de exclusão social originadas por factores de ordem material e por dinâmicas subjectivas e relacionais;
- Ausência ou fraca acessibilidade a equipamentos de formação;
- Ausência ou fraca acessibilidade a equipamentos sociais;
- Má rede de acessibilidades interior entre freguesias;
- Falta de articulação entre as áreas rurais com os centros urbanos;
- Falta de acções de sensibilização e formação dos Recursos Locais, nomeadamente na área do Ambiente, Floresta e seus complementos (mel, cogumelos, medronho, plantas aromáticas e medicinais), serviços de proximidade, animação cultural turística, artesanato, produtos locais, gastronomia;
- Problemas ambientais e de ordenamento que ameaçam a identidade regional (zona de forte incidência de incêndios florestais no ano de 2003, tendo sido considerada zona de calamidade pública);

- Perda de importância nos contextos regional e nacional;
- Ausência de projectos catalizadores de desenvolvimento,
- Problemas sociais resultantes da deslocalização industrial;
- Delapidação do valioso património florestal;
- Degradação do património Histórico – Natural – Cultural;
- Desertificação e fluxos externos e internos de migração;
- Pouca qualidade das estruturas turísticas existentes;
- Insuficiente animação turística;
- Descaracterização das “aldeias”.

Pontos Fortes / Potencialidades

- Existência de linhas de força para o desenvolvimento do turismo e lazer nos territórios;
- Aparecimento de Projectos integrados e integradores com cariz inovador de agentes locais de desenvolvimento;
- Requalificação e reutilização do património rural e industrial;
- Projectos que promovem a melhoria da rede de serviços de proximidade e de apoio ao desenvolvimento social das crianças, jovens e idosos e de grupos em maior vulnerabilidade ou exclusão social, geradora de empregos e potenciadora de melhoria das condições de vida;
- adequação do planeamento de formação, como forma de agir, perspectivando no tempo as acções de formação que sirvam objectivos sérios das competências necessárias para a inserção ou manutenção do emprego, nomeadamente, como mecanismo de favorecimento da capacidade de adaptação e flexibilidade da população, numa sociedade em permanente mutação, guiada pela automatização, pelas novas tecnologias e por novas responsabilidades e exigências;
- vontade dos agentes públicos e privados no investimento formativo, tendo em vista as mudanças efectivas ao nível das competências dos recursos humanos, por forma a que estes possam atingir níveis de desempenho excelentes, o que só é possível num contexto globalizante de aprendizagem;
- boas zonas de caça e de pesca, a servirem como recursos para o desenvolvimento de projectos de valorização turística;
- Promoção de acções orientadas para o desenvolvimento de competências pessoais e sociais que, agindo sobre os factores geradores de exclusão social e institucional, promovam o exercício da cidadania

e do empowerment, a identificação social com o território e sejam facilitadoras da inserção social, económica, cultural e profissional;

- Existência de um saber - fazer tradicional nos ramos alimentar e não alimentar e produtos locais de qualidade (queijo, mel, azeite, tecelagem artesanal, doçarias, pão, licores, gastronomia regional), susceptível de ser fonte de dinamização e animação, bem como meio motivador e promotor de postos de trabalho;

- Criação da rede de animação cultural e turística entre as algumas aldeias do Pinhal;

- Capacidade de reivindicação e de mobilização que alguns actores locais mostram em termos da produção de dinâmicas sociais locais;

- Vasto património etnográfico, arquitectónico, cultural, histórico, ambiental e paisagístico de interesse turístico;

- Animação turística tendo em vista a rede hídrica com enormes potencialidades para o sector do turismo aventura;

- Criação de parcerias que promovam investigação científica através da ligação dos agentes locais e instituições de ensino superior da zona;

- Ligação das escolas aos saberes tradicionais, através de percursos de ensino alternativos;

- Possibilidade de aproveitamento das identidades locais para afirmação do território e consequente diferenciação;

- Apostar na pluriactividade = plurirendimento como forma de superar as dificuldades existentes na gestão florestal;

- Criar redes de ligação temáticas, capazes de mobilizar as comunidades para a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação e encontrar formas de promoção conjunta de um território;

- Bom nível de conservação de algum património construído;

- Actividades tradicionais com potencial turístico;

- Potencial para o desenvolvimento de vasto leque de produtos, em particular dos tradicionais, biológicos, etc.

- Melhoria prevista das acessibilidades;

- Esforço recente para o aumento da notoriedade dos concelhos, marcas-território, projecção;

- Potencialidades atendem às tendências da procura turística;

- Reforço da oferta cultural através de eventos-âncora.

C - ÂMBITO E FINALIDADES

I – REGENERAÇÃO URBANA – REDE DAS ALDEIAS DO XISTO:

REGENERAÇÃO URBANA DAS ALDEIAS/ REVITALIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO RURAL CONSTRUÍDO

INTRODUÇÃO – O EFEITO MULTIPLICADOR TESTADO E AVALIADO

No âmbito do IIIQCA, para a região centro do país, foi criada a medida II.6 da Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior, que da sua estratégia fazia parte o Programa Aldeias do Xisto. As candidaturas a este programa exigiam que as aldeias que se candidatassem fossem alvo de um plano de Aldeia, que não sendo uma figura legal de ordenamento, baseava-se num plano estratégico de desenvolvimento para os sítios seleccionados pelos municípios que faziam parte da região da Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior. Estes planos elaborados por equipas pluridisciplinares face ao tipo de estudos que concentrava, obedeciam a uma estrutura que se dividia por 3 fases, caracterização, diagnóstico e proposta de intervenção.

Com a mais valia dos estudos de terreno, a proximidade à população, muito concretamente se elaborava uma estratégia concertada indo de encontro às necessidades e expectativas da população local. A aprovação dos planos de aldeia, face a restrições financeiras e estratégia da CCDDR-C, foram aprovados os planos, cujos montantes máximos de investimento elegível inferior ao proposto pelos municípios através dos orçamentos dos planos de aldeia. Nesta fase sentiu-se logo a necessidade de colmatar esta deficiência porque sendo planos estratégicos, existe um fio condutor que liga o tipo de intervenções bem como a necessidade de ligar os projectos que se complementam e uns não vivem sem os outros. Na estratégia definida para estes planos as áreas abrangidas eram a requalificação do espaço público, as infra-estruturas subjacentes (saneamento, electricidade, telefones, ETA e ETAR), os edifícios públicos e os edifícios particulares. No início da implementação do programa o nº de imóveis devolutos, bem como o cepticismo dos residentes em relação ao sucesso do programa era notória em todos os concelhos abrangidos e que foram contemplados pelo programa. Uma dos objectivos fundamentais era a melhoria da qualidade de vida das pessoas que habitavam as aldeias bem como o aumento da sua auto estima. Numa perspectiva de sustentabilidade, criação de riqueza e fixação de população foram criados equipamentos que dinamizassem a aldeia, bem como colmatassem a deficiência sentida em todo o território ao nível da oferta de alojamento e restauração. Na sequência da implementação de algumas infra-estruturas | equipamentos, houve a necessidade que fossem criadas empresas de animação turística que não fossem só os elos de ligação entre os agentes económicos que estavam a apostar forte na região, bem como elas próprias criassem produto e oferta turística que pudesse via a ser sinalizada | oferecida numa primeira fase dentro do país e numa segunda fase a alguns mercados internacionais que

apreciam o produto turístico no meio rural. Após o levantamento de recursos e produtos endógenos, bem como a mais valia do saber fazer, saber das mãos dos artesãos das aldeias que já estavam constituídas como rede, surgiram as lojas Aldeias do Xisto que vieram complementar uma estratégia de rede, unindo o artesanato dos diferentes sítios, tendo em conta os materiais tradicionais bem como as técnicas ancestrais dos mestres artesãos. Como a intervenção física nas aldeias foi pautada por uma imagem contemporânea, as lojas foram de encontro a esta marca contemporânea associando aos produtores, velhos mestres artesãos, os novos designs que estavam a criar peças de arte com os matérias primas, nomeadamente, o barro, a cestaria, a madeira e o ferro. Estas lojas também assumiram um carácter de loja de proximidade naquelas aldeias que não tinham esta valência da venda de produtos, quaisquer que eles fossem. A necessidade de inclusão dos bens alimentares, fez com que se apurasse para uma linha gourmet, não descurando os produtos da terra, sazonais e dos produtores locais, bem como o pão cozido no forno comunitário. Face ao sucesso da implementação deste programa, que foi palco do que se apela, nos dias que correm, de uma nova ruralidade, surge a necessidade de dar continuidade a uma estratégia, acima referenciada, que foi consubstanciada num plano estratégico global bem como nos diferentes planos de aldeia, unindo um fio que tece o interior do país e que se confina nesta candidatura a toda uma região centro.

Em anexo quadros comparativos | evolutivos.

Anos	Residentes temporários	Residentes permanentes	Unidades de Restauração	Unidades de Alojamentos	Empresas de animação	Comércio criado
2000	500	2000	2	2	0	0
2007	2000	3000	4	7	3	4

Anos	Casas devolutas e em mau estado de conservação	Nº de visitantes
2000	1200	Residual
2007	700	80 000

O ciclo do mau estado de conservação do edificado das aldeias, bem como o abandono das casas e das actividades inerentes ao meio rural, como sendo a agricultura, a pastorícia e algum comércio tradicional, bem como a existência de artesanato encontra-se após o percurso entre 2000 e 2007 em franco retrocesso, demonstrando que a revitalização das aldeias são o motor de desenvolvimento e de atracção de novos interesses socioeconómicos que vêm só por si gerar dinâmica e consequentemente riqueza.

Cada aldeia tem associado um número de visitantes, bem como gera novos residentes permanentes e pendulares como é o caso dos agentes económicos ligados a actividades turísticas, unidades de Turismo em Espaço Rural, alojamento, restauração e outros nomeadamente a instalação de empresas ligadas ao turismo natureza.

1 – ACTIVIDADES PREVISTAS

1.1 - RECUPERAÇÃO ALDEIAS DO XISTO EXISTENTES

No entanto, como podemos verificar existe ainda um número considerável de imóveis nas aldeias do xisto a necessitar de obras de conservação. O seu estado actual de descaracterização ou degradação física coloca em risco o objectivo primordial da preservação da arquitectura tradicional e, por conseguinte, da afirmação da identidade regional destas aldeias. Portanto, uma das acções estratégicas deste projecto é realizar obras de conservação e restauro nos imóveis das Aldeias do Xisto. O programa colectivo dentro dos planos de aldeia para recuperação de coberturas e fachadas é uma verificada alavanca para a atracção de fluxos humanos, empresariais, novos negócios locais. Consideramos que o resultado do cruzamento da notoriedade crescente da marca aldeias do xisto e a continuação do programa de requalificação irá quase reduzir a zero este problema em 2012.

Desta forma, esta acção vem permitir dar cumprimento aos planos de aldeia já elaborados e aprovados e que face aos constrangimentos financeiros no âmbito do III QCA, não foi possível executar na sua globalidade. Vimos assim fortalecer a estratégia delineada, imprimindo valor acrescentado ao nível da imagem destas aldeias bem como à valorização do seu património criando novos interesses económicos e atraentes para quem visita.

Critérios de Selectividade e Eficiência

No âmbito do processo do programa de acção aquando das acções preparatórias foram definidos um conjunto de critérios que tivessem em linha de conta os planos de aldeia aprovados por cada aldeia pertencente à rede, o investimento público que no âmbito desta acção colectiva fosse o mais complementar possível em relação ao investimento privado e a selectividade e racionalidade que está subjacente a toda a nossa EEC.

Foram candidatas as aldeias do xisto pertencentes à rede, sentindo-se a necessidade de definir montantes máximos de investimento público por aldeia já pertencente à rede das Aldeias do Xisto, qu num limite máximo 200.000€. Destes 200.000€, 100.000€ são obrigatoriamente intervenções nas casas dos particulares, seguindo o princípio básico deste projecto de desenvolvimento, da melhoria da qualidade de vida dos residentes, bem como recuperação de casas particulares como segunda habitação ou ainda como chamariz para quem se sint atraído para mudar a sua residência e investir na aldeia escolhida.

Estão previstas recuperar uma média de 10 casas por aldeia, cada casa terá uma verba média de 10.000€. Os 100.000€ sobrantes destinam-se ao espaço público | infra-estruturas e |ou edifícios públicos/equipamentos sócio-cultural, ou outros de acordo com o Plano de Aldeia respectivo.

Ponto de partida (acções preparatórias)

Número de Acções candidatas	Investimento público
70	8.000.000,00€

Acções Aprovadas para o Programa de Acção

Número de Acções candidatas	Investimento público
26	4.738.000,00€

Articulação entre investimento Público e Privado

	Investimento público	Investimento privado	Total
Investimento	4.738.000,00€	6.826.218,94€	
Acções candidatas	26	37	63

1.2 -NOVAS ALDEIAS CANDIDATAS

Critérios de selectividade e eficiência

O princípio basilar subjacente à selecção das aldeias a integrar a rede das Aldeias do Xisto foi ter população residente, invertendo a tendência da desertificação, tendo igualmente em linha de conta 3 factores:

- 1- A integração de novos municípios na rede das Aldeias do Xisto, Covilhã, Oliveira do Hospital e Tábua. Do conjunto das 9 aldeias propostas, 3 pertencem a estes novos concelhos;
- 2- Novas Portas de Entrada na rede, nomeadamente a entrada norte da região;
- 3- O valor patrimonial das aldeias;

Seguindo o princípio aplicado à rede das Aldeias do Xisto já existentes sentiu-se igualmente a necessidade de definir montantes máximos de investimento público por aldeia no valor de 400.000,00€. A tipologia de intervenção bem como a percentagem a afectar às casas dos particulares será de 50% tal como o referido para as AX existentes. Os outros 50% destinam-se a espaço público | infra-estruturas e edifícios públicos.

Ponto de partida (acções preparatórias)

Número de Acções candidatas	Investimento público
18	5.871.000,00€

Número de aldeias a integrar a rede	Investimento público
17	5.191.000,00€

Acções Aprovadas para o Programa de Acção

Número de Acções candidatas	Investimento público
10	3.450.000,00€

Número de aldeias a integrar a rede	Investimento público
9	3.450.000,00€

Articulação entre investimento Público e Privado

	Investimento público	Investimento privado	Total
Investimento	3.450.000,00€	450.000,00€	
Acções candidatas	1	9	10

Esta acção irá permitir executar os planos de aldeia, a elaborar, que surgem como uma condição para a implementação dos referidos projectos e que posteriormente serão aprovados pela Comissão de Acompanhamento. Vimos assim fortalecer a estratégia delineada, imprimindo valor acrescentado ao nível da imagem destas aldeias bem como à valorização do seu património criando novos interesses económicos e atraentes para quem visita, numa forma muito mais rápida do que aconteceu na anterior fase dado o efeito de contágio e de reconhecimento que têm hoje em dia a rede das aldeias do Xisto

OBJECTIVOS

- Contribuir para a continuidade (com eventual reforço de alargamento) do esforço de reabilitação urbana das Aldeias do Xisto nos próximos anos de forma a aumentar a capacidade de atracção de Rede de Aldeias do Xisto.
- Contribuir para a revitalização do Património Rural construído, em articulação com os saberes fazer, ser e estar, criando mecanismos de relação comunitária e vivencial entre residentes (permanentes e esporádicos) e visitantes.
- Ter gerado, por via da introdução de dinâmicas de desenvolvimento endógeno sustentável, uma capacidade de atracção de novos residentes;
- Ter contribuído para a dinamização da actividade económica local, suscitando novas actividades em fileiras como Turismo Rural, Restauração, Animação Turística.
- Aumentar a competitividade das pequenas empresas da construção civil local através dos seus saberes ligados ao restauro da pedra e da madeira proporcionando formação em contexto real e reconhecimento das suas capacidades para o mercado nacional e internacional.
- Duplicar o número de visitantes até ao ano 2010.

RESULTADOS ESPERADOS DA ACTUAL REDE

Em anexo quadros comparativos | evolutivos.

Anos	Residentes temporários	Residentes permanentes	Unidades de Restauração	Unidades de Alojamentos	Empresas de animação	Comércio criado
2007	2000	3000	4	7	3	4
2010	3200	3200	12	22	7	18
2012	3500	3350	14	25	8	22

Anos	Casas devolutas e em mau estado de conservação	Nº de visitantes
2007	700	80 000
2010	450	150 000
2012	200	180 000

O projecto da regeneração das Aldeias do Xisto tem uma vertente de disseminação multiplicadora, em que as boas práticas aplicadas à intervenção do edificado contagia a população fazendo gerar um mal-estar a quem apresenta uma atitude passiva bem como a quem não aplica os métodos e práticas na recuperação do edificado.

Com o investimento previsto poderão ser recuperadas cerca de 275 casas directamente através do programa de coberturas e fachadas total (rede actual mais novas aderentes) da regeneração urbana. Deste nº cerca de 100 casas poderão ser orientadas para TER, lojas e outros negócios. Das outras 175, 100 serão para turismo residencial ou segunda habitação (moradores temporários) e as restantes 75 para melhorar a vida dos actuais moradores permanentes.

O fluxo resultante da requalificação mais a entrada de novas aldeias levará a mais que a duplicação dos visitantes actuais com o significado económico correspondente.

MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA A IMPLEMENTAR

- Existência de uma ferramenta de planeamento criada especificamente para as aldeias do xisto, planos de aldeia;
- Regulamento inter-municipal de protecção das AX;
- Manual de boas práticas elaborado no âmbito do projecto do património do xisto;
- Tomada de decisão colectiva em concelho geral da entrada numa nova aldeia na rede, perante a avaliação dos 9 planos de aldeia de elaboração obrigatória dos diferentes municípios que se candidatam ;
- Grupo técnico de trabalho de acompanhamento em articulação directa com o departamento de ordenamento da adxtur, para avaliação dos planos de aldeia
- Assinatura de um protocolo entre o proprietário e o município que definirá o acordo entre as partes.
- Acções de Formação de sensibilização das equipas técnicas envolvidas quer no que diz respeito à elaboração dos planos, sua avaliação e monitorização, bem como ao tipo de intervenção no património.

INOVAÇÃO

A metodologia de intervenção baseia-se sempre que possível na conservação, manutenção do património em que a artesanaria ao nível da pedra e da madeira irá ser aplicada caso a caso. Este projecto encerra o conceito de sustentabilidade, ao nível dos materiais, uma vez que prevê apenas a substituição de elementos degradados e a conservação dos elementos recuperáveis. Privilegiando assim os materiais existentes bem como as técnicas tradicionais de restauro às quais estão directamente associadas os utensílios | ferramentas os quais são igualmente recuperados e manuseados. Poderemos assim considerar:

Ao nível da sustentabilidade ambiental:

- Os desperdícios | resíduos são em muito menor quantidade
- Reutilização de materiais
- Restauro de elementos em madeira versus a sua substituição integral
- Recuperação e reutilização de ferramentas tradicionais no âmbito da carpintaria

Ao nível da sustentabilidade social:

- O valor da mão-de-obra é bastante superior aos materiais novos a adquirir

- Mão-de-obra especializada na arte do restauro através workshop em contexto real integrado no programa de formação que está previsto no Eixo 5- Centro de Valorização e Inovação, na Acção 5.2 - Criar Com Tradição.
- Envolvimento das empresas locais na metodologia de restauro aplicada á recuperação das casas integrada no programa de formação que está previsto no Eixo 5- Centro de Valorização e Inovação, na Acção 5.2 - Criar Com Tradição.

Indicadores de Avaliação e monitorização

- Nº de casas de património vernacular recuperadas, por aldeias do xisto, segundo a sua funcionalidade e metodologia de intervenção sustentável utilizada, e volume de investimento (público e privado);
- Nº de residentes actuais nas aldeias e nº de novos residentes;
- Tipologia das actividades económicas e serviços existentes nas aldeias e respectivo número e número de novas actividades/serviços criados, segundo a sua incrustação territorial;
- Nº de projectos de arquitectura oferecidos, segundo a tipologia dos investimentos;
- Volume de crédito solidário solicitado;
- Nº de Municípios aderentes; nº de pessoas ao serviço afecto e nº de “brigadas” constituídas, por tipologia de serviços prestados;
- Nº e tipo de utensílios e ferramentas reconvertidas e recursos endógenos utilizados;
- N de acções de formação/workshops realizadas, nº de formados (por sexo, habilitações e perfil profissional de entrada);
- Nº de estruturas de serviços ao nível de carpintaria e construção civil (e serviços complementares) criadas;
- Nº de acções de informação, sensibilização e formação realizadas; nº de comunidades locais abrangidas e nº de pessoas (por sexo, e tipologia de tenencia)

II – VALORIZAÇÃO TURÍSTICA

O **Programa de Valorização Turística (II)** da Rede das Aldeias do Xisto visa dotar o território de infra-estruturas e serviços turísticos que proporcionem aos visitantes e turistas que se deslocam ao território experiências de excelência. Com esse fim em vista e tendo em conta as linhas orientadoras do plano estratégico e o trabalho já realizado, entende-se como prioritário desenvolver acções segundo os vários objectivos estratégicos traçados.

2.1. TURISMO DE NATUREZA (REDE DE PERCURSOS PEDESTRES E GRANDE ROTA DAS AX; REDE E CENTROS DE BTT; REDE DE CASAS ABRIGO - ADAPTAÇÃO DE ANTIGAS ESCOLAS PRIMÁRIAS, CASAS FLORESTAIS E DO INSTITUTO DAS ESTRADAS)

Actividades Previstas

Reflectindo o novo enquadramento desta tipologia, agora alargada à prática de actividades turísticas em qualquer território desde que sob determinadas condições, prevê-se que de forma integrada e coordenada com o INCB e a **EEC BuYNATURE**, possam ser alargados os investimentos nas redes de **Percursos Pedestres** e rede de percursos e **Centros de BTT** e ainda implementada a **Grande Rota das Aldeias do Xisto**. Estas infra-estruturas cruzam as temáticas de excelência ambiental com as Aldeias do Xisto e suas vivências, constituindo-se como recursos com capacidade de atrair só por si, e reter durante vários dias, visitantes que irão dinamizar economicamente todo o território.

A implementação e sinalização de um percurso de **Grande Rota** que una todas as Aldeias do Xisto e algumas Praias Fluviais do território, permite a criação de um corredor e fluxo turístico (a pé ou de bicicleta) que corporiza todo o conceito da rede e que se estende a uma conjunto de interligações com percursos circulares de **Pequenas Rotas** (percursos pedestres com duração inferior a 1 dia) com capacidade de “retenção” de visitantes em pontos chave de interesse, desde logo as próprias aldeias e praias.

Precisamente também por este motivo importa prosseguir o trabalho de dotar o território de um conjunto alargado deste tipo de **Percursos de Pequena Rota**, (agrupados, sinalizados e promovidos como **Caminhos do Xisto**) que também constituem só por si uma oferta importante para visitas de curta duração e turistas de estadia localizada nas unidades de alojamento em espaço rural que procuram animação de forma autónoma. As próprias empresas de animação tiram partido deste investimento ao possibilitar a criação de novos produtos/pacotes que incluam combinações de oferta de várias destas infra-estruturas.

Por outro lado, surge a necessidade de reforçar a rede de serviços de alojamento e serviços, destinados ao público heterogénico e alargado de utilizadores de percursos na natureza, muita vezes de segmentos que procuram uma oferta mais simplificada de serviços, não querendo isso significar de menos qualidade ou interesse. Assim, apresentam-se projectos que aproveitam a oportunidade de recuperar antigos edifícios que se encontram devolutos, situados em localizações estratégicas, para uma tipologia de **Casas Abrigo**, como adaptação de antigas escolas primárias, casas florestais e do instituto das estradas,

de modo a poderem ser utilizadas em regime de self-catering, sempre em apoio a circuitos de visita  o e/ou interpreta  o, a p  , equestres ou de BTT.

A constitui  o de **redes de percursos interligados** entre si, dotadas de pontos e centros interpretativos e de casas abrigo, possibilita uma oferta integrada que garante a sustentabilidade ao nível da potencia  o do número de utilizadores dos percursos e do mercado de utilizadores das casas abrigo.

As actividades de turismo de natureza podem ser realizadas de forma aut  noma mas a existência de **serviços turísticos** de apoio a este tipo de turistas reforça o valor acrescentado para o território e a qualidade das experiências proporcionadas, justificando-se por isso o surgimento um conjunto de projectos privados nesta   rea.

Um dos projectos da Rede de Aldeias do Xisto pioneiros a nível nacional foi a cria  o de **Centros de BTT das AX** (Lousã e Ferraria de S.João, com sector em Gondramaz) que reúnem um conjunto de infra-estruturas pensadas para o praticante de BTT. São dotados de um local de acolhimento com balnearios, vestiário, lavagem de bicicletas, oficina self-service, compressor de ar, estacionamento e ponto de partida e chegada de pelo menos 4 percursos sinalizados de diferentes dificuldades, com um mínimo de 100 km no total. Estes Centros, vocacionados para um vasto público de lazer, têm um potencial de atrac  o muito elevado e potenciam também a existência de serviços turísticos complementares a praticantes e seus acompanhantes que ajudam decisivamente a viabilizar actividade económica nas largas áreas que abrangem. Pretende-se expandir esta rede de Centros de BTT das AX cobrindo a totalidade do território, transformando este num "domínio" de BTT, usando a analogia às grandes estâncias de Esqui.

Carácter Inovador das actividades

A adop  o de modelos de organiza  o e apresenta  o de infra-estruturas turísticas como os Centros de BTT ou as rede de percursos de Grande Rota integradas com Pequenas Rotas, são inova  es que permitem aos utilizadores um outro nível de oferta, em que a qualidade, diversidade e adequa  o a cada perfil    maximizada.

O desenvolvimento do conceito de Percurso Pedestre / Caminho do Xisto Acessível a todos, aplicado    realidade e condicionantes das Aldeias do Xisto, já realizado num caso piloto (Gondramaz) com sucesso,    outra vertente de inova  o que se pretende disseminar aplicando a outras localiza  es, com vista a tornar o território todo ele um destino acessível de turismo de natureza.

O próprio modelo de implementa  o dos percursos estabelecido, que se pretende continuar a adoptar implicou a adop  o de alguns aspectos de trabalho inovadores com uma simbiose entre valências

técnicas centralizadas no corpo técnico da ADXTUR com saber local de parceiros que conhecem os antigos caminhos e sua construção/manutenção, sendo envolvidos sempre agentes locais das aldeias em todas as fases do trabalho e celebrados protocolos de duração mínima renovável de 5 anos para a monitorização e manutenção dos mesmos. São ministrados cursos de formação para dotar os parceiros dos conhecimentos adicionais e actualizados a todas estas tarefas, nomeadamente o recurso a tecnologia GPS para os levantamentos de terreno, inventariação e produção de fichas técnicas.

Objectivos Específicos

Dotar todas as aldeias e praias fluviais de percursos de pequena rota ;

Estudar a viabilidade e implementar a Grande Rota das Aldeias do Xisto que interliga aldeias do xisto, praias fluviais e território e pontos de interesse envolventes.

Rede e centros de BTT- prosseguir o projecto de dotar o território de um “domínio” ou rede de trilhos sinalizados para BTT segundo diferentes níveis de dificuldade, com sinalização uniformizada e com pontos de acolhimento aos praticantes da modalidade.

Integrar o território e as Aldeias do Xisto na marca iNature, com ofertas de produtos turísticos cuja vocação ambiental seja reconhecida (em coordenação com EEC BuYNATURE).

Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva a implementar

Os investimentos em iniciativas de Turismo de Natureza enquadrados na EEC Aldeias do Xisto obedecem a regras bem definidas de qualidade utilizando **sinaletica uniformizada**, que no caso dos Caminhos do Xisto é mesmo personalizada, e que responde a standard de qualidade minima.

Todos os percursos são implementados de modo a ser feita a sua **homologação** no final do processo seguindo assim normas internacionais que facilitam a sua utilização por público internacional. Por outro lado, passarão também a ser adoptados sempre que possível os critérios definidos no decurso da **EEC BuyNATURE** de modo a levar ao reconhecimento das iniciativas de Turismo de Natureza sob a marca **iNature**.

Todos os projectos de percursos (quer pedestres quer BTT) têm subjacente a assinatura de um protocolo entre os parceiros e a ADXTUR (enquanto entidade gestora da marca AX) para que seja garantido a existência de **planos de manutenção e monitorização** destes por um período mínimo de 5 anos.

Foi também feita a opção de não existirem projectos implementados autónoma e directamente pela ADXTUR mas sempre celebrando **parcerias com agentes locais** para o planeamento e concretização de qualquer percurso. Pretende-se assim aumentar o nível de sustentabilidade destes processos envolvendo aos máximo as comunidades locais, mesmo que esse facto complique a sua concretização,

já que são estas parcerias que garantem a defesa e monitorização dos percursos e mesmo a sua animação permanente.

Pretende-se também implementar mecanismos de **recolha de opiniões dos utilizadores** dos percursos de modo a conhecer o seu perfil e obter sugestões ou reparos à sua utilização. Este processo contará com o auxílio do portal Aldeias do Xisto.

Quadro Resumo Turismo de Natureza

	Projectos	Indicador	Investimento (€)
Pequenas Rotas (quant)	11	28	1.010.798
Grandes Rotas (km)	1	425	350.000
Centros de BTT (quant)	5	5	226.535
Outros Projectos (quant)	7	7	763.000
Casas Abrigo (quant)	12	36	2.294.000

Resultados Esperados

(inclui Celeridade de Resultados – Projecção após 1º ano da EEC)

	Após 1 ano	Total
2.1. Turismo de Natureza		
Pequenas Rotas (quantidade)	5	20
Grandes Rotas (kms)	50	450
Centros de BTT (quant)	1	5
Parques Aventura (quantidade)	1	3
Casas Abrigo (quantidade)	1	10

2.2. UNIDADES TURÍSTICAS - ALOJAMENTO, RESTAURAÇÃO, PARQUES DE CAMPISMO E SERVIÇOS COMPLEMENTARES NO TERRITÓRIO.

ACTIVIDADES PREVISTAS

A afirmação do destino Aldeias do Xisto no contexto do Turismo de Natureza e de Turismo de Aldeia, implica a existência de uma **oferta alargada de serviços de apoio à actividade turística** que permitam a estadia no território. Só assim se conseguem aumentar o tempo de visitação e fixar actuais e novos habitantes com base nestas novas actividades económicas. Nesta linha surgem um número significativo de projectos que dão resposta a esta necessidade sendo privilegiado o contexto das aldeias do xisto ou similares.

Existe um elevado número de projectos de novas unidades de tipologias de alojamento passíveis de ser enquadradas nas modalidades de **Turismo em Espaço Rural**, ou no caso de as características arquitectónicas não o permitirem, em tipologias similares a criar em torno de selos de qualidade ou certificação de boas práticas que garantam um estatuto de reconhecimento equivalente pelo utilizador. Não é displicente a componente de recuperação e revitalização de património edificado associada a estes projectos, uma vez que na sua esmagadora maioria significam o aproveitamento de edifícios devolutos ou em ruínas dentro das próprias aldeias.

Num outro plano surgem projectos de **Unidades Hoteleiras** de maior dimensão (como a Quinta da Paiva) que pela multiplicidade de valências que apresentam, autónomamente ou em parcerias locais, e capacidade acrescida de acolhimento e animação são extremamente relevantes para se constituírem como polos emissores e distribuidores de visitantes por toda a rede.

Outro dos recursos onde são propostos investimentos relevantes que apresenta uma elevada potencialidade por explorar, exigindo a criação de oferta turística de alojamento são as **albufeiras** do território, nomeadamente Santa Luzia e Cabril. Possibilitam a criação de polos de grande dinamização turística face ao elevado número de actividades de animação de distintas tipologias que permitem, sendo o investimento em unidades turísticas perfeitamente justificado, constituindo-se como complemento natural da rede de Aldeias do Xisto. Estas zonas justificam ainda a existência de investimentos a nível de outras tipologias de alojamento que permitem acolher grupos de turistas com perfis inteiramente diferentes (como os mais jovens), de que são exemplos os **Parques de Campismo** e bungalows, também presentes nos projectos de investimento previstos.

Só com um leque alargado de tipologias de alojamento e sua distribuição espacial se podem construir produtos turísticos em quantidade e qualidade que respondam às diferentes necessidades de mercado e afirmem claramente a autonomia do destino.

No sector da restauração urge requalificar algumas das unidades existentes e complementar a oferta num território vasto em cuja itinerância turística implica a existência de inúmeros pontos de apoio a este nível,

presentes não só nesta linha de acção mas também noutros eixos como as Praias Fluviais ou as Aldeias novas ou existentes.

Carácter Inovador das actividades

Um número significativo de unidades de alojamento pretende seguir uma linha inovadora de adopção de tecnologias ambientais e de energias renováveis que podem levar à obtenção de selos de qualidade ou de reconhecimento de boas práticas, estando em curso o processo de criação de critérios de aplicação do próprio selo das aldeias do xisto que também versará algumas destas matérias.

A constituição de condomínios de aldeia entre os diversos habitantes e promotores de unidades de alojamento de modo a ganhar economias de escala nos serviços necessários mas também para proporcionar vivências de aldeia aos próprios hóspedes é um dos aspectos mais inovadores mesmo que baseado nas tradições, atestado já pelas opiniões dos vários clientes nacionais e internacionais que visitaram nos últimos anos as Aldeias do Xisto, por exemplo, no Casal de S.Simão.

Objectivos Específicos

Reforço da rede de alojamento em meio rural, com unidades turísticas de pequena dimensão em contexto de aldeia;

Criação de unidades hoteleiras complementares de média dimensão no território das Aldeias do Xisto;

Dotar as albufeiras e praias fluviais de infra-estruturas de alojamento e parques de campismo;

Requalificação ou criação de unidades de restauração que possam pôr em prática as orientações da Carta Gastronómica das Aldeias do Xisto;

Qualificar a oferta de serviços turísticos do território das Aldeias do Xisto.

Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva a implementar

As unidades de alojamento de pequena escala, com tipologias de Turismo em Espaço Rural ou semelhantes, iniciaram já um processo de definição de um sistema de reconhecimento de boas práticas que poderá levar mesmo à **criação de um selo ou marca sectorial** (por exemplo, Casas do Xisto) ou ao obtenção do **direito de associação** à marca da rede AX. Foram feitas várias reuniões de trabalho com os agentes, estudados vários sistemas de certificação existentes no mercado e discutidas propostas de regulamento próprio, sendo esperados resultados em breve que levem a uma clara discriminação positiva dos serviços de qualidade que qualificam a rede e o destino.

É imprescindível que todos os projectos de unidades turísticas de qualquer área cumpram todos os **requisitos legais** nomeadamente que sejam detentores dos **alvarás e licenciamentos** respectivos sem o que não poderão usufruir dos benefícios da rede AX.

O próprio **processo de elaboração da EEC Aldeias do Xisto** identificou algumas oportunidades (e eliminou outras) para projectos que aumentam as vantagens competitivas do território como o caso do estabelecimento de redes de percursos estruturadas com base no apoio de casas abrigos resultantes de recuperação de escolas primárias, casas florestais e de cantoneiros. Do levantamento dessas potencialidades e estratégia do seu aproveitamento como contributo para a EEC Aldeias do Xisto, nasceram mais projectos desta tipologia, inovadores, que fortalecem a atractividade do território.

Quadro Resumo Unidades Turísticas

	Nº Projectos	Nº camas	Investimento
Unid Turísticas até 20 camas	23	298	5.901.166
Unid Alojamento + de 20 camas	11	457	19.550.000
Parques de Campismo	4	-	2.650.000
Projectos Complementares	33	-	12.509.726

Resultados Esperados

(inclui Celeridade de Resultados – Projecção após 1º ano da EEC)

2.2. Unidades Turísticas		
Mircro Unid Alojamento	7	25
Grandes Unid Alojamento	2	12
Restaurantes	1	5
Serviços Complementares	2	10
Atribuições do Selo AX	5	50

2.3. CENTROS INTERPRETATIVOS, PARQUES TEMÁTICOS E VALORIZAÇÃO DE PONTOS DE INTERESSE TURÍSTICO

INTRODUÇÃO

O Pinhal Interior é uma área com uma “marca” muito específica em termos de recursos naturais, ligada à floresta, à água, ao aproveitamento da energia eólica e à exploração da terra (agrícola e mineira). Simultaneamente é uma das áreas mais problemáticas da Região Centro em termos de desenvolvimento.

Trata-se de uma área maioritariamente de xisto, montanhosa (entre outras destacam-se as serras da Lousã, do Açor e do Muradal), florestal (predominantemente pinhal e eucaliptal), atravessada por cursos de água importantes (rios Mondego, Alva, Ceira, Zêzere, Tejo e Ocreza) e dotada de um importante conjunto de aproveitamentos hidro-eléctricos (barragens do Alto Ceira, Santa Luzia, Cabril, Bouçã, Agueira, Fronhas e Castelo de Bode) o que lhe confere uma identidade muito específica em termos de recursos naturais.

A base económica do Pinhal Interior assenta essencialmente na silvicultura e actividades conexas que têm vindo a sofrer um decréscimo significativo dos níveis de actividade, agravada pelos incêndios florestais dos últimos anos. A floresta, além dos produtos lenhosos, produz um conjunto de produtos não lenhosos (frutos, cogumelos, mel, plantas aromáticas, medicações e condimentares), promove as condições para a prática de caça e pesca em águas interiores, e as suas populações guardam ainda as tradições ligadas ao saber fazer que constituem um valiosíssimo património cultural.

Torna-se pertinente, criar um projecto que divulgue todos estes valores com coerência, profissionalismo e com resultados e que demonstre uma organização e uma rede de ligações funcional e empática para com os visitantes.

VALORES AMBIENTAIS E CULTURAIS – UMA REDE DE CENTROS INTERPRETATIVOS

Estes valores ambientais e culturais do território, que no fundo representam não só importantes elementos de preservação ambiental, como também receptáculos fundamentais da paisagem cultural e dos saberes tradicionais do País, deverão ser estruturados numa Rede de Centros Interpretativos.

Esta lógica de criação de Centros serve não só o propósito de preservação desses valores, através da disseminação de conhecimento e boas práticas, como são em si mesmos importantes atracções turísticas do território e da Rede das Aldeias do Xisto.

De referir que esta Rede de Centros Interpretativos, pela sua importância de valores e conteúdos, e também pela transversalidade a todo o território constituem mais uma sub-rede temática da Rede das Aldeias do Xisto, que deverão ser alvo de um plano de comunicação e animação específicos.

Por outro lado ainda, não menos importante, estes Centros funcionam como disseminadores de saber científico, afirmando-se como importantes pólos de investigação e inovação.

Esta Rede de Centros Interpretativos divide-se em dois grandes grupos: Centros Interpretativos, e Centros de Competências e Saberes Locais (ou, de forma resumida e mais cativante, Casas Temáticas).

Centros Interpretativos

Seguindo uma lógica dos quatro elementos naturais, Terra, Ar, Fogo e Água, surgem associados, respectivamente, a exploração mineira, o vento/parques eólicos, a floresta e os recursos hídricos/albufeiras. Estes quatro Centros principais e de maior dimensão, estruturam toda a oferta, funcionando as Casas Temáticas como complementos.

- Centro Interpretativo do Vento

(ver Anexo)

- Centro de Atracções Mineiras

(ver Anexo)

- Centro de Ciência Viva da Floresta

A criação do Centro de Estudos e Investigação Florestal - Centro Ciência Viva da Floresta (CCV), procura afirmar-se como um local privilegiado de concentração e divulgação de produtos e conhecimento na área florestal. Pretende-se criar, em parceria com a Escola Superior Agrária de Castelo Branco e o Instituto Superior de Agronomia, um Centro de Estudos e Investigação Florestal a funcionar como Centro de Valorização e Inovação para o território das Aldeias de Xisto.

Será criado no CCV um espaço onde o desenvolvimento dos estudos e investigações sejam possíveis. Este Centro de Estudos apoiará obrigatoriamente a reformulação pedagógica e a criação dos conteúdos do Centro Ciência Viva e apoiará a formação dos seus monitores. Para além do apoio directo a estudos e investigações na área florestal o Centro de Estudo, promoverá cursos de Especialização Tecnológica, Pós-Graduações e Mestrados e na área da formação e actualização profissional, desenvolverá acções de formação para agricultores, técnicos, produtores florestais, bombeiro, e empresas.

Tendo em conta as características específicas deste projecto, do seu enquadramento e localização, pretende criar-se três postos de trabalho e patrocinar e apoiar todos os investigadores e professores que desenvolvam trabalho no Centro de Estudos.

Espera-se com a actividade do Centro de Estudos aumentar significativamente o número de visitantes do CCV e à região. Certamente que os resultados económicos e sociais deste Centro de Estudos resultarão da aplicação dos conhecimentos produzidos e transmitido nas diversas investigações e formações efectuadas com sucesso.

- Centro de Interpretação Ambiental de Energias Renováveis da Albufeira do Cabril

O Centro de interpretação Ambiental do Vale do Barco tem como objectivos:

- criar um espaço de experiências divertidas com a água como elemento central, onde se mostre o potencial deste elemento enquanto fonte de energia;
- apostar em fontes de energias renováveis, em especial a energia solar e hídrica, em todo o funcionamento do Centro de Interpretação;
- despertar a curiosidade dos jovens para a protecção da natureza, o potencial das energias renováveis e para a ciência – engenharia e mecânica aplicada, sempre que possível, à indústria das diversões;
- aliar componentes pedagógicas e lúdicas a um espaço de experimentação, proporcionando aos visitantes fruir a importância das ciências no nosso quotidiano;
- desafiar a sociedade e os mais jovens para a ciência através da aventura e do contacto directo com experiências divertidas;
- fomentar a cooperação entre entidades de diferentes quadrantes; valorização do Concelho e reforço da sua imagem ecológica;
- afirmação de Pedrógão Grande como Município inteligente ao nível energético, um exemplo a seguir a nível nacional;
- sensibilização ambiental da população concelhia e integração da temática nas actividades nas áreas projecto dos diferentes níveis de ensino; racionalização e optimização de consumos energéticos;
- disponibilizadas diferentes actividades ligadas ao conhecimento, onde o imaginário ligado directamente ligado à floresta e ao rio.

Casas Temáticas

Estes são centros interpretativos e de saberes locais, mais centrados em actividades culturais ligadas às tradições do território e contextos rurais. E funcionam muitas vezes como elementos valorizadores de outras atracções, como Praias Fluviais, percursos pedestres, entre outros. Incluem ecomuseus, Parques temáticos, entre outros:

- Centro de Interpretação Micológico
- Eco-museu interpretativo das Aldeias do Xisto

- Requalificação de Parques de merendas
- Parque de Esculturas e Jardins
- Parque Temático Romano
- Espaços Interpretativos das Energias Renováveis
- Centros de Interpretação Turística
- Parque temático de Anfíbios
- Centros Interpretativos e Museus do Azeite
- Escola do Ambiente
- Casas da Floresta (mel , cogumelo, bombo, tecedeiras)
- Casa dos Licores
- Casa do Oleiro
- Casa do Moleiro (recuperação de moinhos)

CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES

- Criação de uma rede de Centros de Ciência, dedicados ao saber, à investigação e à inovação;
- Promoção dos valores ambientais do território numa lógica dos quatro elementos principais da Natureza: Terra, Ar, Fogo, Água;
- Articulação dos Centros Interpretativos em Rede, interligados com outras atracções do território;
- Articulação com o Plano de Formação: técnicos de museografia, guias/interpretes, ordenamento florestal, etc;
- Integração no Plano de Comunicação e Marketing;
- Aposta na educação ambiental das gerações futuras;
- Manutenção de actividades tradicionais

MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

- Todos os Centros Interpretativos terão Regulamentos próprios;

- Todos obedecem a um manual de serviços que deverão ter para fazerem parte da rede das aldeias do xisto
- Os centros interpretativos assim como as casas temáticas terão formatos colectivos de venda e marketing concertado no âmbito do plano de comunicação
- Os guias e monitores serão fruto da rede de parceiros e sempre que possível ligados às comunidade e saberes locais
- Muitos destes centros têm componentes produtivas ecomuseus o que facilita a sua gestão e manutenção para além de aumentar o nº de visitantes e vendas directas
- Aumentar o que fazer e o que ver permitirá a criação de pacotes turísticos compostos e aumentar a duração média de estadia.
- Complementar o merchandising das lojas com o dos centros e casas temáticas.
- Lançar concursos de ideias dentro das áreas do programa de acção da EEC e seus parceiros de forma a haver uma renovação dos conteúdos e instalações

CELERIDADE DOS RESULTADOS: PROECÇÃO APÓS 1º ANO DA EEC E PROECÇÃO NO FINAL DA EEC

	Nº de Visitantes	
	1º Ano EEC	Final EEC
Centro Int. Vento	-	30.000
Centro Int. Minas	30.000	50.000
Centro Int. Cabril	5.000	20.000
Centro Int. Floresta	25.000	30.000
Rede Casas Temáticas	15.000	30.000

2.4. GRANDE ROTA DO ZÊZERE (CRIAÇÃO, SINALIZAÇÃO, DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO DA ROTA PEDESTRE, BTT E DE CANOA)

Actividades Previstas

Partindo de uma ideia lançada pela Associação Amigos da Serra da Estrela (ASE), e tornada realidade através de um consórcio de parceria alargada de todos os municípios que incluem o Rio Zêzere, foi iniciado o processo de criação de uma Grande Rota estruturante de toda uma descoberta e fruição turística do território atravessado por este rio. Este consórcio foi estabelecido em protocolo e é liderado pela ADXTUR, sendo a Entidade Gestora ainda constituída pelas Associações de Desenvolvimento Local em representação de vários municípios. Foi estabelecida uma metodologia de trabalho, que cumpriu já as suas primeiras fases, tendo sido possível obter já o Estudo de Viabilidade Técnica da rota (**ver anexo**), contemplado nas Acções Preparatórias PROVERE e que possibilitará a implementação da mesma.

O vale do Rio Zêzere desde a sua nascente na Serra da Estrela até desaguar no Rio Tejo, é uma via estruturante que atravessa todo o território e a criação de uma **Grande Rota do Zêzere (GRZ)**, para utilizadores a pé, de BTT ou de Canoa, é um projecto de grande relevância na dinamização de todo o território capaz de criar fluxos turísticos nacionais e internacionais importantes no segmento de turismo de natureza, sendo inclusivé um projecto contemplado no Plano Regional de Ordenamento do Território actualmente em discussão. Em torno deste projecto pretende-se agregar um conjunto de iniciativas de dinamização económica que resultam das necessidades dos seus utilizadores e da valorização turística do território atravessado.

No decorrer dos trabalhos de planeamento da **GRZ** o grupo de trabalho foi desenvolvendo diferentes conceitos inovadores (apresentados no ponto 11.2) capazes de transportar este itinerário turístico para patamar superior aos que actualmente existem a nível nacional e mesmo internacional. A **GRZ** apresenta assim a possibilidade de ser percorrida a pé, de bicicleta ou em canoa de forma contínua e encadeada, por troços ou mesmo em circuitos multimodais através de variantes, recorrendo a mais do que uma actividade. Outra das características previstas é a existência de **percursos complementares**, quer circulares tipo **Pequenas Rotas** em torno de pontos onde a **GRZ** passa, fixando utilizadores mais tempo num determinado ponto, quer **derivações** a partir do itinerário principal que leve os utilizadores a áreas geográficas e pontos de interesse próximos e que podem usufrir assim das dinâmicas criadas, como são exemplo as Aldeias do Xisto de Casal de S. Simão e Fajão, praias fluviais de Mosteiro e Rocas, Barragem de Santa Luzia e os Neveiros de Santo Antonio da Neve.

O itinerário percorre 16 concelhos conforme distribuição no quadro abaixo apresentado. O percurso principal terá 362,8 km, sendo complementado com 9,57km de variantes (justificadas pela existência de troços não cicláveis onde é necessário apresentar uma alternativa) e com 73,9 km de derivações da rota principal de modo a sinalizar ligações desta a outros pontos de interesse ou de entrada/saída na GRZ. Totaliza assim 446,27 km de itinerários sinalizados, a que acrescem ainda os kms de percurso de canoagem possíveis de realizar navegando o próprio rio que tem um comprimento de 248km (fonte: SNIRH, INAG).

Município	<i>Distâncias</i>	Local de Início do Troço	Locais de Passagem / Observações
	Parcial Total		
Manteigas	26,4 Km	Covão da Ametade	Manteigas e Sameiro . Necessidade de abertura caminhos na margem esquerda do rio para melhor
Covilhã 1	0,8 Km 27,2 Km	Caminho/divisão de Concelho	Troço longo e algo complexo, sendo necessário o estudo de alternativas em alguns troços (asfalto /
Guarda	7,4 Km 34,6 Km	Após Rio Beijames	Próximo de Valhelhas (Praia Fluvial) para a qual existirá derivação
Belmonte			Traçado por este concelho apenas existirá caso não se encontrem alternativas que evitem o asfalto na Covilhã
Covilhã 2	56,8 Km 91,4 Km	Caminho/divisão de Concelho	Troço longo e algo complexo, sendo necessário o estudo de alternativas em alguns troços (asfalto /
Fundão 1	5,5 Km 96,9 Km	Ponte sobre o Rio Zêzere	Passagem na Barroca , cruzando o rio após esta localidade
Pampilhosa da Serra 1	2,0 Km 98,9 Km	Caminho/divisão de Concelho	Passagem por Dornelas do Zêzere
Fundão 2	11,1 Km 110,0 Km	Ponte após Dornelas	Alqueidão e Janeiro de Cima
Pampilhosa da Serra 2	4,7 Km 114,7 Km	Ponte após Janeiro de Cima	Passagem por Janeiro de Baixo
Oleiros	52,5 Km 167,2 Km	Caminho	Troço longo com passagens longas por asfalto difíceis de anular. Passagem por Ademoço, Cambas e Álvaro
Sertã 1	17,5 Km 184,7 Km	Caminho s/ Ribeira do Calvo	Zona panorâmica sobre parte interessante do rio, mas de difícil aproximação. Passagem sobre Pedrógão
Pedrógão Grande	18,5 Km 203,2 Km	Ponte Filipina s/ o Rio Zêzere	Traçado sempre próximo do rio. Passagem sobre Ponte Filipina, Ribeira de Pera e Barragem da Bouça
Figueiró dos Vinhos	16,6 Km 219,8 Km	Asfalto próximo da Bouça	Bouça e Foz de Alge.
Ferreira do Zêzere	12,3 Km 232,1 Km	Caminho s/ a Ribeira de Braz	Existe Derivação para Rota Ribeira de Alge Fonte Seca e Dornes.
Sertã 2	21,1 km 253,2 Km	Ponte s/ Zêzere do Vale da Ursa	Alguma dificuldade em conseguir uma maior proximidade com o Rio. Existe derivação para Trísio
Vila de Rei	52,1 Km 305,3 Km	Ponte da Atalaia	Fernandaires, Trutas, Penedo Furado
Sardoal	0,7 Km 306,0 Km	Ponte sobre a Rib. De Codes	Incluído no relatório de Abrantes
Abrantes	50,0 Km 356,0 Km		Povoações ribeirinhas, Fontes, Centro Náutico Aldeia do Mato, Martinchel
Constância	3,6 Km 359,6 Km	Estrada sobre a Rib. Covilhã	Derivação de Percurso Pedestre e RTT (segue asfalto)

O projecto da GRZ inclui ainda investimentos num plano de promoção e divulgação, contidos no Plano de Marketing e Comunicação das Aldeias do Xisto (eixo) indispensáveis ao sucesso do projecto, de modo a chegar aos seus públicos alvo nacionais e internacionais. Neles estão previstas acções como a edição de

um roteiro bilingue, um passaporte da GRZ, mapas, brochuras, pagina de internet, quiosques multimédia e um sistema digital de apoio aos utilizadores. Também campanhas publicitárias específicas em imprensa, televisão e internet, presença em feiras temáticas de turismo activo e merchandizing.

Carácter Inovador das actividades

No processo de definição dos critérios para a determinação do itinerário da rota foram desenvolvidos conceitos inovadores a implementar na GRZ, com a criação de estações intermodais que correspondem a instalações modulares a instalar em pontos específicos do percurso onde os utilizadores terão oportunidade de alterar a sua forma de progressão. Assim o utilizador terá a hipótese de realizar um troço a pé e chegando a uma estação recolher uma canoa, percorrendo o troço seguinte em canoagem até à próxima estação intermodal onde terá a opção de fazer o seu depósito e recolher uma bicicleta para continuar via terrestre ou mesmo voltar ao ponto inicial por esta via. Como é fácil de entender a rota possibilitará assim ser multi-actividades e ser realizada não só linearmente como em circuitos. As combinações possíveis são muitas, acrescidas da possibilidade de realização de derivações e pequenas rotas noutros pontos.

As estações intermodais terão um sistema autónomo dispensador dos equipamentos que se prevê poder ser integrado com um sistema de identificação do utilizador recorrendo a tecnologias como RFID ou Telemóvel/GPS, que permite também a criação de um sistema digital de apoio ao utilizador, capaz de fazer o seu acompanhamento antes, durante e depois da sua actividade, ou seja, durante todo o ciclo de actividade turística. Nas estações intermodais prevê-se ainda a possibilidade de existência de quiosques multimédia interactivos onde o utilizador pode pesquisar e obter informação útil e turística.

De referir que estas estações, a sua gestão, bem como dos equipamentos nelas existentes, abrem a possibilidade de envolver os agentes económicos locais, nomeadamente empresas de animação ou unidades de alojamento de modo a que estas assumam essas tarefas em rede, assegurando a mobilidade e manutenção destes.

Este carácter multimodal é uma inovação que pensamos única a nível mundial e possível dada a especificidade do território e o planeamento inicial da rota que teve esse aspecto em consideração.

Objectivos Específicos

Implementação da Grande Rota do Zêzere- sinalização e homologação de cerca de 440km entre itinerário principal, variantes e derivações, ao longo dos 248 km do rio Zêzere, com possibilidade utilização a pé, de BTT ou de canoa.

Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva a implementar

Todo o processo de criação desta rota foi percursor de formas de colaboração entre diferentes tipos de agentes, privados e públicos que não tinham tradição de trabalho conjunto. O **grupo de trabalho** reuniu Associações de Desenvolvimento Local, ADXTUR, Câmaras Municipais, e participação específica de associações e empresas privadas que chegaram a acordo quanto à **metodologia** e atingiram consensos em diferentes aspectos incluindo o próprio traçado da rota. Levou à elaboração de um planeamento cuidado com a elaboração de um estudo prévio, no decurso das acções preparatórias do PROVERE Aldeias do Xisto, que permitiu determinar as necessidades do projecto e gerou **novos conceitos e paradigmas** para as infra-estruturas a desenvolver e seus investimentos.

Pretende-se que na implementação do projecto seja utilizada **sinalética uniformizada e personalizada**, de materiais de elevada qualidade e resistência, tendo em vista também a homologação da GRZ a nível internacional.

Foram pensados **planos de manutenção** e estabelecidas parcerias locais para a implementação e monitorização da GRZ, que face à sua extensão exige uma distribuição do esforço de implementação e também de dinamização, embora coordenado por uma única entidade (ADXTUR) que garanta o cumprimento de parâmetros mínimos de qualidade aceites por todos os parceiros.

Quadro Resumo GRZ

GRZ	Indicador		Investimento
Implementação da Rota			
Limpezas de caminhos existentes	kms	25.1	7,530.00
Abertura de novos caminhos	kms	34.5	10,350.00
Construção de pontes (grandes)	Quantidade	5	100,000.00
Construção de pontes (pequenas)	Quantidade	4	600.00
Estruturas de segurança	Quantidade	1	45,000.00
Pontos de Marcação	Quantidade	1327	99,525.00
Setas (+poste redondo)	Quantidade	125	10,000.00
Painéis informativos	Quantidade	47	30,550.00

Leitores de Paisagem	Quantidade	18	6,840.00
Estações intermodais Ag Bravas	Quantidade	5	70,000.00
Estações intermodais Ag Calmas	Quantidade	9	126,000.00
Zonas de descanso (novas)	Quantidade	22	107,800.00
Zonas de descanso (existentes)	Quantidade	21	52,500.00
Sanitarios de apoio	Quantidade	14	140,000.00
Marcações (pinturas)	dias	96	24,000.00
Colocação de sinalética	dias	182.75	45,687.50
Projecto de homologação	dias	14	2,100.00
Coordenação Técnica operacional	dias	67	20,100.00
Coordenação Técnica geral	dias	75	22,500.00
Acções de Formação de Marcação	unid	1	15,000.00
Plano de Manutenção		0	0.00
Limpezas de caminhos	kms	64	64,000.00
Reposição de sinalética	Quantidade	127	63,500.00
Recolha de residuos	Concelhos	14	84,000.00
Gestão de conteúdos do site	Concelhos	14	7,000.00

Resultados Esperados

(inclui Celeridade de Resultados – Projecção após 1º ano da EEC)

2.8. Grande Rota do Zezere		
Sinalização (kms)	50	440
Estações Intermodais (quant)	1	12

2. 5 X-VILLAGE - EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS DIRECCIONADOS PARA OS NOVOS MERCADOS

ÂMBITO E FINALIDADES

Esta linha de acção inscreve-se nos objectivos do programa PROVERE, tendo profunda complementaridade e concertação entre o investimento privado e público, sendo este um apoio às intervenções previstas para cada um dos projectos.

O conceito do X-Village surge como designação de complexos turísticos acolhidos por aldeias praticamente devolutas, em estado de abandono, com grande potencial ao nível do seu enquadramento paisagístico e apresentam uma arquitectura vernacular do xisto que se afirmam como um património riquíssimo a preservar. Só por si e face ao tipo de investimento privado, assumirão consoante a paisagem onde estão inseridas e a própria estratégia preconizada, uma temática específica que irá ser um elemento diferenciador e atraente no mercado turístico ao nível do alojamento e das próprias vivências que cada uma poderá oferecer.

Seguindo o princípio aplicado à rede das Aldeias do Xisto já existentes e a candidatar, no eixo 1 da regeneração Urbana das Aldeias, sentiu-se igualmente a necessidade de definir montantes máximos de investimento público por aldeia no valor de 300.000,00€. A tipologia de intervenção destina-se para requalificação de espaço público e infra-estruturas.

ACTIVIDADES PREVISTAS

Esta acção vem permitir a regeneração urbana de aldeias circunscritas no território do xisto, bem como a implementação de projectos de cariz privado e de oferta turística diferenciadora ao nível do alojamento e equipamentos de apoio a actividades turísticas. O investimento previsto para as aldeias de Esquio e Pessegueiro pretende valorizar um espaço florestal através de povoamentos de espécies de alto valor ecológico e ambiental, bem como construir ligações entre as Aldeias referidas, candidatas ao PROVERE Eixo da Romanização, e implementar uma rede de percursos no âmbito da Rede das Aldeias do Xisto

Resultados Esperados

	Nº de projectos	Nº de camas	Investimento privado
Casa de habitação permanente	1		75.000,00€

Casas a recuperar para alojamento turístico	171	684	6.760.000,00€
Moinho tradicional	1		5000,00€
Centro de conferências	1		400.000,00€
Moinho/lagar de azeite	2		750.000,00
Restaurante			
Museu	1		250.000,00€
Loja	1		100.000,00€

Quadro síntese 2

Concelho	Aldeias	Nº de casas a recuperar para alojamento turístico	Equip. de Apoio e lazer	Investimento privado	Investimento público
Alvaiázere	Paredela	8		600.000,00€	300.000,00€
	Sigoeira	34		1.680.000,00€	300.000,00€
Góis	Loural	14	2	1.035.000,00€	300.000,00€
Lousã	Silveira de Cima	30		500.000,00€	
	Silveira de Baixo	30		500.000,00€	
Miranda do Corvo	Cadaval Cimeiro	15	1	766.000,00€	150.000,00€
	Cadaval Fundeiro	32	2	2.132.000,00€	150.000,00€
Penela	Esquio e Pessegueiro		1	250.000,00€	
Vila de Rei	Caxeiro	8		700.000,00€	250.000,00€

Total Geral					
6	10	171	6	8.340.000,00€	1.450.000,00€

OBJECTIVOS

Contribuir para a continuidade do esforço de reabilitação urbana das Aldeias do Xisto nos próximos anos de forma a aumentar a capacidade de atracção e de oferta da Rede de Aldeias do Xisto, com produtos diferenciadores.

Aumentar a competitividade das pequenas empresas da construção civil local através dos seus saberes ligados ao restauro da pedra e da madeira proporcionando formação em contexto real e reconhecimento das suas capacidades para o mercado nacional e internacional.

Aumentar a oferta turística nomeadamente para mercados internacionais

Colmatar algumas lacunas existentes nomeadamente relativamente ao alojamento turístico na rede das Aldeias do Xisto.

MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

- O projecto da regeneração das Aldeias tem uma vertente de disseminação multiplicadora, em que as boas práticas aplicadas à intervenção no edificado contagia a população local e uma área territorial abrangente fazendo gerar um mal-estar a quem apresenta uma atitude passiva bem como a quem não aplica os métodos e boas práticas na recuperação do edificado, subjacente à preocupação do respeito pelo património vernacular. Desta forma haverá um acompanhamento semelhante ao das aldeias do xisto por parte dos técnicos do projecto da EEC.

- Assume uma forte componente ambiental, face ao enquadramento paisagístico, grande valor patrimonial sobretudo pela sua inserção em paisagem florestal.

- Face ao montante de investimento privado afecto a esta acção para a criação de “aldeias resorts” existe uma forte ligação ao X-Investe, acção 5.3 do eixo 5 - Centro de Valorização e Inovação, não só pela incubação de novas empresas e novos produtos, como também irá gerar competitividade entre empresas, nomeadamente as empresas de restauro que irão operar nestes sítios, bem como pelo aumento de massa crítica num território carente.

A sua componente de regeneração urbana do património irá envolver as empresas locais na recuperação do património que por sua vez irão ser envolvidas no programa de formação que está previsto neste mesmo eixo, na Acção 5.2 - Criar Com Tradição.

Ao nível do envolvimento das comunidades esta acção irá tirar partido dos saberes e tradições locais evidenciando esse património imaterial como um dos elementos genuínos do sítio e do projecto turístico em causa.

Indicadores

- N° de aldeias alvo de propostas, e respectiva disseminação dos modelos pelas outras aldeias da rede; n° de agentes/ parceiros envolvidos, por natureza jurídica e modelo de parceria estabelecido, e volume de investimento público e privado;
N° de actividades económicas criadas/ mantidas, por tipologia de serviços/ oferta, e n° de postos de trabalho criados/ mantidos;
- N° de visitantes e n° de clientes (segmentado por mercados);
- N° de postos de trabalho directos e indirectos
- N° de guias/pessoas das aldeias rurais envolvidas, n° de horas afectas e serviços prestados;
- N° de espaços sócio-comunitários e de recursos endógenos revitalizados
- N° empresas para a manutenção dos espaços públicos das Aldeias e serviços ao domicílio (condomínio de aldeia)
- N° acções de informação, sensibilização e formação das comunidades locais para a manutenção dos espaços públicos

III - PLANO DE ANIMAÇÃO

O **Plano de Animação das Aldeias do Xisto** tem em vista a existência de uma oferta conjunta de actividades e infra-estruturas, de animação regular (ao longo de um calendário de eventos) e permanente (sempre disponíveis) no território onde se enquadram as Aldeias do Xisto.

Pretende dar continuidade a um trabalho já iniciado e que aporta um conjunto significativo de parcerias para a animação e de formatos já realizados, logo permitindo tirar partido tipologias de iniciativas com maior sucesso em termos de procura e adequação ao território, repetindo ou mesmo reforçando esses investimentos.

A fase actual de dinamização do território implica uma elevada selectividade (conforme referido no ponto 11.5.) e afirmação da estratégia que tem vindo a ser seguida. Importa assim concretizar ou terminar a

implementação de alguns dos projectos planeados e que por diversos factores ainda não tornados realidade, com a **Grande Rota das Aldeias do Xisto** e a rede de **Caminhos do Xisto**.

Privilegiam-se projectos de **Animação Regular** da rede de Aldeias do Xisto, e território envolvente com ligações directas ou indirectas a estas, que são inscritas no calendário de eventos plurianual, com enfoque no formato de **ciclos ou circuitos de vários eventos** quer de carácter competitivo quer lúdico, que percorrem vários locais e/ou várias datas. Este tipo de eventos realizados em várias aldeias reforçam a identidade da rede e procuram potenciar a fidelização dos públicos e o retorno ao território. Como exemplo de evolução para este formato está previsto o AXTrail series, em que indirectamente, para além do evento competitivo, se promovem os Caminhos do Xisto onde decorrem e que estão disponíveis todo o ano com carácter de lazer.

Por outro lado, a força da marca permite e motiva a promoção de **eventos de grande escala**, de âmbito nacional e internacional, capazes de projectar e alavancar o destino, criando referências ou “faróis” no calendário de animação, como seja os previstos final do Campeonato do Mundo de Corridas de Aventura ou o Festival de Jazz.

A aposta no **apoio a empresas de animação e agências** que queiram introduzir no mercado produtos turísticos Aldeias do Xisto é outra das preocupações do plano através do apoio à sua criação ou equipamento e à comparticipação de custos de implementação de novos programas quer através dos meios de promoção do calendário de animação quer mesmo através de incentivos decorrentes do projecto X-Investe (linha de acção 5.3).

O Plano de Animação tem assim uma relação forte com o **Plano de Marketing e Comunicação Territorial** (eixo 4) que lhe transmite a visibilidade indispensável ao seu sucesso e à captação de públicos, contribuindo também os próprios eventos para a consolidação do destino fornecendo parte dos seus conteúdos e força corporativa.

Também o Plano de Formação implícito ao **Centro de Valorização e Capacitação** (eixo 5) desempenha um papel fundamental na preparação dos recursos humanos necessários a oferecer uma animação permanente através da formação de **guias de aldeia** e monitores de actividades de turismo de natureza que inseridos em empresas existentes ou em iniciativas individuais prestam serviços sempre disponíveis aos visitantes do território que necessitem de enquadramento especializado.

Dentro da preocupação de oferta de animação permanente no território das Aldeias do Xisto cabem também iniciativas como os **Parques Aventura** que reúnem infra-estruturas permanentes e equipamentos que permitem de forma localizada mas permanentemente oferecer um leque variado de actividades acessíveis a todos.

Um dos objectivos a atingir com os eventos incluídos no Calendário de Animação das Aldeias do Xisto é que estes se tornem **produtos turísticos inovadores** (oferecidos por empresas de animação ou agências), à semelhança do que sucedeu já por exemplo com o programa “Há Ouro na Foz”, dado o sucesso e o carácter inovador que os eventos se possam revestir e a procura induzida, para além da data da sua realização no calendário.

CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES

Outra das inovações que se procura fomentar é o cruzamento de saber-fazer tradicional local e as vivências de aldeia com novas actividades de animação turística nos programas e eventos apresentados. Algumas das actividades adoptam assim uma **social-label** diferenciadora e que é distintiva da marca e do destino. Investimentos na recuperação e reavivar destas actividades são assim rentabilizados neste tipo de animação, como o projecto Tradições do Xisto nas Aldeias de Góis ou outros de pequena escala como moinhos tradicionais, fornos ou o próprio garimpo.

O **esquema de comparticipação financeira** dos parceiros do plano de animação é também um aspecto inovador que implica a existência de diferentes valências nas parcerias assegurando sempre a profissionalização de parte da organização e a existência de um alvará de animação turística e respectivos seguros, mesmo quando o conceito e parte da organização vem do meio associativo. A comparticipação tem relação directa com o número de participantes captado.

Objectivos Específicos

Animação comunitária- fomentar as actividades intra-aldeias e inter-aldeias que possam manter vivo o espírito comunitário, tradições locais e vivência da aldeias, dando-as a conhecer regionalmente.

Existência de um Calendário de Animação - reunir um conjunto de eventos num calendário plurianual, que sejam representativos do território, com capacidade de atracção, promoção e dinamização social, cultural e económica.

Garantir a Animação Permanente - Identificar e promover a existência de infra-estruturas e serviços turísticos permanentes (durante todo o ano).

Fomentar novos Produtos de Animação – apoiar novos formatos que possam vir a constituir novos produtos turísticos para o território adequados aos recursos existentes e às tipologias de procura.

Modalidades de selectividade, vigilância e inteligência competitiva a implementar

As iniciativas incluídas no Plano de Animação beneficiam de uma **imagem forte e âncora na marca** Aldeias do Xisto que lhes atribui uma notoriedade difícil de obter na maioria dos casos. Por outro lado o

facto de serem reunidos debaixo de um único calendário promovido centralmente faz com que este ganhe uma dimensão e escala capaz de se constituir como destino permante de recepção de visitantes.

A **imagem dos eventos** é um dos aspectos onde a coordenação técnica da Rede das Aldeias do Xisto terá um cuidado redobrado, a par com as garantia de elevada qualidade de serviços dos parceiros, de modo a criar experiência de excelência que sejam reconhecidas pelos visitantes.

Os eventos a incluir no calendário quer os promovidos em parceria com a ADXTUR quer os propostos pelos agentes privados que constam no Plano de Acção terão que cumprir o **regulamento do calendário de animação** das Aldeias do Xisto definido pela ADXTUR, que define regras e critérios de qualidade e requisitos para diferentes tipologias de animação, garantindo a legalidade das acções e o seu enquadramento com a qualidade e imagem pretendidas para o território.

Será promovido um **concurso de ideias** aberto a todos os agentes que queiram propor formas inovadoras de animação aplicadas à rede de Aldeias do Xisto.

A presença actual em diferentes **mercados internacionais** com produtos turísticos Aldeias do Xisto e a visita regular de turistas internacionais daí recorrente permite perceber as suas necessidades e confirmar o sucesso de novos formatos de animação que têm vindo a ser adoptados.

Por último a integração das iniciativas de animação de turismo de natureza no **Plano de Marketing e Comunicação iNature** e o seu contributo para o Plano de Animação das Aldeias do Xisto são encarados como factores potenciadores e diferenciadores, elevando toda a estratégia de desenvolvimento turístico sustentável do território para um nível superior ao actual com argumentos imbatíveis no contexto nacional e mundial.

Quadro Resumo do Plano de Animação

	Nº projectos	Iniciativas	Investimento
Animação Rede ADXTUR	1	50	1.250.000
Eventos privados	10	10	64.600
Ciclos ou Circuitos de vários eventos	10	?	579.100
Grandes Eventos	7	7	798.826
Parques Temáticos e Aventura	6	6	1.658.310
Empresas de Animação Turística	3	3	282.500

Resultados Esperados

(inclui Celeridade de Resultados – Projecção após 1º ano da EEC)

3. Plano de Animação		
Eventos	12	40
Ciclos de Eventos	2	10
Grandes Eventos	1	5
Empresas de animação	1	5
Novos produtos de animação	2	10

IV – PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

4.1. ESTRATÉGIA

4.1.1. LINHAS DE FORÇA/VALORES DA MARCA ALDEIAS DO XISTO

- > Animação, Lazer, Aventura e Natureza
- > Arquitectura e Xisto
- > Património e Tradição
- > Populações Locais
- > Gastronomia e Restauração
- > Alojamento Rural
- > Produtos Locais
- > Preservação da Memória

4.1.2- MOTIVOS PARA A CONSTITUIÇÃO DA REDE DE ALDEIAS DO XISTO

- “Xisto” – elemento identificador do território
- “Aldeias” – elementos representativos da organização sócio-económica
- “Agregação” – existência de uma marca-chapéu “Aldeias do Xisto” que agregue os recursos endógenos e a iniciativa económica do território
- “Parceria” – funcionamento em rede dos agentes públicos e privados do território e partilha de uma estratégia integrada comum
- “Inovação” – Criar com Tradição, numa lógica de fomento da criatividade.

4.1.3- VERTENTES DA INTERVENÇÃO DA REDE DAS ALDEIAS DO XISTO

4.1.3.1- Vertente Social – social label

- Envolver os residentes no processo “o que fazer?”
- Melhorar a qualidade de vida dos residentes

- Fixar os residentes
- Atrair novos residentes
- Elevar a auto-estima das populações locais
- Qualificar as populações locais para um melhor relacionamento com o exterior
- Potenciar pequenas economias locais

Um dos aspectos mais críticos da estratégia promocional deste projecto é a gestão da Marca “Aldeias do Xisto” nos mercados nacional e internacional. A associação desta marca aos targets identificados com o Social Label é uma oportunidade para atingir um tipo de turista qualificado e sensível à dimensão social e comunitária da Rede das Aldeias do Xisto. Essa associação, porém, não deve ser redutora do quadro de oportunidades turísticas oferecidas no Território do Xisto, que muito depende do leque de parceiros que foi mobilizado para este projecto. A justificação deste Social Label reside sobretudo na capacidade de iniciativa e mobilização dos parceiros associados neste projecto. Cabe à ADXSTUR, precisamente, defender a dimensão social e comunitária do projecto, associando esses valores à Marca “Aldeias do Xisto”, distinguindo-a claramente de outras prevacentes nesta Região Centro.

4.1.3.2- Vertente Patrimonial

- Considerar o conjunto edificado “aldeia” como um valor patrimonial em si
- Considerar como “valor patrimonial” o construído e o imaterial
- Enquadrar/Ligar a aldeia no meio envolvente (património natural)

4.1.3.3- Vertente Turística

- Fomentar o surgimento de unidades de alojamento (TER)
- Criar elementos informativos na aldeia
- Motivar a atenção de agentes turísticos (empresas de animação)
- Rede de atracções: Centros Interpretativos e ecomuseus

4.1.3.4- Vertente de Comunicação e Marketing

- Afirmar uma marca de identidade para o território
- Possibilitar um sentido de corpo entre as comunidades abrangidas
- Potenciar a articulação - Efeito de escala

4.1.3.5- Vertente sub-redes temáticas da marca

- Rede de Lojas Aldeias do Xisto
- Rede de Praias Fluviais
- Rede da Arte Rupestre
- Rede dos percursos pedestres/BTT
- Rede dos Centros Interpretativos e dos ecomuseus

4.1.4. OBJECTIVOS GLOBAIS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING TERRITORIAL

O trabalho ao nível da comunicação e marketing desenvolvido até este momento permitiu já afirmar e diferenciar o produto turístico no contexto nacional, concebido numa lógica de valorização do todo da Rede e, paralelamente, diferenciando os seus subprodutos. Por outro lado, foi conseguida uma integração nas estratégias definidas para a promoção da Região Centro, através da Entidade Regional de Turismo do Centro e da Associação de Promoção Turismo na Região Centro de Portugal (APTRC).

A afirmação e o sucesso do projecto Rede das Aldeias do Xisto depende da capacidade de estruturação do produto turístico, da forma como será colocado no mercado e, especialmente, como será comunicado e apreendido pelos diversos segmentos turísticos. As acções de marketing e comunicação deverão ter que ser devidamente coordenadas, orientadas e implementadas, tendo como objectivo o targeting do mercado.

Os valores da marca e, por inerência, do produto, juntamente com a identificação dos targets (público e mercado) foram vectores estruturantes na definição do Plano de Comunicação e

Marketing. Este subdivide-se em comunicação interna (articulação dos diversos agentes da Rede) e externa (com o mercado), e em nacional e internacional.

Para a sustentação desta lógica é necessário desenvolver um conjunto de actividades e linguagens turísticas que, baseadas nos valores fundamentais da marca, favoreçam a identificação do território e da marca na sua globalidade e nas suas partes (segmentos territoriais e subprodutos/redes). Por outro lado ainda, deverá ser desenvolvida e implementada uma estratégia de marketing e comunicação direccionada pela lógica das Portas, Mercados e Produtos.

Absolutamente fundamental é a integração na estratégia de comunicação dos serviços e produtos oferecidos pelos parceiros privados, estimulando assim o efeito de escala da criação de negócio e de valor económico no território, e, consequentemente, do aumento da atractividade e da sustentabilidade de toda a rede.



4.1.4.1- Os retornos pretendidos com a estratégia de marketing e comunicação:

- Brand Awareness;
- Aumento de notoriedade;

- Afirmação e credibilidade do produto;
- Posicionamento do produto no contexto turístico;
- Diversificação e aumento do número de visitantes e utentes;
- Contribuir para a criação de negócio dos agentes privados parceiros da Rede;
- Sensibilização das populações e dos diferentes segmentos turísticos alvo;
- Afirmação do produto da Rede das Aldeias do Xisto perante as entidades públicas;
- Compromisso dos promotores económico-sociais do território;
- Reconhecimento dos operadores, agentes e parceiros turísticos da qualidade do produto da Rede das Aldeias do Xisto;

4.1.4.2- Níveis de comunicação:

- Institucional;
- Mercados;
- Interna;
- Externa;
- Nacional
- Internacional

4.1.4.3- Suportes da estratégia de comunicação e marketing:

- Internet;
- Meios audiovisuais;
- Imprensa escrita;
- Comunicação social;
- Feiras de turismo nacionais e internacionais;
- Famtrips;

- Viagens de benchmarking;
- Brochuras genéricas e específicas;
- Aposta nas novas tecnologias de informação aplicadas ao turismo (GPS, PDA, mapeamento digital, entre outros)

4.1.4.4- Resumo dos objectivos:

- Tornar a Rede das Aldeias do Xisto num viveiro de serviços turísticos distintivos e irrepetíveis, continuando assim a afirmar um novo destino turístico em Portugal;
- Contribuir para a promoção e comercialização de produtos e serviços recomendados pela ADXTUR;
- Contribuir para o desenvolvimento, à escala regional e local, das aldeias e do território da Rede das Aldeias do Xisto, a partir de um processo de Turismo Sustentável;
- Afirmar uma marca territorial enquanto destino turístico de qualidade da Região Centro e de Portugal no mercado turístico nacional e internacional;
- Promoção dos labels da marca Aldeias do Xisto: Responsabilidade Social, Preservação Ambiental, Comércio Justo, entre outros;
- Apoio à sustentabilidade da Rede Aldeias do Xisto através da comercialização de pacotes turísticos e do apoio ao investimento nas actividades económicas parceiras da marca;
- Captação dos fluxos turísticos nacionais e internacionais através da divulgação de um calendário de eventos culturais e desportivos apoiado por serviços turísticos de qualidade e uma malha de pontos de interesse para visitar e ver;
- Promoção das sub-redes temáticas associadas à marca - Praias Fluviais, Arte Rupestre, Património e Arquitectura, Serra da Lousã, Barragens e Albufeiras, Turismo Acessível, Percursos e Rotas Pedestres e BTT, Áreas Protegidas e Sítios Natura 2000, Rio Zêzere, Geoparque, entre outros – e os seus benefícios no ordenamento do território e na criação de efeitos de escala no tecido económico da região;
- Promoção da Rede de Centros Interpretativos e dos Ecomuseus: 1) Centro Interpretativo do Vento (Pampilhosa da Serra); 2) Centro de Atracções Mineiras (Fundão); 3) Centro de Ciência

Viva da Floresta (Proença-a-Nova); 4) Centro Interpretativo da Água (Barragem do Cabril – Sertão);

- Promover acções de promoção de oportunidades de investimento no território;
- Apoio à comercialização dos produtos da Rede de Lojas Aldeias do Xisto e apoio ao alargamento da rede de Lojas nacional e internacional;
- Diversificação e fidelização dos públicos-alvo;
- Criação da Rede de Comunicação das Aldeias do Xisto, que promova o contacto directo com o território (Amigo da Aldeia) e com a animação turística organizada por parceiros privados e públicos do território;
- I&D e TIC: Elaboração de uma estratégia técnica e tecnológica, baseada em redes de TIC que agilizem os fluxos de informação;
- Criação de um universo de comunicação sustentado que permita a divulgação, valorização e potenciação das Aldeias do Xisto e da região.

4.1.5- OBJECTIVOS ESPECÍFICOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING TERRITORIAL

4.1.5.1- Internacionalização

Apesar da consolidação da marca Aldeias do Xisto a nível nacional ainda necessitar de acções para o aumento da sua notoriedade, a sua afirmação deve cada vez mais ser internacional. Um dos objectivos principais deste Plano de Comunicação e Marketing é o de promover a Rede das Aldeias do Xisto nos mercados estrangeiros, preferencialmente Espanha, Alemanha, França, Inglaterra e países nórdicos, entre outros.

>> Este objectivo de internacionalização far-se-á em estreita colaboração com a Associação de Promoção Turismo na Região Centro de Portugal (APTRC), integrando a sua estratégia de promoção da Região Centro e respectivas marcas (entre as quais, as Aldeias do Xisto) nos mercados estrangeiros, beneficiando assim do efeito de escala proporcionado pela marca Portugal. A criação da Agência de Promoção de Turismo da Região Centro (APTRC), no final de 2005, marcou o princípio de uma relação de partilha de responsabilidades com o Instituto de Turismo de Portugal em matéria de promoção turística da Região Centro. Neste contexto, os responsáveis pela APTRC viram no projecto da Rede das Aldeias do Xisto uma solução para um

vazio que persistia no coração da Região Centro (o território do Xisto, ou o Pinhal Interior), que todos sabiam possuidor de um potencial turístico latente, mas que nunca, até ao surgimento deste projecto, tinha logrado afirmar-se turisticamente. Ainda sem estar constituída do ponto de vista jurídico, a Rede das Aldeias do Xisto passou a integrar o esforço promocional da Região Centro e obteve uma visibilidade crescente nas acções promocionais que a APTRC organizou ou para as quais foi chamada a colaborar.

A Rede Aldeias do Xisto estará representada conjuntamente com a APTRC em Feiras Internacionais de Turismo, Road Shows, bem como as acções “Door to Door” junto de operadores internacionais.

>> Uma vez que os valores que compõem a marca Aldeias do Xisto extravasam os conceitos estritos dos serviços e produtos turísticos, fará sentido fazer-se representar, individualmente ou em parceria com outras entidades, em feiras internacionais de outros sectores de actividade, tais como Turismo de Natureza (conjuntamente com ICNB-BuY Nature), criatividade/inação e empreendedorismo, artesanato e comércio justo, desenvolvimento sustentável, entre outros.

>> A abertura de Lojas Aldeias do Xisto em países estrangeiros reveste-se igualmente da maior importância para o objectivo de internacionalização da marca (ver memória descritiva “Rede de Lojas Aldeias do Xisto”). As Lojas internacionais serão uma presença permanente da marca nos mercados estrangeiros em que se inserem, proporcionando deste modo um canal privilegiado de promoção e facilitando o acesso do público internacional aos serviços e produtos turísticos oferecidos pela Rede.

>> Este Plano de Comunicação e Marketing, prevê uma fatia substancial do seu orçamento para a elaboração de campanhas de publicidade específicas para mercados estrangeiros.

>> Todos os suportes de comunicação da Rede das Aldeias do Xisto serão multilingues, preferencialmente inglês, espanhol e alemão, sendo distribuídos nos mercados estrangeiros através das Lojas Internacionais, das acções conjuntas com a APTRC, ou mesmo de outras entidades nacionais representadas em países estrangeiros, como Câmaras de Comércio, delegações do ICEP, Embaixadas, entre outros.

4.1.5.2- Comunicação da Rede

O objectivo principal e transversal deste Plano é o aumento da notoriedade da marca Aldeias do Xisto, das suas componentes, valores e subprodutos, continuando, aprofundando e diversificando o imaginário associado à marca e, consequentemente, a atractividade do território.

Esse aumento da notoriedade deverá ancorar-se em dois eixos fundamentais, intrinsecamente ligados: comunicação interna e comunicação externa. A comunicação externa refere-se a todas as acções de comunicação, promoção, animação, divulgação e marketing com o exterior, seja com o público em geral, com visitantes/utentes ou com a comunicação social. Está condicionada pelo Manual de Identidade da marca Aldeias do Xisto, no sentido da coerência da imagem, e pelos suportes/acções de comunicação criados para os diferentes segmentos de público e de mercado.

A comunicação interna refere-se à articulação dos diversos actores e parceiros da Rede das Aldeias do Xisto, que decorre do, e integra, o Modelo de Governança. O objectivo principal é criar redes e fluxos de informação entre as Aldeias, os parceiros públicos e privados com a Rede, através do Departamento de Marketing e Comunicação da ADXTUR e respectivos grupos de trabalho a criar (ver Metodologia). Este sistema pretende, por um lado, aprofundar a partilha de informação entre todos os parceiros, de modo a criar focos disseminados, mas coerentes e articulados, de informação e promoção no território; e por outro lado, enriquecer e diversificar o nível de informação com conteúdos originais e inovadores, próximos da realidade das Aldeias, próximos dos serviços e acções de animação oferecidos pelos parceiros públicos e privados.

4.1.5.3- Novas marcas, novos públicos

A Rede das Aldeias do Xisto tem apostado numa diversificação da sua oferta, de forma a ir ao encontro das necessidades e exigências das diferentes tipologias de público.

Além disso, tem vindo a ser desenvolvido um trabalho de agregação das várias linhas de força da marca e dos pontos de interesse turísticos do território em redes temáticas, que estruturam a oferta e permitem um efeito de escala: Rede de percursos pedestres/BTT, Rede de Lojas Aldeias do Xisto, Rede das Praias Fluviais, Rede da Arte Rupestre, Calendário de Animação, entre outros. Estas vertentes do projecto assumem-se como sub-marcas da marca-mãe Aldeias do Xisto, e deverão ser alvo de planos específicos de marketing, com a sua linguagem, suportes de comunicação e acções de promoção próprias.

Por outro lado, alguns dos valores da marca e vertentes da oferta turística têm públicos-alvo específicos, como por exemplo a distinção entre o público interessado em Turismo de Natureza (numa vertente mais activa) e o interessado em Turismo Cultural. Assim como a distinção entre o Turismo Sénior e as acções destinadas a crianças (ver Caxistos).

4.1.5.4- Comunicação comercial

O desenvolvimento de uma política de comunicação e marketing específica do Label “Aldeias do Xisto” terá necessariamente de apostar em técnicas de venda directa para a afirmação dos produtos e serviços turísticos das Aldeias do Xisto.

Após uma fase de estratégia de comunicação e marketing mais corporativa, essencialmente destinada à afirmação da marca no contexto turístico nacional (que terá obrigatoriamente de manter-se), chega o momento de direccionar a estratégia para a valorização económica da Rede e dos serviços prestados dos seus parceiros, numa lógica estrita de comunicação comercial.

Esta comunicação comercial será muito centrada na criação de uma Central de Reservas on-line através do site das Aldeias do Xisto (Ver Central de Reservas), através da qual serão comercializados os pacotes e produtos turísticos da Rede e dos parceiros associados.

Por outro lado, estão pensados suportes e acções de comunicação concretas tendo em vista a valorização económica do território, a potenciação dos negócios e dos investimentos dos parceiros, a captação de investimento e a promoção de novos produtos.

4.2. METODOLOGIA

4.2.1- ACTORES E PROTAGONISTAS

- Populações Locais
- Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia
- Outras Entidades públicas regionais e nacionais (Regiões de Turismo, APRT, ICEP, Embaixadas)
- Agentes Privados
- Associações Culturais, Associações de Melhoramentos, Associações de Moradores, etc

- Equipa Técnica ADXTUR
- Grupo de Trabalho Comunicação e Marketing
- Empresas de serviços externos (Agências de publicidade, Agências de comunicação, Operadores Turísticos)

4.2.2– PARCERIA E ARTICULAÇÃO

Um dos principais factores críticos do sucesso da Rede das Aldeias do Xisto é o seu modelo de gestão. Se as expectativas comerciais estão depositadas nos produtos turísticos e no tipo de serviços que a Rede pode oferecer aos turistas e aos parceiros associados, o modo de organização, a ligação ao território e aos seus actores e a viabilidade económica e financeira constituem uma dimensão estratégica fundamental do sucesso deste projecto.

A grande oportunidade decorre exactamente da existência de uma organização que pode actuar tanto ao nível dos mercados turísticos, como ao nível das populações residentes nas próprias aldeias: é na ligação entre os mercados turísticos (Global) e as aldeias (Local) que está o grande trunfo desta Rede para um produto turístico de nova geração: as vivências de aldeia. Em contrapartida, para desenvolver esse novo produto será imprescindível mobilizar e obter a adesão das populações aldeãs – é por isso que concluímos que o sucesso da Rede das Aldeias do Xisto ganhou sempre com uma dimensão de apoio ao desenvolvimento social e comunitário das aldeias (Social Label). Por isso sempre foi considerado fundamental que as próprias aldeias estejam representadas na governação da Rede.

Em termos do Plano de Comunicação e Marketing, a articulação dos fluxos de informação tendo em vista a criação de um imaginário de comunicação diferenciador depende de três níveis: Aldeia, Institucional e Comercial.

Nível Aldeia

Será determinante para a criação de um ambiente de comunicação absolutamente diferenciador, a ligação dos conteúdos informativos com a realidade concreta das Aldeias. Os suportes informativos e promocionais devem reflectir a autenticidade dos ambientes rurais, das suas populações e do seu modo de vida, assim dando resposta a uma procura de evasão e genuinidade por parte dos turistas urbanos. O acompanhamento das actividades que se

passam nas aldeias através de ferramentas remotas de comunicação é um elemento absolutamente inovador desta estratégia.

Neste particular assume especial importância a criação da figura do “Amigo da Aldeia”, não apenas como um interlocutor da aldeia junto dos turistas, mas essencialmente como o elo de ligação entre a organização da Rede e os aldeões. Do mesmo modo, o envolvimento dos novos habitantes das aldeias, com os seus recursos e energias, é outra vertente inovadora deste projecto.

A originalidade deste projecto reside no aproveitamento turístico das vivências destas aldeias e na sua articulação com as outras formas de turismo possíveis no Território do Xisto: rural, activo, entre outros. Essa originalidade deve ser devidamente apropriada pelos Planos Estratégicos previstos no âmbito deste projecto; no caso do Plano de Comunicação e Marketing, far-se-á incorporando no quadro de valores da marca “Aldeias do Xisto” a dimensão de um projecto que é também social e comunitário (Social Label).

A figura do Amigo da Aldeia”:

- Deve ser identificado em cada uma das aldeias ou grupo de aldeias, um interlocutor que sirva de ponte (amigo) entre a ADXTUR e os núcleos urbanos;
- Este interlocutor deverá habitar uma aldeia da rede e ser reconhecido pelos restantes habitantes da aldeias;
- Esse interlocutor deverá ser alguém motivado para o projecto da Rede das Aldeias do Xisto e possuir a capacidade de mobilizar os restantes membros da aldeia (ou das aldeias próximas);
- O interlocutor deverá colaborar com os departamentos da estrutura de gestão da Rede para organizar vivências turísticas nas aldeias e para identificar produtores e prestadores de serviços locais;
- O interlocutor deverá articular-se de forma o menos formal possível com a Rede das Aldeias do Xisto (não deverá ser nunca funcionário desta);
- O interlocutor poderá também dinamizar a criação de “ligas de amigos” das aldeias, o que poderá favorecer a introdução da dimensão social e comunitária na engenharia de produto da Rede das Aldeias do Xisto (novos modos de vida nas aldeias);
- Por isso, este “amigo da aldeia” poderá encabeçar os projectos de desenvolvimento social e comunitário que venham a ser desenvolvidos na sua aldeia, sendo por isso agentes fulcrais de promoção da sustentabilidade social da Rede das Aldeias do Xisto;

- Para os visitantes, o interlocutor desempenhará o papel de anfitrião da aldeia;
- Para a estratégia deste Plano de Comunicação e Marketing, o Amigo da Aldeia é uma peça fundamental na produção e articulação dos fluxos de informação de e para a gestão central da Rede.

Nível Institucional

Os parceiros institucionais, especialmente os Municípios, são outra das peças fundamentais para a estratégia conjunta de comunicação da Rede das Aldeias do Xisto. Não só são os principais responsáveis pela preservação e regulação das suas Aldeias do Xisto, como são muitas vezes organizadores de actividades de animação e promoção que devem ser concertadas com a Rede em termos de imagem e coerência de discurso. Num território vasto e disseminado, são eles os interlocutores privilegiados junto das Aldeias e os detentores de informação preferencial que deve ser agregada pela Rede.

Por outro lado, os Municípios são emissores de informação, nomeadamente junto da comunicação social local, onde muitas vezes o nível de receptividade por parte dos leitores é maior e também mais crítica. Neste sentido, a coerência da informação e a utilização de suportes de comunicação comuns no que toca à imagem de marca é absolutamente imprescindível.

É preciso não esquecer ainda que os Municípios são eles próprios representantes das Aldeias do Xisto a níveis mais formais, e também junto de sectores importantes da comunicação social, pelo que devem a todos os momentos estarem informados e integrados na estratégia de promoção da Rede.

Nível Comercial

Ao nível dos parceiros privados importa divulgar tudo o que se relacione com os seus negócios e serviços turísticos. São estes investidores que estruturam muitas das actividades de animação que se constituem como atracções do território, bem como a oferta turística complementar: alojamento e restauração. Um produto turístico será tão mais forte quanto maior número de agente privados tenha a desenvolver negócio.

Seguindo a mesma lógica de relacionamento e fluxos de informação biunívocos entre a gestão central da Rede e os parceiros, os suportes de comunicação devem divulgar informações

relacionadas com os serviços turísticos prestados pelos seus parceiros, assim como estes parceiros devem ter a todo o momento, nas suas unidades e actividades, informação actualizada e permanente sobre toda a Rede das Aldeias do Xisto.

4.2.3- MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

O Modelo de Gestão da Informação da ADXTUR deverá assentar numa lógica horizontal, uma vez que introduz um conjunto de procedimentos simplificados:

- Diminui os processos administrativos;
- Diminui o tempo para tomada de decisões;
- Promove o intercâmbio e actualização da informação;
- Permite a agilização dos processos e estudos;
- Dificulta a dispersão de informação;
- Fortalece o espírito de equipa.

Os departamentos comunicam entre si diminuindo o número de interlocutores com o órgão directivo, permitindo uma gestão dos processos mais rápida e objectiva.

Assim, decorrente do ponto anterior, devem ser criados fluxos de informação biunívocos permanentes com os três níveis identificados, sendo para tal necessário utilizar metodologias e ferramentas adequadas a uma pulverização de parceiros, dispersão de informação e abrangência territorial:

- A criação de um Grupo de Trabalho de Comunicação e Marketing, que inclua elementos dos Amigos da Aldeia, Municípios e parceiros privados e que se reúna regularmente é determinante, com funções de aprovação de regras de comunicação, definição de metodologias de articulação, controlo e vigilância da coerência da comunicação/identidade da marca/conteúdos divulgados, e ainda articulação com os restantes sectores da Rede que representam;
- A um nível institucional interno da Rede, os serviços centrais de comunicação da ADXTUR terão a responsabilidade de agregar toda a informação gerada nas diversas Comissões e Grupos de Trabalho, divulgando-as por todos os parceiros, através de newsletters internas,

actas técnicas e, quando se justifique, através do site e outras ferramentas on-line. No mesmo sentido, deverá ser criada uma agenda comum e partilhada por todos, das reuniões das Comissões e Grupos de Trabalhos, com ordem de trabalhos, para que todos os parceiros possam, em tempo útil, estar a par dos temas abordados, contribuir com sugestões e/ou participar nessas mesmas reuniões.

- no entanto, para que os fluxos de informação sejam regulares e coerentes, é necessário desenvolver metodologias ágeis e concertadas entre todos. Assim deverão ser identificados os Amigos da Aldeia, os técnicos de comunicação e marketing dos Municípios e os representantes dos parceiros privados, e com eles realizar workshops técnicos sobre a comunicação da Rede, a gestão da identidade corporativa da marca e a utilização das ferramentas de comunicação e marketing.

- A Rede irá desenvolver ferramentas on-line de comunicação que deverão estar disponíveis a todos os parceiros, nomeadamente através do ambiente de backoffice do site, facilitando a gestão e partilha da informação;

- para a prossecução do ponto anterior deverá proceder-se à capacitação técnica e tecnológica de todos os interlocutores, de modo a que todos tenham acesso às mesmas ferramentas.

4.3. DESCRIÇÃO DAS ACTIVIDADES

4.3.1. REVISTA ALDEIAS DO XISTO

Continuação da publicação da Revista Aldeias do Xisto, enquanto principal elemento de divulgação da Rede das Aldeias do Xisto e de todas as suas actividades, enquanto principal suporte de comunicação que reflecte o *Lifestyle* Aldeias do Xisto.

A perspectiva editorial continuará a ser o estabelecimento de redes de comunicação entre as Aldeias, e entre estas e o exterior, bem como a divulgação de parceiros públicos, empresas e associações que promovam o desenvolvimento das Aldeias do Xisto.

As suas linhas editoriais deverão reflectir os valores da marca, tal como descritos em cima, bem como as sub-redes (Praias Fluviais, Arte Rupestre, Rede de Lojas, Calendário de Animação, entre outras) e a sua edição continuará a pautar-se por estritos critérios de qualidade, tais como design diferenciador, qualidade fotográfica e utilização de papéis nobres.

III.1.1 – Objectivos Específicos

- Comunicar com populações locais
- Chegar a novos públicos
- Divulgar o projecto
- Promover Agentes Parceiros
- Dinamizar o Território
- Atrair investidores

III.1.2 – Indicadores

- Exemplares publicados
- nº Assinaturas
- nº vendas
- nº de pontos de venda
- Apoios de agentes e actores locais
- Publicidade

4.3.2. SITE DAS ALDEIAS DO XISTO/CENTRAL DE RESERVAS

O site das Aldeias do Xisto deverá assumir-se cada vez mais como um portal da Rede das Aldeias do Xisto e da própria Região, incorporando novas áreas de divulgação e promoção, ligação com novas tecnologias aplicadas ao turismo (PDA, GPS, mapeamento digital, entre outras), novas ferramentas de interacção com os utilizadores e com os agentes parceiros e essencialmente ferramentas de comercialização de produtos e serviços turísticos da Rede e dos agentes parceiros numa perspectiva de Central de Reservas.

Esta Plataforma Digital de Distribuição Turística deverá ser de tecnologia digital, permitindo o fácil acesso do cliente final, exigindo-se que seja permanentemente actualizada e mantida. A plataforma será o principal canal de distribuição do produto Aldeias do Xisto, permitindo a colocação directa de pacotes turísticos globais ou de partes integrantes da oferta (na esfera dos parceiros associados–links). Este canal de distribuição permitirá aos associados, estejam

ou não presentes na web, aceder aos mercados turísticos virtuais. Através desta plataforma, o cliente pode efectuar a compra ou a reserva de todos os serviços prestados na Rede das Aldeias do Xisto.

Central de Reservas: Criação de um ambiente específico de navegação comercial, que permita aos utilizadores reservarem os serviços e pacotes turísticos oferecidos pelos parceiros da marca Aldeias do Xisto, promovendo deste modo o seu negócio e o aumento de utentes e visitantes do território. Envolve novas funcionalidades, ferramentas e modelos de interacção com os utilizadores; produção de conteúdos, campanhas especiais, métodos de pagamento, consulta de informações de agentes parceiros, inquéritos de follow-up; ligação com as ferramentas tecnológicas ao serviço da animação e informação turística (guias digitais, gps, PDA).

Central de Compras (Loja on-line): A Central de Compras da Rede de Lojas Aldeias do Xisto deve funcionar como plataforma para a aquisição e concentração de produtos para distribuição nas Lojas das Aldeias do Xisto e pelos associados da rede. A Central de Compras deverá seleccionar os produtos do cabaz através de um processo de identificação e credenciação de fornecedores, devendo também ser garantido o abastecimento das quantidades necessárias à rede das Lojas das Aldeias do Xisto e a reposição de produtos nos parceiros associados que o desejem.

Desenvolvimento de novas funcionalidades, ferramentas e modelos de interacção com os utilizadores: livros de visitas, comentários, inclusão de fotografias, mapeamento de itinerários, reservas de serviços turísticos, aquisição de produtos (lojas).

Produção e diversificação de conteúdos: diversificação de conteúdos de acordo com as novas áreas temáticas definidas.

Campanhas especiais e concursos: lançamento de campanhas especiais e concursos para estimular a visita ao site, aumentando a notoriedade da Rede e promovendo o volume de negócio dos parceiros da Rede.

Portal: estruturação do site numa perspectiva de portal, agregando serviços e áreas temáticas independentes e específicas (em micro-sites, quando justificável), tais como Praias Fluviais, Arte Rupestre, Lojas Aldeias do Xisto, Calendário de Animação, Percursos e Roteiros, pontos de interesse turístico, entre outras.

Tradução: contribuindo para o objectivo geral de internacionalização da marca Aldeias do Xisto, todos os conteúdos do site serão traduzidos em inglês, espanhol e alemão, apostando assim nos principais mercados estrangeiros.

Tecnologia: criação de tracks GPS que os utilizadores possam fazer download a partir do site para os seus equipamentos, facilitando assim a visita no território. Elaboração e adaptação de conteúdos específicos para plataformas de PDA. Criação de mapas digitais que possam ser sobrepostos à plataforma Google Maps.

III.2.1 – Objectivos Específicos

- Diversificar conteúdos
- Estabelecer novas formas de comunicação e interacção com o público e com o mercado
- Venda de pacotes turísticos e produtos locais
- Agregação dos conteúdos temáticos numa lógica de portal
- Estabelecimento de novas plataformas tecnológicas
- Atrair visitantes

III.2.2 – Indicadores

- Venda de pacotes turísticos
- Venda de produtos (Loja on-line)
- nº de visitantes
- segmentos temáticos criados (lógica portal)
- Campanhas e concursos
- línguas estrangeiras
- Novos formatos de interactividade com os utilizadores

4.3.3- GUIAS

Publicação de diversos guias temáticos relacionados com as Aldeias do Xisto, que estruturam os pontos de interesse, e que facilitem a visita por parte dos turistas e utentes, de acordo com os seus interesses específicos. Todos serão multilíngues.

Guias das Aldeias do Xisto: edição de um guia das aldeias, com informações úteis, mapas viários, mapas urbanos, descrição de pontos de interesse, rede de lojas, percursos, recursos turísticos, animação, comer/dormir, calendário de animação.

Guia das Praias Fluviais: edição de um guia das praias, com informações úteis, qualidade água, açudes, mapas viários, mapas de proximidade, descrição de pontos de interesse, rede de lojas, percursos, recursos turísticos, animação, comer/dormir, calendário de animação permanente.

Guia dos Percursos das Aldeias do Xisto: Caminhos do Xisto (Pequena Rota), Grande Rota das Aldeias do Xisto, Grande Rota do Zêzere, Centros de BTT, Percursos Acessíveis, entre outros. Edição de um guia com todos os percursos da marca Aldeias do Xisto, normas de utilização, mapas, informações úteis, pontos de apoio, distância, altitude, equipamento (manutenção/aluguer), tracks GPS, mapas viários, mapas proximidade, descrição de pontos de interesse, rede de lojas, recursos turísticos, animação, comer/dormir, calendário.

Guia das Lojas Aldeias do Xisto: edição de um guia da Rede de Lojas, com informações sobre os produtos, os artesãos, a comunidade de práticas, portfolio de produtos, lojas em funcionamento, mapas viários, mapas proximidade, descrição de pontos de interesse, recursos turísticos, animação, comer/dormir, calendário.

III.3.1 – Objectivos Específicos

- Facilitar e estimular a visita
- Estruturar as Redes Temáticas
- Divulgar os principais pontos de interesse do território
- Promover o cruzamento de redes e pontos de interesse na visita
- Responder aos interesses concretos dos diferentes públicos-alvo

- Promover o negócio dos parceiros privados através da oferta de serviços turísticos complementares: alojamento, restauração, artesanato, guias/animadores, eventos de animação, entre outros

III.3.2 – Indicadores

- nº de guias publicados
- nº de pontos de interesse turísticos associados
- nº de parceiros privados promovidos

4.3.4. CAMPANHAS DE PUBLICIDADE

Este conjunto estratégico e complementar de acções pretende essencialmente afirmar uma imagem de marca promocional coerente associada às Aldeias do Xisto. Uma imagem sob a qual são já implementadas acções de dinamização turística e promocional das Aldeias do Xisto, após o levantamento das potencialidades turísticas do território das Aldeias do Xisto, elaborada ao longo desta fase do Plano.

O marketing e a comunicação são ferramentas indispensáveis para a afirmação da marca Aldeias do Xisto no panorama turístico regional e nacional. Todas as acções descritas no Plano serão enquadradas numa estratégia de comunicação e marketing integrado, que confira coerência e identidade a todas as acções, facilitando o reconhecimento e memorização das mensagens.

Campanhas de publicidade above the line: produção de anúncios nacionais e internacionais TV, Rádio, Imprensa, on-line, outdoors, baseado em campanhas de promoção regulares e temáticas: estações do ano, grande eventos, Lojas, Praias, Percursos, Produtos, alojamento/gastronomia. Inclui contratação de agência e produtora, produção, compra de espaço.

Campanhas de publicidade below the line: Organização de eventos para promoção de acções concretas da Rede Aldeias do Xisto, por exemplo: abertura de uma praia fluvial, workshops Lojas, degustações, lançamento de publicações, congressos e conferências, etc. Inclui ainda Malling comercial, publicidade on-line, acções de rua, concursos, entre outros.

III.4.1 – Objectivos Específicos

- Aumentar a notoriedade da marca
- Aumentar o número de visitantes
- Promover as sub-redes temáticas
- Afirmar os valores da marca
- Massificar os targets
- Segmentar a procura por interesses específicos dos grupos-alvo

III.4.2 – Indicadores

- nº de campanhas concebidas
- nº de inserções publicitárias
- retorno/feedback

4.3.5. SINALÉTICA

Perante um território de acesso relativamente difícil, devido à sua orografia serrana, bem como à multiplicidade de pontos turísticos de interesse disseminados pelo território, assume especial importância a instalação de sinalética específica e com imagem própria nos acessos viários, indicando o itinerário a tomar para chegar a cada uma das aldeias ou a outros pontos de interesse.

A primeira fase de instalação de sinalética viária não abrangeu todo o território nem todos os acessos, uma vez que ainda não se conseguiu a introdução do logótipo próprio das Aldeias do Xisto no Regulamento Nacional de Sinalização Viária, estando assim ainda vedada a instalação de sinalética própria em itinerários principais (EN, IC, IP, AE). Por outro lado, o alargamento da Rede a novas Aldeias do Xisto implica necessariamente a continuação do plano de instalação de sinalética.

A criação de um Plano de Instalação de Sinalética é de crucial importância para a estruturação do produto turístico em redes, facilitando a visita e funcionando ela própria como chamariz para os turistas ocasionais.

A sinalética divide-se em vários níveis:

- Sinalética viária indicativa das Aldeias do Xisto, com imagem própria, em todos os acessos viários, e de outros pontos de interesse turísticos associados à marca;
- Colocação de placares de grandes dimensões nas auto-estradas e/ou nos principais acessos das Portas de Entrada para aumento da visibilidade da Rede das Aldeias do Xisto;
- Sinalética turística urbana nas Aldeias, com imagem própria e coerente, indicando em cada uma delas os pontos de interesse a visitar, por exemplo Lojas Aldeias do Xisto, Capelas, Centros Interpretativos, entre outros;
- Sinalética de recepção nas novas Aldeias do Xisto, com mapa urbano destacando os pontos de interesse.;
- Sinalética interpretativa para percursos, centros de BTT, centros interpretativos, outros pontos de interesse turísticos

III.5.1 – Objectivos Específicos

- Facilitar e estruturar a visita
- Estruturar os fluxos turísticos por Portas de Entrada no território
- Promover a visita espontânea
- Dar coerência de imagem às redes turísticas da marca
- Organizar a visita urbana nas Aldeias
- Facilitar a interpretação dos pontos de interesse do território

III.5.2 – Indicadores

- nº de placas de sinalética instalada
- níveis de sinalização criados

4.3.6. CAXISTOS (VER ANEXO 1.4.)

"uma pequena criatura pode fazer toda a diferença".

A manutenção do imaginário da Rede das Aldeias do Xisto, e de um território cujas tradições estão já arredadas de muitos dos visitantes urbanos, pode ser efectuada através das crianças. Não só elas são muitas vezes condicionadoras das opções de compra e férias dos pais, como são elas que representam a futura geração. Neste sentido, criar e definir uma linha e acções de comunicação específicas para crianças é crucial para a captação de fluxos turísticos do segmento familiar, como também se insere numa filosofia de aposta na sensibilização das futuras gerações para valores essenciais da marca, como a preservação ambiental, a ligação com o património e cultura nacionais, a animação.

Descobrimos nas Aldeias do Xisto uma nova espécie animal. Descobrimos uma nova linha de produtos. E descobrimos uma nova forma de comunicar: o Caxisto. Esta mascote das Aldeias do Xisto, não é apenas um bichinho atraente que vai conquistar a simpatia de todos. Ele é o símbolo "vivo" dos valores inerentes às Aldeias do Xisto, capaz de interagir com o consumidor de uma forma dinâmica e de o tocar profundamente.

Para a Criança, o Caxisto representa a dimensão inatingível do amigo. Para as meninas, ele será o animalzinho inocente que elas anseiam proteger; para os meninos, o companheiro dinâmico com quem querem partilhar o dia. Para ambos, a criatura cujo carácter misterioso atrai e fascina. Através do Caxisto, as crianças vão poder descobrir um mundo de informação nova. Primeiro, ele alicia-as e conquista-as. Depois, ensina-as e encoraja-as a agir.

Para o Adulto, o Caxisto representa a relação entre o homem preocupado com a ambiente em que vive e o animal em vias de extinção. Enquanto o primeiro sonha recuperar ou alcançar uma determinada qualidade de vida, o segundo simboliza a esperança de que essa qualidade de vida seja

ainda atingível. Enquanto a extinção não for completa, enquanto o Caxisto ainda existir, o sonho é possível.

A criação de uma mascote para as Aldeias do Xisto permite uma gestão da comunicação de conceitos, serviços, novidades, eventos e produtos orientada prioritariamente para o alvo criança e secundariamente para o alvo pais/ familiares. A eficácia da comunicação aumenta. Mas acima de tudo, o Caxisto é a base constitutiva de uma vastíssima gama de produtos de comunicação que será o motor de uma nova abertura comercial. A variedade da oferta pode ser tanto maior quanto maior for a disponibilidade de materiais e meios de produção adequados.

Neste sentido propomos a criação do Clube dos Caxistos. Objectivo: criar um conceito e uma cultura, através de uma rede local de e para crianças. Com o objectivo de cultivar uma consciência e um conhecimento sobre temas ambientais com vista à sua protecção, criar laços de amizade, e elevar a auto-estima e sentimentos de pertença à comunidade.

Ao mesmo tempo que é uma fonte de informação, o clube pode promover e encorajar uma oferta cultural para crianças. Mudar atitudes leva tempo e está provado como eficaz começar pelas crianças. Elas poderão influenciar as suas famílias e amigos. A sua sabedoria crescerá e passará às gerações seguintes.

Queremos que:

- tenham orgulho nas suas raízes e no trabalho que começou com as Aldeias do Xisto;
- tenham orgulho e sentido de responsabilidade, na protecção do seu meio ambiente;
- vejam as Aldeias como um local para ficar mais tarde, construir as suas vidas e contribuir para a sua comunidade

Público-alvo: crianças e famílias.

Produtos:

- Jornal dos Caxistos: ligação directa com um clube de crianças, com notícias específicas.
- crachás, cartões coleccionáveis, postais aniversário e Natal;
- T-shirts
- mascotes
- merchandising
- micro-site
- exposição temática itinerante com catálogo
- Caminho dos Caxistos (rota temática para famílias)
- Guia Aldeias do Xisto para crianças

Objectivo: comunicar a marca Aldeias do Xisto à futura geração, às suas famílias, aos habitantes locais e turistas.

Filosofia: a preservação e protecção do património, da natureza e da cultura de um povo.

Temáticas: preservação do património, Natureza e Educação Ambiental, Histórias e memórias, magia e mistério. Pressupões equipa permanente de ligação com o Clube.

Metodologia: criação de uma cultura através da formação da comunidade ligada às personagens dos Caxistos; ligação com escolas.

III.6.1 – Objectivos Específicos

- Criar uma imaginário infantil das Aldeias do Xisto dirigido às crianças
- Sensibilizar as gerações futuras para a conservação do ambiente e para a preservação do património cultural
- Captar os fluxos turísticos do segmento “Família”

III.6.2 – Indicadores

- nº de peças de comunicação específicas criadas
- nº de crianças inscritas no “Clube dos Caxisto”
- Rota temática criada
- nº de visitas da exposição temática

4.3.7- EDUCACIONAIS

Dada a especificidade dos produtos turísticos das Aldeias do Xisto, bem como a diversidade dos seus valores e sub-redes temáticas, importa desenvolver acções de promoção específicas e muito direccionadas para grupos-alvos determinantes, nacionais e internacionais, acompanhadas de perto por técnicos da ADXTUR. As visitas “educacionais”, apesar de menos massificadoras, têm a vantagem de ser muito centradas nos interesses dos receptores, ganhando-se na qualidade e profundidade da informação disponibilizadas, bem como no retorno da acção. Implica um apurado critério de selecção dos públicos-alvo, bem como uma cuidada gestão do programa da visita. Esta pode ser definida concretamente para determinados grupos, ou organizada em paralelo a eventos e congressos.

- Educacionais Comunicação Social: visitas com jornalistas seleccionados, nacionais e internacionais, por áreas temáticas de interesse, por exemplo: Turismo de Natureza, Turismo Activo, Turismo Cultural, entre outros.
- Educacionais Operadores Turísticos: numa vertente de criação de negócio devem ser organizadas visitas educacionais ao território com grupos de operadores turísticos nacionais e internacionais.

III.7.1 – Objectivos Específicos

- Apostar na divulgação direccionada a públicos-alvo específicos
- Apostar na segmentação dos produtos turísticos das Aldeias do Xisto
- Aumentar a notoriedade da marca

III.7.2 – Indicadores

- nº de educacionais realizadas
- nº de notícias publicadas

4.3.8- FEIRAS E EVENTOS

A afirmação da marca Aldeias do Xisto, a promoção da sua oferta turística, e essencialmente a internacionalização de ambas, far-se-á muito através da participação em Feiras sectoriais, nacionais e internacionais, bem como na organização de eventos específicos junto de mercados-alvos prioritários e segmentados.

A estratégia de internacionalização da marca, como já foi afirmado, será feita em estreita colaboração com APTRC, acompanhando a sua participação com a marca Região Centro/Portugal em importantes Feiras de Turismo internacionais, como é o caso da ITB (Alemanha) e Fitur (Espanha).

Mas por outro lado, em Feiras Nacionais, como a BTL- Bolsa de Turismo de Lisboa, e outras sectoriais internacionais, como por exemplo Turismo de Natureza/Activo, Artesanato e Produtos Locais (com a Rede de Lojas), design/inação/empreendedorismo, imobiliário, entre outras, a marca deverá fazer-se representar individualmente ou em conjunto com outras

entidades parceiras (por exemplo, em Feiras de Turismo de Natureza em articulação com o ICNB/Provere BuY Nature)

- Inclui produção/melhoria do stand, adjudicação de espaço, viagens, despesas de representação, logística, produção de material de divulgação diverso.

Será criada um plano anual de participação em Feiras e outros eventos, nacionais e internacionais, como Road Shows, Door to Door, Fam Trips, e workshops, desenvolvendo todo o material logístico e promocional adequado.

- Road Shows: criação de uma Feira temática e itinerante, que represente o ambiente das Aldeias do Xisto e que possa ser deslocada e recriada em vários locais. Envolve a criação e produção de material de construção, identidade e branding, logística. Interligação com os agentes do território e associação às sub-marcas das Aldeias do Xisto: artesanos/lojas Aldeias do Xisto, gastronomia/produtores e restauração, animação/empresas turísticas, estilo de vida/ambiente rural, crianças/Caxistos, percursos, o desenvolvimento social e cultural, o património, a preservação florestal e ambiental. Interligação com Calendário de Animação das Aldeias do Xisto. A exposição deverá percorrer o território, regional e nacional, e internacional, em eventos institucionais/promocionais, escolas, Municípios, universidades, fundações, etc.

III.8.1 – Objectivos Específicos

- Aumentar a notoriedade da marca
- Internacionalizar a marca através da presença em Feiras em mercados estrangeiros
- Promover a comercialização de pacotes turísticos
- Desenvolver contactos comerciais e encontrar parceiros de negócio

III.8.2 – Indicadores

- nº de Feiras com presença da marca
- nº de inquéritos de fidelização preenchidos

4.3.9- MERCHANDISING

Produção de material diverso de merchandising, temático e coordenado com campanhas e produtos específicos. Promoção de linhas de merchandising e branding específicas para as sub-marcas Aldeias do Xisto: Lojas, Praias Fluviais, Arte Rupestre, Percursos e Animação, Cultura e Ambiente, Rede de Centros Interpretativos.

III.9.1 – Objectivos Específicos

- Diversificar produtos de comunicação
- Promover as marcas e respectivos produtos
- Aumentar a notoriedade da marca
- Prolongar a memorização da marca

III.9.2 – Indicadores

- nº de peças de merchandising independentes produzidas
- Linhas de merchandising criadas (por tipologia)

4.3.10- JOGO ON-LINE "GERIR UM ALDEIA DO XISTO"

A ideia é baseada em modelos que já existem de jogos interactivos on-line, em que o jogador deverá criar e gerir uma sociedade/aldeia/cidade. A adaptação às Aldeias do Xisto far-se-á sem a componente bélica que esses jogos sempre incluem e atribuir-lhes temáticas ligadas às Aldeias do Xisto: recuperar a casa, gerir a horta/rebanho, tratar das praias fluviais, viver em comunidade/festas, gerir a floresta e acções de educação ambiental, vertente mágica e divertida com caxistos na aldeia, etc. A ligação ao Calendário de Animação ou a momentos efectivos nas Aldeias do Xisto, promovendo assim a visita às Aldeias poderá reverter em mais pontos para o jogador.

III.10.1 – Objectivos Específicos

- Criar uma comunidade virtual (on-line) de aldeões

- Diversificar os canais de divulgação da marca
- Captar novos fluxos turísticos
- Sensibilizar, de forma lúdica, as gerações mais novas para os valores rurais, ambientais e de preservação do património cultural
- Ligação com eventos do Calendário de Animação das Aldeias do Xisto

III.10.2 – Indicadores

- Concepção e produção do jogo
- nº de utilizadores registados
- nº de acções promocionais específicas de promoção do jogo

4.3.11- CONCURSO DE IDEIAS

Lançamentos de concursos de ideias que resultem em trabalhos/produtos das Aldeias do Xisto, baseados em conceitos de investigação, criatividade e originalidade: Design, Artesanato, Produtos/Animação Turísticos, Multimedia, etc. Ligação com o Centro de Valorização e Inovação. Pressupõe envolvimento com Universidades e empresas nacionais e internacionais.

III.11.1 – Objectivos Específicos

- Estimular a criatividade e inovação
- Criar novas linhas de produtos
- Articulação com departamentos de investigação de Universidades
- Encontrar formas inovadoras de promoção da marca

III.11.2 – Indicadores

- nº de concursos realizados
- nº de novos produtos criados

- nº de participantes

4.3.12- MATERIAL DE DIVULGAÇÃO

Edição de material de divulgação diverso, estacionário e branding: produção de flyers, folhetos, cartazes, programas específicos para complemento de acções e/ou eventos:

- capas, estacionário, cartões de visita, placards, uniformes feiras, emballagerns, presentes, comunicação de loja, etc.

- Manuais, Estudos, Publicações Técnicas, Actas: publicação de manuais e outras edições técnicas que apoiem outras vertentes do projecto. Pressupões também rúbrica para o apoio à investigação/publicação de temáticas histórico-culturais, na senda da Carta Gastronómica, ex: As rotas comerciais nas Aldeias do Xisto (rilhas dos carros de bois em chãs d'égua, almocreves em Fajão, "estação de serviço" de carros de bois em aigra velha, etc); as ordens religiosas e o património (Álvaro, romanização, cristianismo, etc); Povoamento, habitação e modos de vida nas aldeias do xisto. Este último ponto envolve a ligação com as Universidades.

- Caderno de Apresentação/Comercial Aldeias do Xisto: edição de uma brochura com a apresentação institucional das Rede Aldeias do Xisto/ADXTUR, com o objectivo de estabelecer relações formais e/ou comerciais com parceiros e investidores. Informações comerciais: imobiliário, produtos turísticos, Lojas, patrocínio/mecenato, formação, consultoria(?), etc.

- Folhetos Aldeias do Xisto: criação de conteúdos, e impressão de folhetos genéricos de promoção das Aldeias do Xisto, dos seus valores, território, experiências, recursos principais (aldeias, lojas, praias, percursos), especialmente direccionados para eventos, feiras, balcões de recepção dos parceiros. Vários idiomas

III.12.1 – Objectivos Específicos

- Apoio a acções de promoção e/ou animação da marca e sub-marcas
- Reforços dos valores da marca
- Facilitar a visita ao território e a interpretação da marca, produtos e pontos de interesse turísticos
- Estimular o negócio e as relações comerciais

- Favorecer a coerência da identidade da marca e sub-marcas

III.12.2 – Indicadores

- nº de peças/linhas independentes criadas
- nº de estudos e Actas Técnicas publicadas

4.3.13- CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E ARQUIVO

Criação de um Centro de Documentação e Arquivo das Aldeias do Xisto, em formato digital, que possa preservar a memória e os documentos da Rede, disponibilizando a sua utilização/acessibilidade através das novas tecnologias de informação, nomeadamente através da Internet, e concretamente do site da Aldeias do Xisto. Inclui aquisição de equipamento, tratamento dos suportes documentais, catalogação, desenvolvimento de sistemas de consulta

III.13.1 – Objectivos Específicos

- Preservação do espólio da marca e dos parceiros
- Digitalização de documentos e imagens
- Facilitar a consulta e utilização da informação (on-line)
- Promover os fluxos de informação entre os parceiros
- Facilitar o acesso à informação a jornalistas e investigadores

III.13.2 – Indicadores

- nº de documentos digitalizados
- nº de acessos registados
- utilização da informação (trabalhos publicados)

4.4. CELERIDADE DOS RESULTADOS: PROJECCÃO APÓS 1º ANO DA EEC E PROJECCÃO NO FINAL DA EEC

(Quadro no Anexo 1.5)

4.5. CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES

- consolidação da parceria: articulação dos fluxos de comunicação com Aldeias e Agentes parceiros (técnicos câmaras, guias da Aldeia, agentes privados) tendo em vista ultrapassar a distância entre as Aldeias e a Rede, melhorando os níveis de informação sobre o que se passa no território: workshops, utilização de ferramentas on-line (backoffice site Aldeias do Xisto).
- coerência da comunicação em rede entre todos os parceiros públicos e privados: utilização da imagem de marca, participação nas/divulgação através das mesmas ferramentas de comunicação, centralização da divulgação de informação turística relacionada com as Aldeias do Xisto
- Tecnologia: tracks GPS, conteúdos específicos para PDA, jogo on-line, mapas digitais
- Guias: cruzamento de recursos turísticos em rede numa perspectiva abrangente da oferta do território a partir das AX
- Caxistos: Crianças/famílias: captação de novos fluxos de visitantes de tipologia família, relacionamento directo com crianças/famílias, disseminação de boas práticas ambientais/preservação do meio rural apostando na consciencialização das futuras gerações
- reforço de redes temáticas: Arte Rupestre, Praias Fluviais, património, produtos locais,
- novas patentes: jogo on-line
- métodos de interacção com o público: comentários e álbuns on-line; amigo da aldeia: as pessoas são actores directos na preservação do meio ambiental e cultural das Aldeias, através da Maternidade das Árvores adoptando árvores, recebendo informação específica
- branding: novos packagings produtos, produtos inovadores de merchandising, etc
- Investigação tendo em vista a publicação de livros semelhantes à Carta Gastronómica (ver Anexo 1.3)

- Arquivo documental: digitalização e centralização de imagens e documentos, a serem disponibilizados on-line através do site, que estejam acessíveis a estudantes, comunicação social, investigadores e aos próprios parceiros; preservação da memória.

4.6. MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

- Regulamento de comunicação/linha gráfica: estabelecimento de regras de utilização da imagem de marca e da divulgação de informações por parte da Rede e de todos os parceiros: Manual de Identidade da marca Aldeias do Xisto e sub-marcas (Lojas, Praias Fluviais, Arte Rupestre, etc.)/defesa das marcas
- (decorrente do anterior) Método de decisão: Grupo Técnico de Trabalho de comunicação, de acordo com modelo definido na Estratégia de Governança: constituído pelos técnicos da Rede e parceiros, tendo em vista a análise/aprovação de acções de marketing e promoção.
- Label parceiros: certificação da qualidade através da atribuição de selos de parceira, que sigam critérios comuns e partilhados por todos que farão parte da estratégia de promoção da Rede e dos agentes
- Concurso de ideias: estímulo da criatividade aplicada à criação de novas ferramentas de comunicação e promoção, design, ligação entre empresas e Universidades
- Metodologia: articulação entre os parceiros, a Rede e a vida das Aldeias

V – CENTRO DE VALORIZAÇÃO E INOVAÇÃO

Descrição das actividades

5.1. ALDEIA DAS IDEIAS (MATERIALIZAÇÃO DE PROTÓTIPOS E PRODUTOS – LABORATÓRIO DA IDEIAS)

O Programa Centro de Valorização e Inovação (3) que se subdivide em três actividades centrais, visa, fundamentalmente, a capacitação dos recursos humanos, aumentando o território de massa crítica, e consequentemente melhorando a competitividade das empresas e disponibilizando recursos específicos para a incubação de novas empresas e/ou produtos.

Esta actividade é corporizada pelo projecto do “FABLAB” (Fabrication Lab), que de forma resumida se pode apresentar como uma “Rede Internacional a partir do MIT (USA) para promover a Inovação”¹. Projecto desenvolvido pela ADXTUR em parceria com os parceiros do território sendo secundado pelo parceiro-chave YDreams Informática S.A. Ydreams (e em articulação com o MIT).

A articulação com os centros de competência/instituições de investigação e desenvolvimento que já existem no território (e Região Centro), bem com a rede de casas temáticas, centros interpretativos e ninhos de empresas e centros de incubação existentes na região é um eixo *mister* do projecto em referencia.

Para que tal possa vir a ser realizado o “fablab” será dotado de um espaço próprio onde ficará instalada toda a maquinaria, e de onde se espera vir a resultar um fluxo de criatividade continua, em articulação constante com outras estruturas, promovendo quer out-puts quer assimilando in-puts, assumindo-se ele próprio como um ninho de incubação de ideias e projectos para dentro mas também para fora, podendo vir, em consequência, a serem instaladas no território mais empresas e, por conseguinte, a incrustar no território uma maior massa-crítica.

O projecto fablab terá como raiz o facto de também ele ser fruto da incubação de uma spin-off dedicada à exploração de produtos interactivos na região centro, com vista à sua exportação internacional, como o que já acontece, p.ex. ao nível da “caça sem morte” (visando rentabilizar a exploração cinegética da caça, promovendo o princípio da “Caça sem Morte”. A actividade em causa pretende simular os rituais de

¹ Conceito desenvolvido pelo MIT (USA) em expansão por todo o mundo.

perseguição e morte, bem como outras actividades paralelas, com o mínimo de impacto possível nas comunidades locais de animais e com a máxima segurança para os participantes), ou das “Jangadas Ecológicas” (as barragens e espelhos de água são locais especialmente apetecíveis para a prática de desportos e actividades lúdicas. O desenvolvimento de novas formas de exploração destes espaços, especialmente se suportadas numa perspectiva de sustentabilidade ambiental, potencia ainda mais o interesse nestes equipamentos, pelo que o projecto em causa visa criar um protótipo do conceito de “Jangadas Ecológicas” que se pretende, no fundo, que venham a ser plataformas flutuantes suportadas por uma lógica de sustentabilidade ambiental, permitindo o apoio diferenciado de um conjunto de actividades), etc. A constituição de uma nova empresa dedicada à exploração de produtos tecnológicos, sendo que esta constituirá ainda uma base para a consolidação e estruturação da sua actuação comercial não só nesta região.

Como mais áreas de relação interactiva com outras entidades com experiência consolidada no território, e que já por si, elas próprias se encontram a funcionar em rede, como é o caso do CEARTE, destacamos um projecto específico, enquadrado ao nível dos projectos âncora, a desenvolver “Projecto “Centro Tecnológico e de Inovação para o Artesanato das Aldeias do Xisto - CTIA)”, e que só será virtuosamente implementado se realizado em simultâneo com outros três projectos. Dois dos quais já anteriormente desenvolvidos, mas a necessitarem de aumentar a sua escala de acção (áreas de intervenção), grau de inovação e internacionalização, como são o caso dos Projectos “Experimenta o Campo” e “Comunidade de Práticas Lojas Aldeias do Xisto”, e ainda um terceiro projecto, cujo promotor é o Município de Proença-a-Nova, que consiste na criação do “Centro de Artesanato / Artesãos do Património” (visa Implementar na aldeia de Figueira um centro vocacionado para a valorização e difusão das praticas artesanais direccionado quer para a artesanania tradicional quer para a vertente da reparação do património construído. O projecto prevê a reparação e manutenção de edifícios com valores patrimoniais significativos, situados no núcleo da aldeia, com o objectivo de ai instalar oficinas, ateliers e pequenas áreas habitacionais, tendo como elemento aglutinador uma casa sede, onde possam situar-se áreas de apoio comuns ou de partilha com a comunidade local).

Para além das Áreas de relação interactiva acima referidas é de capital importância a ligação entre o fablab e os jovens criadores/ empresas que se pretendem vir a instalar no território e/ou passíveis de nascerem do sistema de incubação daquele:

Exemplos:

- Criação de Linhas de produtos artesanais – o projecto visa o desenvolvimento de novos produtos artesanais para venda em lojas do território, sendo levado a cabo o conceito de desenvolvimento e

tutorias em formato de workshops (desenvolvimento de produtos que artesãos locais possam replicar). Prevê-se a criação de cerca de 10 linhas de novos produtos, os quais poderão gerar receitas para os artesãos que participem nos workshops, e para as lojas que vendam esses produtos.

Agência de profissionais - Âmbito do projecto: Criar uma agência de profissionais das áreas do design, arquitectura e audiovisual. Entidades e pessoas particulares locais, poderão seleccionar profissionais para os seus projectos e ideias sem ter que se deslocar a uma grande área metropolitana. Assim a agência apresenta-se como: Mediadora local entre cliente e profissional; Entidade que selecciona e promove profissionais das referidas áreas a nível nacional. Desta forma, pretende-se estimular o exódo de profissionais das grandes cidades, para cidades mais carênciadas e facilitar acesso por parte dos locais a profissionais de qualidade a residir em qualquer parte do país. Como? Através de um espaço aberto ao público que funcione de ponto de encontro entre ambos.

Dedal - artesanato moderno - Objectivo: Criar uma marca internacional de artesanato moderno português que alia design e modernidade a técnicas tradicionais e materiais em desuso. Finalidade: Revitalizar as práticas de artesanato domésticas (tricot e renda, aplicados a costura) com design e estratégias contemporâneas, a partir de materiais em fim de vida. Possui duas abordagens de produção: rede de trabalho temporário nas aldeias do xisto (para crochê e tricot) e oficina na Ferraria de S. João (para a compilação das peças), com algumas actividades para os turistas, que têm por objectivo ser ponte entre o conhecimento tradicional (“tricoteiras locais”) e o conhecimento moderno (jovens designers). Target: mercado internacional: B2B (complementos para a casa e acessórios de moda). Os produtos a desenvolver serão estudados em termos de competitividade. No entanto, podemos enumerar exemplos: individuais de mesa, pegas, malas, broches, luvas.

Programação de Workshops sobre artesanato tradicional - Objectivo: promover a discussão/massa crítica sobre a reutilização de materiais, técnicas tradicionais e sua conciliação com novas tendências artísticas (arquitectura, vídeo, cinema, fotografia, desenho) - enquanto complemento às actividades económicas e turísticas previstas para a região. O intuito é atrair para a Região Centro pessoas qualificadas para formação contínua dos trabalhadores locais do ramo mas também para atrair turistas de nicho. Local de realização das workshops: Ferraria de S. João. Finalidade: fazer da Ferraria de S. João uma referência nacional e internacional do artesanato moderno. Target: Produtores nacionais de artesanato e turistas que tenham interesse por estas temáticas e actividades.

Quadro Resumo Aldeia das Ideias

Projectos	Resultados	Investimento (€)
FABLAB/PROTÓTIPOS	Constituição de empresa; incubação de novas empresas; aumento da massa-critica no território; apresentação e patente de protótipos; transferabilidade do conhecimento e de inovação para reforço do capital	1.400.000,00€

	relacional entre empresas e redes de actores	
Consolidação e alargamento da acção comercial YDreams	Constituição de uma nova empresa dedicada à exploração de produtos tecnológicos	3.000.000,00€
Comunidade de Práticas Lojas Aldeias do Xisto	Criação de dinâmicas de interacção entre artesãos/ produtores, investigadores, entidades públicas e privadas, disponíveis e interessadas, em contribuir para a renovação dos saberes tradicionais locais	130.000,00€
Criação de Linhas de produtos artesanais	Desenvolvimento de 10 linhas de novos produtos de cariz artesanal	27.000,00€
Centro Tecnológico e de Inovação para o Artesanato das Aldeias do Xisto (CTIA)	Qualificação do sector (artesanato) e respectivo desenvolvimento competitivo, pela via da investigação, desenvolvimento e inovação tecnológica.	57.000,00€
Experimenta o Campo	Investigação, criação, e produção de artefactos artesanais com design contemporâneo; divulgação e comercialização da Marca EXOC	132.400,00€
Agência de profissionais	Criação de uma agência de profissionais das áreas do design, arquitectura e audiovisual.	70.000,00€
Dedal/ Workshops sobre artesanato tradicional	Criar uma marca internacional de artesanato moderno português; implementação de oficinas criativas; mini-centros de inovação e partilha de conhecimentos	30.000,00€
Centro de Artesanato / Artesãos do Património	Centro vocacionado para a valorização e difusão das práticas artesanais direccionado quer para a artesanaria tradicional quer para a vertente da reparação do património construído	150.000,00€

2- Carácter Inovador e inteligência competitiva

Inserido no contexto do Centro de Valorização e Inovação projecta-se a existência de um espaço dedicado ao estudo e incubação de novas ideias e novos conceitos, capaz de materializar protótipos e produtos a partir de ideias geradas quer pela comunidade científica quer pelos próprios agentes e habitantes locais, ou numa simbiose entre estes actores. Será estudada a hipótese de o mesmo vir a ser instalado numa aldeia do xisto – “Aldeia das Ideias”, podendo assim o “centro nevrálgico” acolher iniciativas como workshops, estágios e trabalhos de investigação e dias abertos à população.

Apesar dos Fab Labs terem como premissa a partilha de conhecimento entre laboratórios num modelo de open-source, não há impedimento na criação de propriedade Intelectual, partilhada entre o laboratório e o respectivo inventor. Assim é possível a criação de um potencial de negócio valioso para todas as partes, sendo o papel do Fab Labs prestar assistência técnica e judicial ao inventor. Pela sua associação ao MIT e crescente relevância internacional, os Fab Labs funcionarão como uma plataforma excelente de difusão, que permitirá atingir os mercados globais e suscitar interesse de potenciais investidores. Da mesma forma o Fab Labs reclamará um royalty da criação de qualquer negócio, de forma a promover a sua própria auto-sustentabilidade.

Outras ideias inovadoras poderão vir a ser desenvolvidas neste Laboratório, trazendo novas abordagens ao território e seus recursos e que serão alvo de atenção e desenvolvimento, como por exemplo:

Caça sem Morte - recorrendo à utilização de armas virtuais e dispositivos electrónicos de localização por GPS, com criação de patente associada.

Centro Interpretativo do Vento - um centro na linha dos Centro Ciência Viva que faz a ponte com o recente desenvolvimento de parques eólicos no território, numa perspectiva da visitação.

Guias Turísticos Virtuais Digitais - projecto que visa disponibilizar conteúdos digitais geo-referenciados aos visitantes e turistas do território das Aldeias do Xisto com base em dispositivos electrónicos portáteis e pessoais (tipo PDA com GPS).

Tendas Flutuantes - ideia de desenvolver o turismo aquático nos grandes lagos e albufeiras através da criação de um sistema de alojamento sobre as águas calmas, a ser patenteado.

3- Objectivos Específicos

Como Meta central a alcançar assume-se: Criação de projecto-piloto para a implementação de um pólo de criatividade e inovação num território de baixa densidade (fomentar *clusters* da criatividade – “Aldeia das Ideias”).

A concretização de um projecto desta qualidade e a sua integração numa rede de conhecimento de nível mundial permite ambicionar atingir objectivos como:

-Desenvolvimento científico, tecnológico e empresarial

para Cidadãos -um dos objectivos elementares do Fab Labs é possibilitar a todos o acesso, explorando o grande potencial que existe em inventores que estão fora do circuito académico ou empresarial. Assim, pretende-se que o laboratório seja um lugar de “portas abertas”, disposto a aceitar as propostas do mais variado leque de pessoas e saberes.

para Estudantes- o laboratório poderá estabelecer parcerias com escolas, de forma a ter actividades curriculares que levem grupos de estudantes a desenvolver projectos pessoais. Tais actividades são essenciais para a promoção da criatividade e o aumento da capacidade intelectual individual de cada estudante. Trata-se de uma metodologia de educação informal, que já foi reconhecida como essencial para determinado tipo de alunos, que pelas mais variadas razões não se sentem motivados pelos métodos de educação mais convencionais.

para Empresas- pequenas e médias empresas que desejem ter acesso ao laboratório poderão utilizar o mesmo em função do pagamento de uma taxa de utilização e do compromisso de disseminação do conhecimento adquirido.

criar nesta região uma unidade de produção e comercialização de produtos de alta tecnologia à escala mundial.

4 – Indicadores de Resultados

Nº Ideias desenvolvidas no Laboratório

Nº de Patentes

Nº de empresas criadas

Nº de trabalhadores qualificados

Nº Publicações

Nº sessões de informação e divulgação

Nº de pessoas em processos formativos

Nº de visitantes

5. 2- PLANO DE FORMAÇÃO - «CRIAR COM TRADIÇÃO»

O Plano de Formação é uma acção de cooperação inserida no eixo 5 – Centro de Valorização e Inovação, transversal também aos restantes projectos âncora Plano de Regeneração Urbana, Plano de Valorização Turística, Plano de Animação, Plano de Marketing e Comunicação Territorial, Centro de Valorização e Inovação, Rede de Lojas Aldeias do Xisto, Rede de Praias Fluviais.

Está inserido na Estratégia global de Eficiência Colectiva (EEC) do PROVERE no âmbito da valorização dos recursos endógenos e concorre para os objectivos estabelecidos para a vertente formativa numa clara e inequívoca promoção da territorialidade e do desenvolvimento social.

Objectivos Gerais

- Promover o desenvolvimento local e regional, através de acções que facilitem a actuação e a participação activa dos agentes locais, valorizem as potencialidades e recursos do território e facilitem a inserção económica, social e profissional dos indivíduos.
- Melhorar as condições de vida das populações.
- Contribuir para o reforço da inovação e da competitividade dos agentes do território.
- Atrair novos agentes que tirem partido dos recursos formativos.

A Pinus Verde – Associação de Desenvolvimento Integrado da Floresta, entidade acreditada pela DGERT, foi a entidade que em sede das acções preparatórias com a responsabilidade de apresentar e dinamizar o Plano de Formação de acordo com a EEC Rede das Aldeias do Xisto. A estratégia de desenvolvimento da actividade formativa passará por aproveitar os recursos humanos altamente qualificados disponíveis ou os formadores externos integrados na bolsa de formadores; oferecer um serviço integrado no território contemplando potenciais áreas de actuação e formas de obtenção de rendimentos, para que se tornem progressivamente mais competitivos; cimentar a aposta em termos de actividades ao nível do desenvolvimento de empresas relacionadas com os produtos locais e actividades tradicionais; apostar na sua certificação e promoção; apostar no desenvolvimento de outras áreas tendo em vista a melhoria das condições de vida das comunidades, nomeadamente, actividades complementares; valorizar e dotar os recursos humanos das entidades com conhecimentos e valências estratégicas para o seu trabalho.

A estratégia formativa centrará a sua intervenção em cinco áreas fundamentais:

novas formas de organização do trabalho;

o desenvolvimento de recursos humanos;

a promoção da certificação, de actividades económicas tradicionais e dos produtos locais;

a inovação e a criatividade aplicada

a dinamização dos agentes económicos do território;

a cidadania organizacional.

A metodologia de implementação a utilizar nestes projectos passa por três fases essenciais:

a preparação dos públicos-alvo e a criação de competências;

a concepção e implementação da actividade;

a avaliação das actividades.

Pinus Verde – Entidade Formadora

A Pinus Verde, Associação de Desenvolvimento Local e entidade acreditada para formação pela DGERT e devido à sua experiência formativa no território, surge como entidade coordenadora de toda a estratégia formativa e do plano global de formação. Detém já um poderoso conhecimento do território onde centra a sua actividade formativa. A sua intervenção formativa tem incidido num vasto território da Região Centro, nomeadamente e em termos de Nomenclatura de Unidade Territorial (III), na Cova da Beira, Beira Interior Sul, Pinhal Interior Norte e, também, no Pinhal Interior Sul.

Por forma a consolidar a sua estratégia de desenvolvimento, a Pinus Verde tem vindo a desenvolver a sua actividade formativa, de forma transversal a toda a sua actividade, orientando-a para activos desempregados, desempregados de longa duração, jovens à procura do primeiro emprego, activos empregados e instituições / empresas, estando por vezes a formação integrada em projectos de desenvolvimento, numa óptica de optimização dos recursos humanos e potenciação da economia local, orientada para os contextos e âmbitos específicos da zona de intervenção de acordo com a estratégia de desenvolvimento integrado adoptado pela Pinus Verde, procurando dotar os seus colaboradores de *know-how* adequado às exigências da sua actividade.

Diagnóstico de Necessidades Formativas

Devido ao trabalho realizado nas acções preparatórias PROVERE e mediante análise ao levantamento de necessidades formativas efectuado aos agentes do território, é possível constatar que existem ainda inúmeras empresas/organizações com défice de competências/conhecimentos em determinadas matérias específicas e novas áreas que têm vindo a afirmar-se como extremamente importantes para a evolução das empresas e geram o fortalecimento do seu nível de competitividade.

Através do trabalho de auscultação dos agentes do território, através dos Inquéritos às Necessidades de Formação Profissional aplicados em sede de diagnóstico pela Pinus Verde e das Fichas de Intenção de Projecto recolhidas pela ADXTUR, respeitantes às Entidades / Empresas parceiras do consórcio e à População em geral residente no território, foram recolhidas informações para avaliar as necessidades de formação profissional a curto / médio prazo. Após o tratamento de dados chegámos a um conjunto de conclusões, nomeadamente:

denota-se que grande parte dos inquiridos considera importante a frequência de acções de formação (40%), sendo que as mesmas são consideradas importantes pelo facto de permitirem o aperfeiçoamento de competências pessoais e profissionais e de possibilitarem a aquisição de novos conhecimentos e/ou competências. Este aspecto remete-nos para uma crescente sensibilização por parte da população inquirida para a importância da formação profissional enquanto instrumento fundamental para o aumento de competências e para a valorização pessoal / profissional.

constata-se que, face às várias modalidades de formação, aquela que apresenta uma maior percentagem de respostas foi a formação pós-laboral (80%). A formação laboral reúne 20% de respostas.

verifica-se que, em termos de áreas de formação, são as áreas do Turismo e Lazer e da Protecção do Ambiente aquelas que têm um maior interesse para a população inquirida (54,2% cada). Destacam-se também, com percentagens significativas, as áreas do Desenvolvimento Pessoal e da Segurança e Higiene no Trabalho (32,2% e 37,3% respectivamente), Gestão e Administração (27,1%), Informática na Óptica do Utilizador (27,1%), Produção Agrícola e Animal (27,1%), Floricultura e Jardinagem (27,1%) e Silvicultura e Caça (22%).

Do ponto de vista dos resultados do levantamento realizado junto das entidades / empresas representativas de diversos sectores de actividade, podemos retirar as seguintes conclusões:

Volta a constatar-se que a maioria das entidades/ empresas não promovem a realização de cursos de formação profissional para os seus colaboradores, o que reflecte um insuficiente nível de formação dos recursos humanos em áreas específicas, pelo que a formação deverá estar especialmente orientada para a actualização e reciclagem, procurando prepará-los para acompanhar a evolução tecnológica e as mudanças internas e organizacionais impostas pela evolução do mercado;

verifica-se uma sensibilização e preocupação crescente por parte dos responsáveis das empresas/ entidades relativamente à importância da formação enquanto instrumento fundamental para o aumento de competências dos recursos humanos e para a valorização dos mesmos;

denota-se que todas as empresas inquiridas têm necessidades de formação profissional, na medida em que identificaram necessidades de entre os diferentes cursos apresentados no inquérito como opções. Assim, as áreas de formação que apresentam percentagens significativas são: Higiene e Segurança no Trabalho (56%); dentro da área do Turismo e Lazer destacam-se os cursos ligados às Actividades Recreativas e de Lazer (40%) e Formação de Guias e Acompanhantes (28%); para a área da Protecção do Ambiente, destacam-se os cursos de Conservação e Utilização de Recursos Naturais (36%) e Gestão dos Parques Nacionais e Ambientes Naturais (20%). Na área da Gestão Industrial / Comercial destaca-se o curso de Gestão da Qualidade (40%); na área de Marketing e Publicidade, surgem como necessidade mais premente os cursos de Marketing (32%) e Técnicas de Vendas e Negociação (24%); o curso de Atendimento com Qualidade na área de Hotelaria e Restauração é também apontado como uma necessidade formativa mais forte (24%). A área de Informática na Óptica do Utilizador revela também resultados significativos.

Tal como em anos anteriores, este diagnóstico revela as áreas em que se deve apostar, através da continuidade de actividades formativas para activos desempregados e a activos empregados. Os cursos visam contribuir para a melhoria do nível das competências dos recursos humanos da região e das organizações, quer do ponto de vista organizacional, quer do ponto de vista competitivo e de produtividade. Por outro lado, evidencia que as estratégias delineadas nos anos anteriores têm sido correctas, na medida em que a maioria da população inquirida e das entidades/ empresas analisadas continuam a revelar consideráveis fragilidades ao nível organizacional, pelo que a sua intervenção junto destas entidades reforçará naturalmente os seus índices competitivos.

Em termos de síntese, a intervenção da Pinus Verde ao nível da actividade formativa, baseia-se essencialmente nos resultados do levantamento, pelo que em candidaturas já encetadas e aprovadas, a formação incidiu sobre as seguintes áreas temáticas:

Higiene e Segurança no Trabalho

Turismo e Lazer

Protecção do Ambiente

Gestão Industrial e Comercial

Marketing e Publicidade

Hotelaria e Restauração

Informática

Desenvolvimento Pessoal

Silvicultura e Caça

A intervenção da Pinus Verde nestas áreas tem-se revestido de grande importância e torna-se fundamental para continuar a dar resposta às necessidades manifestadas pelas pessoas e potenciais formandos, sendo o seu objectivo contribuir para a obtenção de melhores níveis de qualificação dos recursos humanos, melhores níveis de produtividade, para o aumento de competitividade das empresas/instituições e para a optimização dos investimentos realizados, reforçado pela elevação das competências dos recursos humanos e pela sua flexibilização. Pretende também contribuir para a colocação em prática da estratégia delineada para a região do Pinhal Interior.

Pinus Verde - EXPERIÊNCIA FORMATIVA

Ao longo dos últimos seis anos, a Pinus Verde realizou 36 cursos de formação profissional com activos, sendo que destes, 25 são cursos direccionados para activos e 11 são cursos direccionados para activos e desempregados. Ao todo frequentaram estes cursos 423 formandos activos distribuídos por 240 homens e 183 mulheres, que obtiveram formação nas seguintes áreas: Informática, Produtos Locais, Contabilidade, Agricultura, Floresta / Ambiente, Apicultura, Tecelagem, Pedreiros de Xisto, Gastronomia, Formação Pedagógica Inicial de Formadores, Desenvolvimento Local, Medronho, Produção de Cogumelos, Plantas Aromáticas e Medicinais, Empreendedorismo, Turismo, HACCP.

Projectos aprovados e em execução

Para além de outras formações de carácter especializado que pretendemos realizar ainda, para o triénio de 2009-2012 a Pinus Verde conta já com candidaturas aprovadas e em execução no âmbito do Programa Operacional Potencial Humano, nomeadamente um curso de Educação e Formação de Adultos e Formações Modulares, que a seguir descrevemos:

Cód. Área de Formação	Designação	Acções	Horas (total)

2008 - 2010			
225	Técnico de Museografia e Gestão do Património	1	2170
482	Iniciação à Informática	1	45
481	Processador de Texto	1	50
481	Folha de Cálculo	1	50
543	Desenho Técnico de Construções em Madeira	1	50
215	Decoração de Projectos Simples de Cerâmica	1	50
481	Internet – Navegação	1	50
543	Matérias e Materiais – Madeiras	1	50
811	Confeção de Bolos e doces regionais e conventuais em épocas festivas	1	50
811	Confeção de pratos de carne	1	50
582	Aplicação de Tintas em diferentes superfícies	1	50
582	Reparação de Superfícies Exteriores	1	50
215	Execução de Projectos Criativos – Forma Tradicional	1	50
811	Confeção de entradas	1	50

543	Preparação e envernizamento de superfícies exteriores de madeira	1	50
543	Execução de projectos criativos – forma contemporânea	1	50

No ano de 2007 a estratégia formativa foi orientada para o apoio às actividades consideradas como tendo forte potencial de desenvolvimento, nomeadamente, actividades tradicionais, ligadas ao artesanato e produtos locais, de apoio à fileira florestal – usos múltiplos da floresta, e outras actividades cujo diagnóstico demonstrou a sua forte necessidade de concretização no território. Nos anos subsequentes, pretende-se a materialização da estratégia já iniciada, apontando baterias para o desenvolvimento da comunidade, das aldeias, do território, das lojas aldeias do xisto (idealização e produção de artefactos artesanais e produtos agro-alimentares), descobrindo potencialidades (turismo, animação, produtos locais, recursos hídricos, paisagísticos, patrimoniais, etc.), activando recursos, em articulação com todos os agentes da região.

O posterior tratamento das Fichas de Intenção de Projecto que resultou no presente diagnóstico de necessidades formativas, demonstra as carências formativas do território, diagnosticadas pelos agentes.

Mediante análise ao levantamento efectuado no território, é possível constatar que existem ainda inúmeras empresas/organizações com défice de competências/conhecimentos em determinadas matérias específicas e novas áreas que têm vindo a afirmar-se como extremamente importantes para a evolução das empresas e geram o fortalecimento do seu nível de competitividade. De facto, é fundamental que responsáveis e colaboradores das empresas/organizações mantenham maior contacto e familiarização com novas áreas do saber, por forma a garantirem a necessária adaptação às constantes mutações e exigências do meio envolvente e à elevada concorrência dos mercados.

Neste sentido e de acordo com o diagnóstico de necessidades efectuado junto dos agentes, as principais áreas de formação a realizar são as seguintes:

- Formação de Professores e Formadores de áreas tecnológicas
- Segurança e Higiene no Trabalho

- Protecção de Pessoas e Bens
- Indústria dos Materiais
- Construção Civil
- Informática na Óptica do Utilizador
- Indústrias Têxteis
- Design aplicado às diferentes áreas
- Gestão e Administração
- Artesanato
- Hotelaria e Restauração
- História e Arqueologia
- Marketing e Publicidade
- Turismo e Lazer
- Protecção do Ambiente
- Ambientes Naturais e Vida Selvagem
- Produção Agrícola e Animal
- Floricultura e Jardinagem
- Silvicultura
- Caça e Pesca

5.2.1. DESCRIÇÃO DAS ACTIVIDADES

Metodologias Formativas de Validação de Competências

Cursos EFA

Os Cursos EFA são uma oferta integrada de educação e formação para públicos adultos, com idade igual ou superior a 18 anos, que possuam baixos níveis de escolaridade e de qualificação profissional. Estes cursos proporcionam uma dupla certificação escolar e profissional, correspondendo, à

escolaridade básica de nove anos ou secundária de doze anos e aos níveis II e III de qualificação profissional.

Projectos a desenvolver

Cód. Área de Formação	Designação	Acções	N.º de Formandos	N.º de Formandos (total)	N.º de Dias por acção	Horas (por curso)	Horas (total)
2009 - 2012							
811	Cozinheiro (EFA B – n2) ou Técnico de Cozinha e Pastelaria (EFA-NS)	1	12	12	325	2270	2270
811	Técnico/a de Mesa e Bar (EFA-NS)	1	12	12	303	2120	2120
812	Técnico/a de Informação e Animação Turística (EFA – NS)	1	12	12	303	2120	2120
812	Técnico/a de Turismo Ambiental e Rural (EFA-NS)	1	12	12	307	2145	2145
812	Técnico/a Especialista de Animação em Turismo de Saúde e Bem-Estar (EFA - N4)	1	12	12	223	1560	1560

Justificação

Pretende-se realizar cinco cursos nas áreas de Hotelaria e Restauração e de Turismo e Lazer.

A hotelaria e a restauração são duas áreas mutuamente implicadas e o emprego tem vindo a registar um razoável crescimento neste sector. Por outro lado, a utilização crescente das novas tecnologias no nestes ramos tem melhorado significativamente a eficiência do seu funcionamento. Torna-se, pois fundamental dotar de formação específica e qualificar recursos humanos que possam colmatar as necessidades das empresas do território neste sector.

Por outro lado, sendo o Turismo uma actividade geradora de emprego e essencial ao desenvolvimento sustentado das regiões a nível nacional, revela-se fundamental a formação de mão-de-obra qualificada

neste sector. O facto de uma das suas componentes fundamentais – o turista e o seu perfil – estar a mudar, o facto de haverem cada vez mais ofertas turísticas muito diversificadas e ainda, de ser uma actividade fortemente assente na relação directa com o cliente e, portanto, cada vez mais exigente, assiste-se à procura cada vez mais exigente e a uma oferta necessariamente mais qualificada.² Neste sentido, revela-se fundamental a oferta de formação na área da Hotelaria e Restauração.

Objectivos Gerais

- Pretende-se com estes cursos, dotar os formandos de competências e criar condições para uma inserção profissional estável dos trabalhadores, para que possam exercer de forma qualificada a sua profissão.
- Proporcionar as empresas do sector (unidades hoteleiras, unidades de restauração) de possibilidade de recrutamento de profissionais qualificados que possam dar resposta às exigências do mercado, reforçando a relação entre qualidade do emprego, profissionalização e qualidade dos serviços prestados, sendo também capazes de acompanhar as tendências de um mercado mutação em permanente mutação.

Quadro Resumo – Cursos EFA

Área de formação	N.º Acções	N.º de Formandos (total)	N.º Horas (total)	Volume Formação (horas)	N.º Empresas beneficiadas	N.º Postos de trabalho criados	N.º Postos de trabalho mantidos	N.º entidades parceiras
Turismo e Lazer	2	24	4390	105360	10	10	0	15
Hotelaria e Restauração	3	36	5825	209700	10	15	0	15
Total	5	60	10215	315060	20	25	0	30

Resultados esperados

² Referencial de Formação (áreas 811 – Hotelaria e Restauração e 812 – Turismo e Lazer), Catálogo Nacional de Qualificações, Agência Nacional para a Qualificação.

N.º (total) de Formandos: 60

N.º de acções de formação: 5

N.º (total) de horas realizadas: 10.215

Volume de formação: 315060 horas

N.º Empresas beneficiadas: 20

N.º postos de trabalho criados: 25

N.º postos de trabalho mantidos: 0

N.º entidades parceiras: 30

Formação Modular Certificada

A Formação Modular Certificada visa o desenvolvimento de um suporte privilegiado para a flexibilização e diversificação da oferta de formação contínua, integrada no Catálogo Nacional de Qualificações (CNQ), com vista ao completamento e à construção progressiva de uma qualificação profissional. Esta formação propõe-se a colmatar algumas lacunas de conhecimentos verificadas, pelos candidatos, no decurso da respectiva actividade profissional.

Projectos a desenvolver

Cód. Área de Formação	Designação	Acções	N.º de Formandos	N.º de Formandos (total)	N.º de Dias por acção	Horas (por curso)	Horas (total)
2009 - 2013							
861	Primeiros socorros – SBV / Técnicas de socorrismo	2	12	24	17*2	50	100
542	Projectos criativos de Tecelagem para têxtil lar	2	10	20	17*2	50	100

542	Projectos criativos de Tecelagem para <i>casualwear</i>	2	10	20	17*2	50	100
482	Informática	2	10	20	17*2	50	100
811	Atendimento de Clientes na Recepção	2	10	20	17*2	50	100
811	Atendimentos diversos na recepção	2	10	20	17*2	50	100
811	Serviços de Alojamento hoteleiro – turismo rural	2	10	20	17*2	50	100
811	Língua Inglesa – serviço de recepção, atendimento e informação turística	2	10	20	17*2	50	100
811	Língua Inglesa – Serviço de reservas e apoio	1	10	10	17	50	50
811	Língua Inglesa – acolhimento e assistência ao cliente	2	10	20	17*2	50	100
541	Higiene e Segurança Alimentar (Rede de Casas)	1	10	10	17	50	50
541	Sistema HACCP	1	10	10	9	25	25
811	Informação turística e hoteleira	2	10	20	9*2	25	50
811	Língua Inglesa no serviço de mesa e bar	1	10	10	9	25	25
811	Língua Francesa/Espanhol/Alemã no serviço de mesa e bar	1	10	10	9	25	25

811	Práticas de Higiene, higiene e Saúde nos serviços de andares em hotelaria	1	10	10	9	25	25
811	Organização e Funcionamento do serviço de andares	1	10	10	9	25	25
811	Processos e métodos de limpeza de quartos, casas de banho, andares e zonas comuns	1	10	10	17	50	50
811	Processos e métodos de arrumação de quartos, casas de banho, andares e zonas comuns	1	10	10	17	50	50
812	Língua Inglesa – Informação	1	10	10	17	50	50
812	Atendimento – Inglês Técnico	1	10	10	17	50	50
812	Atendimento – francês técnico	1	10	10	17	50	50
812	Técnicas de animação turística	1	10	10	9	25	25
812	Património Cultural	1	10	10	17	50	50
812	Turismo de Desporto Aventura	2	10	20	9*2	25	50
812	Animação Desportiva	2	10	20	17*2	50	100
850	Educação ambiental	1	10	10	9	25	25
850	Papel da Educação Ambiental	1	10	10	17	50	50
850	Conservação	1	10	10	17	50	50

623	Áreas Protegidas	1	10	10	9	25	25
812	Legislação turística	1	10	10	9	25	25
812	Animação turística – técnicas e orçamentação	1	10	10	17	50	50
812	Segurança, higiene e saúde na actividade turística	1	10	10	9	25	25
812	Turismo de Saúde e Bem-Estar	1	10	10	17	50	50
345	Gestão de empresas e de recursos humanos	1	10	10	17	50	50
812	Projectos de animação turística em estruturas de turismo de saúde e bem-estar	1	10	10	17	50	50
812	Organização de Programas de animação turística	1	10	10	17	50	50
342	Organização de Eventos (desportivos e culturais)	2	10	20	17*2	50	100
812	Animação turística e promoção de saúde e bem-estar	1	10	10	17	50	50
481	Tecnologias de informação e comunicação	1	10	10	17	50	50
812	Aplicações informáticas na área da gestão turística	1	10	10	17	50	50
621	Botânica Agrícola	1	10	10	9	25	25
622	Instalação de cultura hortícola/aromáticas e/medicinais - nos princípios da agricultura biológica	1	10	10	9	25	25

621	Processos e métodos de mobilização do solo	1	10	10	9	25	25
622	Protecção fitossanitária de culturas hortícolas, aromáticas e medicinais, nos princípios da agricultura biológica	1	10	10	17	50	50
623	Apicultura (Biológica)	2	10	20	17*2	50	100
623	Micologia	2	10	20	9*2	25	50
622	Jardinagem	1	10	10	17	50	50
621	Desbaste de poldros	1	10	10	17	50	50
621c	Equitação – Iniciação do Cavaleiro à sela	1	10	10	17	50	50

Justificação

A Formação Modular Certificada tem por base as unidades de formação de curta duração, de 25 ou 50 horas, constantes do Catálogo Nacional de Qualificações e destina-se a aperfeiçoar os conhecimentos e competências dos formandos, podendo ser, igualmente, utilizada em processos de reciclagem e reconversão profissional, proporcionado, deste modo, a aquisição dos conhecimentos necessários à integração num mercado de trabalho cada vez mais exigente e competitivo. Esta modalidade de formação destina-se a activos empregados ou desempregados, que pretendam desenvolver competências em alguns domínios de âmbito geral ou específico e conferem a atribuição de um certificado de qualificações.³

Pretende-se, deste modo, realizar 65 acções de formação modular certificada cursos nas áreas de:

Hotelaria e Restauração

Turismo e Lazer

Protecção de Pessoas e Bens

³ Fonte:

<http://www.iefp.pt/formacao/ModalidadesFormacao/FormacaoModularCertificada/Paginas/FormacaoModularCertificada.aspx>

Indústrias Têxteis

Design Aplicado

Informática

Línguas Estrangeiras

Hotelaria e Restauração

Segurança e Higiene no Trabalho

Protecção do Ambiente

Ambiente e Recursos Naturais

Produção Agrícola e Animal

Floricultura e Jardinagem

Gestão e Administração

Com vista a uma (re)inserção ou progressão no mercado de trabalho, estas unidades de formação permitirão a possibilidade de obter mais qualificações escolares e qualificações profissionais no âmbito das áreas acima descritas.

Objectivos Gerais

- Promover o desenvolvimento de competências profissionais e criar condições para uma (re)inserção / manutenção / progressão no mercado de trabalho.
- Proporcionar módulos de formação específica, em várias áreas, a activos que vão ao encontro das suas necessidades profissionais e às necessidades das empresas.
- Dotar as empresas de recursos humanos qualificados e especializados, promovendo a sua manutenção no emprego e a qualidade dos serviços prestados.

Quadro Resumo – Formações Modulares Certificadas

Área de formação	N.º Acções	N.º de Formandos (total)	N.º Horas (total)	Volume Formação (horas)	N.º Empresas beneficiadas	N.º Postos de trabalho criados	N.º Postos de trabalho mantidos	N.º entidades parceiras
------------------	------------	--------------------------	-------------------	-------------------------	---------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------

Indústrias Têxteis	4	40	200	8000	20	5	20	20
Informática na Óptica do Utilizador	3	30	150	4500	15	2	28	15
Indústrias Alimentares	2	20	75	1500	10	4	16	10
Turismo e Lazer	20	200	875	175000	100	40	120	100
Protecção do Ambiente	4	40	150	6000	28	5	20	30
Produção Agrícola e Animal	10	100	375	37500	26	16	64	30
Floricultura e Jardinagem	1	10	50	500	5	1	5	5
Protecção de Pessoas e Bens	2	24	100	2400	5	2	24	5
Hotelaria e Restauração	19	190	800	152000	95	76	76	95
Total	65	654	2775	387400	304	151	373	310

Resultados esperados

N.º (total) de Formandos: 654

N.º de acções de formação: 65

N.º (total) de horas realizadas: 2775

Volume de formação: 387400

N.º Empresas beneficiadas: 304

N.º postos de trabalho criados: 151

N.º postos de trabalho mantidos: 373

N.º entidades parceiras: 310

Formação de Activos integrados em empresas

Dirigida aos activos das empresas do território, este tipo de formação procura aperfeiçoar a qualidade do trabalho produzido, através da melhoria das competências e consequente aumento competitivo das empresas.

Neste âmbito e de acordo com o diagnóstico de necessidades efectuado, encontram-se programados diversos Cursos, em variadas áreas, nomeadamente:

Gestão e Administração

Turismo e Lazer

Higiene e Segurança no Trabalho

Marketing e Publicidade

Produção Agrícola e Animal (Apicultura)

Silvicultura e Caça

Formação de Formadores

Protecção de Pessoas e Bens

Ambientes Naturais e Vida Selvagem

Projectos a desenvolver

Cód. Área de Formação	Designação	Acções	N.º de Formandos	N.º de Formandos (total)	N.º de Dias por acção	Horas (por curso)	Horas (total)

2009 - 2013							
862	HACCP – Rede de Casas da Floresta	1	10	10	9	28	28
862	Segurança e Higiene no trabalho – Rede de Casas da Floresta	1	10	10	12	28	28
861	Segurança Pessoal no Combate a Incêndios	1	12	12	17	50	50
345	Gestão Comercial de Micro, PME's	3	14	42	12*3	35	105
345	Gestão de Lojas AX	4	10	40	7*4	21	84
345	Gestão Hoteleira / ou Gestão de Micro Unidades de Alojamento	2	10	20	34*2	60	120
852	Fauna e Flora do PNTI e do Geoparque	1	10	10	10	30	30
852	Formação Activa de Guias Ornitológicos	1	10	10	20	60	60
342	Marketing territorial	1	10	10	17	50	50
812	Guias Aldeias do Xisto	2	12	24	10*2	30	60
812	Gestão de Praias Fluviais	2	10	20	17*2	60	120
861	Nadadores-Salvadores	2	10	10	34*2	100	200
621	Análise ao Mel	1	10	10	12	36	36

623	Ordenamento e gestão cinegética no território das AX	3	10	30	20*3	60	180
623	Formação de Guardas de zonas de Caça	2	10	20	20*2	60	120
146	Formação Pedagógica Inicial de Formadores	1	16	16	34	100	100
812	Construção e Manutenção de Trilhos	3	16	48	14*3	42	126
812	Sinalização de Percursos (Grande Rota AX)	6	10	60	5*6	14	84

Objectivos Gerais

- Promover o desenvolvimento de competências profissionais e criar condições para uma manutenção / progressão no mercado de trabalho.
- Proporcionar módulos de formação específica, em várias áreas, a activos que vão ao encontro das suas necessidades profissionais e às necessidades das empresas.
- Dotar as empresas de recursos humanos qualificados e especializados, promovendo a sua manutenção no emprego e a qualidade dos serviços prestados.

Quadro Resumo – Activos

Área de formação	N.º Acções	N.º de Formandos (total)	N.º Horas (total)	Volume Formação (horas)	N.º Empresas beneficiadas	N.º Postos de trabalho criados	N.º Postos de trabalho mantidos	N.º entidades parceiras
Formação de Formadores	1	16	100	1600	8	5	16	8
Segurança e Higiene no Trabalho	2	20	56	1120	10	-	6	10

Gestão e Administração	3	102	309	31518	37	30	42	37
Turismo e Lazer	13	152	390	59280	60	21	75	60
Marketing e Publicidade	1	10	50	500	5	-	10	5
Produção Agrícola e Animal (Apicultura)	1	10	36	360	5	-	3	5
Silvicultura e Caça	5	50	21600	1080000	20	5	45	20
Protecção de Pessoas e Bens	3	22	250	5500	22	10	27	22
Ambientes Naturais e Vida Selvagem	2	20	90	1800	10	-	20	10
Total	31	402	22881	1181678	177	71	244	177

Resultados esperados

N.º (total) de Formandos: 402

N.º de acções de formação: 31

N.º (total) de horas realizadas: 22881

Volume de formação: 1181678 horas

N.º Empresas beneficiadas: 177

N.º postos de trabalho criados: 71

N.º postos de trabalho mantidos: 244

N.º entidades parceiras: 177

5.2.2. CELERIDADE DE RESULTADOS – PROECÇÃO APÓS 1º ANO DA EEC

Quadro Resumo Total

Área de formação	N.º Acções	N.º de Formandos (total)	N.º Horas (total)	Volume Formação (horas)	N.º Empresas beneficiadas	N.º Postos de trabalho criados	N.º Postos de trabalho mantidos	N.º entidades parceiras
Formação de Formadores	1	16	100	1600	8	5	16	8
Segurança e Higiene no Trabalho	2	20	56	1120	10	-	6	10
Gestão e Administração	3	102	309	31518	37	30	42	37
Marketing e Publicidade	1	10	50	500	5	-	10	5
Silvicultura e Caça	5	50	21600	1080000	20	5	45	20
Protecção de Pessoas e Bens	5	46	350	7900	27	12	51	27
Ambientes Naturais e Vida Selvagem	2	20	90	1800	10	-	20	10
Indústrias Têxteis	4	40	200	8000	20	5	20	20
Informática na Óptica do Utilizador	3	30	150	4500	15	2	28	15

Indústrias Alimentares	2	20	75	1500	10	4	16	10
Protecção do Ambiente	4	40	150	6000	28	5	20	30
Produção Agrícola e Animal	11	110	411	37860	31	16	67	35
Floricultura e Jardinagem	1	10	50	500	5	1	5	5
Turismo e Lazer	35	376	5655	339640	170	71	195	175
Hotelaria e Restauração	22	226	6625	361700	105	91	76	110
Total	101	1116	35871	1884138	501	247	617	517
Projecções após o 1ºano	30	370	11957	628046	160	80	200	170

5.2.3. CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES

Esta acção assume uma perspectiva estratégica e transversal a todo o plano no sentido da valorização e requalificação dos recursos humanos e subsequentemente potenciar a melhoria da competitividade das empresas.

Em articulação com os agentes do território, pretende-se a promoção inovadora das actividades económicas tradicionais e os produtos locais; a dinamização dos agentes económicos do território; a dinamização das parcerias e construir um modelo de gestão empresarial; construir uma Rede assente no produto turístico “Aldeias do Xisto”; promover a viabilidade económica de actividades endógenas; promover formação aos agentes, promover a qualidade, a certificação da rede, o atendimento e informação turística; criar serviços de proximidade. A formação enquanto serviço potenciador de inovação, será uma ferramenta fundamental de certificação e qualidade de serviços e de recursos humanos.

Social Label - Um conceito de Turismo Sustentável Inovador

O conceito de Turismo Sustentável tem como pressuposto que o projecto ou a actividade turística devem contribuir para o desenvolvimento sustentável do local ou da região onde se instala. As mais valias do desenvolvimento da actividade turística deverão incluir os seus benefícios para as populações locais, concorrendo para o bem-estar das populações residentes do território. Nesta ordem de ideias, o planeamento e o desenvolvimento do turismo devem integrar forçosamente a compatibilização dos seguintes 4 níveis de interesses:

1. A população receptora (hosts)
2. Os turistas (guests)
3. O turismo
4. O ambiente natural

Ao nível da população receptora, que identificamos como as comunidades locais, consideramos fundamental continuar a desenvolver uma cultura turística junto dos agentes do território, agentes económicos e os próprios trabalhadores das empresas, bem como junto das próprias comunidades. Estas serão fundamentais para continuar a estratégia de promoção de um turismo sustentável, sendo essencial a sua formação e sensibilização para o desenvolvimento de uma cultura turística, projectando-a para o exterior.

O objectivo principal é o de promover a participação e a acção comunitária através de acções que facilitem a actuação e a participação activa dos agentes locais, valorizem as potencialidades e recursos do território e facilitem a inserção económica, social e profissional dos indivíduos, tendo em vista o objectivo final que é o de melhorar as condições de vida das populações deste território. A sua intervenção pretende ainda reforçar a coesão social, nomeadamente, através da criação de uma relação social entre as populações e os agentes do território e do fomento de relações sociais de solidariedade e de proximidade no território. Contribuirá ainda para a criação de estruturas de parceria, para o desenvolvimento de sectores considerados estratégicos no território. A intervenção ao nível da criação de medidas destinadas a criar condições de proximidade e de acesso a estruturas e a bens fundamentais como a saúde, a habitação, a educação/ formação/ qualificação, bem como, a promoção de competências das populações, é alvo da estratégia a implementar. A dignificação das actividades dos “pedreiros do xisto”, das “tecedeiras do linho”, dos “guias de aldeia” afirma a identidade da população com a Rede e reforçam a auto-estima das populações. A “Rede das Aldeias do Xisto” privilegia o contacto

e a articulação entre todos os agentes económicos envolvidos, numa perspectiva de participação activa no seu próprio processo de desenvolvimento.

Neste sentido, será fundamental a promoção de projectos associativos de moradores, com actividades que fomentem projectos cívicos em torno das aldeias, provocando uma relação mais permanente em torno daqueles espaços, não só dos próprios residentes nas aldeias, como também, a pessoas que não possuam necessariamente vínculos físicos com as mesmas. A relação “emocional” das comunidades com os espaços, o fomento de práticas de voluntariado e de responsabilidade social desenvolvendo acções como a criação de clubes “Os Amigos das Aldeias”, provocará a dinamização dos próprios espaços, uma identificação positiva com os mesmos, a protecção da aldeia, a sua valorização, o fomento de massa crítica e a permanência e aumento de visitantes às mesmas, quer agindo como “Guias de Aldeia”, quer como agentes activos na “Rede Lojas das Aldeias do Xisto”, ou simplesmente como pertencendo a um grupo associativo com identificação a um espaço.

Igualdade de Oportunidades

A estratégia tem também subjacente a promoção da Igualdade de Oportunidades nas suas várias perspectivas, destacando-se o nível de género e o nível étnico e cultural. Sendo o seu território de intervenção marcado pela baixa densidade populacional e pelo cada vez maior envelhecimento populacional, o êxodo para os núcleos urbanos tem uma forte implicação na zona. Assim, a promoção da inclusão deve encarar esta realidade e prevenir os factores causadores de exclusão. Os níveis de escolaridade, de acesso à formação profissional e ao emprego apresentam assimetrias, qualitativas e quantitativas, tanto no que diz respeito ao género, como quando comparadas com pessoas de diferentes localidades de residência. Pretende-se que a formação profissional não limite o acesso de homens e mulheres a áreas que lhes são naturalmente vedadas, promovendo assim o potencial de desenvolvimento de todos os cidadãos e a promoção da coesão e do desenvolvimento económico e social do território. Neste âmbito, a estratégia formativa será diversificada e alargada. Será vista como um processo que passe a integrar intervenções que se desenvolvam antes, durante e depois das acções formativas.

A “Rede das Aldeias do Xisto” pugnará pelo fomento da coesão social, a igualdade de oportunidades e a qualidade de vida dos residentes em termos absolutos e comparativos com as regiões mais favorecidas. As intervenções de requalificação atenderão, prioritariamente, aos imóveis dos agregados familiares com deficientes condições de qualidade e conforto, por entidades empresariais locais, garantindo o emprego local e a perpetuação do “saber fazer” local.

Por outro lado, Rede das Aldeias do Xisto promove a integração activa de cidadãos dotados de necessidades especiais nos pontos em que ocorre o relacionamento dos visitantes com as aldeias (“aldeia acessível”, “praia acessível”, “percurso acessível”).

Círculos de Inovação dos Produtos

Pretende-se o desenvolvimento de Círculos de Inovação centrados no tema dos Produtos Locais, em formato de acções de formação/informação e workshops/encontros temáticos, quer numa perspectiva teórico-conceitual (aprofundamento de conceitos, referenciais, normas, etc.,) quer em termos práticos/ experimentalismo (laboratórios de formas/ oficinas de criatividade).

Serão acções dirigidas para as necessidades reais das comunidades, com uma forte componente formativa, em articulação com a Rede de Lojas Aldeias do Xisto e Comunidades de Práticas, Rede de Casas Temáticas e Ecomuseus relacionados com a produção / dinamização de produtos locais e actividades locais, nomeadamente, a apicultura, a tecelagem e tapeçaria artesanal, a produção do azeite, os diferentes usos do medronho, a produção de cogumelos, a produção de plantas aromáticas e medicinais, boas práticas florestais, cinegéticas e a pesca. O objectivo é proporcionar o envolvimento dos artesãos e produtores nacionais e internacionais nas várias áreas do reportório artesanal, florestal e agro-alimentar, investigadores e escolas de design, entidades nacionais ligadas ao artesanato/ agro-alimentar e agentes e colaboradores da Rede das Aldeias do Xisto e dos Ecomuseus, com vista à apresentação de propostas de produtos exclusivos e novas formas de produção e dinamização.

Estas acções serão desenvolvidas nos centros de competências que representam estas actividades e respectivos produtos associados, em cooperação com a vertente formativa, tendo sido sinalizados projectos de iniciativa pública e privada.

A relação com a componente formativa verifica-se ainda com a medida 5.1. *Aldeia das Ideias* do Programa de Acção, onde verificamos a existência de vários projectos de cooperação como pequenos centros locais para a promoção da criatividade e inovação que serão fundamentais para dinamizar e substantivar esta linha de intervenção que chamamos Círculos de Inovação, para as áreas do design criativo, arquitectura, artesanato contemporâneo, da criação de novos serviços e de novos canais de comercialização. Como exemplo referimos projectos sinalizados por promotores privados, como o Projecto “Experimenta o Campo” (CENTA), o Centro Tecnológico e de Inovação para o Artesanato das Aldeias do Xisto (CEARTE), o Projecto Comunidade de Práticas Lojas Aldeias do Xisto (ADXTUR), o Projecto de Criação de Novas Linhas de Produtos Artesanais (Monia Nilsen), Projecto “DEDAL” (Patrícia Valinho), Projecto Centro de Artesanato “Artesãos do Património” (Município de Proença-a-Nova). Estas acções inovadoras que visam a criação de novos produtos, novos canais de comercialização

Um dos principais eixos de intervenção a este nível passa pela Rede de Lojas das Aldeias do Xisto, o que veio trazer uma dimensão claramente social e qualitativa na vertente da comercialização e promoção dos produtos e das aldeias, bem como, da dinamização das economias locais. É o meio por excelência de promoção e comercialização dos produtos originários no território, em articulação com os agentes, que constituem uma enorme riqueza e diversidade que poderão potenciar a afirmação do território pela sua certificação. A este nível, a formação pelos Círculos de Inovação terá uma papel fundamental e inovadora para a concretização desta estratégia, uma vez que se torna fundamental a qualificação de todos os agentes envolvidos neste projecto, desde os comerciantes, produtores, vendedores, *merchandizers*, promotores das lojas, guias e animadores turísticos, técnicos de planeamento e desenvolvimento turístico, gestores de eventos, técnicos de restauração, entre outros, bem como, a qualificação e certificação dos produtos. A formação/ informação/ sensibilização surge, pois, como uma componente fundamental para a materialização desta realidade.

CENTRO DE VALORIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO DO XISTO

Pretende-se a criação de um Centro de Valorização e Inovação Formativo cujo principal objectivo é a promoção de acções de formação / workshops no âmbito de obras de requalificação e conservação do património cultural edificado das Aldeias do Xisto, seguindo uma metodologia de workshops assente numa troca de experiências e de metodologias de trabalho em contexto real, entre técnicos/artesãos, decorrente da experiência da Associação Pinus Verde com o Projecto “Património do Xisto”, em parceria com o Museu de Røros, na Noruega, cuja sistematização das actividades e do enquadramento científico e cultural já realizado, tornará possível a sua concretização.

Os artesãos portugueses que participaram no Projecto foram certificados pelo Museu de Røros, cidade mineira Património da UNESCO, irão ser formadores no âmbito das acções formativas a implementar, seguindo uma metodologia de workshop em contexto real (intervenção em casas). No final de cada semestre irão ser feitas acções de sensibilização, divulgação e disseminação do projecto dirigidas aos agentes do território (empresários, empreiteiros), nas quais serão ainda apresentados os Manuais de Boas Práticas.

A metodologia formativa em formato de workshop em contexto real consistirá em realizar obras em edifícios seleccionados nas Aldeias do Xisto e serão planificadas e executadas em conjunto pelos artesãos. A intervenção incidirá na conservação dos elementos em madeira e no restauro das paredes em pedra de xisto, num modelo de intercâmbio de experiências e técnicas entre os artesãos/formandos. Os mesmos irão beneficiar do contacto directo com técnicas e saberes altamente eficazes ao nível do trabalho com madeira e da pedra que lhe poderá ser útil na conservação do património.

Prevê-se ainda a realização de simpósios/conferências onde se debaterão os trabalhos realizados no âmbito do projecto. Estes fóruns de debate deverão contar com a participação não só dos artesãos envolvidos nos trabalhos de conservação, mas também de representantes da comunidade científica que deverão proporcionar o devido enquadramento formal.

No âmbito deste Centro, serão realizadas publicações técnicas e científicas que sistematizem no formato de “Manual de Normas e Boas Práticas” com enquadramento histórico e geográfico e retrato dos locais de intervenção e exemplos tipo que consigam traduzir as práticas nas obras, o conjunto de experiências, técnicas, metodologias e conclusões se gerarem ao longo da sua execução. O objectivo último é estabelecer as regras fundamentais para este tipo de trabalhos, que possam ser utilizadas futuramente em contextos semelhantes.

Os simpósios serão locais de reflexão cujos temas a abordar serão no sentido da partilha da experiência acumulada através da implementação do programa Aldeias do Xisto, que mais do que um processo de reabilitação urbana numa zona do país geograficamente encravada no território do Pinhal Interior, é um processo que visa criar dinâmicas através da criação de equipamentos ligados à actividade turística como é o caso de restaurantes, unidades de turismo em espaço rural, lojas de aldeia. A estratégia que norteia este programa que visa requalificar a imagem dos sítios, identificar os ícones trabalhando as identidades dos locais com uma preocupação de lhes conferir um espírito inovador e dinâmico que atrai gente, população jovem que se envolve com este espírito de inovação mas que forçosamente vai beber aos valores tradicionais enraizados.

A experiência de Røros face à prática de conservação e restauro do património existente, bem como a sua classificação a património da humanidade assume-se como um exemplo singular a seguir.

Privilegiar-se-á uma metodologia aplicada que irá traduzir o cruzamento das experiências dos parceiros ao nível da conservação e reabilitação do património bem como a interiorização de novos conceitos quer ao nível da metodologia quer ao nível de modos de interpretar e intervir no património vernacular do xisto.

Pretende-se ainda que no final destas acções de formação, se proceda à validação das competências dos artesãos e empresas participantes e do reconhecimento externo pelo mercado de trabalho. Esta questão está profundamente relacionada com o projecto âncora de Regeneração Urbana e será fundamental para a sustentabilidade e para o aumento da competitividade do tecido empresarial ligado à construção civil local.

Agricultura, Silvicultura, Caça e Pesca

Por outro lado, considerando a vertente florestal e agrícola como uma das potenciais áreas de intervenção no território, que se encontra na nossa EEC e no Programa de Acção como acção

complementar, a estratégia passará por intervir ao nível do reforço da competitividade, inovação e conhecimento, pela qualificação e consolidação dos espaços florestais, pela protecção e valorização ambiental, e pela promoção das economias locais associada aos seus usos múltiplos. Neste âmbito, pretende constituir-se como um Centro de transferência e de tecnologia, promovendo a dinamização e o aconselhamento técnico florestal, proporcionar escalas de mercado de produtos agro-florestais, a criação de um sistema de gestão florestal sustentável que envolva os produtores do território, a promoção de um sistema de certificação florestal e o fomento e a dinamização de actividades de promoção turística e de actividades económicas, dentro de um sistema de endogeneização dos produtos (actividades ligadas à produção de cogumelos, cinegética, piscicultura, apicultura, entre outras). Também aqui a formação, sobretudo como forma de actualização permanente, desempenha um papel determinante. O desafio de inovação é constante e a estratégia passará, pois, pela promoção e valorização do espaço florestal, pela sua dinamização económica e pela captação de factores que possibilitem o desenvolvimento deste território e a promoção ambiental, como por exemplo, acções de formação orientadas para produtores agro-florestais, técnicos, empresários.

5.2.4. MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

Por forma a serem encontradas sinergias e eficiências entre os diferentes programas de acção e a melhoria institucional e empresarial que poderá dar corpo, enquanto parceiros de um Plano Global de Acção a uma EEC para estes territórios de baixa densidade, foi assinado um protocolo com a Associação de Desenvolvimento Turístico Aldeias Históricas (líder do Consórcio PROVERE – Rede das Aldeias Históricas de Portugal) e o Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, I.P. (líder do Consórcio PROVERE – Buy Nature).

Criação do Observatório para a Formação e o Emprego

O Observatório para a Formação e o Emprego terá por objectivo contribuir para o diagnóstico, prevenção e solução dos problemas de emprego e da actividade formativa no território, nomeadamente os referentes a:

Desequilíbrios entre a procura e a oferta de emprego e de formação

Inserção e reinserção socioprofissionais

Qualidade e estabilidade do emprego

Evolução das qualificações profissionais

A qualificação dos recursos humanos envolvidos, pela facilitação de acesso a acções de formação.

Necessidades de formação profissional

Introdução de inovações e reestruturações

Acompanhar e avaliar a execução de medidas e programas de acção

Deficiente cooperação técnica entre entidades de formação no território

Carência de informação e formação avançada

Composição

O Observatório terá como entidade coordenadora a ADXTUR, entidade líder do consórcio - e como entidade dinamizadora a Pinus Verde, enquanto entidade acreditada pela Direcção Geral do Emprego e das Relações de Trabalho para formação profissional e coordenadora e promotora do Plano de Acção global da formação.

O Observatório para a Formação e o Emprego desenvolverá a sua actuação ao nível da gestão da formação no território, utilizando como instrumentos preferenciais e estratégicos a informação, a formação e a investigação.

A sua forma de organização assentará num modelo de Grupo de Trabalho Temático (GTT), de acordo com a estratégia de governação assumida, na forma de reuniões de trabalho e de articulação estratégica entre parceiros. Este grupo de trabalho estará representado na Comissão Permanente através da entidade promotora do Plano de Acção Global da formação e colaborará com a Comissão de Avaliação e Monitorização.

Será utilizada uma metodologia de intervenção assente na pluridimensionalidade dos fenómenos relacionados com o emprego e formação, orientando a sua actividade para a promoção da empregabilidade e competitividade de grupos específicos: activos desempregados, desempregados de longa duração, jovens à procura do primeiro emprego, activos empregados. Terá ainda como missão a auscultação das instituições / empresas, numa óptica de optimização dos recursos humanos, de fomento da empregabilidade e potenciação da economia social, orientada para os contextos e âmbitos específicos da zona de intervenção de acordo com a estratégia de desenvolvimento integrado adoptada.

Para a concretização destas ambições, serão definidos como principais **objectivos**:

Estabelecer / dinamizar uma interacção (rede) entre os parceiros;

Planear e conceber planos e programas de acção;

Promover acções nos mais variados âmbitos que aumentem a eficácia das políticas formativas;

Garantir uma bolsa permanente de oferta formativa no território;

Manter um gabinete de apoio à inserção na vida activa;

Manter uma bolsa de formadores actualizada, sobretudo orientada para áreas de especialização que a diferenciação e especificidade dos recursos/ produtos/ sub-marcas que o nosso território de intervenção exige;

Incentivar a promoção de acções inovadoras;

Colaborar na produção de estudos, análises estatísticas e prospectivas

Garantir a função de "grupo de trabalho" entre a rede de parceiros;

Garantir a efectiva monitorização, acompanhamento e avaliação de projectos de desenvolvimento e de formação.

No Protocolo de Parceria prevê-se que o Conselho de Parceiros do Observatório para a Formação e o Emprego será composto pelas seguintes entidades:

Representantes dos Municípios do Território

Associações comerciais e industriais

Associações privadas sem fins lucrativos (acreditadas pela DGERT)

IEFP e IAPMEI⁴

Escolas

Centros de Formação Profissional de gestão participada (ex. CEARTE)

Representantes do sector privado (serviços, agricultura, comércio e indústria)

Para além das entidades que integravam a rede de parceiros do PROVERE Rede Aldeias do Xisto e das que posteriormente vieram a integrá-la através da assinatura dos contratos de Consórcios PROVERE (no total contamos com 113 entidades privadas, 37 entidades públicas e 44 entidades sem fins lucrativos),

⁴ O parceiros IEFPI constitui um agente de charneira ao nível das dinâmicas locais de apoio e estímulo ao empreendedorismo, quer na óptica das micro-empresas sociais quer em outras iniciativas de auto-emprego e/ou empresariais.

poderão outras entidades futuramente integrar a rede de parceiros do Observatório para a Formação e o Emprego.

Em suma assumimos como pontos fortes e grandes linhas estratégicas para o Plano de Formação, a força traduzida no número de agentes representados nos três Consórcios (Rede Aldeias do Xisto, Rede das Aldeias Históricas e Buy Nature), a experiência na actividade formativa da entidade promotora e dinamizadora da formação - a Pinus Verde, e também a ligação estratégica e transversal aos projectos do âmbito da inovação. Estas potencialidades traduzir-se-ão em inovação de metodologias, no reforço dos resultados de inserção dos beneficiários da formação no mercado de trabalho, etc.

De facto, o facto de a Pinus Verde se ter posicionado como promotora de projectos formativos, de animação e desenvolvimento de uma diversidade de aldeias, divididas por 16 concelhos e unificadas pelo elemento xisto, promovendo e potencializando a riqueza cultural do património edificado, a riqueza produtiva, bem como, aproveitando sinergias da instalação de novos habitantes com novo dinamismo e ideias, fortemente empenhados em desenvolver iniciativas empresariais, constitui um ponto forte no território que pretendemos potenciar, nomeadamente recorrendo à formação.

5.3. X-INVEST

INTRODUÇÃO

O Território alvo dispõe de recursos endógenos com elevado potencial de valorização económica, nomeadamente nas áreas da Fileira Florestal e usos múltiplos, Energias renováveis, Turismo, Recursos Naturais e Ambiente, Produtos locais e artesanais, entre outros, e que não se encontram devidamente potencializados economicamente.

Aliada a este enorme potencial ao nível dos recursos, verifica-se que existe falta de dinamismo económico capaz de os aproveitar economicamente, por ausência de uma estratégia conjunta de identificação e promoção dos recursos existentes, desconhecimento dos Sistemas de Incentivos locais, regionais, nacionais e supra-nacionais que possam apoiar o investimento, falta de iniciativa económica e aversão ao risco, ausência de um verdadeiro espírito de geração de novas ideias e de uma cultura verdadeiramente empreendedora.

Além destes aspectos e como estamos na presença de territórios de baixa densidade, verifica-se ainda que os projectos a levar a cabo têm, em muitos casos, pequena dimensão, fraca estrutura económica de sustentabilidade futura, fraca formação por parte dos promotores e por

consequência poucas hipóteses de serem apoiados pelos Sistemas de Incentivos Nacionais ou pelo Sistema de Financiamento bancário tradicional.

É por isso de extrema importância a promoção de iniciativas que rompam com o *status quo*, por isso propomos a criação do PROGRAMA “X INVESTE” no território das Aldeias do Xisto.

5.3.1. DESCRIÇÃO DAS ACTIVIDADES

Cada um dos Objectivos Específicos identificados deverá ser alcançado, através do desenvolvimento das seguintes acções concretas:

PROSPECÇÃO, PLANEAMENTO E ESTRATÉGIA:

Monitorização, Avaliação e redefinição estratégica constante do Plano de Acção da EEE;

Avaliação dos impactos da implementação do Plano de Acção da EEE;

Levantamento exaustivo e divulgação em plataforma online dos principais Estudos Regionais / Sectoriais, Diagnósticos e Análise SWOT, que identifiquem de forma clara quais as oportunidades a explorar e quais os estrangulamentos existentes ao aparecimento de novos projectos de investimento;

Levantamento de potenciais lacunas de investimento nos recursos endógenos identificados e explicitar as razões que lhe estão subjacentes;

Promoção e/ou patrocínio de novos estudos sectoriais e regionais, que identifiquem de forma clara a estratégia e planos de acção a implementar em determinados nichos de mercado.

Proposta de criação de novos instrumentos de apoio ao investimento em regiões de baixa densidade;

APOIO TÉCNICO AO INVESTIDOR:

Organização e operacionalização da parceria activa com os parceiros do Projecto, com papel activo no PROGRAMA “X INVESTE”, nomeadamente com os promotores dos Projectos identificados no Plano de Acção da EEE, aquando da formalização e acompanhamento das candidaturas aos Sistemas de Incentivos QREN, PRODER, etc.

Apoio técnico na implementação do Plano de Acção da EEE e medição dos seus impactos;

Implementação dos Planos de acção dos Estudos de viabilidade da Internacionalização da Marca “Aldeias do Xisto” e da Marca “Loja das Aldeias do Xisto”, bem como os relativos à análise dos impactos económicos do Plano de Recuperação Urbanístico das Aldeias do Xisto, entre outros.

Apoio na criação e gestão de novos instrumentos empresariais fundamentais na implementação do Plano de Acção, nomeadamente, relativos à Central de Compras, Gestão do Franchising Lojas Aldeias do Xisto, Agência de Viagens e Agência de Promoção imobiliária, entre outras.

DINAMIZAÇÃO EMPRESARIAL E CONSULTORIA TÉCNICA

Promover o recurso a Sistemas de Incentivos ao Investimento já existentes e Dinamizar iniciativas (em parceria) no sentido de melhorar local e regionalmente o nível de apoio de Sistemas de Incentivos existentes ou a criar especificamente para apoio concreto a projectos considerados estratégicos;

Definição das áreas concretas de Consultoria dirigida à resolução de casos concretos, de acordo com diagnóstico de necessidades de formação/consultoria técnica, em forte articulação com plano de formação global definido no Plano de Acção da EEE;

Promover acções de captação de investimento externo ao território nos recursos endógenos do mesmo, através da utilização da Rede de Infra-estruturas; da Plataforma de Parcerias e de Comunicação e sendo apoiados pelo FUNDO X-INVEST;

Promover acções de consultoria, formação e / ou debate, como sejam a realização de Workshops, Seminários e Congressos sobre as temáticas do Desenvolvimento Organizacional e Estratégia Empresarial, junto dos agentes privados, nomeadamente empresas de animação turística; Unidades TER; Restauração; Alojamento, etc., em forte articulação com o plano de formação que decorre do diagnóstico de necessidades de formação/consultoria elencadas;

Programa DINAMIZAR;

PLATAFORMA DE PARCERIAS

Promover o fortalecimento e o alargamento de parcerias de forma a criar *canais facilitadores* da promoção de novos investimentos e da prestação de garantia no recurso ao financiamento, nomeadamente com organismos públicos e instituições publicas e privadas (IAPMEI, IEFP, Associações Empresariais; Associações Comerciais e Industriais; Universidades e Politécnicos, Sociedades de Garantia Mutua, Autarquias, etc.);

Promover o fortalecimento e o alargamento das parcerias com as Associações de Desenvolvimento Local, detentoras de Grupos de Acção Local / Estratégias de Desenvolvimento Local, no âmbito do PRODER;

PLATAFORMA LOGISTICA

Levantamento exaustivo dos principais recursos Infra-estruturais disponíveis no território, capazes de apoiar a instalação e desenvolvimento de novos projectos de investimentos (Zonas Industriais, ALE's, Incubadoras, Blocos de escritórios, Centros de Congressos, etc.);

Definição de estratégia articulada de modelo organizativo das diversas valências a alocar às diversas Infra-estruturas de apoio existentes no território, respeitando o princípio da complementaridade entre territórios;

Criação e Dinamização de Rede de Estruturas de Incubação Empresarial de Ideias e Projectos com elevado potencial de crescimento, empregabilidade, exportação, etc.

Apoio na criação e dinamização de Instrumentos Empresariais que permitam a criação de sinergias colectivas entre diversos grupos de agentes empresariais do território, como é o caso da Agência de Viagens e da Central de Compras das Lojas Aldeias do Xisto;

PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

Levantamento Exaustivo, organização estruturada e divulgação em plataforma online, dos principais Sistemas de Incentivos Locais, Municipais, Regionais, Nacionais e Comunitários, de apoio a potenciais projectos nas áreas específicas dos recursos endógenos identificados;

Estruturar estratégia de divulgação nacional do conjunto de Plataformas Infra-estruturais disponíveis no território e sua oferta de valor aos potenciais interessados à instalação de projectos potenciadores de riqueza através do aproveitamento dos recursos endógenos;

Preparar campanha de divulgação dos mecanismos de apoio financeiro que se encontram actualmente ao alcance dos empreendedores;

Promover a divulgação constante da informação relativa a abertura de concursos e procedimentos de candidatura a que os agentes podem candidatar-se;

Divulgação dos principais resultados parciais ou globais dos impactos da implementação do Plano de acção da EEE;

EMPREENDEADORISMO JOVEM / FEMININO

Promoção de um verdadeiro clima de geração de novas ideias inovadoras, com base no aproveitamento e valorização dos recursos endógenos do território;

Implementação e reforço (em alguns Municípios) do Programa de Empreendedorismo nas Escolas Secundárias, Universidades e Politécnicos;

Organização e Promoção de Concursos de Ideias Inovadoras Sectoriais;

Organização e Promoção de Projecto com vista à dinamização do Empreendedorismo Feminino, ***Rede de Mulheres Empresárias em Meio Rural*** - “Direitos Humanos – Igualdade de Direitos”-

Fundo para as ONG's em Portugal - Componente de Intervenção Social. O Projecto mencionado foi candidatado pela ADXTUR ao EEA GRANTS / CIG e aguarda aprovação;

BOLSA DE IDEIAS E OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO / BOLSA DE BUSINESS ANGELS

Identificação das áreas-chave de investimento dos recursos endógenos;

Lançamento de Concursos de Ideias sectoriais no âmbito dos Recursos Endógenos Identificados, junto do mundo académico e população em geral;

Promoção e Apoio na Elaboração dos Planos de Negócios das Ideias seleccionadas dos Concursos acima referidos;

Criação de uma Bolsa de Ideias Inovadoras para a captação de capital necessário ao investimento.

Promover a organização de uma Bolsa de Investidores (*Business Angels*) detentores de capital e disponíveis para investir em ideias inovadoras que originem projectos com elevada rentabilidade futura;

Promover a apresentação dos Projectos com elevado potencial a *Clubes de Business Angels* formalmente constituídos e organizados;

FUNDO X-INVEST (Capital Semente)

Promover a criação de um sistema de incentivos regional específico para o apoio a projectos com elevado potencial em territórios de baixa densidades. O Fundo de Capital Semente contará com a participação de diversos intervenientes:

ADXTUR – na criação do Fundo e no apoio técnico à apresentação das candidaturas e acompanhamento das mesmas;

CCDRC – na criação do Fundo e no apoio institucional ao Fundo;

IAPMEI – na criação do Fundo e no acompanhamento e avaliação do Fundo;

Municípios – na criação do fundo e na concessão de empréstimo garantido sem juros;

Banca / Instituições de Crédito – na concessão de crédito;

Sociedades de Garantia Mutua – na prestação de garantia aos promotores;

Sociedades de Capital de Risco – no investimento puro nos projectos;

Associações de Business Angels – no investimento puro nos projectos;

Promover eventuais projectos oriundos de Ideias altamente inovadoras e com elevado potencial de crescimento futuro, junto de Sociedades detentoras de Fundos de Capital de Risco;

Promover e dinamizar o recurso ao Micro Crédito como formas de financiamento válidas á criação e desenvolvimento de novos projectos de investimento, nomeadamente através do recurso ao Programa Finicia/IAPMEI e ao Micro crédito propriamente dito;

5.32. CARÁCTER INOVADOR E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DA REDE

- Todas as actividades propostas serão desenvolvidas com o suporte de uma parceria institucional verdadeiramente inovadora que agrega numa mesma estratégia de eficiência colectiva agentes empresariais e associativos privados com e sem fins lucrativos; agentes públicos locais (Juntas de Freguesia), municipais (Municípios), regionais (CCDRC), instituições académicas; organismos de investigação e desenvolvimento; Associações de Desenvolvimento Local; Associações empresariais, comerciais e industriais e os agentes particulares.

A parceria, definida em pormenor no Modelo de Governação, será liderada pela ADXTUR – Agência para a Promoção Turística das Aldeias do Xisto, associação privada sem fins lucrativos que agrega na sua estrutura associativa, consultiva e operacional, grande parte de todo este leque de agentes que participam na elaboração do plano de acção para a Estratégia de Eficiência colectiva, na valorização dos recursos endógenos comuns a todo o território, sendo um recurso institucional valioso dada a dispersão e pulverização de agentes, competências, capacidades de decisão.

O apoio técnico aos micro investidores do território é essencial para a concretização dos seus projectos.

A criação de sistemas colectivos para montagem financeira dos projectos fundamental numa fase destas da economia global e tendo em vista a pequena escala negocial que os nossos promotores têm perante o crédito.

Todos os projectos que fazem parte do programa de acção têm formas de fomento da competitividade das empresas existentes e grande capacidade de atracção de novos investimentos e crescimento

5.5.3. OBJECTIVOS ESPECÍFICOS

O PROGRAMA “ X INVESTE” visa dotar o território de uma estrutura organizativa que promova iniciativas (através de parcerias activas) com vista a atingir os seguintes objectivos:

Aumentar o potencial de valorização económica dos recursos endógenos do território;

Aumentar o nível de aproveitamento de sinergias infra-estruturais, nomeadamente ao nível da localização empresarial;

Redução das assimetrias de desenvolvimento regional, identificadas;

Aumentar a dimensão económica dos projectos de investimento, bem como a massa crítica associada aos mesmos;

Aumentar a capacidade exportadora de bens e serviços transaccionáveis;

Aumentar a capacidade de captação de IDE;

Aumentar o nº de empresas, nº de postos de trabalho qualificado, bem como o nº de residentes no território;

Criar e dinamizar o Gabinete de Apoio Técnico ao Investidor / Promotor;

Promover o *Empreendedorismo* jovem e feminino;

Criação de uma Bolsa de Ideias Inovadoras e de uma Bolsa de Oportunidades de Investimentos;

Promover a organização de uma Bolsa de Investidores (*Business Angels*);

Promover acções de dinamização empresarial;

Promover a captação de novos Investimentos para o território das Aldeias do Xisto;

Promover o recurso a Sistemas de Incentivos ao Investimento, Contratação, Desenvolvimento, Sistemas de Qualidade, etc.

Promover o fortalecimento e o alargamento de parcerias activas (já existentes ou outras a criar);

Promover e dinamizar o recurso ao Micro crédito e a Capital Semente (ex: PROGRAMA FINICIA, entre outros);

Promover a organização e dinamização de Plataforma de Apoio Logístico à instalação de novos investimentos;

Acompanhar e monitorizar os Estudos referidos nas Acções Preparatórias;

5.3.4. RESULTADOS ESPERADOS

5.3.4.1. Após o 1º Ano (em 2010)

Apoio técnico a 40 agentes privados, na formalização das suas candidaturas e apresentação dos seus projectos;

Facultar sessões de consultoria técnica especializada a 20 agentes empresariais privados por trimestre;

Apoiar a Instrução de 40 processos de candidatura a Sistemas de Incentivos concretos, por trimestre;

Produzir e divulgar 2 *newsletters* com as principais novidades do sector empresarial regional e nacional;

Preparação de 1 campanha de divulgação (junto dos agentes privados) dos principais Sistemas de Incentivos nacionais; principais recursos infra-estruturais; resumo dos principais estudos sectoriais já editados;

Preparação do Regulamento e lançamento de 1 Concurso Anual de Ideias inovadoras por sector estratégico;

Promoção de 2 reuniões de trabalho com as instituições estratégicas na criação do Fundo X-Invest;

Promoção de 2 reuniões de trabalho com as instituições estratégicas na criação do Clube de Business Angels das Aldeias do Xisto;

Apresentação de 5 Ideias/Projectos inovadores e com elevado potencial de crescimento a potenciais Investidores;

Organização de 1 congresso sobre temáticas empresariais;

Apresentação do Caderno de Encargos de oportunidades de negócios (ex: franchising aldeias do xisto; turismo residencial; empreendimentos turísticos; empresas de animação, etc.);

Elaboração de 1 Estudo de mercado e/ou de viabilidade económica e financeira sobre o desenvolvimento e valorização dos principais recursos endógenos numa perspectiva de Internacionalização.

5.3.4.2. No final (em 2012)

Apoio técnico a 120 agentes privados, na formalização das suas candidaturas e apresentação dos seus projectos;

Facultar sessões de consultoria técnica especializada a 60 agentes empresariais privados por trimestre;

Estar criada toda a cadeia de valor e de apoio aos projectos criativos resultante do FABLAB.

Apoiar a Instrução de 120 processos de candidatura a Sistemas de Incentivos concretos, por trimestre;

Produzir e divulgar 8 *newsletters* com as principais novidades do sector empresarial regional e nacional;

Preparação de 4 campanha de divulgação (junto dos agentes privados) dos principais Sistemas de Incentivos nacionais; principais recursos infra-estruturais; resumo dos principais estudos sectoriais já editados;

Preparação do Regulamento e lançamento de 3 Concurso Anual de Ideias inovadoras por sector estratégico;

Criação do Fundo X-Invest;

Criação do Clube de Business Angels das Aldeias do Xisto;

Apresentação de 20 Ideias/Projectos inovadores e com elevado potencial de crescimento a potenciais Investidores;

Organização de 3 congresso sobre temáticas empresariais;

Apresentação de todos os Cadernos de Encargos de oportunidades de negócios (ex: franchising aldeias do xisto; turismo residencial; empreendimentos turísticos; empresas de animação, etc.);

Elaboração de 6 Estudo de mercado e/ou de viabilidade económica e financeira sobre o desenvolvimento e valorização dos principais recursos endógenos numa perspectiva de Internacionalização.

VI – REDE DE LOJAS ALDEIAS DE XISTO

6.1. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL/CORPORATIVA DA REDE “LOJA ALDEIAS DO XISTO”

Negócio: Venda de produtos regionais de qualidade, e recuperação dos produtos tradicionais locais em áreas estruturantes de excelência.

Missão: Promover o Desenvolvimento Regional/ Local, entendido como um processo *endógeno* (auto-centrado, com recurso aos activos/ potencialidades internas), *sistémico* (parceria entre diferentes níveis geográficos – do local ao regional/ nacional e internacional), *co-responsabilizado* (entre o Estado – estruturas descentralizadas e Autarquias – e a sociedade civil organizada) e *integrado* (sobretudo ao nível das dimensões: histórico-cultural; social; ambiental; económica), consubstanciado no mercado dos produtos locais (inscrito na linha da diferenciação), produzidos, sobretudo, por produtores em nome individual, micro-empresários e por organizações da economia social.

Visão: Ser capaz de vencer os desafios decorrentes da globalização e da competitividade regional, nacional e internacional dos mercados de “bens de especialidade”, em concomitância com a sustentação de uma nova marca “Aldeias do Xisto” e respectiva rede de “animação”, no sentido do impulso a dinâmicas locais bem como do marketing, distribuição e comercialização “glocal”, com capacidade para atingir mercados locais, regionais, nacionais e internacionais, pela inovação indutora que incorpora nos produtos.

Crenças e Valores: “Franchising Solidário”; Responsabilidade Social; Comércio Justo e Solidário; Especialização/ Diferenciação; Saberes-Fazer Locais; “Non-*price factors*”⁵; Inovação – “Criar com Tradição”.

⁵ A procura exige: conhecer; comodidade; organização; personalização; aliar a cultura e o território. As LAX, são assim, igualmente, percebidas como “portas de entrada” para as aldeias do xisto, pelo que deverão assumir um sistema de “posto de informação” da rede das aldeias, capazes de darem relevância à cultura local, quer de proximidade (onde as lojas se encontram “incrustadas”) quer do restante território – Pinhal Interior. É importante que quem esteja na linha da frente seja (no mínimo) capaz de falar, com a maior apropriação, dos produtos e produtores da rede das LAX – informação selectiva (técnicas produtivas, materiais utilizados, concepções estéticas, etc.), ou seja, conhecer a excelência do artesanato local e respectivo reportório, bem como toda a linha de produtos disponibilizados pela rede de Lojas Aldeias do Xisto.

ADN LOJAS (Aldeias; Cidades; Internacionalização):

- » Local de venda de produtos nacionais de cariz rural e contemporâneo (agro-alimentar; artesanato; merchandising/identidade/exclusivos/compósitos);
- » Local de informação (disponibilização de revistas e folhetos com informação agregada; apresentação de pacotes-turísticos/ percursos de visitação; quiosque multimédia – produtos lojas aldeias do xisto/ Portugal);
- » Ponto Net (serviço de apoio ao cliente - acesso gratuito à Internet);
- » Espaço agro-alimentar (zona de descanso, com mesas e cadeiras, reservada à degustação/ consumo de produtos típicos);
- » Espaço para trabalho/ demonstrações ao vivo (artesãos residentes e/ou convidados; mini-workshops; sessões de divulgação);
- » Espaço cultura (articulação com a cultura local e actividades do plano de animação das aldeias do xisto, trazendo para dentro dos espaços loja os produtos dali resultantes).

6.2. OBJECTIVOS, CRITÉRIOS DE SELECTIVIDADE, EIXOS DE INTERVENÇÃO, RESULTADOS, INDICADORES E VALORES (DA SUB-MARCA)

Objectivo Geral: Contribuir para a sustentabilidade económica das actividades tradicionais das aldeias de Portugal Continental, através do fomento de uma rede/ sistema de promoção, comercialização e animação de produtos agro-alimentares e artesanais

- > Afirmar a marca Aldeias do Xisto, através de uma sub-marca comercial
- > Dinamizar pequenas economias locais
- > Promover agentes/ parceiros das Aldeias do Xisto

Critérios de Selectividade: o valor de investimento máximo para a montagem por loja nas aldeias do xisto é de 50.000,00€; para o mercado nacional a estratégia passa por um aumento do volume de

investimento; para o mercado internacional será feito um *up-grade* a partir do conceito de Lojas Aldeias de Portugal.

Eixos de Intervenção Estratégia:

E1- Lojas Aldeias/ Consolidação da rede de Lojas Aldeias do Xisto

Resultados

- 10 Lojas Aldeias do Xisto – Aldeias consolidadas, comercializando produtos locais e disponibilizando bens e serviços de proximidade (à comunidade local e aos visitantes)
- 20 Montras de Produtos Locais em funcionamento quer nas sedes de Concelho dos Municípios do Pinhal Interior, hotéis, restaurante e outras unidades quer a nível nacional, igualmente em unidades de cariz turístico, funcionando como complemento aos Postos de Informação e contribuindo para o reforço da sustentabilidade das Lojas Aldeias do Xisto – Aldeias
- Rentabilizada a Loja Móvel Aldeias do Xisto, potenciando a comercialização dos produtos locais em território nacional e teste dos mercados internacionais com a respectiva participação em feiras e eventos de Promoção Turística de Portugal
- 7 novas Lojas Aldeias do Xisto, 2 delas criadas nas sedes das Vilas, e as restantes na Rede das Aldeias do Xisto

Indicadores (processo e/ou resultados)

- Nº de lojas implementadas (e nº de Montras de Produtos implementadas, por tipologia de incrustação territorial e modelo de parceria estabelecido);
- Nº de artesãos/comunidade de práticas identificados, por tipologia de produtos produzidos e natureza jurídica e volume indirecto de negócio;
- Nº de produtos novos integrados no portefólio de produtos da Rede de LAX
- Tipologia dos serviços disponibilizados;
- Nº de visitantes e nº de clientes das LAX-Aldeias;
- Volume de negócios das LAX-Aldeias (volume de vendas / volume de compras efectuadas);
- Nº de entidades parceiras/franchisados;

E2 - Lojas Cidades/ Expansão da rede de Lojas Aldeias do Xisto para as capitais de Distrito, servindo como porta de entrada para o território do Pinhal Interior e, em simultâneo, de promoção/comercialização interna dos Produtos Locais de cariz tradicional.

Resultados

- 6 Lojas Aldeias do Xisto – Cidades em funcionamento, nos seguintes centros urbanos: Cascais/Sintra; Castelo Branco; Coimbra; Faro/Portimão; Guimarães; Porto
- Consolidada a LAX-Lisboa

Indicadores (processo e/ou resultados)

- Nº de lojas implementadas (e nº de entidades parceiras/franchisados);
- Nº de visitantes e nº de clientes das LAX-Cidades;
- Volume de vendas e taxa de retorno do investimento público;
- Nº de artesãos/comunidade de práticas identificados, por tipologia de produtos produzidos e natureza jurídica e volume indirecto de negócio;
- Nº de produtos novos integrados no portefólio de produtos da Rede de LAX
- Tipologia dos serviços disponibilizados

E3 - Lojas Internacionais/ Internacionalização agregada das Marcas-Território do Pinhal Interior/ Região Centro de Portugal, a partir da afirmação da Marca – Lojas Aldeias de Portugal, servindo como espaços de promoção e comercialização de produtos e serviços de Centro de Portugal

Resultados

- 7 Lojas Aldeias de Portugal implementadas no mercado internacional (Espanha - Barcelona e Madrid; França – Paris; Inglaterra – Londres; Alemanha/ Suíça; Países Nórdicos; Bruxelas), servindo como “posto avançado” de informação turística/ promoção da Região Centro de Portugal (ex. Aldeias do Xisto; Aldeias Históricas; Aldeias Vinhateiras; etc.)
- Internacionalizada a Marca Lojas Aldeias de Portugal a partir de uma parceria estratégica entre a Empresa gestora da sub-marca Lojas Aldeias do Xisto (Saber das Mãos – Sociedade Comercial, Lda.) e a Empresa Mimos Portugal SL, responsável pela implementação da marca LAP no mercado Espanhol e expansão para os restantes mercados internacionais.

- Captado investimento nacional ao nível, por exemplo, dos projectos de arquitectura, mobiliário para expositor de produtos, informação e degustação, quiosque multimédia, software de gestão comercial e elementos de Branding, bem como investimento estrangeiro para alocação de espaço comercial, aquisição de produtos e serviços portugueses (Região Centro), promoção e valorização das marcas-território, etc.

Indicadores (processo e/ou resultados)

- Nº de lojas implementadas;
- Nº de artesãos/comunidade de práticas identificados, por tipologia de produtos produzidos e natureza jurídica e volume indirecto de negócio;
- Nº de produtos novos integrados no portefólio de produtos da Rede de LAX
- Tipologia dos serviços disponibilizados;
- Nº de visitantes e nº de clientes;
- Volume de negócios (volume de vendas / volume de compras efectuadas);
- Nº de entidades parceiras envolvidas, por tipologia e origem, e nº de reuniões de parceria realizadas.

Quadro Resumo de Resultados Esperados

Tipologia dos Projectos	Ponto de Partida (ano – 2008)				Celeridade dos resultados após o primeiro ano da EEC			
	Nº	Nº de postos de trabalho (directos/ indirectos)	Volume de negócio	Resultado Líquido Exercício	Nº	Nº de postos de trabalho (directos/ indirectos)	Volume de negócio	Resultado Líquido Exercício
Lojas Aldeias de Portugal	0	0	0,00 €	0,00 €	2	4	288.000,00 €	57.600,00 €
Lojas Aldeias do Xisto – Cidades	1	2	96.000,00 €	19.200,00 €	3	6	288.000,00 €	57.600,00 €
Lojas Aldeias do Xisto – Vilas	0	0	0,00 €	0,00 €	1	2	84.000,00 €	16.800,00 €
Lojas Aldeias do Xisto – Aldeias	6	10	288.000,00 €	57.600,00 €	11	16	528.000,00 €	105.600,00 €
Montras de Produtos Lojas Aldeias do Xisto	2	-	48.000,00 €	9.600,00 €	8	—	192.000,00 €	38.400,00 €
Comunidade de Práticas Rede Lojas Aldeias do Xisto	3	30	36.000,00 €	7.200,00 €	6	55	72.000,00 €	14.400,00 €
Total	12	42	468.000,00 €	93.600,00 €	31	83	1.452.000,00 €	290.400,00 €
Novos Produtos criados	10	-	-		15	-	-	
Portofólio de Produtos	260	-	-		290	-	-	
Total	270	-	-		305	-	-	

Ponto de Chegada			
Nº	Nº de postos de trabalho (directos/ indirectos)	Volume de negócio	Resultado Liquido Exercício
7	14	1.008.000,00 €	201.600,00 €
7	12	672.000,00 €	134.400,00 €
2	4	168.000,00 €	33.600,00 €
15	20	720.000,00 €	144.000,00 €
20	—	480.000,00 €	96.000,00 €
12	70	144.000,00 €	28.800,00 €
63	120	3.192.000,00 €	638.400,00 €
28	-	-	
380	-	-	
406	-	-	

6.3. VALORES (DA SUB-MARCA)

6.3.1. CRIAÇÃO DE MASSA CRÍTICA NO TERRITÓRIO-ALVO DE PROJECTOS DE INVESTIMENTO

Apoio à rentabilidade económica dos micro-produtores, aumentando a empregabilidade dos activos, quer por via da consolidação económica das lojas quer pelo aumento dos canais de escoamentos para os produtos locais, no mercado regional, nacional e internacional.

A necessidade de oferecer produtos “inteligentes” através de processos de comercialização igualmente “inteligentes” – oferta de produtos que pela sua qualidade, características específicas e processos de comercialização adoptados possam vir ao encontro das necessidades e preferências dos grupos sociais sensíveis aquelas características (quer provenientes do mercado local quer do mercado global). Trata-se de diferenciar os produtos pela sua qualidade e pela natureza dos processos produtivos e associar a essa diferenciação a sua identidade regional (“especialidade” regional)⁶.

Na comercialização, aponta-se a comercialização directa como alternativa ao “anonimato” do mercado. A comercialização “inteligente” dá prioridade à qualidade da relação social interpessoal. Procura também compensar a dificuldade que os pequenos produtores têm de dominar os circuitos de comercialização, a publicidade, o “design”, a embalagem, a organização, etc. A “diferenciação” na comercialização corresponde também à necessidade de diversificar os mercados a diferentes escalas territoriais.

Os Produtos locais são um elo fulcral da ligação produtores-consumidores entre meio rural e meio urbano, na construção de uma relação de confiança baseada nos saberes-fazer locais aliados a uma forte exigência de qualidade.

Preferidos dos consumidores, os produtos locais foram construindo um espaço de relevância no mercado, tornando-se agora necessário legitimá-los “moralmente” - por consequência as populações são cada vez mais exigentes para com as empresas, para com os seus produtores e serviços. Mais ainda, por detrás do produto, os consumidores dedicam uma atenção cada vez mais interrogativa e crítica às actividades das empresas.

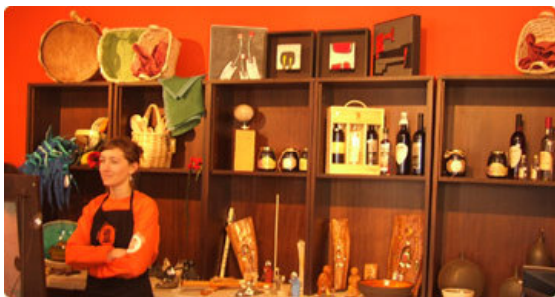
⁶ Novos produtos locais/ novas marcas - especialização: é este tipo de produtos/serviços que representam o que é único em cada região – que, quando direccionados para o segmento de mercado adequado, permitem aos territórios de baixa densidade obter vantagens comparativas no mercado global e, assim, contribuir para o desenvolvimento sustentado do território.

Definidas estratégias que se entendem mais globais, com vista a se conseguir simultaneamente uma presença dos produtos locais no maior número possível de mercados e de uma maior diferenciação dos mesmos (diversidade, inovação e qualidade), procedendo à sua “animação”, no sentido do marketing, distribuição e comercialização.

A aposta para o escoamento dos produtos locais versará numa estratégia “glocal”, uma vez que se considera que as identidades, as culturas e as especificidades locais são factores competitivos fundamentais num mercado cada vez mais global, reconhecendo-se no mesmo oportunidades interessantes para certos produtos (bens e serviços) que assentam, por conseguinte, na diferenciação cultural, como sejam os casos dos produtos locais (artesanato - e gastronomia de qualidade), o turismo cultural e científico, o turismo rural, o eco-turismo, a agricultura biológica, etc.

2. Criação do conceito de Franchising Solidário (Lojas das Aldeias). Implementação de sistema de rede do Franchising Lojas Aldeias do Xisto – Cidades e Loja Aldeias de Portugal (a este nível é necessário ganhar escala e por isso iremos como uma lógica de conquista de maior massa crítica aglutinando várias marcas-território e posicionando-nos como Lojas Aldeias de Portugal)

Rede de Lojas Aldeias do Xisto



Loja Aldeias do Xisto – Agra Nova



Loja Aldeias do Xisto – Lisboa





Loja Aldeias do Xisto

Aplicação do Branding



6.3.2. PORTOFOLIO DE PRODUTOS “LOJA ALDEIAS DO XISTO”

Quotas “internas” de comercialização Lojas Aldeias do Xisto

“A generalidade das produções a considerar para a selecção deverá pertencer à área geográfica da AIBT do Pinhal Interior, numa quota mínima de 60% do total dos produtos a comercializar. Também poderão ser consideradas outras produções, desde que partilhem da identidade cultural e/ou tenham contiguidade geográfica com esta região, ou identidade/ especialização regional, ou seja, produtos de merchandising/ marca aldeias do xisto” (CEARTE, 2007).

Assim, as regras para a comercialização de produtos na rede de Lojas Aldeias do Xisto assentam:

- 60% dos produtos terão de possuir identidade/ especialização regional (Pinhal Interior);
- 30% dos produtos poderão assumir um cariz de: merchandising/ marca aldeias do xisto (exclusividade)/ compósitos (fusão)
- 10% dos produtos poderão ter identidade/ especialização regional/ nacional.

Num sistema de reportório por Loja Aldeias do Xisto configurado da seguinte forma:

- 60% de produtos agro-alimentares (25% gourmet aldeias do xisto; 35% tradicionais);
- 40% artesanato/ merchandising/ marca aldeias do xisto / compósitos (10% artesanato regional/ nacional; 10% artesanato marca aldeias do xisto; 15% merchandising aldeias do xisto; 5% artesanato compósito).

Reportório de Áreas Artesanais/ Produtos Locais

Acessórios de Vestuário: “Compreende a manufactura de chapéus, luvas, gravatas, lenços e outros acessórios de vestuário, a partir da utilização de materiais têxteis e outros”.

Agro-Alimentares: “A produção e confecção de bens alimentares compreende o fabrico de doces, compotas, geleias e similares, fabrico de bolos, doçarias e confeitarias, produção de mel e de outros

produtos da colmeia, preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas, preparação e conservação de carne e a preparação de enchidos, ensacados e similares”. A produção e confecção bens alimentares a qualificar como “artesanal” deve ter na sua base, desde que aplicável: modos de produção agrícola correntes (agricultura convencional); alimentação natural de animais; preferência por variedades e raças autóctones; matérias-primas obtidas na região onde se encontra instalada a unidade produtiva (com excepção do açúcar, sal e especiarias, por exemplo); utilização de matérias-primas no seu estado natural – leite cru, ovos em natureza, carne, frutos e produtos hortícolas frescos ou refrigerados, etc.; utilização de processos físicos ou biológicos (secagem, cozedura, fumagem, fermentação, precipitação, maturação, etc.) e a utilização de fermentos naturais; não utilização de aditivos e auxiliares tecnológicos, com excepção dos obtidos de forma natural.

Bijutaria/ Joalharia: “Concepção, produção e confecção manual de objectos de adorno pessoal, utilizando, vidro, cerâmica, madeira, ligas de metal e outros materiais comuns trabalhados pelo próprio artesão. Pressupõe o fabrico efectivo dos objectos e não a simples montagem de componentes previamente adquiridos”.

Cerâmica: “Compreende a concepção, produção e decoração artesanais de objectos cerâmicos por recurso às mais diversas técnicas, utilizando diversos tipos de suportes e materiais, e pressupõe o domínio da globalidade do processo cerâmico por parte do artesão”.

Elementos Vegetais/ Artes Decorativas: “As artes decorativas executadas a partir de elementos vegetais, compreende a produção de objectos a partir de fibras vegetais tais como vime, castanho, junco, acácia, bunho, etc., utilizando como técnicas o entrançado e entrelaçado à mão, ou, ainda, a tecelagem em teares manuais, bem como a manufactura de composições decorativas com flores naturais, previamente recolhidas e seleccionadas pelo artesão, fazendo uso de técnicas diversas como a secagem e a prensagem”.

Instrumentos Musicais: “A manufactura de instrumentos musicais, abrange o fabrico de objectos musicais em que o som seja produzido por vibração de cordas, sopro, batimento, ou teclas”.

Madeiras: “Fabrico artesanal de objectos em madeira, de natureza utilitária ou decorativa, utilizando ferramentas manuais, eventualmente com o auxílio de pequenas máquinas-ferramentas. Incluem-se aqui o fabrico de palitos, colheres de pau, taças, gamelas, tabuleiros, caixas de costura, bengalas e produções ligadas à arte pastoril, os trabalhos efectuados com raízes de árvores, bem como figurações realistas (imagens, religiosas ou não, bustos, objectos, representações de raiz popular, etc.) ou abstractas, entre outros.

Pasta de Papel: “Manufactura, em papel, de objectos diversos, utilitários ou decorativos, por aplicação de técnicas como o recorte, a canelagem, a pintura, a colagem ou a aplicação de outros materiais como arame, madeira, tecidos, etc. Inclui-se aqui, também, a modelação de figuras e objectos, essencialmente decorativos, com base na técnica do “papel maché”, a partir da pasta de papel elaborada por processos artesanais”.

Santos/ Presépios: “Manufactura, em diferentes matérias-primas e por processos artesanais, de figurado e objectos decorativos, que reflecta os aspectos da religiosidade do povo, ou região onde se insere”.

Têxteis: “Preparação, produção, confecção ou transformação de artigos têxteis através de diferentes operações, utilizando ferramentas manuais ou eventualmente, com o auxílio de máquinas-ferramentas, sempre assistidas manualmente”.

Trapologia: “Arte de confeccionar objectos, decorativos ou utilitários, a partir de restos de tecido ou retalhos previamente cortados, costurados entre si”.

Merchandising/ Produtos Marca Aldeias do Xisto: “Integra os produtos que utilizam a imagem das Aldeias do Xisto e/ou das Lojas Aldeias do Xisto, podendo assumir uma produção quer de cariz “semi-industrial” quer de cariz “artesanal”, tendo sempre por base os referenciais identitários do território do Pinhal Interior. São enquadráveis igualmente os produtos artesanais com marca Aldeias do Xisto, de cariz exclusivo, produzidos a partir da rede de artesãos de excelência da Rede das Lojas Aldeias do Xisto, podendo as suas características ser induzidas quer pela marca quer sugeridas pelos artesãos/ produtores. São ainda englobados os produtos que incorporam uma linguagem

designada de “craft-design aldeias do xisto”, levados a efeito em “Comunidade de Práticas”, onde os artesãos da Rede de Lojas Aldeias do Xisto põem a funcionar um “laboratório de formas”, de onde, ao fim de alguns dias, resultam propostas criativas de cariz transdisciplinar que depois darão origem à produção de produtos *compósitos* (cruzamento entre várias áreas do saber e do saber-fazer, fruto de um experimentalismo de base colectiva)”.

6.3.3. REDE LOJAS ALDEIAS DO XISTO: PEQUENO CLUSTER CRIATIVO DE BAIXA DENSIDADE

“CRIAR COM TRADIÇÃO”

porque:

- vendemos produtos artesanais feitos pelas gentes locais, que aliam a ancestralidade produtiva a novas linhas, design e funcionalidades, centrados numa lógica de actuação Glocal -» INOVAÇÃO GLOCAL;
- incentivamos a que seja dado espaço ao experimentalismo produtivo -» TRANSDISCIPLINARIDADE DOS SABERES LOCAIS
- representamos, pela nossa rede de lojas, uma "incrustação" territorial -» UP-GRADING TERRITORIAL/LOCAL
- somos promotores de um desenvolvimento centrado nos recursos locais, no respeito pelo equilíbrio entre a natureza e o homem, e na conquista de um crescimento económico solidário -» DESENVOLVIMENTO RURAL ENDÓGENO
- dirigimos os nossos produtos (e serviços) a um público-alvo capaz de fazer um esforço por pagar mais por bens com características singulares ou identificação de marca -» BENS DE ESPECIALIDADE

“O problema a resolver consiste em saber através de que processos as micro-empresas (unidades produtivas formais e informais), contando com escassez crónica de capital, baixas qualificações

profissionais do pessoal afecto, podem compensar a sua dificuldade em diminuir os custos de produção e os preços através da inovação tecnológica e do aumento da escala de produção”⁷.

Nesta lógica, é preciso aumentar a qualidade dos produtos, qualificando os artesãos e produtores locais, garantido a compra da melhor matéria-prima, dotando os espaços produtivos das condições de higiene e segurança no trabalho, garantindo a igualdade de oportunidades e a conciliação da esfera da vida privada e familiar, inovando constantemente, aumentando a eficiência dos processos, partilhando e promovendo a articulação em rede.

Surgem assim a necessária articulação do Projecto Âncora - Rede de Lojas (Aldeias do Xisto e Aldeias de Portugal) integrado no Programa de Acção do PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO com outros Projectos Âncora (ex: ao nível: “projecto: produção de medronho”; “projecto: centrais meleiras”, “projecto: doçaria tradicional”, “projecto – compotas”, “projecto: casa do oleiro”, etc.) e Projectos Complementares, nomeadamente no que respeita aos recursos naturais, como os usos múltiplos da Floresta, para além das várias acções de formação inscritas no Plano Geral de Formação (ex: cerâmica, tecelagem, marketing, haccp, etc.).

Ao nível da componente específica da Inovação e Criação de Novos Produtos e Metodologias de Trabalho, Matérias-Primas e Técnicas Produtivas, destaca-se a articulação do Projecto Rede de Lojas com os seguintes projectos:

- Projecto “Experimenta o Campo” (dinamizado pelo CENTA)

“O projecto, de cariz multicultural, visa associar várias áreas do fazer tendo como suporte o Design para um desenvolvimento sustentado. Pretende vir a criar um espaço para questionar e experimentar a validade, a viabilidade, a oportunidade e as possibilidades de intervenção na produção artesanal como forma de melhorar as condições sócio-económicas da Beira Interior e do Alto Alentejo, reflectindo sobre a sua identidade cultural – papel e importância. Tendo como pano de fundo o estudo prático das técnicas tradicionais, dos materiais autóctones e das actividades regionais. O “Experimenta o Campo” será constituído por ciclos de dois anos divididos em cinco fases estruturantes: investigação, criação, produção, divulgação e comercialização (Marca EXOC)”.

- Projecto “Centro Tecnológico e de Inovação para o Artesanato das Aldeias do Xisto (CTIA)” (dinamizado pelo CEARTE)

⁷ Henriques, J. et al., (1991): *Programa ILE em Portugal: avaliação e Perspectivas*, pp. 27-29, IEFP Lisboa.

“O Centro a criar disponibilizará como serviços: serviço de laboratório; Investigação, Desenvolvimento e Inovação; Informação e Divulgação Tecnológica; Qualidade; Inovação. Como características inovadoras o projecto em referência clarifica que: não há, no território nacional qualquer equipamento do género, para apoio ao Artesanato e às micro-empresas artesanais. Equipamento que permitirá apostar em 3 áreas estratégicas do Sector das Artes e Ofícios – inovação, modernização e qualidade”.

- Projecto “Comunidade de Práticas Lojas Aldeias do Xisto” (dinamizado pela ADXTUR)

“O projecto visa criar dinâmicas de interacção entre artesãos/ produtores, investigadores, entidades públicas e privadas, disponíveis e interessadas, em contribuir para a renovação dos saberes tradicionais locais. Neste propósito, a metodologia de processo para a criação de produtos assentará no desenvolvimento anual de 3 Laboratórios de Projectos, cada um com a duração de 4 meses, onde artesãos, produtores, artistas e designers, em residência irão conceber protótipos de produtos, subordinados a um tema/ argumento interpretativo, a partir do acompanhamento e avaliação de uma equipa de direcção criativa assistida. Paralelamente o projecto deverá promover a criação de um centro de recursos tecnológicos e de inovação (banco de materiais, banco de imagens, site de tendências), sob a responsabilidade do CEARTE, de suporte à investigação e desenvolvimento de produtos, responsável pela promoção de conteúdos e de articulação científica entre os projectos produtivos e a sua envolvente ambiental - responsabilidade social, bem como a criação de um sistema de inovação e qualidade - sistema de avaliação da qualidade total”. O fomento de concursos de ideias para a criação de novos produtos, lógicas produtivas e linguagens técnicas e estéticas será regular, nomeadamente através do convite à parceria com as Universidades/ Departamentos de Design”

- Projecto “Fablab” (dinamizado pela ADXTUR)

“Projecto que visa a criação modelar de novos produtos e soluções em rede internacional do MIT”.

- Projecto “Centros de Interpretação” (dinamizado por vários promotores)

“A funcionarem como rede de atracções (ar - vento, água - barragem, terra – minas e fogo - floresta) com a criação de merchandising próprio e espaços eco-museus e centros de produção de produtos agro-alimentares, e ainda com permanentes centros de produção de produtos locais e espaços de competências, como é exemplo, a casa das tecedeiras, casa do mel, casa do bombo, casa do cogumelo, etc.”.

Como resultado do acima referido pretendemos vir a aumentar, com os projectos inscritos no Programa de Acção PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO, o n.º de artesãos e o respectivo perfil do reportório central de actividades, bem como de novos produtos criados, pelo menos para o dobro do quadro actual, captando mais parceiros e sinergias, como por exemplo, ao nível: dos jovens designers, produtores agro-industriais e de agricultura biológica.

Matriz - Rede de artesãos, designers, entidades parceiras e produtos compósitos criados

Parceiros	Reportório Central de Actividades	Contactos
		Nome
Artesãos	Cerâmica	Paulo Alves e Yola Vale
		Carlos Lima e Xana Monteiro
		Miguel Neto
		Georgina Queiroz
	Têxtil	Helena Loermans
		Casa das Tecedeiras
		Flor do Linho
	Pasta de Papel	Fátima Bonifácio
		Paula Soares
	Elementos Vegetais	António Nunes dos santos
		Ana Pinto
	Joaalharia	Paula Afonso Cancela
		Elza Pereira
	Madeiras	Kerstin Thomas
		Oficina de Objectos
	Ferro	João Ludgero
	Trapologia	Marta Ribeiro
	Agro-Alimentar (chocolate e pastelaria)	Paulo Santos
	Agro-Alimentar (plantas aromáticas)	António Carlos

	Agro-Alimentar (compotas)	Sabores da Gardunha
	Agro-Alimentar (azeite)	Cooperativa Agrícola dos Olivicultores do Fundão
	Agro-Alimentar (mel da serra da Lousã)	Lousâmel (Ana Paula)
	Agro-Alimentar (Licores)	Donanna
	Agro-Alimentar (Doces conventuais)	Confeitaria Santa Luzia
	Agro-Alimentar (compotas)	Quinta d'ameã
Designers	Designer, construtor de objectos em madeira (Oficina de Objectos)	Nuno Alves
	Empresa Flint, entidade responsável pela identidade corporativa das Aldeias do Xisto e branding LAX	Rui Martins
	Professor na ESAD	Sérgio Gonçalves
Entidades	CENTA (Projecto Experimenta o Campo)	Luís Ferreira
	CEARTE (Rede de Lojas Aldeias do Xisto: avaliação e selecção de produtos locais e artesanais)	João Amaral
	ADXTUR	Bruno Ramos; Pedro Gouveia
	Pinus Verde	Ana Cunha
	Consultor/ designer	João Nunes
	ENGRURAL (Guia de Selecção de Produtos Gourmet Lojas Aldeias do Xisto)	João Ribeiro
Produtos Compósitos	Exemplos: kit em cerâmica para fondue de chocolate; bolachas, bombons e tabletes de chocolate; cesta de pic-nic; serviço de chá, em cerâmica; etc.	

6.3.4. ABERTURA À COMUNIDADE LOCAL E ARTICULAÇÃO DE NOVAS FORMAS DE RELAÇÃO INTER-PESSOAL, RELANÇANDO A PERSPECTIVA *GLOCAL* DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO.

A Lógica da responsabilidade social da empresa (*Social Label*) não poderá ser entendida como apenas um “acrescento” opcional às actividades nucleares da empresa/ unidade produtiva, mas “sim à forma como esta é gerida”, e que passa pela atenção na criação de mais-valias económicas, segundo a articulação de duas outras dimensões: a social e a ambiental.

Neste contexto, a dimensão económica, de que o lucro empresarial constitui o objectivo, deve tomar em consideração as pessoas que constituem o tecido humano da estrutura empresarial (dimensão interna), mas também a comunidade em que as empresas exercem a sua actividade e com a qual interagem (dimensão externa).

Nesta perspectiva avançamos com a ideia da configuração de um franchising com responsabilidade social, integrado numa dinâmica de desenvolvimento endógeno sustentável, capaz de articular de forma integrada as dimensões económica, social e ambiental.



Carta de Princípios:

A Rede de Lojas Aldeias do Xisto (LAX) integra-se no espírito das organizações que pugnam pela valorização do Comércio Justo e Solidário, já que se encontra no mercado contribuindo para o *Desenvolvimento Sustentável*, sendo que:

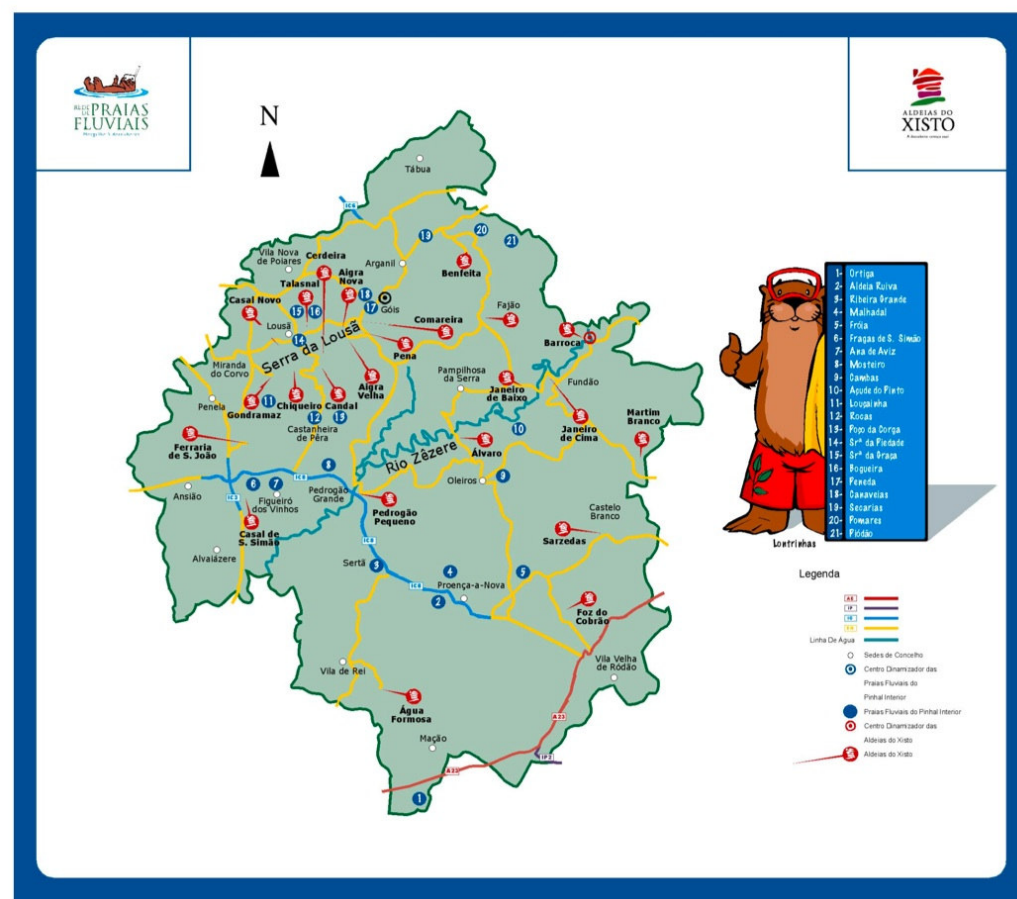
- i) constitui-se como um meio e oportunidade para o fomento da micro-iniciativa/ economia social (escoamento dos produtos endógenos) e da lógica de funcionamento em rede, ao valorizar a complementaridade e a cooperação entre produtores/ artesãos locais em detrimento da competição entre pares e da sobreposição do reportório agro-alimentar e artesanal;
- ii) privilegia o contacto próximo e relacional junto da rede de artesãos/ produtores locais, apelando ao compromisso para a informação mútua e construção de uma parceria baseada no diálogo, transparência e respeito, enquanto promove o estabelecimento de uma relação comercial estável de longo prazo;
- iii) assume que a haver mais valias na transacção comercial dos produtos em loja se verifica o princípio da sua redistribuição justa (e solidária) entre quem produz (produtores/ artesãos locais) e quem vende (concessionários das LAX);
- iv) estabelece que a prática corrente de não fazer descontos sobre o preço de venda ao público dos produtos em loja visa reflectir o valor intrínseco que cada produtor/ artesão dá ao resultado do seu trabalho (pagamento de um preço justo).

VII – REDE DE PRAIAS FLUVIAIS

Rede Praias Fluviais das Aldeias do Xisto (gestão e promoção integrada da Rede de Praias)

7.1.INTRODUÇÃO

Mapa da Rede de Praias Fluviais e das Aldeias do Xisto



21 Praias actuais:

1 - Ortiga

2 - Aldeia Ruiva

3 - Ribeira Grande

4 - Malhadal

5 - Froia

6 - Fragas de S. Simão

7- Ana de Aviz

8 - Mosteiro

9 - Açude Pinto

10 - Cambas

11- Louçainha

12 - Rocas

13 - Poço Corga

14 - Sr^a da Piedade

15 - Sr^a da Graça

16 - Bogueira

17 - Peneda

18 - Canaveias

19 - Secarias

20 - Pomares

21 - Piódão

14 novas Praias:

1 – Alvaiázere

2 – Valeiro do Barco

3 – Unhais da Serra

4 – Açude do Carvalhal do Rio

5 – Quinta do Baião

6 – Foz de Arouce

7 – Segade

8 – Avô

9 – Janeiro de Baixo

10 – Pessegueiro

11 – Marmeleiro

12 – Ronqueira

13 – Louredo

14 – Foz do Cobreão

O conceito da Rede das Aldeias do Xisto surgiu como uma das vertentes da operacionalização da Medida II.6 (componente FEDER) da Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior (AIBT-PI), integrada no desenvolvimento de uma estratégia que conjugou ainda uma rede de praias fluviais e uma rede de percursos no Pinhal.

Num território - o Pinhal Interior - tão vasto e diverso, cheio de potencialidades mas, ao mesmo tempo, tão carente e periférico, a aplicação no terreno destas três linhas - Rede das Aldeias do Xisto, Rede das Praias Fluviais e Rede de Percursos do Pinhal Interior - foi gerida numa perspectiva integrada. Quer isto dizer que não podem ser independentes umas das outras, mas devem antes interligarem-se criando dinâmicas que afirmem o Pinhal Interior no seu conjunto. Uma unidade só possível numa perspectiva de funcionamento “em rede”. E alargam-se agora a outras redes temáticas, como a Arte Rupestre e as Lojas Aldeias do Xisto.

A região do Pinhal Interior é banhada por muitos rios, ribeiras, albufeiras que propiciam locais de lazer e de bem-estar, potenciadores da permanência dos visitantes. Para além disso e devido às suas características geológicas, podemos vislumbrar vales, montanhas e serras com recantos de beleza única.

Neste momento pretende desenvolver-se um trabalho para criar uma outra razão de visita: uma maior qualidade das águas, espaços e estruturas inerentes às praias fluviais. Conseguido

isto é importante pois organizar o espaço, criando, programas e metodologias de informação para que o visitante sinta vontade de conhecer estes espaços e de os explorar.

Neste sentido, torna-se pertinente criar um projecto que divulgue este trabalho com coerência, profissionalismo e com resultados e que demonstre uma organização e uma rede de ligações funcional e empática para com os visitantes.

Cada Concelho por si poderá criar os seus meios para divulgar as suas riquezas, porém ao criarmos uma rede de praias fluviais estamos também a criar condições para permitir aos concelhos terem uma maior visibilidade, podendo demonstrar também aqueles que os visitam pertencerem a um espaço organizado e sustentável.

O conjunto de praias fluviais do pinhal interior representa hoje um dos seus maiores factores de atractividade turística, quer pelo seu elevado número quer pela qualidade das águas que apresenta, estimando-se um número anual de utentes superior a 200 mil por época balnear. A rede de praias fluviais das aldeias do xisto foi constituída enquanto projecto prioritário de qualificação e divulgação em rede por 21 praias fluviais. No entanto estas são apenas parte das mais de 50 praias existentes na região que surgem como um potencial a explorar e que carecem de uma abordagem integrada pela temática específica e necessidades que encerram. São sem dúvida um excelente complemento turístico a uma oferta mais cultural, de lazer e de descanso que as próprias aldeias representam, trazendo uma valência balnear a um território de interior.

7.1.1. CARACTERÍSTICAS DAS PRAIAS FLUVIAIS DA REGIÃO:

- qualidade das praias em si, nomeadamente das infra-estruturas de apoio;
- qualidade ambiental dos espaços envolventes, nomeadamente das montanhas, rios, albufeiras e aldeias;
- valores, cultura etnográfica e histórica relevante;
- sossego das praias do interior em contra ponto ao das praias do litoral;
- crescente preocupação das autarquias para a qualidade da água e do meio envolvente;

7.1.2- RAZÕES PARA O ALARGAMENTO DA REDE DE PRAIAS:

- Integração de Municípios na Rede das Aldeias do Xisto, numa lógica de abrangência e de solidariedade com todo o território, bem como de diversificação de pontos de interesse;
- Estruturação da oferta turística e canalização dos fluxos turísticos por Portas de Entrada, a partir das Praias Fluviais;
- Ligação com projectos transversais estruturantes para o território, como por exemplo a Grande Rota do Zêzere;
- Contributo para a preservação das envolventes naturais;
- Criação de emprego e actividade económica associada;
- Investimentos privados em infra-estruturas turísticas situam-se em Praias Fluviais.
- Integração da Rede de Praias Fluviais no Plano de Comunicação e Marketing Territorial, como uma das sub-marcas da Rede das Aldeias do Xisto.

7.2. OBJECTIVOS GERAIS

Assim justifica-se uma gestão da Rede de Praias Fluviais das Aldeias do Xisto enquanto sub-marca que incida sobre:

- Requalificação das Praias existentes e alargamento da Rede das Praias Fluviais das Aldeias do Xisto;
- Elaboração de Fichas Técnicas e Caderno de Encargos para as praias da Rede;
- Promoção/manutenção do site www.praiasfluviais.com; promoção de cobertura mediática específica; criação de base de dados fotográfica sobre as praias.
- Animação: Plano de Eventos específico para a Rede das Praias Fluviais das Aldeias do Xisto; Catalogo de Actividades de animação das praias a desenvolver pelos Concessionários/Autarquias; Realização de acções de educação ambiental com crianças dos ATL e colónias de férias.
- Estruturas permanentes de animação: criar estruturas permanentes de animação nas Praias Fluviais, como por exemplo: escolas de escalada, rede de percursos, grande rotas, canoagem, jogos tradicionais, entre outras.

7.3. METODOLOGIA

7.3.1. REDE DE PRAIAS FLUVIAIS NO ÂMBITO DA ADXTUR

As Praias Fluviais do Pinhal Interior são uma mais valia para o turismo de qualidade da região e que o projecto de 2006 permitiu implementar uma rede de parceiros das Praias Fluviais, com autarquias, concessionários e demais agentes económicos e da sociedade civil tendo em vista:

- A importância que o sub-produto Praias Fluviais tem na estratégia global para a marca Aldeias do Xisto;
- A necessidade que a ADXTUR tem de envolver os diversos parceiros que no terreno implementam projectos de desenvolvimento, numa articulação e representação dos vários parceiros;
- A existência de espaço para dar continuidade ao Projecto Rede das Praias Fluviais do Pinhal Interior, dentro do chapéu da marca Aldeias do Xisto;

Acreditando que uma praia fluvial é um espaço de usufruto integrado numa imensidão de outros locais aprazíveis, e que uma rede de praias fluviais é um conjunto de lazer e turismo, atractivo e irresistível, permitindo aos turistas permanecer mais tempo na região e conhecer mais profundamente este espaço pretende desenvolver-se acções específicas para a melhoria da Rede de Praias Fluviais existente e para o alargamento a outras. Este projecto surge obviamente abraçado ao Projecto das Aldeias do Xisto. Estes dois projectos são em si um Plano Estratégico para a promoção, valorização e desenvolvimento turístico e ambiental da região.

7.3.2. ARTICULAÇÃO COM PROGRAMA DE VALORIZAÇÃO AMBIENTAL DOS RECURSOS NATURAIS

A Rede das Aldeias do Xisto e a Rede de Praias Fluviais e outras infra-estruturas de animação turística, fomentam a utilização consciente e passiva dos recursos naturais (hídricos, geomorfológicos). Promove-se o contacto dos visitantes com o Património Natural, estimulando a perspectiva de utilização sustentável dos recursos naturais.

- Albufeiras: Sta. Luzia, Cabril, Castelo de Bode, Foz de Alge
- Rios: Zêzere, Ceira, Alva, Tejo, Ocreza

7.4. ACÇÕES POR EIXO

7.4.1. REQUALIFICAÇÃO E ALARGAMENTO DA REDE DE PRAIAS

7.4.1.1. Praias Fluviais existentes

- Requalificação das Praias existentes (ampliação e modernização)
- instalação de equipamentos de apoio (zona de acolhimento, balneários, instalações sanitárias, estacionamento, reparações diversas, implementação de meios de acessibilidade, intervenções paisagísticas, sinalética e mobiliário urbano)
- Criação de infra-estruturas turísticas (casas TER, espaços museológicos e interpretativos, parques de campismo, acções de promoção e animação)

7.4.1.2. Praias Fluviais Novas

- construção de novas praias e respectivos equipamentos de apoio (balneários, zona de restauração e lazer, casas de máquinas e arrumos, esplanada, tanque de recreio, campo de voleibol de praia, parque de lazer, acessos, percursos pedonais, colocação de relva, recuperação de levadas, vedações, limpeza e requalificação de espaços verdes, estrutura flutuante de recreio, parque de merendas, sanitários públicos, vestiários, posto de socorros, bar redes de saneamento e abastecimento de água, parque infantil).
- Criação de infra-estruturas turísticas (recuperação de açudes para espelho de água e desportos náuticos, alojamento turístico – tipo Bungalows,
- actividades comerciais associadas (exploração piscícola, limpeza e requalificação de espaços verdes

7.5. CARÁCTER INOVADOR DAS ACTIVIDADES

- Calendário de Animação específico para a Rede de Praias Fluviais;

- Criação de grandes eventos de abertura da época balnear, como por exemplo o Dia do Mergulho;
- Ligação com a Grande Rota das Aldeias do Xisto, Grande Rota do Zêzere e outros percursos;
- Plano de Comunicação e Marketing específico;
- Plano de Formação dirigido para as necessidades concretas da Rede de Praias: gestão das praias fluviais, nadadores-salvadores.

7.6. MODALIDADES DE SELECTIVIDADE, VIGILÂNCIA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

- nas praias fluviais a candidatar à rede de praias será necessário assumir como critérios de selectividade todas as normas legais, para além de serem capazes de trazerem mais valia para a rede, pelo que terá de ser feita previamente uma selecção, a ser realizada pelo Grupo Técnico de Trabalho criado no âmbito da ADXTUR;
- Foram definidos valores máximos de investimento por tipologia de intervenção e máximo por município.

Funções do Grupo Técnico de Trabalho das Praias Fluviais - ADXTUR

- Constituição da equipa técnica protocolada no seio da coordenação técnica da ADXTUR.
- Apresentação de um caderno de encargos sobre os direitos e os deveres que os Municípios deverão ter e as regras enquadradoras para a designação / inclusão de uma Praia Fluvial na Rede das Praias Fluviais das Aldeias do Xisto. Permitirá assim regularizar e enquadrar as praias existentes na rede bem como propor e enquadrar novas Praias para a Rede; 4 níveis de critérios: serviços, segurança, qualidade da água, animação.
- Consolidar a interligação com os técnicos das Câmaras responsáveis pelas Praias Fluviais, os concessionários e os demais agentes que trabalham o sub-produto “Praias Fluviais”, com a equipa técnica da Departamento;
- Definição de uma ficha técnica de cada praia fluvial sobre quais deverão ser os serviços de apoio a fornecer em parceria entre a ADXTUR, Concessionário e Autarquia. Desta forma, conseguiremos definir uma temática para cada praia (ex.: praia história, praia acessível, praia bandeira azul, praia de natureza, praia de aldeia, etc) e elaborar uma estratégia comum para a

Rede (ex.: criação de um pacote de formação global para os concessionários e funcionários das praias, roupa uniforme para os mesmos e até contratação de pessoal de segurança, vigilância e socorros, no âmbito de parcerias que podem ser criadas com Juntas de Freguesia, IPJ, ISN, Universidades e Escolas Profissionais): Interligação com o Plano de Formação.

- Ligação com o Plano de Animação: elaboração de um Programa de Animação Anual que tenha períodos de vigência bianual, renováveis, com seguintes critérios:

- A especificidade de cada praia e município;
- Os recursos humanos, técnicos e financeiros que as autarquias disponham para o Programa
- Das parcerias a criar
- Das candidaturas que sejam efectuadas, assim como estreita articulação com o Programa de Animação das Aldeias do Xisto.

Este programa de animação deverá ter 2 níveis:

Articular um sistema de percursos pedestres entre as Praias Fluviais e as Aldeias do Xisto

- Associar os Parques de Campismo às Praias Fluviais;
- Estudar e apoiar as autarquias na definição das candidaturas a Praia Fluvial Acessível e Bandeira Azul;
- Ligação com o Plano de Comunicação e Marketing Territorial: Elaborar um Plano de Promoção da Rede das Praias Fluviais das Aldeias do Xisto em estreita parceria com o Departamento de Comunicação e Marketing da ADXTUR e aproveitando o trabalho já efectuado em 2006 com a instalação de placas direccionais, placards informativos, guia de bolso, linha telefónica e mail informativo, site www.praiasfluviais.com, passaporte, mascote e tarjas do Lontrinhas (símbolo das Praias Fluviais). Neste âmbito aprofundar a matriz de imagem da Mascote Lontrinhas, tornando-a mais interactiva e atractiva. Criação de uma base de dados de fotografias das Praias Fluviais. Criação de novo Merchadising das Praias Fluviais, em continuidade do material já elaborado: mochilas, dis-cos voadoras, baralhos de cartas, dominós, raquetes de ténis, toalhas, postais e guias de bolso, miniaturas do Lontrinhas, entre outros;
- Ligação com Rede de Lojas Aldeias do Xisto: Estudar a possibilidade de colocação de montras dos produtos da rede de Lojas das Aldeias do Xisto nos espaços dos concessionários das Praias Fluviais.

7.7. INDICADORES

- praias requalificadas
- Novas praias na rede (máximo 7)
- infra-estruturas de apoio
- Estruturas permanentes de animação
- novos empregos
- eventos de animação
- nº de visitantes

7.8. VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS

Os Programas de Valorização Ambiental dos Recursos Naturais e da Floresta Sustentável são projectos complementares essenciais para a valorização da paisagem global e onde se inserem as acções do nosso Plano de Acção, nomeadamente, acções ligadas à Rede de Praias Fluviais, Turismo de Natureza, Aldeias do Xisto, Rede de Lojas Aldeias do Xisto.

O território da Rede das Aldeias do Xisto é marcado geograficamente pelas Serras da Lousã e do Açor e pelos Rios Zêzere e Ceira, a que se juntam os rios Alva e Mondego nas proximidades Norte e mesmo o Tejo, não muito a Sul. Inseridas neste contexto surgem as Barragens de Cabril, Bouçã, Castelo Bode e Santa Luzia. Este enquadramento de geomorfologia complexa traz contudo um conjunto de recursos naturais únicos que merecem atenção. Desde logo pela sua particularidade e grande número de recantos, linhas de água e ribeiras que interligam todo este sistema e que caracterizam o território, requerem ao mesmo tempo cuidados quanto à sua manutenção e limpezas. Como exemplo referimos alguns projectos de **qualificação da paisagem natural** sinalizados e relacionados com a limpeza das margens dos Rios Ceira e Alva, com a requalificação das áreas ripícolas e de sistemas de regadios. Ainda, a criação de ecomuseus e de parques biológicos irão proporcionar a aproximação das pessoas aos ecossistemas naturais, permitindo a sua sensibilização para a preservação dos espaços naturais.

Devido também ao **potencial turístico e paisagístico** que encerram, de biodiversidade, mas também de turismo activo. Os rios deverão ser alvo de estudo e promoção da prática de canoagem de águas bravas, algumas das ribeiras possibilitam o seu aproveitamento para a prática do canyoning e as albufeiras são locais privilegiados para a prática de canoagem de água calmas e para a criação de centros de canoagem.

Os espaços ribeirinhos são espaços de excelência ambiental e focos de biodiversidade que em muitos casos podem justificar intervenções de modo a poderem ser usufruídos, quer em termos de lazer, quer em termos turísticos, podendo desta forma conciliar as suas funções de corredores verdes com espaços complementares às estruturas urbanas existentes, de que são exemplos os parques verdes e os percursos verdes.

O melhoramento destes espaços é fundamental também quando nos referimos às actividades de caça e pesca. A **caça, as actividades de carácter venatório e a pesca** desportiva em águas interiores são, pois, vectores estratégicos para o sector do turismo na região, na medida em que são actividades que se podem praticar ao longo de todo o ano, com especial incidência nos períodos de menor procura e ocupação hoteleira, ou seja nos meses de Outono-Inverno. Como exemplos de projectos a realizar destacamos a melhoria das infra-estruturas e dos equipamentos existentes (caminhos de acesso, açudes, zonas de desova), a sensibilização para a preservação das zonas ribeirinhas e florestais, o repovoamento de espécies, a melhoria dos habitats nas áreas de reserva, a respectiva sinalização e ainda a dinamização de clubes associativos (Ver Anexo 1.6. – Plano de Dinamização da Caça e Pesca).

Por outro lado, pretende-se criar a oportunidade de criar uma nova forma de rentabilizar a exploração cinegética, utilizando o princípio da **“Caça sem Morte”**. Esta perspectiva inovadora associada à caça consiste no desenvolvimento de um conjunto de mecanismos baseados em tecnologias de detecção e marcação virtual que permitam, de uma forma não intrusiva, recriar a actividade da caça. Esta actividade, pretende simular os rituais de perseguição e morte, bem como outras actividades paralelas, com o mínimo de impacto possível nos animais e suas comunidades, e com o máximo de segurança para os participantes. Pela capacidade de atracção de mais visitantes, estas são acções fundamentais para o fomento económico, competitivo e turístico do território.

A floresta é ainda um importante vector de ordenamento territorial e desempenha uma multiplicidade de funções relevantes do ponto de vista ambiental e social. Pressupõe-se a Implementação de programas de **Certificação Florestal e Programa de Gestão Florestal** - implementação de medidas de protecção da floresta, através da utilização de sistemas promotores da biodiversidade sustentável, a cooperação com as Associações de Produtores Florestais, na procura de rentabilização dos produtos de origem florestal, a modernização das empresas florestais com reformulação dos equipamentos, assente em novas tecnologias, incrementando a competitividade do sector.

As campanhas de sensibilização / acções formativas para os produtores florestais podem, através da compatibilização da sua actividade com o respeito pelas regras de protecção e preservação ambiental definidas em colaboração com os agentes públicos, contribuir para a melhoria do desempenho ambiental e da competitividade da região.

A ACTIVIDADE CINEGÉTICA ASSOCIADA À PRODUÇÃO FLORESTAL, POTENCIA A VALORIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE BENS NÃO LENHOSOS E CONTRIBUI IGUALMENTE PARA A SUA SUSTENTABILIDADE E DOS TERRITÓRIOS RURAIS. O ORDENAMENTO CINEGÉTICO ORIGINOU O SURGIMENTO DE ASSOCIAÇÕES QUE TÊM COMO MISSÃO A GESTÃO DAS ZONAS DE CAÇA. O CENÁRIO DE ABANDONO DAS TERRAS AGRÍCOLAS E FLORESTAIS, JUNTAMENTE COM PROBLEMAS DE OUTRA ORDEM, TEM CAUSADO A REDUÇÃO DO POTENCIAL DE CAÇA E, CONSEQUENTEMENTE, A DIMINUIÇÃO DA ACTIVIDADE ECONÓMICA QUE LHE ESTÁ ASSOCIADA. A INTERACÇÃO DA GESTÃO FLORESTAL GERA A PROMOÇÃO DE CONDIÇÕES MAIS FAVORÁVEIS AO AUMENTO DA POPULAÇÃO DE ESPÉCIES CINEGÉTICAS E CONTRIBUI PARA MITIGAR OS PREJUÍZOS DESTAS NA FLORESTA E NA AGRICULTURA. ESTA INTERACÇÃO, EM PARALELO COM O PLANO DE FORMAÇÃO E COM AS ACÇÕES DE FORMAÇÃO DE GUARDAS DE ZONAS DE CAÇA E ORDENAMENTO, GESTÃO CINEGÉTICA, ACÇÕES PROMOCIONAIS DESENVOLVIDAS JUNTO DAS ESCOLAS E AINDA COM A ORGANIZAÇÃO DE JORNADAS DE CAÇA INTEGRADAS EM PACOTES TURÍSTICOS MAIS ALARGADOS, ASSEGURA A VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS. POR OUTRO LADO, O RECURSO A NOVAS FERRAMENTAS DE GESTÃO CINEGÉTICA ALIADAS ÀS NOVAS TECNOLOGIAS PROMOVERÁ A GESTÃO PROFISSIONAL DAS ZONAS DE CAÇA, PERMITINDO FAZER CADASTROS DAS ESPÉCIES E MELHORAR OS SEUS HABITATS, DE FORMA A CONFINÁ-LAS EM TERRITÓRIOS PREVIAMENTE ESTABELECIDOS.

As actividades ligadas à fileira florestal e agrícola possuem um peso muito grande na actividade económica na região. A floresta, para além dos produtos lenhosos, produz ainda um conjunto de produtos não lenhosos (frutos, cogumelos, medronho, mel, plantas aromáticas, medicinais e condimentares). A promoção de projectos que apoiem valorização e divulgação destes produtos, contribui para a sustentabilidade económica das actividades complementares e tradicionais das aldeias e zonas rurais. Em complementaridade, o **Projecto Rede de Lojas Aldeias do Xisto** será fundamental para através do fomento de uma rede/ sistema de promoção, comercialização e animação de produtos agro-alimentares e artesanais.

A implementação destes projectos passará por uma metodologia de articulação com o Programa PRODERE, sendo que a grande maioria de projectos e investimentos sinalizados serão enquadrados

nesse programa. Após as acções preparatórias entre as instituições promotoras de investimentos, as mesmas procederam à assinatura do contrato de Consórcio PROVERE Rede Aldeias do Xisto.

Objectivos Específicos

Contribuir para a Criação de um Plano Global de Gestão e Certificação Florestal;

Qualificar e promover o Associativismo na Fileira Florestal;

Dinamizar de forma integrada a multifuncionalidade dos espaços florestais e a valorização económica dos seus bens / produtos e serviços;

Promover articulação entre as diferentes entidades de forma a potencializar o turismo cinegético e a pesca desportiva no território;

Modernizar e capacitar o território com infra-estruturas necessárias ao desenvolvimento sustentável destas actividades;

Incentivar Modernização das Empresas Florestais;

Promover iniciativas de sensibilização e formação para Defesa, Gestão e Protecção da Floresta e seus Recursos;

Desburocratizar e Descentralizar os Serviços de Apoio e Gestão Florestal;

Promover o Mercado de Carbono Zero e tornar as actividades ADXTUR eventos CARBONO ZERO;

Promover a produção das Energias Renováveis

Fomentar o turismo em espaço florestal, através da divulgação dos produtos endógenos

Criar descontinuidade horizontal e vertical com a finalidade de diminuir a intensidade do fogo e criar cortinas que dificultem a sua propagação.

Conciliar e promover investimentos;

Adquirir escala de negociação.

Resultados

N.º de estudos relacionados com a gestão dos habitats, da fauna cinegética e aquícolas;

N.º de acções tendo em vista a criação de sistemas de Gestão Florestal sustentável;

N.º de acções relacionadas com o princípio Carbono Zero;

N.º de empresas com interesse em quotas de emissão;

N.º de projectos a implementar;

N.º de projectos para as energias renováveis;

N.º de estudos relacionados com a gestão dos habitats, da fauna cinegética e aquícola;

N.º de entidades que em articulação potenciem o turismo cinegético e a pesca desportiva no território;

N.º e tipo de infra-estruturas necessárias ao desenvolvimento sustentável destas actividades;

N.º de formandos na área da gestão cinegética e guias caça/pesca;

N.º de empresas modernizadas;

N.º de iniciativas de sensibilização e formação para Defesa, Gestão e Protecção da Floresta e seus Recursos.

Quadro resumo de investimentos

Linhas de Acção	Investimento Privado		Investimento Público	
	N.º de projectos	Montante	N.º de projectos	Montante
8.1. Rios, Ribeiras e Albufeiras	1	78.000,00 €	11	1.304.500,00 €
8.2. Caça e Pesca	8	815.000 €	8	1.276.639,50 €
8.3. Qualificação da Gestão Florestal	7	1.540.000,00 €	12	2.994.070,00 €
8.4. Valorização das Fileiras Agrícolas no Território	7	4.945.000,00 €	2	700.000,00 €
Total	23	7.378.000,00 €	33	6.275.209,50 €

VIII – PLANO DE MOBILIDADE PARA A BAIXA DENSIDADE



8.1. INTRODUÇÃO/ CONTEXTO DO PROGRAMA

À semelhança da generalidade do interior do país o território do *Pinhal Interior*⁸ apresenta baixa densidade económica, demográfica, institucional e relacional. Embora com expressão territorialmente diferenciada, persistem índices elevados de decréscimo e envelhecimento populacional, uma estrutura de emprego débil e fortemente ligada a sectores tradicionais, baixos níveis de qualificação média da população e insuficiências ao nível das infraestruturas rodoviárias, e diversos equipamentos.

A reversão destas dinâmicas regressivas depende essencialmente das seguintes condições iniciais:

Aumento da eficiência e da capacidade competitiva das empresas; e,

Aumento da atractividade a estratos dinâmicos da população.

O Programa de Mobilidade dará um contributo fundamental para melhorar estas condições.

De forma genérica, em territórios com estas características, a dispersão territorial e a ausência de uma frequência regular de utilização pressionam os operadores de transporte público a aumentar as tarifas ou a suprimir carreiras, contribuindo assim para intensificar os fenómenos de exclusão social decorrentes das fracas condições de mobilidade. Por outro lado, os Municípios deste território debatem-se com a necessidade de reforçar a complementaridade intermunicipal no sentido de uma maior estruturação em rede para o uso e gestão mais eficientes de equipamentos e serviços públicos⁹, mas também, como forma de aumentar a coesão interna e a

⁸ Território correspondente à AIBT com esta designação.

⁹ Orientações patentes nos documentos institucionais de referência, designadamente no PNPOT e no PROT-C

inserção externa do território e promover políticas activas de atracção populacional e de investimento.

Adicionalmente, a escassez de recursos impõe a estes municípios, por um lado, a necessidade de aumentar a eficiência de utilização dos recursos afectados ao transporte público, que actualmente são responsáveis por uma percentagem significativa dos seus orçamentos, e, por outro, a imperatividade de potenciar o investimento efectuado por outros agentes sociais e económicos para transporte privado, designadamente as instituições de solidariedade social, as associações culturais, desportivas e recreativas, as empresas transportadoras e os táxis.

Assim, neste território, a implementação de uma solução integrada de mobilidade assume um carácter decisivo, principalmente porque:

É um direito da população, fundamental para a independência e participação nas esferas económica, social, cívica e cultural;

É condição necessária de atractividade territorial;

Introduz eficiência e estimula o desenvolvimento de novas atitudes, da inovação e da capacidade organizacional;

Aproveita um momento crucial marcado pelas condições favoráveis de política pública, em termos nacionais e europeus, devidamente reflectidas nos documentos institucionais de referência, designadamente no QREN e no PROT-C (em cujas normas orientadoras e plano de execução se refere a oportunidade e necessidade de um estudo-piloto de mobilidade para este território).

Mas, a definição e implementação de uma solução eficiente de mobilidade requer uma escala territorial eficiente, que seja, por um lado, suficientemente ampla para gerar impacto significativo e, por outro, suficientemente manejável para ser operativa.

Natureza do projecto

O Programa de Mobilidade para Pinhal Interior será desenvolvido em cooperação entre os municípios abrangidos, os operadores de transporte, o SC&T (UA e IPCB), Empresas (PT inovação), a Administração Central (IMTT) e outras entidades, como táxis, associações locais, entre outros.

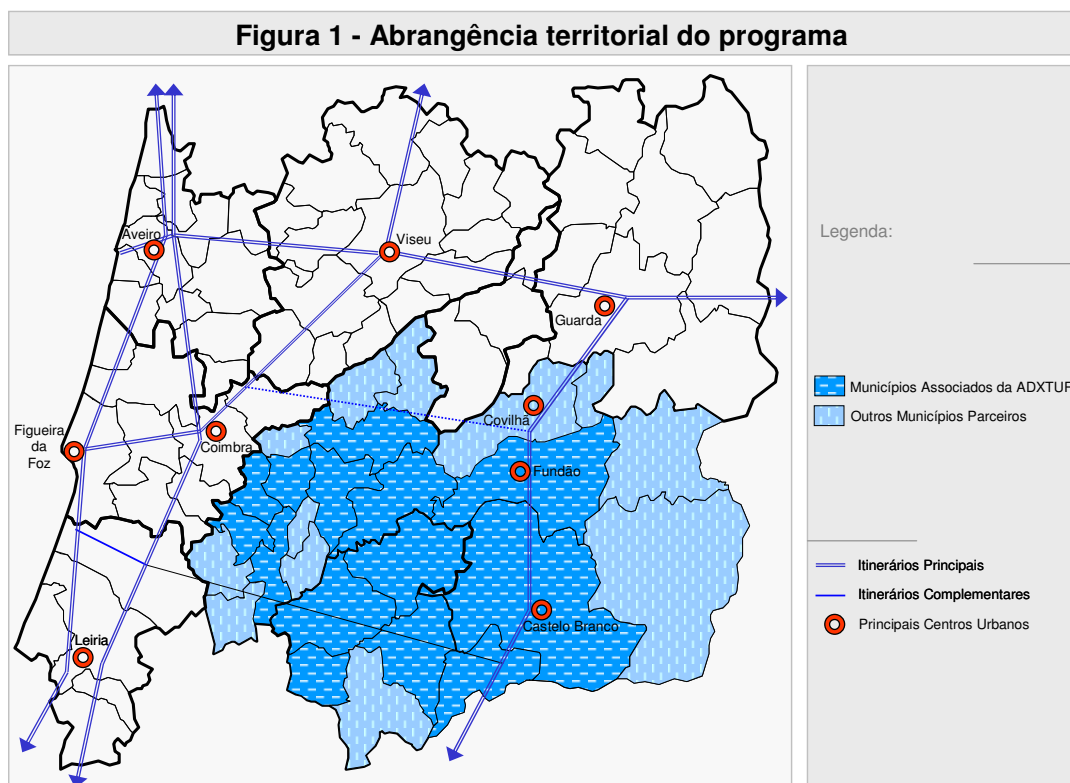
Abrangência territorial

O Programa de Mobilidade para o Pinhal Interior tem incidência em 26 municípios da região centro, 14 dos quais integrados como parceiros na Agência para o Desenvolvimento das Aldeias de Xisto – ADXTUR. No seu conjunto, este território apresenta uma escala pertinente de trabalho na medida em que:

É suficientemente amplo para gerar economias de escala;

É suficientemente coeso para permitir operacionalidade, em grande medida resultante do trabalho que tem vindo a ser desenvolvido no seio da Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto – ADXTUR.

Na figura seguinte apresenta-se a abrangência territorial do programa.



Entidades participantes

Parceiros

Nos pontos seguintes apresentam-se as entidades parceiras do programa:

ADXTUR – Agência Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto

Da rede fazem parte os seguintes municípios:

Arganil

Castelo Branco

Figueiró dos Vinhos

Fundão

Góis

Lousã

Miranda do Corvo

Oleiros

Pampilhosa da Serra

Penela

Sertão

Proença-a-Nova

Vila de Rei

Vila Velha de Ródão.

No âmbito da Estratégia de Eficiência Colectiva *Rede de Aldeias do Xisto* assinaram Consórcio os seguintes municípios:

Alvaiázere

Castanheira de Pêra

Covilhã

Mação

Oliveira do Hospital

Pedrógão Grande

Tábua

Vila Nova de Poiares

Adicionalmente, integram este projecto via protocolo com a ADXTUR os municípios de:

Ansião

Belmonte

Idanha-a-Nova

Penamacor

Universidade de Aveiro

IMTT – Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres

Portugal Telecom Inovação

Outros parceiros a envolver

Operadores de Transporte

IPSS – Instituições Particulares de Solidariedade Social

Associações Comerciais e Empresariais

Empresas com elevadas necessidades de deslocação.

Outras Instituições e peritos envolvidos

IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco

SIG 2000 – Sistemas de Informação Geográfica, Lda.

Robert Stussi – Consultor internacional de mobilidade

Equipa técnica

Seguidamente apresenta-se a estrutura e a composição da equipa técnica do Programa de Mobilidade.

Coordenação Científica

Eduardo Anselmo de Castro, *Professor Associado, Universidade de Aveiro*

Estrutura Executiva

José Manuel Martins, *Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro*

Rui Jorge Fernandes Simão, *Técnico Superior de Investigação, Universidade de Aveiro* (Gestor de Projecto)

Jorge Manuel Sá Esteves, *Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro*

Leslie Bajuelos Dominguez, *Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro*

António Pereira, *Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro*

Agnieszka Malinowska, *Investigadora, Universidade de Aveiro*

Carlos Alberto Martins Esteves, *Técnico Superior de Investigação, Universidade de Aveiro*

Frederico Moura e Sá, *Assistente Convidado, Universidade de Aveiro*

Sérgio Alexandre Duarte Bispo, *Assistente, Instituto Politécnico de Castelo Branco*

Marta Sofia Magalhães Marques, *Bolseira de Investigação, Universidade de Aveiro*

Luís Miguel Silva, *Director da unidade de investigação aplicada e difusão de conhecimento, PT Inovação*

Ricardo Ferreira, *Gestor de Negócio, PT Inovação*

Rui Cavaco, *SIG 2000*

Grupo de Acompanhamento Interno

Jorge António Oliveira Afonso de Carvalho, *Professor Associado Convidado, Universidade de Aveiro* (Ordenamento do território)

Tatiana Tchemisova, *Professora Auxiliar, Universidade de Aveiro*

José Carlos Mota, *Assistente, Universidade de Aveiro* (Mobilidade sustentável)

Gonçalo Alves de Sousa Santinha, *Assistente Convidado, Universidade de Aveiro* (TIC/Território)

Carlos Manuel Martins da Costa, *Professor Associado, Universidade de Aveiro*
(Turismo)

Isabel Fortuna de Oliveira, *Professora Auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro*
(Direito)

Grupo de Reflexão Estratégica

ADXTUR – Paulo Fernandes, *Presidente*

CÂMARAS MUNICIPAIS / Pontos Focais – (Um por cada NUTS III)

UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Eduardo Anselmo de Castro, *Professor Associado*

Domingos Moreira Cardoso, *Professor Catedrático*

Jorge Carvalho, *Professor Associado Convidado*

José Manuel Martins, *Professor Auxiliar*

INSTITUTO DA MOBILIDADE E TRANSPORTES TERRESTRES – Isabel Seabra,
Directora do Departamento de Estudos e Planeamento

INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO – Rui Alves, *Professor-Adjunto,*
Instituto Politécnico de Castelo Branco

PT INOVAÇÃO – José Manuel Branco Diogo, *Membro do Conselho de Administração*
da PT Inovação

ROBERT STUSSI, *Consultor Internacional de Mobilidade; Presidente da Associação*
Europeia do Veículo Eléctrico – AEVE

8.2. OBJECTIVOS

Objectivo estratégico

Estabelecer uma solução sustentável de mobilidade e acessibilidade, física e virtual, capaz de, por um lado, responder à natureza da procura local de bens e serviços e, por outro, servir como alavanca para a implantação local de competências técnicas e para a disseminação de atitudes inovadoras.

Objectivos específicos

Melhorar a conectividade interna e externa como forma de promover a integração e coesão territorial e a afirmação exterior do território do Pinhal Interior;

Racionalizar o sistema global de transportes, promovendo a articulação modal, a utilização de veículos com perfil energético mais eficiente e a adopção de soluções inovadoras de controlo de tráfego e de sistemas de apoio à exploração e à informação aos utilizadores;

Promover o desenvolvimento das infraestruturas tecnológicas e da exploração conjugada dos sistemas de informação e comunicação com serviços móveis, com o intuito de aumentar os índices de utilização dos serviços públicos disponíveis em linha e reduzir as necessidades de deslocação física;

Utilizar o potencial tecnológico das infraestruturas, equipamentos e soluções de TIC para potenciar o turismo através da criação de programas integrados e da articulação desses programas com soluções inovadoras de mobilidade;

Promover a inclusão social através da disponibilização de veículos, serviços e percursos qualificados para utilização por idosos e outras pessoas com necessidades especiais;

Optimizar os custos sociais e os gastos camarários em transportes escolares, de apoio social e para outros fins;

Definir orientações qualificadoras de iniciativas de desenvolvimento local, no sentido de potenciar o seu contributo para a mobilidade global no Pinhal Interior;

Definir orientações para localização de equipamentos, existentes ou a criar, e padrões de intensidade de uso, com o objectivo de aumentar a acessibilidade.

8.3. LINHAS DE ACÇÃO

As linhas de acção do programa são as seguintes:

- Rede Multimodal Optimizada de Transportes Inteligentes e Flexíveis
- Rede de Alternativas à Deslocação Física
- Articulação de políticas sectoriais (turismo) com a mobilidade e o uso de TIC

Rede Multimodal Optimizada de Transportes Inteligentes e Flexíveis

Um dos pontos essenciais do trabalho consiste no desenvolvimento e implementação de um sistema de transportes ajustado à realidade sócio-económica e territorial do Pinhal Interior.

Para tal, será elaborado um Modelo de Optimização organizador dos meios de transporte existentes, ao nível dos operadores, das autarquias, das IPSS, de outras associações e empresas privadas.

A interação com o sistema será baseada na utilização de soluções TIC, permitindo encomendar serviços por telefone, SMS, Internet ou, em aldeias remotas, através de um *front-office* humano.

Seguidamente apresentam-se, a título exemplificativo, serviços passíveis de serem disponibilizados de forma integrada:

Serviços fixos de autocarros em linhas já estabelecidas;

Serviços de autocarros, mini-autocarros e ligeiros de passageiros a pedido, para uma procura limitada;

Serviços de mini-autocarros rápidos com reserva obrigatória do lugar entre sedes de concelho;

Serviço integrado de táxis a pedido, com tarifas mais económicas decorrentes do esperado aumento da procura e da integração no sistema de mobilidade;

Programas de aluguer e partilha de viaturas.

Estes serviços darão resposta simultânea a necessidades de mobilidade da população em geral e de grupos específicos, nomeadamente:

População escolar

População com necessidades diárias de deslocação casa-trabalho

Pessoas com necessidades especiais (e.g. mobilidade limitada e idosos)

Mobilidade para os principais pólos atratores: hospitais, feiras, centros comerciais, outros (centrais de camionagem, estações ferroviárias, etc.)

Nesta linha de acção, o curso dos trabalhos contemplará as seguintes fases:

Diagnóstico da procura e da oferta de soluções de transporte

Construção do Modelo de Optimização a partir da evolução da relação procura-oferta, através dos recursos disponíveis e das estimativas de fluxos

Em termos de medidas de longo prazo, serão definidas orientações para mudanças de localização de equipamentos e alterações da intensidade do seu uso, quando estas implicarem ganhos significativos de acessibilidade.

Rede de Alternativas à Deslocação Física

O encerramento de serviços e infraestruturas locais tem por vezes um impacto mais significativo no aumento das necessidades de deslocação do que o corte em determinadas linhas de transporte público.

A exploração conjugada do potencial inerente às TIC com a implementação de serviços itinerantes de apoio ao cidadão permitirá reduzir significativamente as necessidades de deslocação física das populações.

Para tal, o Programa de Mobilidade definirá linhas de acção para a implementação de um sistema que contemplará i) apoio social e cuidados de saúde; ii) apoio à frequência escolar; iii) apoio à interacção com a administração central e local; iv) serviços de logística de bens de primeira necessidade; e v) serviços de apoio à residência temporária, entre outros.

Articulação de políticas sectoriais (turismo) com a mobilidade e o uso de TIC

O programa produzirá orientações com vista a:

Operacionalizar o conceito de 'Balcão Único' de mobilidade interna e de articulação externa do território;

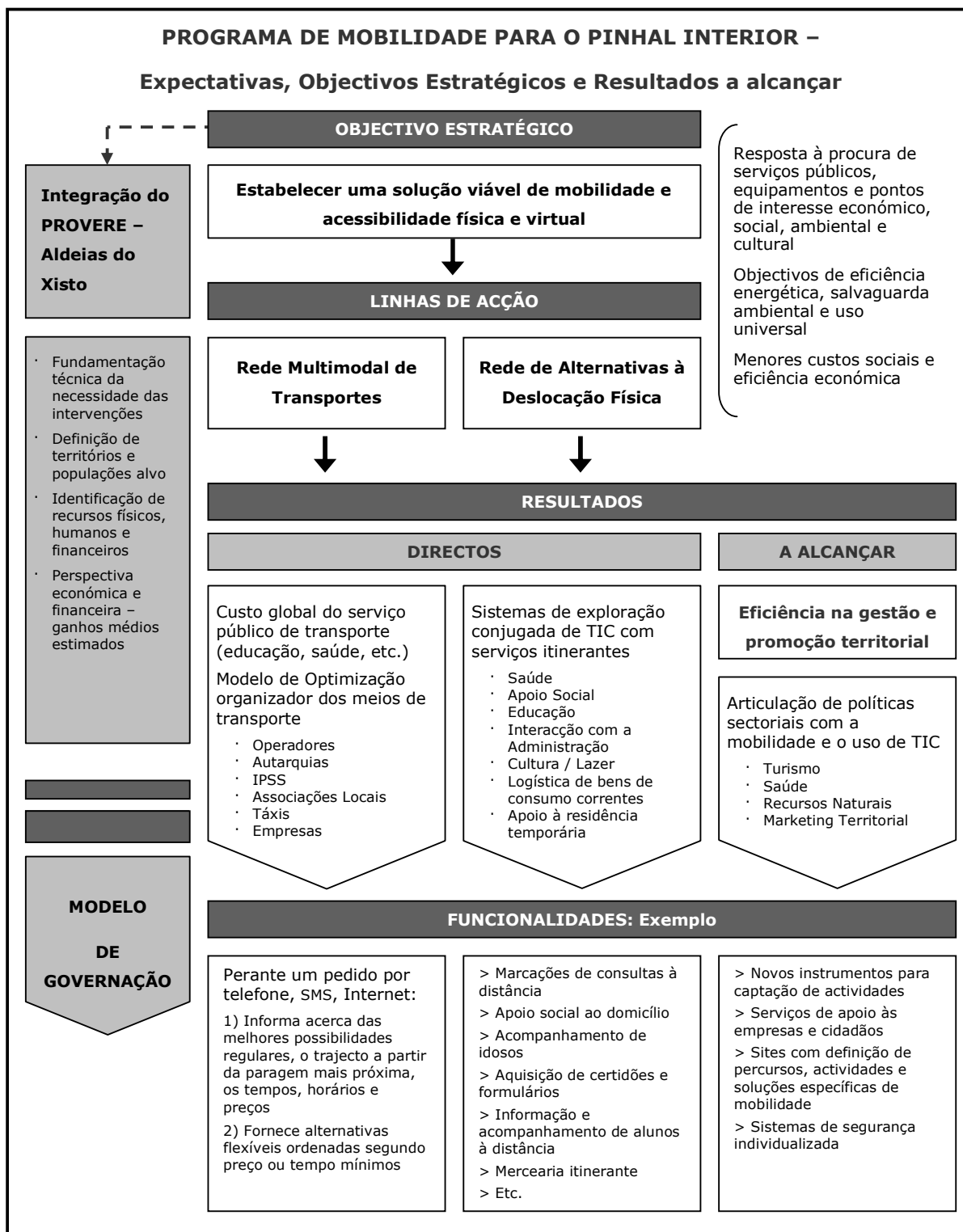
Prestar serviços de mobilidade de apoio à exploração de programas turísticos:

Informação;

Marcação de programas;

Disponibilização de meios, em particular de mobilidade.

FIGURA 2 - LINHAS DE ACÇÃO E RESULTADOS A ALCANÇAR



8.4. DESCRIÇÃO DAS ACTIVIDADES A REALIZAR

Estudo de casos

Identificar e recolher ensinamentos de ideias e práticas associadas a iniciativas de promoção da mobilidade territorial (nacional e internacional) passíveis de qualificar técnica e cientificamente o trabalho a realizar.

Rede Multimodal Optimizada de Transportes Inteligentes e Flexíveis

Diagnóstico da procura e da oferta de soluções de transporte

O diagnóstico será feito através do estudo da informação proveniente dos parceiros a envolver no projecto e de outras fontes essenciais para determinar os principais fluxos diários e ocasionais. Para além de autarquias, operadores de transporte e associações locais, será recolhida informação junto das principais empresas, escolas, hospitais e centros de saúde, operadores turísticos, entre outros.

Por um lado, serão levantadas as necessidades actuais de deslocação (Matriz Origem-Destino actual), fundamentalmente relacionadas com o transporte escolar, transporte do sistema de saúde e carreiras regulares. Por outro lado, serão levantadas as necessidades potenciais de deslocação, que expectavelmente excedem a oferta actual de transportes públicos. Estas necessidades correspondem a deslocações para o emprego, acesso a bens e serviços e lazer, entre outros, e serão levantadas por inquérito (Matriz Origem-Destino potencial).

Nos pontos seguintes sintetizam-se as principais acções a realizar:

Caracterização da matriz Origem-Destino actual em termos de:

Transportes escolares

Transportes para o sistema de saúde

Transportes regulares (carreiras)

Levantamento das soluções convencionais de transporte em termos de:

Frota

Recursos humanos

Estruturas de apoio

Paragens e percursos

Frequência e horários

Qualidade do serviço

Número de utilizadores

Custo

Caracterização da matriz Origem-Destino potencial em termos de:

Transportes escolares

Transportes para o sistema de saúde

Transportes regulares (carreiras)

Deslocações para o emprego

Acesso ao comércio, lazer e outros serviços

Acesso a outros pólos geradores e atractores de tráfego

Levantamento de outros recursos de transporte, nomeadamente:

Táxis

Veículos subutilizados pertencentes a associações e empresas

Pontos de apoio a deslocação não motorizada

Outros

Determinação dos fluxos de transporte para o horizonte do Plano

Estes fluxos serão determinados a partir de dados objectivos (localização de atractores, residências, etc.) e de dados subjectivos (a recolher por inquéritos)

Identificação de zonas e períodos críticos

Definição de áreas e períodos de intervenção prioritária

Levantamento do quadro legal relativo ao transporte colectivo de passageiros (em colaboração com o IMTT)

Entidades públicas

Agentes privados

Construção do Modelo de Optimização a partir da evolução da relação procura-oferta, através dos recursos disponíveis e das estimativas de fluxos

O modelo de optimização estabelecerá a forma como, com os recursos disponíveis, atenderá às necessidades de deslocação com o mínimo de custos e o máximo de rapidez. As soluções serão de diversos tipos, nomeadamente:

Modelo de ligação tradicional ponto a ponto em horários pré-definidos e estáveis, incorporando as alterações sazonais – carece de boa informação aos interessados;

Ligações flexíveis que respondam a solicitações casuísticas dos interessados.

O planeamento de um sistema integrado de transportes que corresponda a uma solução de mobilidade económica, de ampla cobertura, eficiente e satisfatória é o objectivo a atingir. Este planeamento constitui um problema que envolve a avaliação de aspectos de natureza muito diversa, geralmente conflituosos e incomensuráveis, alguns dos quais não quantificáveis directamente por um indicador económico.

Com efeito, na análise dos problemas de mobilidade desta natureza somos confrontados com as vantagens de considerar explicitamente vários critérios conflituosos entre si:

O custo global dos transportes;

O nível de acessibilidade e coesão territorial, ou seja a cobertura da área geográfica pela rede de transportes;

O grau de fiabilidade e segurança dos transportes;

A qualidade do serviço prestado avaliada em termos de tempo gasto em esperas;

Garantias de mobilidade para o exercício de direitos sociais dos cidadãos na esfera da saúde, educação, etc.

Uma função penalizadora de agressões ambientais ou de desvalorizações em termos turísticos;

Uma medida das condições de atractividade territorial;

Neste contexto, a unidade monetária não é a única medida do benefício social. Esta constatação leva a considerar que os modelos que procuram expressar em unidades monetárias os aspectos mais significativos (qualitativamente muito diversos) que caracterizam estes problemas, englobando-os numa única função objectivo de natureza económica, não permitem representar explicitamente os diferentes objectivos que devem estar presentes na avaliação de políticas de mobilidade.

A dificuldade dos agentes de decisão em participar na formulação da função objectivo, e a não inclusão de aspectos de natureza social, não quantificáveis em unidades monetárias, justificam que, se encontrem modelos envolvendo explicitamente várias funções objectivos.

Não se avança já com o modelo matemático pois o seu estabelecimento faz parte integrante da primeira parte da execução do projecto. Por isso não avançaremos prematuramente com pormenores da fase da modelação do problema. Contudo adiantamos desde já que optaremos por um modelo de programação linear multiobjectivo, como compromisso entre o esforço computacional exigido e o grau de aproximação da realidade requerido.

Neste sentido, será desenvolvido um modelo capaz de considerar explícita e conjuntamente as seguintes funções objectivo conflituosas:

$f_1(x_i)$ = Custos económico-financeiros (a minimizar)

$f_2(x_i)$ = Critérios de qualidade do serviço (a maximizar)

$f_3(x_i)$ = Critérios de cobertura territorial (a maximizar)

As variáveis de decisão (x_i) referem-se ao tipo de transporte a utilizar para certo serviço de transporte (origem-destino) incorporando os trajectos a utilizar e os horários a respeitar.

A formulação matemática do problema irá incorporar um grande conjunto de restrições de natureza diversificada correspondentes a condicionantes a respeitar ou a constrangimentos identificados. A título exemplificativo elencam-se as seguintes:

Satisfação da Procura Estimada

Limites de satisfação mínimos em função da matriz origem-destino potencial;

Limites de satisfação mínimos em função do tipo de serviço de transporte;

Logística

Meios de transporte disponíveis, e em particular os custos de investimento, operação e manutenção e limitações de ordem técnica;

Recursos humanos disponíveis e horários de trabalho;

Rede viária existente, suas limitações e constrangimentos;

Aspectos administrativo-financeiros

Orçamentos disponíveis;

Concessão e abrangência de passes sociais;

Tarifários a aplicar;

Regulamentação específica sobre transportes colectivos

Condições de operação;

Segurança de passageiros;

Cobertura e coesão territorial;

A complexidade de uma formulação matemática deste tipo é essencialmente marcada pelo número de objectivos múltiplos e pela dimensão dos dados envolvidos (número de variáveis de decisão e de restrições). O objectivo dos algoritmos pode não ser convergir para uma solução de compromisso (*trade off*), óptima de qualquer função utilidade. Neste contexto, convém frisar que o economista italiano Vilfredo Pareto definiu um conceito que se veio a revelar fundamental para a programação matemática com objectivos múltiplos, o conceito de conjunto das soluções óptimas de Pareto (também designado conjunto de soluções eficientes ou não dominadas). Diz-se que uma solução é um óptimo de Pareto, quando não existe qualquer outra solução admissível que melhore um dos objectivos sem piorar, pelo menos, um dos outros. Assim, um dos objectivos a atingir nesta fase do projecto é implementar algoritmos que calculem as soluções óptimas de Pareto.

Neste paradigma, o agente de decisão é muitas vezes confrontado com a necessidade de arbitrar o conflito entre os objectivos, eliminando o subconjunto das soluções óptimas de Pareto que se revelem sem interesse prático, mais do que com a procura de soluções óptimas no sentido clássico.

A Investigação Operacional, entendida como a ciência e a arte do apoio à decisão, faz apelo ao uso conjugado de modernas técnicas de sistemas de informação, de sofisticados interfaces Ser Humano-computador, de métodos quantitativos, de novas técnicas de modelação e de técnicas de inteligência artificial.

Os algoritmos de optimização serão especialmente desenvolvidos para o efeito (pela equipa de investigadores especializados do CEOC) tendo em conta as características do problema procurando um nível elevado em termos de eficiência computacional. Serão implementados por bolseiros licenciados nas áreas da Computação ou Informática recorrendo ao desenvolvimento de aplicações informáticas *web-based* utilizando o Framework Microsoft Visual Studio.NET e a tecnologia ASP.NET e nas linguagens de programação orientadas a objectos Visual C++ ou C#.

A informação Input/Output estará localizada numa base de dados relacional e geo-referenciada. Para o efeito usar-se-á uma linguagem de modelação de bases de

dados UML e o desenvolvimento de aplicações de bases de dados usando o servidor Microsoft SQL. Esta fase será desenvolvida em estreita ligação com a empresa SIG2000 que terá a seu cargo a gestão da base de dados e que disponibilizará a informação geo-referenciada pronta a ser utilizada pelos algoritmos de optimização.

O modelo a desenvolver será iterativo. Além de soluções para problemas do presente, terá capacidade para responder no futuro a mudanças conjunturais. Para tal, serão utilizados dados de natureza qualitativa e quantitativa relativos ao presente, mas também dados hipotéticos projectados em função de acontecimentos cenarizados.

Paralelamente, serão definidos sistemas interoperáveis de comunicação, para os quais se contará com o apoio da PT Inovação.

Desenvolvimento e implementação de plataforma de telecomunicações para operação do sistema

A complexidade e a especificidade dos objectivos do programa requerem uma solução à medida em termos da arquitectura do sistema de telecomunicações, tanto nos módulos de comunicação com o sistema de optimização, quanto nos de comunicação com o *front-office*.

Para tal, numa primeira fase especificar-se-ão os requisitos da Plataforma Informática de suporte. A saber:

Portal Multimodal;

Modelo de Informação; e,

Arquitectura e interfaces com o sistema.

Posteriormente, proceder-se-á ao desenho e implementação da Plataforma Informática demonstradora das funcionalidades do sistema.

Rede de Alternativas à Deslocação Física

A exploração conjugada do potencial inerente às TIC com a implementação de serviços itinerantes de apoio ao cidadão permitirá reduzir significativamente as necessidades de deslocação física das populações.

Para tal, o Plano de Mobilidade para o Pinhal interior definirá linhas de acção para a implementação de um sistema que contemplará i) apoio social e cuidados de saúde; ii) apoio à frequência escolar; iii) apoio à interacção com a administração central e local; iv) serviços de logística alimentar; e v) serviços de apoio à residência temporária.

Cada uma destas linhas de acção contemplará a disponibilização de serviços ao cidadão. Seguidamente apresenta-se uma síntese exemplificativa de serviços passíveis de serem prestados por esta via:

Rede de apoio social e saúde em regime ambulatório

Efectuar marcações à distância, para consultas posteriores

Unidades Móveis para testes de prevenção e recolha de análises e cuidados primários

Acompanhamento de idosos

Apoio social ao domicílio

Rede escolar em linha

Articulação com programas de formação à distância

Informação e acompanhamento de alunos à distância

Interacção com a Administração

Pedidos de certidões

Aquisição de formulários

Acompanhamento de processos

Logística de bens de consumo correntes

Lojas itinerantes

Abastecimento de mercearias

Rede de serviços de apoio à residência temporária

Monitorização e segurança

Manutenção de jardins, pomares, etc.

Articulação de políticas sectoriais com a mobilidade e o uso de TIC

As valências de mobilidade e as potencialidades das tecnologias desenvolvidas no âmbito deste projecto, podem ser um importante motor de diversas actividades na região.

Refira-se em particular o contributo para a promoção do turismo e de apoio ao sistema de saúde.

Este contributo será implementado através da criação de um Centro Coordenador de Informação com as seguintes características:

Balcão Único de Turismo (presencial e virtual)

Central de marcações

Alojamento

Restauração

Programas específicos

Etc.

Definição de percursos

Acções de marketing territorial

Articulação de projectos qualificadores de pontos e percursos turísticos – E.g. praias fluviais;

Soluções específicas de mobilidade, por exemplo:

Tele-táxi

BICISKY – Exemplo de exploração conjugada de modos: bicicleta, percursos alternativos, mini-autocarro, etc.

Saúde

Sistemas de segurança individualizada – E.g. *Botão de Pânico* para acompanhamento de idosos;

Outros.

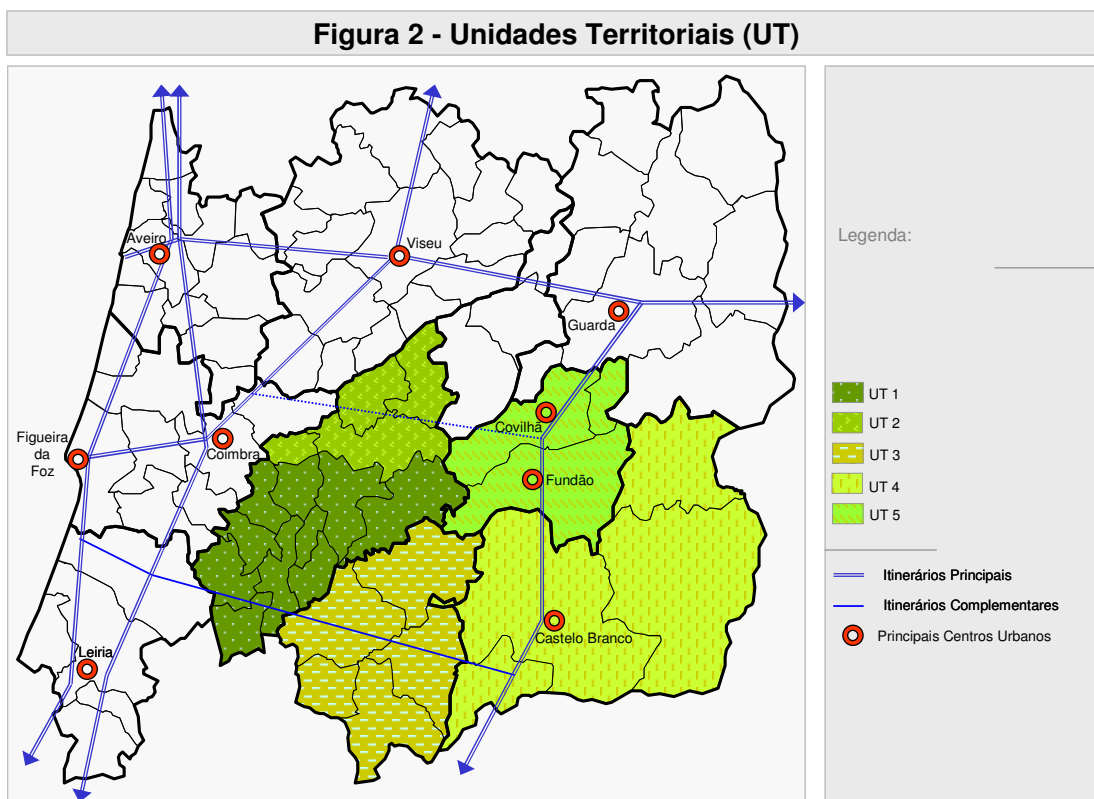
Plano de trabalhos

Dada a dimensão e complexidade do estudo, a intervenção será segmentada por diversas áreas, começando num piloto e expandindo-se gradualmente à totalidade da área de intervenção.

Estabelecimento de Unidades Territoriais e faseamento dos trabalhos

As unidades territoriais de trabalho são 5 e correspondem a 4 NUTS III. A primeira unidade territorial de trabalho corresponde a uma sub-unidade da NUTS III do Pinhal Interior Norte, pelo facto de estar programado a realização de um estudo com a participação do IMTT. Seguidamente, a intervenção estender-se-á aos restantes municípios do Pinhal Interior Norte e, sequencialmente às restantes NUTS III, Pinhal Interior Sul, Beira Interior Sul e Cova da Beira.

Na figura seguinte apresentam-se as unidades territoriais de trabalho.



PROGRAMA DE MOBILIDADE PARA O PINHAL INTERIOR

TRABALHO DE CAMPO EM CADA UNIDADE TERRITORIAL (UT)

Transporte convencional

- > Caracterização da matriz Origem-Destino actual em termos de:
 - Transportes escolares
 - Transportes para o sistema de saúde
 - Transportes regulares (carreiras)

> Levantamento de:

- Paragens e percursos
- Frequência e horários
- Qualidade do serviço
- Número de utilizadores
- Custo

Soluções alternativas

- > Caracterização da matriz Origem-Destino potencial em termos de:

- Deslocações para o emprego
- Acesso ao comércio, lazer e outros serviços
- Acesso a outros pólos geradores e atractores de tráfego

> Levantamento de outros recursos de transporte:

- Táxis
- Veículos subutilizados pertencentes a associações e empresas
- Pontos de apoio a deslocação não motorizada
- Outros

TRABALHO DE CAMPO NA UT1

Transporte convencional

- > Caracterização da matriz Origem-Destino actual

Soluções alternativas

- > Caracterização da matriz Origem-Destino potencial

TRABALHO DE CAMPO NA UT2

Transporte convencional

- > Caracterização da matriz Origem-Destino actual

Soluções alternativas

- > Caracterização da matriz Origem-Destino potencial

TRABALHO DE CAMPO NA UT5

Transporte convencional

- > Caracterização da matriz Origem-Destino actual

Soluções alternativas

- > Caracterização da matriz Origem-Destino potencial

RESULTADOS UT1

Modelo Optimizado Integrado

Plano de Acção

- > Definição de alternativas à deslocação física
- > Concertação e atribuição de responsabilidades operativas

Implementação das Acções

RESULTADOS UT2

Modelo Optimizado Integrado

Plano de Acção

- > Definição de alternativas à deslocação física
- > Concertação e atribuição de responsabilidades operativas

Implementação das Acções

RESULTADOS UT5

Modelo Optimizado Integrado

Plano de Acção

- > Definição de alternativas à deslocação física
- > Concertação e atribuição de responsabilidades operativas

Implementação das Acções

AVALIAÇÃO

- > Monitorização
- > Auditorias
- > Inquéritos

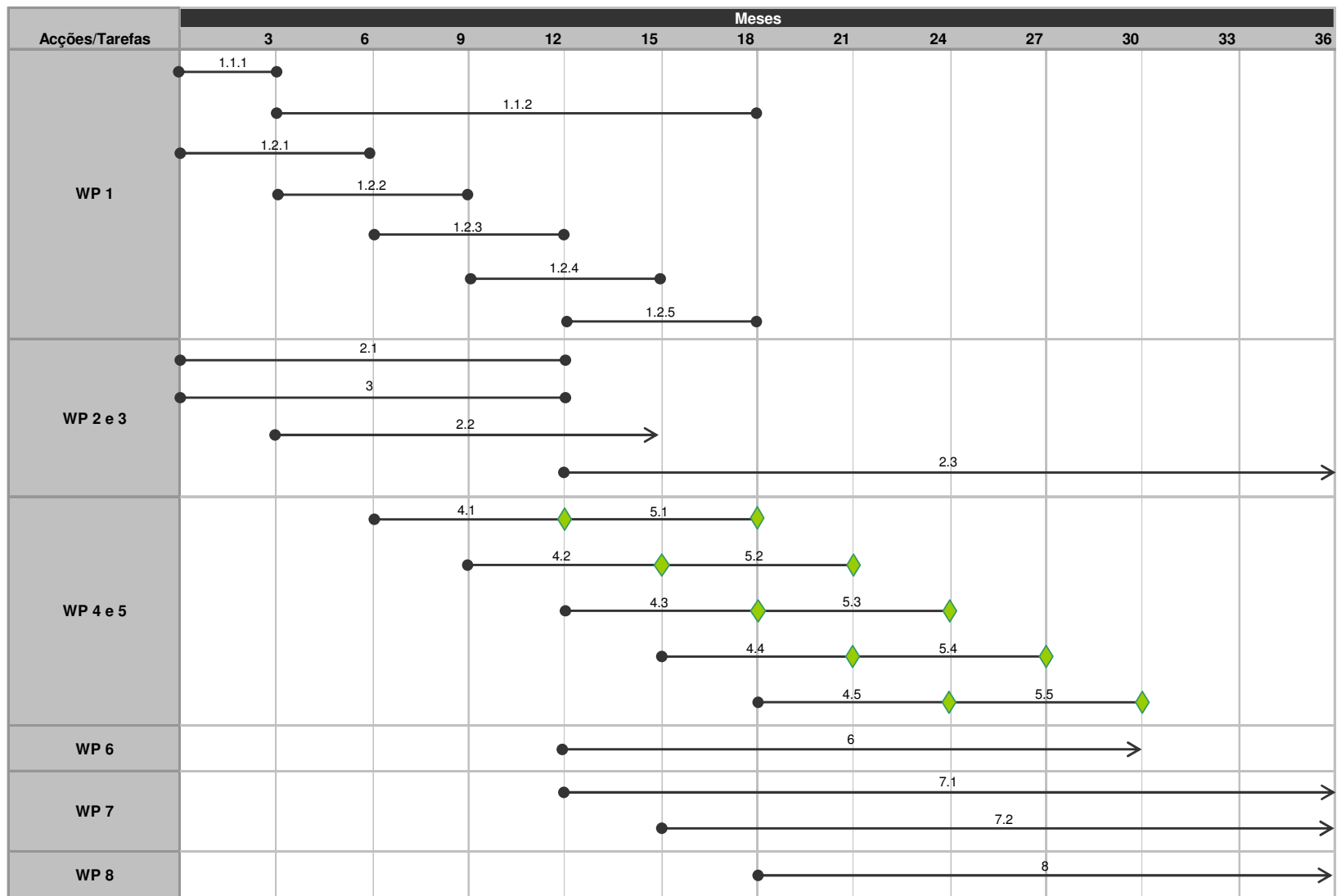
RESULTADOS PARA A TOTALIDADE DA ÁREA DE ABRANGÊNCIA

Modelo de Optimização Global

Plano de Acção Global

Implementação de Acções à escala global

Cronograma de actividades



Work Package (WP) 1 – Definição da metodologia de trabalho

1.1.1 – Metodologia geral

Definição dos inquéritos

Definição de metodologia de amostragem

Tipologia de informação a recolher com os agentes

Tipologia de agentes a contactar e mobilizar

Métodos de recolha e tratamento da informação

1.1.2 – Monitorização e adaptação da metodologia

1.2.1 – Adaptação e aplicação da metodologia à Unidade Territorial 1 (UT1*)

1.2.2 – Adaptação e aplicação da metodologia à UT2

1.2.3 – Adaptação e aplicação da metodologia à UT3

1.2.4 – Adaptação e aplicação da metodologia à UT4

1.2.5 – Adaptação e aplicação da metodologia à UT5

WP 2 – Concepção e desenvolvimento do modelo de optimização e da base informática de suporte à operacionalização

2.1 - Modelação matemática dos modelos de decisão

2.2 – Desenvolvimento e aplicação de algoritmos interactivos

2.3 – Desenvolvimento de aplicação informática de suporte e interfaces

WP 3 – Especificação dos requisitos da plataforma informática de suporte à comunicação

WP 4 – Trabalho de campo

Inquéritos e levantamento de informação

Contacto com agentes

4.1 – Na UT1

4.2 – Na UT2

4.3 – Na UT3

4.4 – Na UT4

4.5 – Na UT5

WP 5 – Negociação e definição de consensos com os agentes

Workshop inicial em cada UT

Processo de negociação

Workshop final (com assinatura de acordos)

5.1 – Na UT1

5.2 – Na UT2

5.3 – Na UT3

5.4 – Na UT4

5.5 – Na UT5

WP 6 – Definição de Plano de Acção para cada unidade territorial e plano global

WP 7 – Implementação e monitorização

7.1 – Implementação e acompanhamento dos planos de acção

7.2 - Desenho e implementação da plataforma informática de suporte à comunicação (demonstrador)

WP 8 – Criação de instituição / estrutura autónoma de gestão do sistema (com centros em cada unidade territorial)

8.5. CARÁCTER INOVADOR DA INICIATIVA

Potenciação do valor turístico da região utilizando soluções TIC para aumentar a visibilidade no exterior

Possibilidade dos visitantes definirem à priori e à distância programas específicos de lazer e soluções de mobilidade à medida. A título exemplificativo atente-se às funcionalidades possíveis para o utente:

Conhecer as actividades possíveis de realizar;

Estabelecer itinerários multimodais para realizar essas actividades;

Combinar o uso de recursos de mobilidade próprios com os da rede colectiva (e.g. deixar o automóvel pessoal num local previsto para o efeito e utilizar os recursos do sistema especialmente concebidos para o efeito).

Criação de hábitos de planeamento e optimização que podem ser replicados em actividades económicas e administrativas

Operacionalização do conceito de Balcão Único de Mobilidade

Exploração conjugada de soluções formais de transporte (operadores convencionais) com soluções informais (e.g. aluguer colectivo de veículos)

Lógica de parceria público-privada (envolvendo entidades públicas centrais, regionais e locais e entidades privadas)

Introdução de eficiência e estimula o desenvolvimento de novas atitudes, da inovação e da capacidade organizacional;

8.6. RESULTADOS ESPERADOS

Ganhos de eficiência para os operadores (económica, de afectação de meios, etc.)

Redução de custos para as Autarquias

Centro Coordenador de Mobilidade (recurso a soluções tecnológicas e organizativas inovadoras)

Operacionalização de um Balcão Único de Mobilidade

Desenvolvimento de protótipos tecnológicos replicáveis noutros locais (soluções tecnológicas e organizativas)

O programa assume-se como um 'experimentador', permitindo a instituições como o IMTT testar soluções (legislativas, entre outras) apropriadas a modelos de mobilidade em regiões de baixa densidade

Criação de novas oportunidades de negócio (e.g. táxis a pedido)

Apoio significativo à actividade turística

Efeitos catalisadores na economia em termos de inovação tecnológica e organizacional

Aumento da acessibilidade e da relação custo-benefício para os utentes e da qualidade de vida das populações

8.7. CONTRIBUTO PARA O ALCANCE DOS OBJECTIVOS DE POLÍTICA REGIONAL

Incidência sobre um vasto território com um histórico declínio económico e demográfico (embora com marcada heterogeneidade sócio-económica)

Reforço das relações institucionais entre administração, empresas e instituições do sistema científico e tecnológico

Fomento da cultura e da prática de parceria e do trabalho em rede

Efeitos demonstradores das parcerias no estímulo a actividades inovadoras

Aumento da eficiência e da capacidade competitiva da base económica

Aumento da atractividade do território a estratos dinâmicos da população

Endogeneização de dinâmicas de rentabilização de recursos próprios

Desenvolvimento de protótipos tecnológicos: arquitectura de sistema de telecomunicações

Módulos de comunicação com o sistema de optimização

Módulos de comunicação com o *front-office*

8.8. CELERIDADE DOS RESULTADOS

Os primeiros resultados surgem na fase de implementação de soluções-teste decorridos os primeiros 18 meses¹⁰.

No final do projecto (em 3 anos) o sistema de mobilidade estará implementado e a caminho da velocidade de cruzeiro. No entanto, haverá uma dinâmica de aprendizagem e de identificação de oportunidades que perdurará durante alguns anos.

8.9. INDICADORES DE ACOMPANHAMENTO

Desenvolvimento de soluções inovadoras

Modelo integrado de optimização, com apresentação SIG

Arquitectura específica de sistema de telecomunicações

N.º de postos de trabalho directos

Centro Coordenador geral

Delegações por NUT III

Variação do n.º de turistas

N.º de postos de trabalho indirectos

Criação de actividades ligadas ao turismo

Novas oportunidades de negócio associadas a novas soluções de mobilidade

Transportes para fins turísticos

Microempresas especializadas em ambulatório (comércio e pequenos serviços)

Diminuição dos custos camarários com transportes

Variação das carreiras fixas

Variação dos fluxos de deslocação

N.º de passageiros/km por cada modo e na globalidade

¹⁰ Ver cronograma (página 23)

8.10. MODALIDADES DE SELECTIVIDADE

As modalidades de selectividade reportam-se, principalmente, à pertinência do território, à constituição da parceria e à tipologia da intervenção. Nos pontos seguintes justificam-se as principais opções:

Abrangência das NUTS III do Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Beira Interior Sul e Cova da Beira:

Território suficientemente amplo para gerar efeitos de escala;

Território com elevada coesão institucional e maneabilidade, significativamente potenciadas pela acção da ADXTUR.

Definição de sub-unidades territoriais de trabalho:

Oportunidade de testar soluções específicas, tanto em fase de recolha de dados quanto em fase de implementação de soluções;

Operatividade conferida pela escala das NUTS III, em termos de política pública e integração de recursos.

Modelo de optimização e arquitectura de sistema de telecomunicações próprio:

Apesar do mercado dispor de muitas soluções *standard*, a complexidade deste exercício e a especificidade dos objectivos, requerem uma solução de optimização à medida e protótipos tecnológicos de soluções TIC;

Oportunidade de testar soluções inovadoras e de valorizar a I&D aplicada.

8.11. ESTIMATIVA DE CUSTOS (INVESTIMENTO)

No quadro seguinte apresenta-se o orçamento para a realização do Programa de

		Orçamento do Programa de Mobilidade para o Pinhal Interior					
		Acções	Promotor	Projecto	Orçamento (€)		
A candidatar	1	Universidade de Aveiro	Concepção e desenvolvimento de modelo optimizador do sistema de mobilidade	Total (1)	750.000 €	Distribuição das verbas	
						UA	482.500 €
						IPCB	100.000 €
						SIG 2000	167.500 €
	2	ADXTUR, PTInovação e Municípios	Promoção e operacionalização do sistema de mobilidade	Total (2)	750.000 €	Distribuição das verbas	
UA						267.500 €	
PT Inovação							
Consultoria							
					Equipamentos	482.500 €	
A não candidatar	3	Municípios	Apoio à implementação: recursos humanos, instalações, logística, etc.	Total (3)	1.000.000 €	Distribuição das verbas	
						A definir no curso dos trabalhos	

Mobilidade.

No quadro seguinte apresenta-se a distribuição das tarefas a realizar:

Entidade	Distribuição das tarefas e acções a realizar
1. Universidade de Aveiro	Concepção de Programa de Mobilidade
1.1. CEIDET	1.1.1. Coordenação geral, científica e técnica
	1.1.2. Coordenação e participação nas actividades do Grupo de Reflexão Estratégica
	1.1.3. Coordenação executiva
	1.1.4. Coordenação e participação nos trabalho de campo
	1.1.5. Coordenação e participação nas acções de concertação e processos negociais
	1.1.6. Coordenação do processo de monitorização dos resultados
	1.1.7. Documentação de projecto, envolvendo elaboração e edição de relatórios técnicos
1.2. CEOC	1.2.1. Participação no Grupo de Reflexão Estratégica
	1.2.2. Concepção e desenvolvimento do modelo de optimização <ul style="list-style-type: none"> > Modelação matemática dos modelos de decisão > Desenvolvimento de algoritmos interactivos para os problemas de optimização multicritério deorrentes dos modelos obtidos > Desenvolvimento de aplicação informática de suporte e respectivos interfaces
2. ADXTUR	2.1. Participação no Grupo de Reflexão Estratégica
	2.2. Promoção e operação do sistema de mobilidade
3. IMTT	3.1. Participação no Grupo de Reflexão Estratégica
	3.2. Apoio técnico, jurídico e financeiro
4. Municípios	4.1. Apoio a diversas fases do trabalho e implementação do modelo optimizado
5. PT Inovação	5.1. Especificação de requisitos da Plataforma Informática de suporte à comunicação
	5.2. Desenho e implementação da Plataforma Informática de suporte (demonstradora)
6. Instituto Politécnico de Castelo Branco	6.1. Participação no Grupo de Reflexão Estratégica
	6.2. Recolha e tratamento prévio da informação na BIS
	6.3. Contributos para a definição do Plano de Acção na BIS
	6.4. Apoio à implementação do modelo optimizado na BIS
7. SIG2000	7.1. Concepção e desenvolvimento de plataforma SIG do modelo optimizado
	7.2. Apoio SIG ao trabalho de campo
	7.3. Ensaio e integração dos resultados do modelo de optimização
8. Consultoria	8.1. Participação no Grupo de Reflexão Estratégica
	8.2. Consultoria ao programa

A complexidade do trabalho de campo para a recolha de dados impõe um elevado grau de incerteza na estimativa de custos, já integrados no orçamento geral do programa de mobilidade. Como forma de apurar uma ordem de grandeza realista, elaborou-se o seguinte exercício de orçamentação:

Estimativa de custos associados ao trabalho de campo previsto			Custos Associados												SUBTOTAL 1 (€)
			Deslocações previstas			Trabalho				Alimentação/Alojamento					
Designação das tarefas/acções a realizar	Dias de trabalho previstos	Participantes	Distância média diária percorrida (Km)	€/KM	Subtotal (€)	Custo/dia/ pessoa	Subtotal (€)	Custo/dia Coordenação	Subtotal (€)	Subsidio diário (externos)	Subsidio diário (internos)	Participantes residência na região (%)	Participantes residência fora da região (%)	Subtotal (€)	
Recolha de dados junto à população - Estima-se a realização de 3400 inquéritos realizados numa amostra dos 2220 lugares	68	10	50	0,4	200	45	450	90	6081	50	8	0,7	0,3	206	63915
Recolha de dados relativos aos percursos concessionados - Estima-se o levantamento de 150 carreiras	30	5	50	0,4	100	33	165	0	0	50	8	1	0	40	9150
Recolha de dados junto a instituições relevantes - Estima-se a realização de 160 inquéritos realizados, em Câmaras Municipais, Operadores Instituições de Ensino e Unidades de Saúde	16	5	150	0,4	300	45	225	0	0	50	8	0,7	0,3	103	10299
Participação em acções de concertação (Equipa da UA) - Estima-se a participação em 5 Workshops	5	4	500	0	200	120	480	0	0	0	0	1	0	0	3400
SUBTOTAL 2															86764
Custos financeiros e outros custos não previstos															17353
Montante estimado para a realização dos inquéritos															104117
Acções de concertação e negociação	A realização desta actividade fundamentar-se-á essencialmente em contactos com um conjunto de agentes ainda não determinado. Prevê-se, contudo, que tal exija um elevado número de deslocações e o desenvolvimento e operação de uma estrutura logística com capacidade para organizar de forma eficiente um número significativo de reuniões. Neste sentido, atribuiu-se um factor de correcção que permite assegurar a realização destas acções e acomodar a variabilidade dos seus custos. Estima-se um factor de correcção de 30% sobre o montante estimado para a realização dos inquéritos.														30%
Montante estimado para a realização das acções de concertação e negociação															31235
TOTAL ESTIMADO															135000

ANEXOS

CURRICULA 1:

CEIDET (UA)

CEOC (UA)

SIG2000

CURRICULA 2:

CEIDET (UA)

Eduardo Anselmo de Castro

CEOC (UA)

Domingos Cardoso

EST (IPCB)

Rui Alves

PT Inovação

Luís Miguel Silva

IX- VALOR ECONÓMICO E PROECÇÃO ESPACIAL DOS RESULTADOS

FINAIS

Tendo em vista o investimento público e privado que corporiza as diferentes linhas de acção que acabam de ser descritas dentro dos âmbitos e finalidades da EEC Rede Aldeias do Xisto apresentamos uma breve análise da projecção de alguns indicadores que demonstram inequivocamente o valor económico do programa de acção.

Para este cálculo nomeadamente no que toca ao impacto do VAB e no emprego só tivémos em conta os efeitos mais directos das componentes do investimento não projectámos o que deverá ter um efeito multiplicador no território resultante do acréscimo da atractividade pela via dos novos residentes e novos consumos que muito farão pelas pequenas economias locais.

A projecção dos diferentes indicadores teve como base as NUTS alvo do projecto Cova da Beira, Beira Interior Sul e Pinhal Interior Norte e Pinhal Interior Sul, tendo em vista que mais de 90% do investimento, e onde se localizam globalmente os projectos âncora se situa na zona do Pinhal o efeito concêntrico de toda esta dinâmica aqui será manifestamente superior.

Um dado extraordinariamente relevante é o aumento da oferta de numero de camas turísticas total no territorio em cerca de 1000 no final do programa de acção, o que representa um potencial de dormidas tendo em vista taxas de ocupação médias das diversas tipologias de alojamento, de mais de 150 mil anuais.

9.1. IMPACTO NO VAB E NO EMPREGO

Impacto no VAB

Acrescimento nº VAB / Período temporal		VAB
Acréscimo em	ANO 2009	24.217.076,46 €
Acréscimo acumulado em	ANO 2010	58.812.899,98 €
Acréscimo acumulado em	ANO 2011	95.138.514,68 €
Acréscimo acumulado em	ANO 2012	133.280.410,11 €

Região / Sub-região	VAB
Centro	11.976.398.350 €
Pinhal Interior Norte	435.298.625 €
Pinhal Interior Sul	103.721.583 €
Beira Interior Sul	235.107.288 €
Cova da Beira	302.478.207 €
No Território Aldeias do Xisto	1.076.605.703 €
Acréscimo total de VAB em 2012	133.280.410 €
Tx Crescimento acumulada	12,38%
Tx Crescimento anual	3,09%

Impacto no emprego

Acrescimento nº Postos de trabalho / Período temporal		Nº PT's directos	Nº PT's indirectos	Nº PT's consolidados	Totais
Acréscimo em	ANO 2009	800	200	200	1.200
Acréscimo acumulado em	ANO 2010	1.000	250	250	1.500
Acréscimo acumulado em	ANO 2011	1.050	263	263	1.575
Acréscimo acumulado em	ANO 2012	1.103	276	276	1.654

Região / Sub-região	Nº Postos Trab
Centro	700 261
Pinhal Interior Norte	33 829
Pinhal Interior Sul	8 728
Beira Interior Sul	16 501
Cova da Beira	23 130

No Território Aldeias do Xisto	82 188
Acréscimo total de Postos de trabalho em 2012	1 654
Tx Crescimento	2,01%

9.2. AUMENTO DA MASSA CRÍTICA DO TERRITÓRIO

9.2.1 FIXAÇÃO DE NOVOS RESIDENTES

Acréscimo nº Residentes / Período temporal		Residentes Ocasionais	Residentes Permanentes	Totais
Acréscimo em	ANO 2009	960	160	1.120
Acréscimo acumulado em	ANO 2010	1.200	200	1.400
Acréscimo acumulado em	ANO 2011	1.440	240	1.680
Acréscimo acumulado em	ANO 2012	1.584	264	1.848

Região / Sub-região	Nº Residentes
Centro	2 266 519
Pinhal Interior Norte	130 641
Pinhal Interior Sul	39 819
Beira Interior Sul	75 154
Cova da Beira	84 895
No Território Aldeias do Xisto	330 509
Acréscimo total de Residentes em 2012	1 848
Tx Crescimento	0,56%

9.2.2 REFORÇO DA DENSIDADE EMPRESARIAL

Acréscimo nº Empresas / Período temporal		Hoteis e Pensões	Tur rural	Restauração	Animação	Outras	Totais
Acréscimo em	ANO 2009	10	32	24	16	120	202
Acréscimo acumulado em	ANO 2010	12	40	30	20	150	252
Acréscimo acumulado em	ANO 2011	13	44	33	22	165	277
Acréscimo acumulado em	ANO 2012	15	48	36	24	182	305

Região / Sub-região	Nº Empresas
Centro	237 907
Pinhal Interior Norte	12 447
Pinhal Interior Sul	3 388
Beira Interior Sul	6 689
Cova da Beira	7 838

No Território Aldeias do Xisto	30 362
Acréscimo total de nº empresas em 2012	305
Tx Crescimento	1,00%

9.2.3 CAPTAÇÃO DE NOVOS VISITANTES

Acréscimos nº visitantes / Período temporal		Nº Visitantes Aldeias	Nº Visitantes Praias	Nº Visitantes Centros Interpret	Nº Visitantes Rotas	Totais	Obs.
Acréscimo em	ANO 2009	80.000	160.000	10.000	3.000	253.000	
Acréscimo acumulado em	ANO 2010	150.000	220.000	100.000	30.000	500.000	<i>Acréscimo de visitantes após 1º ano</i>
Acréscimo acumulado em	ANO 2011	165.000	242.000	110.000	33.000	550.000	
Acréscimo acumulado em	ANO 2012	181.500	266.200	121.000	36.300	605.000	<i>Acréscimo de visitantes global - Impacto final</i>

D -MODELO DE GOVERNANÇA/ AVALIAÇÃO

1. EEC- REDE ALDEIAS DO XISTO

Fruto da orgânica de funcionamento da própria ADXTUR, ou seja, de concertação estratégica permanente, e de metodologias de trabalho assentes em reuniões sectoriais entre decisores/ técnicos e agentes parceiros e entidades externas consultoras/suporte à estratégia de desenvolvimento endógeno do território do Pinhal Interior, surge a construção do modelo de governação da EEC – Rede Aldeias do Xisto.

Modelo de governação que tem por âmbito a concepção de ser um “processo de decisão democrático”, que induz à participação e ao envolvimento integral de todos os parceiros no processo de gestão da parceria, significando então que envolve a capacidade de governo do conjunto dos actores (públicos e privados com e/ou sem fins lucrativos), em articularem os seus interesses, assumindo as suas obrigações e negociando as suas diferenças, com base em características como a participação, a transparência e a responsabilidade, com vista ao alcançar de uma estratégia de eficiência colectiva.

Neste sentido, e dando continuidade ao modelo de governação assumido nas Acções Preparatórias¹¹, é de referir, tendo em vista a consolidação da EEC – PROVERE/Rede Aldeias do Xisto e subsequente execução do Programa de Acção, por um lado, o processo concernente à sua estruturação e, por outro, a metodologia a seguir para se proceder à respectiva dinamização, monitorização e avaliação.

Assim:

i) quanto ao “processo” o mesmo abrangeu as seguintes acções, decorrente da metodologia das Acções Preparatórias (e obteve como resultados):

¹¹ A entidade líder da EEC é a ADXTUR que já por si se organiza a partir de uma forte parceria entre entidades públicas e privadas (actualmente em número de aproximadamente 90 entidades), tendo por base os seguintes órgãos sociais: Direcção (Pinus Verde – Associação de Desenvolvimento Integrado da Floresta; Município de Castanheira de Pêra; Município de Castelo Branco; Município de Pampilhosa da Serra; Município de Penela; Município de Figueiró dos Vinhos; Montes D’Aventura); Assembleia-Geral (Município da Lousã; TransSerrano; Associação Refúgios de Pedra); Conselho Fiscal (Município de Arganil; Méia Palace Hotel; Associação de Estudos do Alto Tejo).

30 Visitas/Reuniões institucionais junto de potenciais investidores/ parceiros

- reuniões sectoriais com parceiros chave e com outros agentes públicos e ou privados.

- Dia 04.09.2008 às 10:00h - Lousã/Açor, no auditório da Biblioteca Municipal da Lousã, promovida pela ADXTUR;

- Dia 08.09.2008 às 14:00h - Malcata/Estrela, na sede do Parque Natural da Serra da Estrela, em Manteigas promovida pela ADXTUR;

- Dia 10.09.2008 às 18:00h - Gardunha/Tejo Internacional, no Hotel Colina do Castelo, em Castelo Branco promovida pela Naturtejo

- lançamento dos convites a entidades parceiras para integrarem a estrutura de apoio à avaliação e monitorização da execução do Programa de Acção PROVERE - Rede Aldeias do Xisto.

2 Reuniões de trabalho e de articulação estratégica entre parceiros/ promotores

- articulação estratégica entre a ADXTUR e diversas entidades como: CCDR-C; Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, I.P. (como líder do Provere - BUY NATURE); NATURTEJO.

- reuniões da equipa técnica das Acções Preparatórias PROVERE, com vista à sistematização da EEC e configuração do Programa de Acção;

- acompanhamento de estudos de viabilidade/sustentabilidade económica (ex. rede de lojas, plano de comunicação e marketing, entre outros);

- reunião de trabalho entre a ADXTUR e as Associações Leader, sendo o assunto a articulação entre o PROVERE e o PRODERE (Planos de Acção Local);

3 – Sessões de esclarecimento/ divulgação pública

- esclarecimento de dúvidas aos parceiros via online e ou telefónica;

- assembleia do Conselho Geral de Parceiros do PROVERE - Rede Aldeias do Xisto, realizada no dia 11 de Dezembro, pelas 10h00, no Centro Dinamizador das Aldeias do Xisto, tendo sido aprovado/ estabelecido um conjunto de indicadores e

parâmetros de selectividade dos projectos e volume de investimento (público), segundo as tipologias que abaixo se clarificam, ao nível dos Projectos Âncora:

- apresentação pública do PROVERE - Rede Aldeias do Xisto, no dia 16 de Dezembro, em Tomar, a convite da CCCR-C;

4- Workshops temáticos

- workshops técnicos temáticos entre a ADXTUR, Buy Nature e Parceiros Estratégicos (Lousã, dias 27 e 28 de Outubro, no Auditório da Biblioteca Municipal na Lousã);

- Workshops sectoriais:

- 17 de Novembro, pelas 9h30, em Fajão, Espaço Cultura – Workshop destinado a Restauração, Alojamento e Produtos Locais
- 17 de Novembro, pelas 14h30, em Fajão, Espaço Fajão Cultura – Workshop destinado a Animação Turística
- 18 de Novembro, pelas 9h30, em Pedrógão Pequeno, Centro Social da S^a Sr. Da Confiança – Workshop destinado a Hotéis e Grandes Investimentos
- 18 de Novembro, pelas 14h30, em Pedrógão Pequeno, no Centro Social da S^a Sr. Da Confiança – Workshop destinado a Parceiros Institucionais

ii) quanto à estruturação do modelo específico de governação da Estratégia de Eficiência Colectiva – PROVERE/Rede Aldeias do Xisto, assumida no Contrato de Consórcio externo, submetido a discussão pública e respectiva assinatura no dia 10 de Janeiro, no Fundão, salientamos o abaixo:

No que respeita ao modelo de organização e gestão da parceria local é assumido como referencial normativo o perfil de gestão da entidade Líder do Consórcio, sendo esta a melhor forma de objectivarmos a execução dos objectivos programáticos da EEC, facilitando a concepção, monitorização e avaliação do Programa de Acção, pelo que a Parceria Local se constitui a partir de uma Comissão representativa de todos os parceiros com projectos de acção/ investimento (projectos âncora e/ou complementares), a que se deu o nome de **Conselho Geral de Parceiros (CGP)**, que tem como membros um representante de cada parceiro local público ou privado, indicado pela respectiva entidade, tendo que ter poder de decisão e deliberação.

Como função central do CGP destaca-se o assegurar da coerência da Estratégia de Eficiência Colectiva PROVERE – Rede Aldeias do Xisto e a execução efectiva do respectivo Programa de Acção. É importante reforçar ainda as funções do Líder do Consórcio (que é a ADXTUR) numa óptica quer interna quer externa, sendo respectivamente:

a) Internamente, gerir e dinamizar a parceria local, organizar a cooperação e coordenação técnica entre as diferentes Unidades Operativas do Consórcio, bem como a promoção das medidas necessárias à execução dos normativos estabelecidos no clausulado.

b) Externamente, representar os interesses das consorciadas no âmbito do objecto do Consórcio, sendo-lhe conferido pelas partes os seguintes poderes:

1) Representar as posições e defender os interesses do Consórcio em todos os contactos mantidos com terceiras entidades, apresentando as posições definidas pelo Conselho Geral de Parceiros, podendo fazer-se acompanhar de representante(s) dos outros membros do Consórcio em reuniões decorrentes desses contactos;

2) Zelar pelo cumprimento das obrigações financeiras inerentes à celebração de contratos;

3) Convocar o Conselho Geral de Parceiros.

4) Coordenar as acções relativas ao modelo de governação e capacitação técnica da EEC e no respectivo programa de acção executar os projectos em cooperação, projectos conjuntos e acções colectivas de que seja promotora.

A **Comissão Permanente (CP)** que é presidida pelo Líder do Consórcio, coadjuvado pela equipa técnica do PROVERE – Rede Aldeias do Xisto, contando como membros permanentes representantes das seguintes entidades: um Município por cada NUT III do território de intervenção; uma empresa ligada: ao Alojamento; à Restauração; e à Animação; da Promoção do Turismo do Centro de Portugal; o Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, I.P.; uma Universidade ou um Instituto ligado à Investigação e Desenvolvimento; a Entidade Responsável pelo Plano de Formação; um representante das Associações Gestoras das Estratégias Locais de Desenvolvimento no território de intervenção aprovadas no âmbito do PRODER.

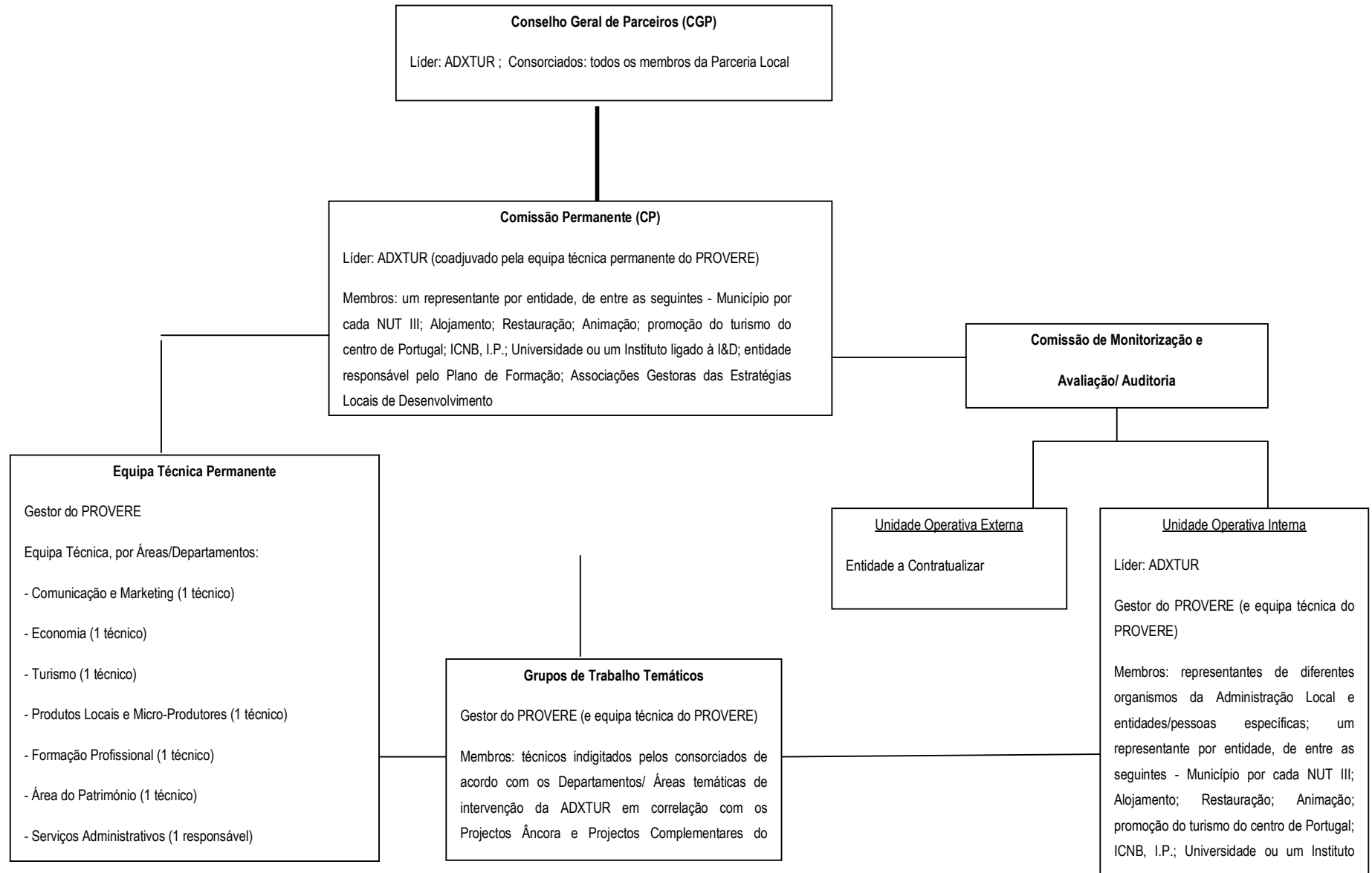
Como funções centrais da CP, destacam-se as seguintes: confirmar o “selo” PROVERE – Rede Aldeias do Xisto às candidaturas integradas no respectivo Programa de Acção e a executar pelas entidades membro do Consórcio, aquando da candidatura submetida aos instrumentos financeiros aplicáveis; acompanhar o trabalho do líder do consórcio e toda a sua equipa técnica; propor ao CGP o Plano de Actividades e Orçamento anual.

Uma outra unidade operativa proposta centraliza-se nos **Grupos de Trabalho Temáticos (GTT)** que se constituem a partir dos membros da equipa técnica permanente do PROVERE – Rede Aldeias do Xisto, sendo os mesmos presididos pelo Gestor do Programa de Acção com a colaboração dos restantes técnicos da equipa permanente, que reúnem periodicamente entre todos, e, sempre que se justificar, com os técnicos indigitados pelos consorciados para os vários grupos de trabalho temáticos definidos, a funcionarem com base em metodologias activas (ex. workshops e dinâmicas de grupo), de onde resultarão relatórios/actas técnicas. Os GTT organizam-se segundo o modelo de gestão interna da ADXTUR¹², ou seja, por Departamentos/Áreas Temáticas de Intervenção em articulação directa com os Eixos do Programa de Acção do PROVERE – Rede Aldeias do Xisto, ao nível de alguns projectos âncora específicos, como interface com os consorciados, comissão permanente e comissão de monitorização e avaliação/ auditoria, no que respeita ao

¹² Na gestão corrente da ADXTUR a orgânica de funcionamento é feita por Departamentos (Praias Fluviais; Ambiente, Caça e Pesca; Ordenamento do Território e Regulamentos Urbanos/Municipais; Produtos Turísticos e Gestão Comercial (Marca, Rede de Lojas, Animação; Formação e Qualidade-Certificação; Projectos de Desenvolvimento e Cooperação Estratégica; Assistência Interna/Técnica), sendo que em cada um deles se encontra uma articulação entre parceiros, assumindo a responsabilidade pela coordenação dos mesmos (Praias Fluviais (Castanheira de Pêra, Pampilhosa da Serra, Figueiró dos Vinhos); Ambiente, Caça e Pesca (Castanheira de Pêra, Pampilhosa da Serra, Figueiró dos Vinhos); Ordenamento do Território e Regulamentos Urbanos/Municipais (Pinus Verde, Montes de Aventura, Município de Castelo Branco); Produtos Turísticos e Gestão Comercial - Marca, Rede de Lojas, Animação (Pinus Verde, Montes de Aventura, Município de Penela, Município de Castanheira de Pêra); Formação e Qualidade-Certificação (Pinus Verde, Município de Figueiró dos Vinhos); Projectos de Desenvolvimento e Cooperação Estratégica (Pinus Verde, Município de Castelo Branco, Município de Penela, Montes de Aventura); Assistência Interna/Técnica (Pinus Verde). e pela afectação de recursos técnicos próprios, e corpo técnico interno à Agência na gestão e acção regular das actividades a executar no âmbito do Plano de Acção Anual, aprovado em Direcção no início de cada ano civil.

apoio técnico específico a prestar, a projectos integrado, como por exemplo, na Rede Praias Fluviais, Regeneração Urbana, Rede Lojas Aldeias do Xisto – comunidade de práticas, Plano de Mobilidade, Plano de Animação, etc.

1.1. ORGANIGRAMA DO MODELO DE GOVERNAÇÃO



1.2. MODELO DE AVALIAÇÃO E MONITORIZAÇÃO

A avaliação/ monitorização assentará numa estrutura de acção em duas dimensões, subjugada ao modelo de Avaliação Interna e Avaliação Externa, resultante da aplicação dos princípios da Agenda XXI Local, que ajudarão a normatizar quer os modelos de gestão do CGP quer a execução prática dos vários programas/projectos de acção aprovados.

Na avaliação interna assume particular importância as funções de monitorização e avaliação, de entre as quais se destacam: monitorização dos indicadores de regulação e cooperação estratégica entre os consorciados e de realização dos projectos de investimento por Eixos do Programa de Acção (avaliação on-going), contribuindo assim para a melhoria da implementação das várias medidas correctivas; avaliar periodicamente os progressos realizados para atingir os objectivos específicos do PROVERE – Rede Aldeias do Xisto, designadamente no que respeita aos fixados para os projectos âncora e complementares e, especialmente, os objectivos/metasp da Estratégia de Eficiência Colectiva, e, se necessário, pedindo pareceres específicos ou solicitando novos estudos e/ou promovendo recomendações.

Indicadores (de processo e/ou resultado):

- nº de entidades pertencentes ao CGP, e competências distribuídas;
- nº de entidades pertencentes aos GTT;
- nº de grupos de trabalho constituídos, entidades representadas e competências;
- criação da comissão de acompanhamento, nº de entidades pertencentes, tipologia jurídica das entidades, nº de reuniões, nº de relatórios produzidos;
- regulamentos de funcionamento;
- nº de relatórios de avaliação produzidos; nº de reuniões de avaliação realizadas e nº de entidades participantes, por respectiva natureza;
- recomendações apresentadas (e respectiva tipologia)
- etc...

Quanto à avaliação externa, a mesma assume em particular a perspectiva de avaliação e auditoria, prevendo-se, em relação ao primeiro nível, a avaliação do funcionamento das várias Unidades Operativas, no que respeita ao exercício das suas funções e resultados de acção alcançados, e, ao segundo nível, a auditoria aos objectivos e processos inscritos na Estratégia de Eficiência Colectiva e no Programa de Acção (coerência, cumprimento/ incumprimento, impacto, etc.).

1.3. SISTEMA INTERNO DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Parceria e articulação

Um dos principais factores críticos do sucesso da Rede das Aldeias do Xisto é o seu modelo de gestão. Se as expectativas comerciais estão depositadas nos produtos turísticos e no tipo de serviços que a Rede pode oferecer aos turistas e aos parceiros associados, o modo de organização, a ligação ao território e aos seus actores e a viabilidade económica e financeira constituem uma dimensão estratégica fundamental do sucesso deste projecto.

A grande oportunidade decorre exactamente da existência de uma organização que pode actuar tanto ao nível dos mercados turísticos, como ao nível das populações residentes nas próprias aldeias: é na ligação entre os mercados turísticos (Global) e as aldeias (Local) que está o grande trunfo desta Rede para um produto turístico de nova geração: as vivências de aldeia. Em contrapartida, para desenvolver esse novo produto será imprescindível mobilizar e obter a adesão das populações aldeãs – é por isso que concluímos que o sucesso da Rede das Aldeias do Xisto ganhou sempre com uma dimensão de apoio ao desenvolvimento social e comunitário das aldeias (Social Label). Por isso sempre foi considerado fundamental que as próprias aldeias estejam representadas na governação da Rede.

Em termos do Plano de Comunicação e Marketing, a articulação dos fluxos de informação tendo em vista a criação de um imaginário de comunicação diferenciador depende de três níveis: Aldeia, Institucional e Comercial.

Nível Aldeia

Será determinante para a criação de um ambiente de comunicação absolutamente diferenciador, a ligação dos conteúdos informativos com a realidade concreta das Aldeias. Os suportes informativos e promocionais devem reflectir a autenticidade dos ambientes rurais, das suas populações e do seu modo de vida, assim dando resposta a uma procura de evasão e genuinidade por parte dos turistas urbanos. O acompanhamento das actividades que se passam nas aldeias através de ferramentas remotas de comunicação é um elemento absolutamente inovador desta estratégia.

Neste particular assume especial importância a criação da figura do “Amigo da Aldeia”, não apenas como um interlocutor da aldeia junto dos turistas, mas essencialmente como o elo de ligação entre a organização da Rede e os aldeões. Do mesmo modo, o envolvimento dos novos habitantes das aldeias, com os seus recursos e energias, é outra vertente inovadora deste projecto.

A originalidade deste projecto reside no aproveitamento turístico das vivências destas aldeias e na sua articulação com as outras formas de turismo possíveis no Território do Xisto: rural, activo, entre outros.

Essa originalidade deve ser devidamente apropriada pelos Planos Estratégicos previstos no âmbito deste projecto; no caso do Plano de Comunicação e Marketing, far-se-á incorporando no quadro de valores da marca “Aldeias do Xisto” a dimensão de um projecto que é também social e comunitário (Social Label).

A figura do Amigo da Aldeia”:

- Deve ser identificado em cada uma das aldeias ou grupo de aldeias, um interlocutor que sirva de ponte (amigo) entre a ADXTUR e os núcleos urbanos;
- Este interlocutor deverá habitar uma aldeia da rede e ser reconhecido pelos restantes habitantes da aldeias;
- Esse interlocutor deverá ser alguém motivado para o projecto da Rede das Aldeias do Xisto e possuir a capacidade de mobilizar os restantes membros da aldeia (ou das aldeias próximas);
- O interlocutor deverá colaborar com os departamentos da estrutura de gestão da Rede para organizar vivências turísticas nas aldeias e para identificar produtores e prestadores de serviços locais;
- O interlocutor deverá articular-se de forma o menos formal possível com a Rede das Aldeias do Xisto (não deverá ser nunca funcionário desta);
- O interlocutor poderá também dinamizar a criação de “ligas de amigos” das aldeias, o que poderá favorecer a introdução da dimensão social e comunitária na engenharia de produto da Rede das Aldeias do Xisto (novos modos de vida nas aldeias);
- Por isso, este “amigo da aldeia” poderá encabeçar os projectos de desenvolvimento social e comunitário que venham a ser desenvolvidos na sua aldeia, sendo por isso agentes fulcrais de promoção da sustentabilidade social da Rede das Aldeias do Xisto;
- Para os visitantes, o interlocutor desempenhará o papel de anfitrião da aldeia;
- Para a estratégia deste Plano de Comunicação e Marketing, o Amigo da Aldeia é uma peça fundamental na produção e articulação dos fluxos de informação de e para a gestão central da Rede.

Nível Institucional

Os parceiros institucionais, especialmente os Municípios, são outra das peças fundamentais para a estratégia conjunta de comunicação da Rede das Aldeias do Xisto. Não só são os principais responsáveis pela preservação e regulação das suas Aldeias do Xisto, como são muitas vezes organizadores de actividades de animação e promoção que devem ser concertadas com a Rede em termos de imagem e coerência de discurso. Num território vasto e disseminado, são eles os interlocutores privilegiados junto das Aldeias e os detentores de informação preferencial que deve ser agregada pela Rede.

Por outro lado, os Municípios são emissores de informação, nomeadamente junto da comunicação social local, onde muitas vezes o nível de receptividade por parte dos leitores é maior e também mais crítica. Neste sentido, a coerência da informação e a utilização de suportes de comunicação comuns no que toca à imagem de marca é absolutamente imprescindível.

É preciso não esquecer ainda que os Municípios são eles próprios representantes das Aldeias do Xisto a níveis mais formais, e também junto de sectores importantes da comunicação social, pelo que devem a todos os momentos estarem informados e integrados na estratégia de promoção da Rede.

Nível Comercial

Ao nível dos parceiros privados importa divulgar tudo o que se relacione com os seus negócios e serviços turísticos. São estes investidores que estruturam muitas das actividades de animação que se constituem como atracções do território, bem como a oferta turística complementar: alojamento e restauração. Um produto turístico será tão mais forte quanto maior número de agente privados tenha a desenvolver negócio.

Seguindo a mesma lógica de relacionamento e fluxos de informação biunívocos entre a gestão central da Rede e os parceiros, os suportes de comunicação devem divulgar informações relacionadas com os serviços turísticos prestados pelos seus parceiros, assim como estes parceiros devem ter a todo o momento, nas suas unidades e actividades, informação actualizada e permanente sobre toda a Rede das Aldeias do Xisto.

Modelo de Gestão da Informação

O Modelo de Gestão da Informação da ADXTUR deverá assentar numa lógica horizontal, uma vez que introduz um conjunto de procedimentos simplificados:

- Diminui os processos administrativos;
- Diminui o tempo para tomada de decisões;
- Promove o intercâmbio e actualização da informação;
- Permite a agilização dos processos e estudos;
- Dificulta a dispersão de informação;
- Fortalece o espírito de equipa.

Os departamentos comunicam entre si diminuindo o número de interlocutores com o órgão directivo, permitindo uma gestão dos processos mais rápida e objectiva.

Assim, decorrente do ponto anterior, devem ser criados fluxos de informação biunívocos permanentes com os três níveis identificados, sendo para tal necessário utilizar metodologias e ferramentas adequadas a uma pulverização de parceiros, dispersão de informação e abrangência territorial:

- A criação de um Grupo de Trabalho de Comunicação e Marketing, que inclua elementos dos Amigos da Aldeia, Municípios e parceiros privados e que se reúna regularmente é determinante, com funções de aprovação de regras de comunicação, definição de metodologias de articulação, controlo e vigilância da coerência da comunicação/identidade da marca/conteúdos divulgados, e ainda articulação com os restantes sectores da Rede que representam;
- Os serviços centrais de comunicação da Rede terão a responsabilidade de agregar toda a informação gerada nas diversas Comissões e Grupos de Trabalho, divulgando-as por todos os parceiros, através de newsletters internas, actas técnicas e, quando se justifique, através do site e outras ferramentas on-line. No mesmo sentido, deverá ser criada uma agenda comum e partilhada por todos, das reuniões das Comissões e Grupos de Trabalhos, com ordem de trabalhos, para que todos os parceiros possam, em tempo útil, estar a par dos temas abordados, contribuir com sugestões e/ou participar nessas mesmas reuniões.
- no entanto, para que os fluxos de informação sejam regulares e coerentes, é necessário desenvolver metodologias ágeis e concertadas entre todos. Assim deverão ser identificados os Amigos da Aldeia, os técnicos de comunicação e marketing dos Municípios e os representantes dos parceiros privados, e com eles realizar workshops técnicos sobre a comunicação da Rede, a gestão da identidade corporativa da marca e a utilização das ferramentas de comunicação e marketing.
- A Rede irá desenvolver ferramentas on-line de comunicação que deverão estar disponíveis a todos os parceiros, nomeadamente através do ambiente de backoffice do site, facilitando a gestão e partilha da informação;
- para a prossecução do ponto anterior deverá proceder-se à capacitação técnica e tecnológica de todos os interlocutores, de modo a que todos tenham acesso às mesmas ferramentas.

PARTE 2- PROGRAMA DE ACÇÃO

1. Metodologia/Organização do Programa de Acção

De acordo com o definido no Regulamento de Enquadramento das Estratégias de Eficiência Colectiva, bem como na sequência das orientações técnicas emanadas pela CCDR-C, a ADXTUR baseou a estruturação do seu Programa de Acção PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO a partir quer das “Fichas de Projecto” quer das “Fichas de Promotor”, privado e/ou público, com intenção prévia de vir a submeter as respectivas intenções de investimento ao Conselho Geral de Parceiros (CGP); sendo que as mesmas, numa primeira fase foram na ordem das 700 intenções, pelo que o CGP, tendo em vista a Estratégia de Eficiência Colectiva adoptada pelo Consórcio e numa óptica de selectividade e de optimização das sinergias entre investimento privado, investimento público e investimento público/privado, foi progressivamente avaliando e enquadrando todas as candidaturas, até terem chegado ao número de aproximadamente 400 projectos. As intenções de investimento foram assim submetidas ao CGP, que as considerou segundo as linhas de acções estruturantes definidas nas Acções Preparatórias.

Neste sentido, o Programa de Acção, que faz parte integrante da EEC do PROVERE-REDE ALDEIAS DO XISTO, apresenta-se configurado a partir de uma Matriz agregadora dos Projectos de Investimento aprovados, e devidamente enquadrados nos normativos de selectividade definidos em concertação estratégica e segundo a sua necessária articulação com a natureza dos “projectos-âncora” (aqueles que, pelo seu conceito e objectivos se coadunam com a lógica da iniciativa e/ou pela sua dimensão contribuam decisivamente para a concretização da Estratégia de Eficiência Colectiva) e/ou dos “projectos-complementares” (contribuem para a afirmação competitiva do território, numa perspectiva de coerência do foco temático).

A metodologia seguida para a construção das fichas de projecto tendo em vista o seu elevadíssimo nº e para uma melhor percepção e enquadramento foi a estruturação numa ficha por projecto correspondente na matriz a cada uma das linhas/entradas. A incorporação das fichas de intenção na Matriz/Programa de Acção obedeceram aos seguintes critérios/ indicadores:

- a) Tipologia dos projectos (âncora ou complementares), por linhas de acção (e sub-linhas)
 - 1 - Regeneração Urbana das Aldeias/ Revitalização do Património Rural Construído (Recuperação do Património Edificado - recuperação de casas, para fins de habitação permanente e/ou de activação de actividades económicas e/ou serviços de proximidade; Qualificação do Espaço Público das Aldeias do Xisto - infra-estruturas básicas, ruas, espaços públicos, linhas de água, parques de lazer, etc.)
 - 1.1. Aldeias do Xisto existentes (fachadas e coberturas, alojamento e restauração, centro interpretativos)

1.2. Novas aldeias candidatas (fachadas e coberturas, alojamento e restauração, centro interpretativos)

2 - Programa de Valorização Turística (dotar o território de infra-estruturas e serviços turísticos, tendo em vista a captação de visitantes e turistas)

2.1. Turismo de Natureza (Rede de Percursos Pedestres e Grande Rota das AX; Rede e Centros de BTT; Rede de Casas Abrigo - adaptação de antigas escolas primárias, casas florestais e do Instituto das Estradas)

2.2. Unidades Turísticas - Alojamento, Restauração, Parques de Campismo e Serviços Complementares no Território

2.3. Centros Interpretativos, Parques Temáticos e Valorização de Pontos de Interesse Turístico (parques de lazer, miradouros, turismo religioso)

2.4. Grande Rota do Zêzere (criação, sinalização, divulgação e promoção dos 441,67km da rota pedestre e BTT)

2.5. X-Village (Empreendimentos Turísticos direccionados para os novos mercados)

3 - Plano de Animação (actividades e infra-estruturas de animação, nas Aldeias do Xisto e noutros contextos territoriais de interesse promocional)

4 - Plano de Marketing & Comunicação Territorial (afirmar a marca AX enquanto destino turístico de qualidade da Região Centro e de Portugal, no mercado turístico nacional e internacional, sinalização turística)

5 - Centro de Valorização e Inovação (capacitação dos recursos humanos - massa crítica - e consequente melhoria da competitividade das empresas; incubação de novas empresas e de novos produtos)

5.1. Aldeia das Ideias (materialização de protótipos e produtos - Laboratório das Ideias, ex: caça sem morte;...)

5.2. Criar Com Tradição (acções/ plano de formação)

5.3. X-Investe (promoção/ apoio à valorização endógena dos recursos económicos e acompanhamento dos estudos técnicos e/ou de sustentabilidade empresarial; alavancagem de sinergias para fortalecimento de plataformas de parcerias; captação de sistemas de incentivos financeiros - locais, regionais, nacionais e supranacionais)

5.4. Governação e Equipa Técnica

6.1. Lojas Internacionais (Internacionalização agregada das Marcas-Território, a partir de espaço-loja âncora - venda de produtos - e integração de serviços multifuncionais)

6.2 Lojas Aldeias (consolidação da rede de Lojas Aldeias do Xisto)

6.3. Lojas Cidades (expansão da rede de Lojas Aldeias do Xisto para as capitais de Distrito - porta de entrada das Aldeias do Xisto)

7 - Rede Praias Fluviais das Aldeias do Xisto (gestão e promoção integrada da Rede de Praias)

7.1. Requalificação e alargamento da Rede de Praias

8 - Programa de Valorização Ambiental dos Recursos Naturais (vectores estratégicos: caça e pesca; rios, ribeiras e albufeiras; percursos verdes) e Programa de Desenvolvimento da Floresta Sustentável (qualificação da gestão florestal e projectos de suporte à activação de Mercado de Carbono - Zero)

8.1 Rios, Ribeiras e Albufeiras

8.2. Caça e Pesca (infra-estruturas necessárias ao desenvolvimento de actividades e plano de actividades)

8.3. Qualificação da Gestão Florestal (optimização da capacidade da floresta em gerar valor económico e ambiental; modernização das empresas florestais - parque de máquinas e incremento da competitividade; rede de promoção e marketing) e Reservatórios de Carbono (projectos de reflorestação e florestação de áreas marginais e terrenos agrícolas abandonados - floresta sustentável)

8.4. Valorização Fileiras Agrícolas no Território

9 - Programa Visitação de Vilas do Xisto e Plano de Mobilidade Pinhal Interior (requalificação e valorização do tecido urbano das vilas sede de concelho das AX não consta enquanto acção tendo em vista estar candidatado - redes urbanas para a competitividade)

9.1. Plano Mobilidade para os Territórios de Baixa Densidade

- b) identificação/ natureza do promotor (privado; público), e respectiva natureza do projecto (Projecto conjunto; projecto em acção colectiva; projecto em cooperação; projecto individual), descrição sucinta e estimativa do investimento (valor com Iva) e respectiva inscrustação territorial (concelho; freguesia; aldeia-lugar);

1.1. Articulação entre Projectos âncora e Projectos complementares

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO							
PROJECTOS		INV. PRIVADO		INV PÚBLICO		INV TOTAL	
		VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
PROJECTOS ÂNCORA		99.831.621,76 €	93%	32.747.178,85 €	83%	132.578.800,61 €	90%
EIXO 1	PROGRAMA DE REGENERAÇÃO URBANA	7.531.368,94 €	7,54%	8.188.000,00 €	25,00%	15.719.368,94 €	11,86%
EIXO 2	PROGRAMA DE VALORIZAÇÃO TURÍSTICA	74.731.035,82 €	74,86%	18.389.409,65 €	56,16%	93.120.445,47 €	70,24%
EIXO 3	PLANO DE ANIMAÇÃO	4.419.067,00 €	4,43%	214.269,20 €	0,65%	4.633.336,20 €	3,49%
EIXO 4	PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING	2.480.050,00 €	2,48%	0,00 €	0,00%	2.480.050,00 €	1,87%
EIXO 5	CENTRO DE VALORIZAÇÃO E INOVAÇÃO	8.639.400,00 €	8,65%	157.000,00 €	0,48%	8.796.400,00 €	6,63%
EIXO 6	REDE DE LOJAS ALDEIAS DO XISTO	1.310.700,00 €	1,31%	452.500,00 €	1,38%	1.763.200,00 €	1,33%
EIXO 7	REDE DE PRAIAS FLUVIAIS	720.000,00 €	0,72%	5.346.000,00 €	16,33%	6.066.000,00 €	4,58%
PROJECTOS COMPLEMENTARES		7.728.000,00 €	7%	6.625.209,50 €	17%	14.353.209,50 €	10%
EIXO 8	PROGRAMA DE VALORIZAÇÃO AMBIENTAL DOS RE	7.378.000,00 €	95,47%	6.275.209,50 €	94,72%	13.653.209,50 €	95,12%
EIXO 9	PROGRAMA DE VISITAÇÃO DAS VILAS E PLANO DE	350.000,00 €	4,53%	350.000,00 €	5,28%	700.000,00 €	4,88%
TOTAIS GLOBAIS		107.559.621,76 €	73%	39.372.388,35 €	27%	146.932.010,11 €	100%

A leitura ao quadro supra permite-nos perceber que:

Por um lado,

- a natureza do investimento centra-se ao nível dos projectos âncora (90%), em particular no eixo 2 – Valorização Turística, que absorve o volume maior de investimento (70,24%);
- somente 10% do volume de investimento se encontra cabimentado nos projectos complementares, assumindo o eixo 8 – Valorização Ambiental dos Recursos Naturais o maior índice (13.653.209,50€).

Por outro,

- que do valor global do investimento, na ordem dos 146,932,010,11€, 73% é de natureza privada, enquanto que apenas 27% é de natureza pública;
- quer o grau do investimento privado quer do investimento público está centrado no desenvolvimento dos projectos enquadrados ao nível dos projectos âncora, sendo que o investimento privado é ligeiramente superior (93%) ao do investimento público (83%); pelo que, em sentido contrário, o investimento público acresce na ordem dos 17% ao nível dos projectos complementares, enquanto que o privado apenas canaliza 7% do valor global do investimento;
- os investidores privados, ao nível dos projectos âncora canalizam 74,86% dos seus recursos para o eixo 2, e ao nível dos projectos complementares 95,47% para o eixo 8;
- igualmente as entidades públicas se centram em termos de investimento nos projectos enquadrados pelos eixos 2 e 8, sendo que o eixo 1 assume um impacto significativo nas intenções de investimento (25%).
- Estando os projectos âncora nas suas dimensões mais colectivas rede de aldeias, praias e lojas assim como as grandes rotas centrados no território do Pinhal Interior com uma grande amplitude e cobertura.

2. Grau de Maturação / Execução.

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO					
146.932.010,11 €					
ANO 2009	ANO 2010	ANO 2011	ANO 2012		
42.343.573,68 €	53.068.192,23 €	47.363.580,41 €	4.156.663,80 €		
28,82%	36,12%	32,24%	2,83%		

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO					
146.932.010,11 €					
PROJECTOS TIPO 3		PROJECTOS TIPO 2		PROJECTOS TIPO 1	
Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público
45.112.327,82 €	11.933.790,37 €	50.990.044,94 €	18.112.527,98 €	11.457.249,00 €	9.326.070,00 €
57.046.118,19 €		69.102.572,92 €		20.783.319,00 €	
38,82%		47,03%		14,14%	

PROJ TIPO 3	Pronto a executar
PROJ TIPO 2	Em concepção
PROJ TIPO 1	Ideia Preliminar

Quanto ao grau de maturação/ execução dos projectos apresentados os mesmos estão, por parte dos seus promotores, na sua maioria em fase de “concepção” (47,03%), pelo que previsivelmente o volume maior de investimento será feito no ano de 2010 (36,12%). De qualquer forma é de salientar que 38,82% dos projectos (âncora e/ou complementares) deverão ser executados no decurso do presente ano, prevendo-se que o investimento global seja no valor de 42.343.573,68€.

3. Complementaridade entre investimento público e privado.

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO						
146.932.010,11 €						
TOTAIS GLOBAIS	INV. PRIVADO		INV PUBLICO		INV TOTAL	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
	107.559.621,76 €	73%	39.372.388,35 €	27%	146.932.010,11 €	100%
FEDER	96.465.084,94 €	90%	30.305.760,67 €	77%	126.770.845,61 €	86%
PRODER	8.294.536,82 €	8%	9.066.627,68 €	23%	17.361.164,50 €	12%
POPH	2.800.000,00 €	3%	0,00 €	0%	2.800.000,00 €	2%

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO							
146.932.010,11 €							
PROJECTOS NATUREZA 1 (conj)		PROJECTOS NATUREZA 2 (acções colect)		PROJECTOS NATUREZA 3 (coop)		PROJECTOS NATUREZA 4 (ind)	
Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público
25.874.055,00 €	12.603.926,38 €	40.729.488,76 €	16.985.391,97 €	12.251.450,00 €	557.000,00 €	28.704.628,00 €	9.226.070,00 €
38.477.981,38 €		57.714.880,73 €		12.808.450,00 €		37.930.698,00 €	
26,19%		39,28%		8,72%		25,82%	

146.932.010,11 €					
PROJECTOS NATUREZA 2 (acções colect)		PROJECTOS NATUREZA 3 (coop)		TOTAL	
Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público
40.729.488,76 €	16.985.391,97 €	12.251.450,00 €	557.000,00 €	52.980.938,76 €	17.542.391,97 €
57.714.880,73 €		12.808.450,00 €			
39,28%		8,72%		36,06%	11,94%

146.932.010,11 €					
PROJECTOS NATUREZA 1 (conj)		PROJECTOS NATUREZA 2 (acções colect)		TOTAL	
Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público	Inv Privado	Inv Público
25.874.055,00 €	12.603.926,38 €	40.729.488,76 €	16.985.391,97 €	66.603.543,76 €	29.589.318,35 €
38.477.981,38 €		57.714.880,73 €			
26,19%		39,28%		45,33%	20,14%

A importância dos projectos de natureza “acção colectiva”, com abrangência por um vasto número de agentes/parceiros do território das aldeias do xisto, como são exemplo as grandes rotas (pedestre e BTT) e a grande rota do Zêzere, está bem representada no Programa de Acção submetido à apreciação do Conselho Geral de Parceiros, uma vez que os mesmos absorvem cerca de 39,28% do investimento global, sendo a sua maioria, inclusive, de natureza privada (40.729.488,76€). Mais de 75% das acções está concertada colectivamente ou entre parceiros o que por si só é um indicador fortíssimo de estamos perante uma verdadeira e sólida estratégia de eficiência colectiva.

As outras duas tipologias centrais dos projectos integrados no Programa de Acção, quanto à sua natureza, distribuem-se pelos projectos “conjuntos” (26,19%), ou seja, de parcerias entre entidades públicas (municípios e/ou juntas de freguesia) e empresas, bem como pelos projectos “individuais” (i.e., cujos promotores ou são entidades de natureza privada ou de natureza pública – 25,82%).

Ao nível das linhas de financiamento previsto para a comparticipação pública (FEDER; PRODER; POPH) dos investimentos integrados em Programa de Acção é grosso modo para ser cabimentada no FEDER (86%), e ainda, se bem que, com menor impacto, no âmbito do PRODER (12%). Residual é, por conseguinte, o investimento a cabimentar ao POPH (2%).

As intenções de investimento privado seguem o perfil acima referido, uma vez que 90% do volume de investimento, na ordem dos 96.465.084,94€, é para prever no âmbito do Programa-FEDER. Se bem que de igual modo o investimento público seja na sua maioria para ser integrado ao nível do FEDER, é de salientar a intenção de que 23% do volume de investimento público do Programa de Acção, ou seja, na ordem dos 9.066.627,68€, seja cabimentado no Programa-PRODER.

4. Análise de prioridade e risco

PLANO DE ACÇÃO - EEC - PROVERE ALDEIAS DO XISTO							
Projectos Individuais com menor Maturidade de desenvolvimento							
	Projectos TIPO 1 Ideia preliminar		Invest. Privado	Invest. Público		FEDER	PRODER
Projectos NATUREZA 4	14.212.470,00 €		8.576.400,00 €	5.636.070,00 €		9.748.400,00 €	4.464.070,00 €
Projectos individuais							
%	9,67%		60,34%	39,66%		68,59%	31,41%

Cruzando os indicadores de grau de maturidade em fase de ideia preliminar com a natureza de projecto individual podemos chegar a uma projecção de risco em termos de execução e grau de eficiência colectiva da EEC e respectivo programa de acção. Desta forma chegamos a cerca de 10% do total estando muito centrado no projecto complementar da “Valorização dos Recursos Naturais”, nomeadamente ligado às fileiras produtivas florestais e agrícolas como atesta o peso do PRODER, assim como em algumas intervenções isoladas dos municípios neste eixo, ao nível de requalificações de orlas ribeirinhas e valorização dos espaços florestais e naturais.

5. Fichas de Projecto/ Programa de Acção (ver anexo 1.10)