

MEMÓRIA DESCRITIVA COMPLEMENTAR

INDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 2 |
| 1.1. Introdução temática..... | 2 |
| 1.2. Desenho da estratégia..... | 6 |
| 2. O PORQUÊ DA TEMÁTICA JUDAICA..... | 14 |
| 2.1. O Judaísmo em Portugal..... | 14 |
| 2.2. O Judaísmo no Território de Intervenção..... | 19 |
| 3. O TERRITÓRIO | 22 |
| 3.1. Caracterização sintética do Território-Alvo..... | 22 |
| 3.2. O Território e as Actividades Económicas | 24 |
| 3.2.1. Principais Elementos de Caracterização da Economia do Território .. | 24 |
| 3.3. O Potencial do Turismo Judaico na Região..... | 25 |
| 3.3.1. Introdução | 25 |
| 3.3.2. Turismo Internacional e Nacional..... | 29 |
| 3.3.3. Identificação dos recursos da Região Centro..... | 38 |
| 3.4. Matriz de Oferta e Procura..... | 44 |
| 3.4.1. Beira Interior Norte | 45 |
| 3.4.2. Cova da Beira | 48 |
| 3.4.3. Beira Interior Sul..... | 50 |
| 3.4.4. Serra da Estrela..... | 52 |
| 3.4.5. Pinhal Interior Norte..... | 54 |
| 3.5. Matriz dos Produtos Turísticos | 56 |
| 3.6. Caracterização e Levantamento do potencial turístico Judaico | 57 |
| 3.6.1. Comunidades Judaicas no Mundo | 58 |
| 4. A ESTRATÉGIA PROPOSTA | 65 |
| 4.1. Definição da Estratégia | 65 |
| 4.1.1. Visão do Projecto para o Território..... | 65 |
| 4.1.2. Missão do Projecto para o Território..... | 65 |
| 4.1.3. Valores do Projecto para o Território | 65 |
| 4.1.4. Objectivos Estratégicos..... | 66 |
| 4.1.5. Factores Críticos de Sucesso (FCS) para o alcance dos Objectivos Estratégicos do Projecto para o Território..... | 66 |
| 4.1.6. Pontos Fortes do Território..... | 67 |
| 4.1.7. Pontos Fracos do Território..... | 68 |
| 4.1.8. Oportunidades para o Território..... | 69 |
| 4.1.9. Ameaças para o Território..... | 71 |
| 4.1.10. Plano estratégico das Acções a implementar | 71 |
| 4.1.11. Impactos desejados | 77 |
| 4.1.12. Avaliação do Desempenho | 78 |
| 4.1.13. Avaliação Global da performance dos Investimentos a Realizar..... | 82 |

1. INTRODUÇÃO

1.1. Introdução temática

Em Portugal a paisagem rural oferece uma extraordinária riqueza e diversidade. Esta diversidade deve-se a uma enorme variedade de condições naturais (apesar da relativa pequena dimensão do território), que foram sendo aproveitadas e adaptadas por uma longa e específica acção humana, esbatendo certos contrastes no território e realçando outros, e resultando na actualidade num mosaico cultural de extrema diversidade. Assim, à escala local, cada paisagem é única e reflecte tanto a história natural como cultural de um território, fazendo parte integrante da identidade das comunidades que nela vivem. E fazendo o seu conjunto parte integrante da identidade nacional.

É neste contexto que se fala hoje de *multifuncionalidade* da paisagem rural, porque dela cada vez mais se esperam várias funções: produção, não só em quantidade mas também de qualidade, preservação dos recursos naturais, conservação da natureza, manutenção da identidade e património cultural, recreio e turismo, qualidade de vida.

A verdadeira inovação e capacidade de resistência ao processo de globalização provêm, possivelmente, da procura consciente de um novo carácter, que integre a herança do passado com a procura de várias funções no presente e as expectativas em relação ao futuro. Esta polivalência identificada no espaço rural pode servir de impulso para a afirmação das áreas rurais, todavia, cai no vazio quando olhamos para o território e verificamos a existência de uma baixa densidade populacional, um elevado índice de envelhecimento, fraco empreendedorismo, etc., condicionantes que não permitem gerar dinâmicas e tornar um território atractivo e sustentável, sob o ponto de vista dos vectores da sustentabilidade: ambiente, económico e social.

Neste processo de redefinição da funcionalidade e padrão de cada paisagem natural e construída, associada a um território, todos os actores e

utilizadores, sobretudo localmente, devem ser envolvidos, de forma a desenvolver um processo que tome de facto em consideração várias alternativas e que chegue a soluções o mais integradoras possível, com vista ao desenvolvimento, em detrimento de uma visão redutora de crescimento económico.

Criar condições para potenciar o desenvolvimento de novas características marcadamente territoriais, não é tarefa para um âmbito muito localizado, encontra-se mais dependente das acções de desenvolvimento regional e da cooperação intermunicipal e regional do que do espaço limitado de decisão do concelho. Acentua-se assim, como determinante, a dimensão supra-municipal no âmbito dos produtos e das plataformas de promoção, a economia de escala e a integração de meios, o que pressupõe a capacidade de entendimento na definição de objectivos, na partilha de meios, dos métodos e dos recursos gerados.

No contexto actual de globalização, perante a crise estrutural da economia e sociedade portuguesa, revelada pelos indicadores sócio-económicos do desemprego e do PIB regional, mediante as forças territoriais e as ameaças e oportunidades apresentadas posteriormente nesta memória, a internacionalização qualificada e baseada numa especialização em torno das h«heranças do judaísmo» tem um papel essencial no desenvolvimento da área de incidência deste projecto.

Este projecto, pode, inclusivamente servir como demonstração do modo como um «cluster» inovador no campo de uma temática específica, abordado numa perspectiva de desenvolvimento integrado que se pode descrever sinteticamente através da Matriz de Enquadramento Lógico que anexamos a esta memória, pode promover um desenvolvimento integrado e uma afirmação territorial internacionalizada.

Foi a partir desta visão alargada, em que o território deve ser entendido numa perspectiva de intensidades e não de contrastes; em que deve ser visto como um único espaço, onde os fenómenos se expressam em diferentes níveis

mas que partilham ligações fortes e elevados graus de conectividade, que a Câmara Municipal de Belmonte lançou o repto aos seus congéneres com similaridades num recurso endógeno, para em conjunto candidatarem ao Programa de Valorização de Recursos Endógenos (PROVERE), um programa de acção integrado que compreenda a agregação de um conjunto de projectos subordinados à Temática Judaica, a partir do qual se desenvolverá projectos-âncora (Marca, Programa de Animação, e Destino Turístico Internacional) e concomitantemente, projectos complementares que contribuirão de certa forma para o sucesso do primeiro, com a participação inequívoca de outros actores públicos e privados dos respectivos concelhos em questão (Município de Belmonte, Manteigas, Penamacor, Trancoso, Covilhã, Almeida e Guarda), a fim de se alcançar uma *performance* competitiva e o desenvolvimento integrado que tanto se anseia.

Este enquadramento justifica a pertinência de desenvolver uma acção integrada que pretende dar resposta ao levantamento de fraquezas identificado no ponto 4.1. desta memória, tendo em conta os Factores Críticos de Sucesso enunciados também neste mesmo ponto.





A estratégia colectiva aqui definida enquadra-se numa abordagem de desenvolvimento integrado do território que tem como objectivos gerais (numa abordagem de Método do Quadro Lógico (reflectida na Matriz de Enquadramento Lógico que acompanha esta memória):

- Melhorar a qualidade de vida
- Melhorar a imagem interna
- Melhorar a imagem externa
- Melhorar a competitividade e
- Garantir a sustentabilidade

Pretende-se assim atingir, como finalidade ou propósito desta estratégia:
A valorização territorial baseada na herança judaica

Ou, formulando em termos de Visão (como poderemos encontrar no ponto 4.1 desta memória): ***Tornar o Território do Projecto (TP) numa região capaz de suster, num prazo curto, o depauperamento humano, económico e social e, num prazo mais alargado, numa região capaz de atrair, fixando-as, pessoas desenvolvedoras de actividades económicas.***

Assim sendo, a partir deste recurso territorial específico (Judaísmo), esquematizou-se uma estratégia de desenvolvimento e valorização territorial que partia de 4 pilares de actuação que foram alvo de debate, negociação e concertação:

-  Diversificação da Economia;
-  Programa de Qualidade integrada;
-  Programa de Formação e valorização dos recursos humanos;
-  Comercialização/Distribuição/Marketing

Para, uma vez desenvolvida a abordagem negocial e devido ao facto de se ter tornada evidente a necessidade de integração desta abordagem com a abordagem LEADER e a abordagem do PRODER, com outra amplitude de desenvolvimento territorial, estes pilares serem alvo de alinhamento de acordo com o que agora se define como objectivos gerais da Matriz de Enquadramento Lógico (ver anexo):

- Melhorar a qualidade de vida
- Melhorar a imagem interna
- Melhorar a imagem externa
- Melhorar a competitividade e
- Garantir a sustentabilidade

1.2. Desenho da estratégia

O baixo nível de densidade empreendedora do território condicionou e irá condicionar no futuro todas as estratégias colectivas de desenvolvimento para a região. Para contrariar esta debilidade estrutural, a coerência desta estratégia foi desenvolvida ao nível micro através do amadurecimento de projectos economicamente viáveis (ver fichas anexas de cada projecto) e da concertação entre actores locais e organizacionalmente sustentados.

A razoabilidade do Programa (estratégia e objectivos, modelo de governança e avaliação, calendarização das acções, metas e indicadores) para alcançar os resultados previstos com eficácia e eficiência foi cruzada com a estratégia de desenvolvimento territorial que apresentamos de modo sucinto na Matriz de Enquadramento Lógico.

Nesta Matriz Enquadramento Lógico (MEL), que expressa a perspectiva de desenvolvimento territorial que está subjacente à estratégia colectiva que apresentamos a concurso, integra-se um conjunto de resultados gerais (referenciados aos destinatários do desenvolvimento) que se compatibilizam com os resultados propostos e apresentados no ponto 4.1. deste documento.

De acordo com esta MEL, o projecto deverá obter os seguintes resultados em termos de desenvolvimento integrado:

- Habitantes mais felizes e identificados com o seu território
- Cidadãos beneficiados por maior coesão social
- Visitantes satisfeitos com a sua deslocação
- Consumidores fidelizados aos produtos regionais
- Turistas exigentes satisfeitos com a sua deslocação
- Consumidores externos conquistados pelos produtos regionais
- Empresários mais competitivos e satisfeitos com os seus resultados
- Sistema produtivo internacionalizado
- *Cluster* do judaísmo inovador e diversificado criado*
- Instituições de gestão territorial com reputação aumentada
- Policentrismo regional afirmado

- Território reconhecido como inovador

* Referimo-nos, naturalmente, a um embrião de *cluster* que se irá afirmar e amadurecer nos anos consecutivos a este projecto.

A razoabilidade da proposta foi também alvo de análise cruzada a partir análise de viabilidade económica de cada um de do conjunto integrado de sinergias. Os resultados alcançados foram alvo de apreciação e discussão com os promotores.

O grau de maturidade das iniciativas propostas está naturalmente condicionado pela disponibilidade dos parceiros envolvidos e pelos seus níveis de qualificação em temáticas de gestão. Quer ao nível de identificação, quer ao nível do detalhe dos projectos a realizar pelos parceiros, houve o cuidado de proceder a um processo de amadurecimento das ideias em termos individuais e, sempre que possível, em termos colectivos. A equipa técnica funcionou como mediador deste processo de amadurecimento.

Sobretudo, nos projectos relevantes ou que funcionam como âncoras da estratégia, houve a preocupação de recolher informação fidedigna e competências próprias, bem como parcerias para garantir a efectividade destes projectos (Marca, Animação e Destino) como se poderá verificar pela observação atenta das fichas de projecto.

A proposta desenhada pretendeu definir um conjunto de projectos estruturantes e de intervenção a curto prazo e outros de intervenção a médio prazo que reforçam os investimentos e os resultados feitos nos que forma considerados como promotores de impacto a curto prazo.

O sentido integrativo e o rigor de definição de projecto são elementos de inovação relevante, a par da internacionalização especializada pela via do judaísmo e pelo recurso às novas tecnologias, à promoção, ao marketing e à comunicação (interna e externa). Outro aspecto essencial que deve ser alvo de atenção é a amplitude global do mercado atingido por esta proposta (a

diáspora dos Judeus) que é bem caracterizada no âmbito do projecto «Destino Turístico» e no documento anexo que o suporta: Heranças do Judaísmo na Região Centro de Portugal.

Os projectos âncora propostos apresentam-se significativos para os 7 municípios envolvidos e passíveis de ampliação a todos os municípios que possam contribuir para a valorização da oferta baseada no património judaico. Assim sendo, a amplitude territorial e os resultados apresentados não se circunscrevem apenas aos municípios envolvidos, podendo alargar-se a toda a região da Beira Interior.

A conjugação dos projectos âncora e dos projectos complementares permite considerar viável a obtenção de maiores afluxos de visitantes e de potenciais investidores nacionais, espanhóis e internacionais de outras nacionalidades num curto espaço de tempo. Estes visitantes poderão ser dirigidos numa abordagem de *cross-selling* para outras áreas e temáticas desenvolvidas no território.

A concepção estrutural deste projecto aponta para a criação de uma cultura de inovação e conhecimento onde a criatividade surge como elemento natural dos processos de desenvolvimento territorial baseados no aumento da densidade relacional e das pontes com o exterior. Portanto, torna-se limitativo considerar apenas como indicador relevante o número de postos de trabalho ou de actividades de conhecimento a criar.

É também importante realçar que um dos factores de inovação mais interessantes desta estratégia reside na concepção inicial do projecto para visar o desenvolvimento da área de intervenção como uma plataforma aprendizagem, empreendedorismo de base territorial e de inovação.

É exactamente a preocupação de dar uma outra dimensão à componente do conhecimento, integrada num caminho de construção de sustentabilidade e desenvolvimento regional que leva à incorporação dos municípios da Covilhã e da Guarda neste projecto.

Isto porque os territórios e as suas regiões só poderão ser competitivos, na sua globalidade, se as suas cidades forem o «motor» do desenvolvimento económico e social. Isto é ainda mais válido em territórios de baixa densidade demográfica e com problemas estruturais.

Assim, face à lógica do «paradigma das redes» as cidades da Guarda e da Covilhã, bem como as suas freguesias mais rurais podem assumir novos protagonismos e espaços de oportunidades, funcionando como portas de entrada qualificadas nos espaços rurais de menor densidade e assumindo um papel de cidades intermediárias ou intermédias.

Ou seja, estas cidades podem ser integrada nos circuitos de relações que se estabelecem no seio de sistemas urbanos mundiais, funcionando como um intermediário (efectivo ou potencial) entre territórios situados em dimensões distintas (as cidades globais, de um lado, e os territórios “marginais” e esquecidos, do outro).

Trata-se de um conceito de carácter inovador, relacionado com a ideia de que a importância de uma cidade não deriva tanto da sua dimensão demográfica mas sim da forma qualitativa como se insere no sistema urbano de proximidade e como se relaciona com os restantes territórios em termos qualitativos.

Tradicionalmente, as cidades “médias” foram encaradas como capitais regionais capazes de estimular o desenvolvimento das áreas envolventes. Hoje, o papel de intermediação que lhes é atribuído aprofunda e ultrapassa esse objectivo.

Neste novo contexto as cidades de “média” dimensão, pelos recursos que concentram, devem constituir-se como charneiras de articulação estratégica entre a área que polarizam e o mundo externo, jogando, assim, um papel essencial na emancipação dos espaços rurais das suas áreas de intervenção.

Assim, Guarda e Covilhã, mais do que cabeça de um sistema, representam a porta desse sistema para outros universos complexos e

distantes. Mais do que lugares que ocupam uma posição “média” numa rede urbana rigidamente hierarquizada e de âmbito estritamente nacional, constituem interfaces activas de articulação com outros nós de redes de geometria muito variável.

Enfim, mais do que lugares cujo perfil é ditado pelo posicionamento nessa rede urbana hierarquizada e de âmbito nacional, são contextos que capacitam pessoas e organizações, permitem escolher livremente as prioridades e as soluções consideradas, por cada um, como sendo as mais apropriadas.

Guarda e Covilhã constituem, por isso, âncoras de equidade e oportunidades, pólos de coesão social, económica e territorial que se devem integrar neste e em qualquer projecto de desenvolvimento de territórios de baixa densidade nesta região.

Esta nossa abordagem está sustentada na visão do desenvolvimento do território como uma rede que atenua as externalidades negativas da baixa densidade.

Nesta estratégia, socorremo-nos de uma visão multipolar da região que se define como um sistema reticular de cidades e seus *interlands*. Se no passado era a região que fazia a sua cidade, agora, em muitos casos são as cidades e algumas vilas mais qualificadas que determinam as suas regiões.

Por este motivo, outro dos factores de inovação desta estratégia é o de assumir a vontade de promover o policentrismo para trabalhar em comum, abrindo novas vias para melhorar a integração dos diversos agentes. O policentrismo pretende criar uma região em rede. Supõe a criação de sistemas urbanos não congestionados capazes de oferecer à sociedade a dimensão mais adequada para o seu desenvolvimento. Preconiza uma coesão, para dar força política e prosseguir medidas eficazes de desenvolvimento regional.

A complementaridade entre esta região que agora se criou em torno de um foco temático, supera a competição com a cooperação, gerando desafios à imaginação e à criatividade de todos os que se preocupam com os problemas que assolam o território. Quando a oposição urbano-rural dá lugar a uma

imbricação funcional evidente, com complementaridade de usos, funções e modos de vida entre os dois tipos de realidade, os efeitos de capilaridade de proximidade são mais prováveis e as pequenas cidades podem constituir centros revitalizadores do mundo rural.

Em torno do foco temática pretende-se criar uma imagem, que tenderá a evoluir, deixando de ser uma identidade «clássica» para passar a ser uma identidade ligada ao potencial do lugar, imagética que irá criar proximidade entre o mundo rural e o urbano, isto é, um elemento em comum que tornará esta região mais coesa.

Se um lado da região oferece urbanidade, o outro oferece um espaço multifuncional com valor patrimonial (património no seu sentido lato). Esta relação de proximidade que a estratégia pretende promover permitirá entre muitos aspectos, atenuar a problemática do mundo rural profundo que foi sendo crescentemente abordada à luz de uma nova concepção: a dos *espaços de baixa densidade*, não só *física*, associada ao despovoamento intenso que caracteriza estas áreas, mas também *relacional*. Populações envelhecidas, empresas de reduzida dimensão e com funcionamento atomizado, ausência de movimentos significativos de associativismo ou ainda instituições públicas pouco dinâmicas transformam estas áreas em espaços sem a "espessura" social, económica e institucional necessária para suportar estratégias endógenas de desenvolvimento sustentadas no tempo.

Os territórios de baixa densidade que integram o presente PROVERE, ficarão sem dúvida beneficiados com a construção de uma *nova relação rural-urbano, pois tendo presente um foco comum permitirá:*

- consolidar *relações de proximidade mutuamente benéficas e de natureza sinérgica* em detrimento de relações assimétricas;
- transformar as *cidades em pontes efectivas entre as áreas rurais e o mundo exterior*;
- transformar a *massa crítica de recursos urbanos* (humanos, institucionais, físicos, etc.) em *externalidades positivas* que as

populações e as organizações do mundo rural conseguem parcialmente *internalizar*;

- *conciliar uma articulação territorial (coesão) e uma articulação funcional (integração) entre centros urbanos e áreas rurais envolventes*. Estas duas articulações, que se deverão reforçar reciprocamente, pressupõem a capacidade de atuar aos seguintes níveis:

O território surge assim a um outro nível e sob uma outra óptica em que as abordagens tradicionais baseadas exclusivamente na vertente da procura ou da oferta desaparecem, dando lugar à *gestão da procura*.

Só esta visão poderá evitar a falsa alternativa entre duas opções extremas: manter, a qualquer preço, iniciativas sem qualquer viabilidade económico-financeira ou encerrar e impedir a criação de novas estruturas incapazes de sobreviver em termos de mercado.

Esta proposta de estratégia deverá ser enriquecida pela integração de projectos e actividades complementares nas componentes de outros patrimónios naturais e arquitectónicos – que podem compor um forte valor distintivo da região ao nível nacional e ibérico – de modo integrado, durante a concretização do projecto que a seguir se apresenta.

O conjunto agregado de projectos propostos tem uma lógica integrada e baseia-se nas competências e no perfil adequado dos actores/parceiros que garantem uma forte probabilidade de realização do programa apresentado. A consistência é facilmente constatável pela leitura da MEL, na qual se pode verificar a articulação entre os projectos, os resultados de desenvolvimento regional e os objectivos de desenvolvimento.

O facto de se ter realizado o desenvolvido desta fase da concertação estratégica numa constante integração com as linhas de orientação do PRODER levou a que a estratégia apresentada seja coincidente com os seus objectivos o que, mais uma vez, poderá ser constatado pela articulação entre os resultados apresentados na MEL e os 4 eixos do PRODER.

Torna-se importante também referir que se a MEL permite compreender a articulação no nível estratégico entre os projectos e os objectivos de desenvolvimento regional, as fichas de descrição de projecto foram desenvolvidas para permitir identificar ao detalhe os vários aspectos relativos ao nível operacional de modo a garantir a avaliação (ex-ante) da razoabilidade do plano financeiro e do empenho, bem como a competência individual e organizacional dos promotores empresariais envolvidos.

Resumindo, esta estratégia que propomos, trata-se, no fundo, de concretizar um projecto de desenvolvimento regional a partir da estruturação e desenvolvimento de redes locais alinhadas com as orientações comunitárias e com os principais documentos e referenciais estratégicos das políticas nacional e regional.

2. O PORQUÊ DA TEMÁTICA JUDAICA

Identificada uma oportunidade de candidatura ao PROVERE como garante de aumentar a *performance* territorial do território da Beira Interior, onde abundam potencialidades mas se evidenciam grandes fragilidades ao nível demográfico, qualificação e empreendedorismo, pensou-se, seguindo a filosofia do PROVERE, num recurso endógeno tendencialmente inimitável e capaz de gerar mais valias para a área de intervenção e para a sua envolvente, identificando-se de imediato a temática do Judaísmo.

2.1. O Judaísmo em Portugal

*"(...) Se de ti, Jerusalém, eu me esquecer,
seja ressequida a minha dextra.
Pegue-se a minha língua ao paladar,
se me não lembrar de ti;
se não colocar Jerusalém
acima de todas as minhas alegrias (...)"*

Salmo 137 : 5-6

Durante a Idade Média os Judeus começaram a fixar-se em diversas áreas da Beira Interior, especialmente nas zonas raianas. Algumas povoações da Beira tiveram importantes comunidades judaicas como são os casos de Belmonte, Penamacor, Covilhã, Trancoso e Guarda. Com as suas organizadas comunas, hierarquicamente definidas, rapidamente fomentaram as actividades de carácter comercial, não só nas povoações onde estavam estabelecidos, mas também entre outras terras da beira.

Com um apurado gosto pela mercancia, as Comunidades Judaicas da Beira e da raia rapidamente cresceram. Para se fixarem, escolheram sobretudo locais com grande potencial comercial e que lhes possibilitavam alguma

segurança. Impulsionadas por uma renovada importância que as feiras iam conquistando, as Comunidades Judaicas da Beira, tiveram durante o séc. XIV, um grande crescimento.

A convivência com as comunidades locais tradicionalmente cristãs, não era muito pacífica. Isto deve-se sobretudo a dois motivos: os eternos antagonismos religiosos e a concorrência comercial.

As querelas religiosas eram já de longa data e o povo Semita era visto pelos cristãos como os assassinos de Jesus Cristo, o Salvador. Se já por si este motivo era perfeitamente aglutinador de ódios, a persistência judaica à conversão agravava ainda mais a referida conjuntura.

A justificação para os Judeus estarem geralmente conotados como homens ligados às artes mercantis, tem a haver, sobretudo, com motivações sociais e étnico-religiosas. O ofício ou arte era também uma forma de subsistência aliada à religiosidade, uma vez, que o Talmude recomenda que *"(...)uma comunidade ignorante é uma comunidade morta(...)"*¹

No entanto, a nível privado as relações entre estas duas sociedades fazia-se quase normalmente. O comércio entre elas era normal e frequentes eram as trocas de bens e de serviços.

A concepção rígida de uma ideia de judiaria/gueto, extremamente delineada de onde os judeus não podiam circular e comerciar está errada. Só muito raramente é que eram impostas medidas proibitivas e restritivas à circulação dos judeus, pois estas punham em risco não só o comércio local, como também o regional, visto que muitos judeus deslocavam-se de terra em terra, para realizarem as suas trocas comerciais.

A comunidade hebraica (*minia'h*) tinha as suas autoridades próprias e eram dirigidas pelo rabi. Além deste existiam outras como: o almotacé, os procuradores, o tesoureiro, etc...

¹ Talmude; trad. p/ Inglês por Isaac Cohen, Telavive, 1982

O centro desta comuna é a sinagoga. Nela se resolviam todos os problemas da comunidade quer sejam eles de carácter fiscais, judiciais ou educativos.

O não emanar de problemas da comunidade para o exterior criava, em torno deste, uma aureola de secretismo e de ilegalidade, que acentuava ainda mais uma intolerância religiosa. Mas um dilema se colocava às comunidades cristãs e às autoridades locais e nacionais. Se por um lado procuravam combater e erradicar os criptojudes, por outro lado estes actos provocavam uma enorme perda e instabilidade na economia local, regional e até nacional.

Como motores financeiro-comercial dos principais centros populacionais da Beira os Judeus foram diversas vezes forçados a processos de conversão. O ritual era feito dentro de uma igreja através de um baptismo colectivo, executado por um sacerdote.

O cristão-novo era para o exterior um convertido à religião católica, mas no seu interior guiava-se pela Tora e pelos Mandamentos de Moisés. A conversão forçada não resultava e o medo e a perseguição e a tortura agravavam ainda mais o seu isolamento.

De carácter um pouco esporádico, em 1486, surgiram alguns distúrbios populares contra a população judia em Trancoso. A Comunidade Semita Trancosana, como as suas congéneres Portuguesas, cresceu bastante durante o reinado de D. João II. O nosso monarca permitiu que os judeus perseguidos pela Inquisição (sobretudo do reino vizinho de Castela) entrassem em Portugal mediante pagamento por cabeça e estadia por determinado espaço de tempo.

As *minia'h* cresceram e prosperaram. As povoações enriqueciam e o Reino engrandecia-se. Mas com o reinado de D. Manuel I tudo se alterou. As fortes pressões dos estados vizinhos e uma nova política real alteraram a posição do Estado para com as comunidades judaicas. Novos conflitos surgiram, mas as grandes tragédias ainda estavam para vir.

As perseguições acentuaram-se ainda mais durante o reinado de D. João III e com o estabelecimento do Tribunal do Santo Ofício em Portugal. O poder

político via nos excessos religiosos da Inquisição uma maneira de enriquecer ainda mais o seu património e de afastar alguns elementos indesejados. Os bens confiscados aos suspeitos de praticarem actos de judaísmo, revertiam directamente para os cofres do Estado, permitindo colmatar as falhas visíveis de um eminente declínio português.

A Inquisição para além de permitir uma imposição do cristianismo, e de fortalecer economicamente o estado, possibilitava ainda, ao povo a vingança sobre a *"imagem do rico judeu comerciante"* que lhe vendia os bens de subsistência explorando-os.

Em meados de 1543, as perseguições generalizaram-se por todo o reino e a beira não foi excepção. Os terríveis actos de violência que ocorreram em Trancoso, foram alvo da atenção e imaginação de Alexandre Herculano: *"(...)As cenas de violência que se passaram naquela vila [Trancoso], então populosa e opulenta, foram terríveis. Apenas aí chegou, o comissário da Inquisição mandou lançar bando proibindo a saída da villa, etc. a todos os cristãos-novos e declarando que os contraventores seriam desde logo considerados como herejes.(...)"*

Continua dizendo que: *"(...)A fama do que sucedera em Trancoso soou pelos povos circunvizinhos e gerou uma verdadeira revolta. Os camponeses das cercanias correram armados à vila em número de quinhentos, arrastados pela esperança de poderem cometer todos os excessos à sombra do zelo religioso. Os fugidos e presos eram ricos, as suas famílias não tinham quem os protegesse, e a gentilha ponde a seu salvo perpetrar toda a sorte de violências e atrocidades. Trezentas crianças vagueavam pelas imediações, sem abrigo, sem rumo e dispersas, chamando em alto choro por seus pais. Os trinta e cinco cristãos-novos que se haviam deixado prender foram arrastados até Évora, e aí lançados nas escuras masmorras chamadas as covas da Inquisição(...)"².*

Com a população perseguida e os bens confiscados muitas das *minia'h* desapareceram. Alguns cristãos-novos que sobreviveram às fúrias populares,

² Herculano, Alexandre; *História da Origem e Estabelecimento da Inquisição em Portugal*, 8ª ed., tomo III.

temendo pela sua sorte, procuraram o silêncio e a clandestinidade. Outros mudaram de terra, converteram-se ao culto cristão procurando esquecer um passado trágico. Muitos refugiaram-se na zona da Flandres, continuando a professar os ensinamentos de Moisés. Numa tapeçaria existente na Câmara de Antuérpia, podemos observar judeus holandeses, de ascendência portuguesa, a negociarem as suas mercadorias.

Contudo, em algumas zonas do interior português algumas famílias continuaram a manter a fé e o culto até aos nossos dias.

2.2. O Judaísmo no Território de Intervenção

A Beira Interior de Portugal é indiscutivelmente uma região com tradições multiculturais, com reflexos diferenciados nas formas do habitat. Apesar de se poder considerar que a presença judaica nesta região se verificava com algum significado já no séc. XII, foi essencialmente a partir de 1492, com a entrada massiva em Portugal de cerca de 120.000 refugiados sefarditas expulsos pelos reis católicos de Espanha, que o panorama da Beira Interior em termos urbanos, culturais, económicos e sociais se alterou radicalmente. O património legado pelos muitos judeus que se refugiaram e fixaram nas zonas de fronteira é por isso vastíssimo em todos os campos da actividade humana na Beira Interior, apesar de incrivelmente tapado, escondido, inconsciente, com ele tantas vezes na frente dos olhos sem que tenhamos consciência disso. Alguns historiadores consideram que os judeus chegaram a constituir ¼ da nossa população;

Os concelhos implícitos apresentam particularidades emblemáticas do património judaico, expresso sob a forma arquitectónica, cultural e económica, nesta última, predomina uma forte tradição comercial de origem judaica já há muito reconhecida a sua estreita ligação com o comércio face à sua capacidade empreendedora. Todavia, é em Belmonte, onde se presencia a existência de uma comunidade, que debaixo das hábeis formas de embuste perante as vicissitudes e atentados contra à sua religião, manteve-se, em convivência com católicos, uma comunidade cripto-judaica que, sem livros sagrados, nem chefes religiosos, criou uma prática sincrética, com marcas específicas que os tornava heréticos aos olhos do Judaísmo e do Catolicismo. Preservaram uma matriz cultural que foi pilar de resistência. Uma cadeia de transmissão oral veiculou o saber e o fazer da Lei Mosaica de geração em geração.

A solidariedade histórica e social era favorecida pela endogamia e pelo anti-semitismo. Longe dos padrões da ortodoxia, secretamente recriaram e reconstruíram ensinamentos. Habituar-se a ocultar a tradição e a ser, como dizem “*católicos de fachada e judeus de coração*”.

Hoje, o direito de cidadania, do respeito pelas minorias étnicas, da igualdade de oportunidades fala mais alto e gera impulsos que, se geridos com criatividade e singularidade, se traduzem em vantagens comparativas.

Para uma melhor clarividência da escolha da temática, evocam-se alguns pressupostos que não devem ser descurados, tendo em conta que já houve um esforço ao abrigo de outros quadros comunitários, do poder central, local e de actores privados em desenvolver investimento em torno desta temática, precisamente porque identificam um grande potencial perante aqueles que se querem familiarizar com a cultura judaica, bem como com a própria comunidade em si que tem crescido a ritmos vertiginosos e que hoje já conta com cerca de 13 milhões dispersos pelo mundo.

Pressupostos:

- Os concelhos envolvidos no projecto apresentam património cultural material e imaterial da cultura judaica emblemático e capaz de gerar dinâmicas nos vários sectores de actividade;
- Ao abrigo de outros quadros comunitários, os vários municípios têm vindo a valorizar e a regenerar outros imóveis para dinamizar a temática judaica;
- Os agentes de desenvolvimento fomentam uma integração harmoniosa das culturas com base no respeito e o diálogo inter-cultural;
- Já existe concertação entre os concelhos no desenvolvimento de acções imateriais alusivas à temática (seminários, jornadas, conferências, rotas turísticas, etc.);
- Nos últimos meses, decorreu um processo de amadurecimento da construção de uma rede do judaísmo que cria a base de sustentação de um projecto com estas características;
- Privados já identificaram oportunidades e desenvolveram produtos “Kosher” (mel, doces, vinho, etc.);

- Concordância entre os concelhos implícitos quer no domínio público, quer no privado, em concertar estratégias integradoras e em rede capazes de gerar efeitos multiplicadores;
- Existência de uma comunidade judaica activa e com atitude empreendedora para colaborar na requalificação, concertação e promoção deste património;
- Território visitado pela comunidade judaica externa a Portugal, circunstância indicativa de oportunidades a gerar, necessitando apenas de serem despoletadas e estrategicamente trabalhadas;
- Possibilidade de se gerar actividades alternativas para integrar a mão-de-obra pouco qualificada e libertada pela indústria que sofreu um processo de modernização.

Neste sentido, e na pretensão de se promover a multifuncionalidade do território em questão no presente projecto, explorando as suas potencialidades produtivas, aproveitando as oportunidades de mercado resultantes das novas tendências da procura urbana e turística pelos valores e recursos do mundo rural, fruindo da condição de possível inimitabilidade que o recurso endógeno temático – Judaísmo apresenta, e que contribuiu para a definição dos aspectos da identidade e da paisagem construída no território de Belmonte, Covilhã, Manteigas, Penamacor, Trancoso, Guarda e Almeida, parece-nos que a Temática do Judaísmo é uma temática de eleição que ajudará a estimular iniciativas e aumentar a atractividade do território-alvo.





3. O TERRITÓRIO

3.1. Caracterização sintética do Território-Alvo


Considerando que o território-alvo está subejamente conhecido pela entidade avaliadora, considerámos pertinente inserir aqui os dados gerais presentes na anterior candidatura e complementá-los com a informação pertinente que recolhemos no âmbito do estudo para a «Herança do Judaísmo na Região Centro de Portugal», apresentado em anexo.

Face à temática escolhida para elo de ligação, os recursos endógenos identificados para criar coerência estratégica e vantagens comparativas, a qualidade das relações institucionais e os requisitos que classificam um território de baixa densidade, decidiu o promotor (Câmara Municipal de Belmonte) integrar os territórios abaixo descritos:



1. NUT III - Beira Interior Norte

-  Manteigas (concelho) – Distrito Guarda
-  Trancoso (concelho) – Distrito Guarda
-  Guarda (freguesias rurais) – Distrito da Guarda
-  Almeida – Distrito da Guarda

2. NUT III - Beira Interior Sul

-  Penamacor (concelho) – Distrito Castelo Branco

3- NUT III - Cova da Beira

-  Belmonte (concelho) – Distrito Castelo Branco
-  Covilhã (freguesias rurais) – Distrito Castelo Branco

Os 7 concelhos que constituem o território alvo deste projecto (*vide*, anexo 1), abrangem uma superfície de 2.851,8 km², de acordo com a informação recolhida no site do INE e que se reporta ao ano 2005 (*vide*, anexo 2), repartido por 165 freguesias (anexo 2) com um total de 135.983 mil habitantes (*vide*, anexo 3).

O município da Covilhã e da Guarda são territórios imprescindíveis no desenvolvimento do sistema urbano regional, pois poderão desempenhar um

papel estruturante na concretização do projecto de desenvolvimento regional que pretendemos propor na medida em que se constituem como pólos articuladores do território – capazes de fortalecer e relacionar os espaços rurais envolventes com os mercados nacionais e internacionais. Além disso, possuem algumas das mais relevantes peças arquitectónicas do judaísmo que complementam o património dos concelhos exclusivamente rurais.

A densidade populacional da região-alvo (47,68 hab/Km²) é inferior à verificada na região Centro (75,31 hab/km²) e no país (112,09 hab/Km²). Almeida e Penamacor são os municípios que apresentam menor índice de densidade populacional, facto verificável no anexo 2

De acordo com a informação apresentada no site do Ministério da Agricultura, à excepção de quatro freguesias do concelho da Covilhã, o restante território é considerado área rural, com índices populacionais baixos e com tendência regressiva, classificado na sua maioria, como área predominantemente rural segundo os indicadores por concelho expressos no site da CCDR-C.

Relativamente à classificação dos municípios, Covilhã é considerado M2³, Belmonte, Manteigas e Penamacor S⁴ e Trancoso M1⁵.

Este território emoldurado pela imponência da Serra da Estrela e pela Serra da Gardunha, oferece uma grande riqueza em termos de natureza, ambiente e património geomorfológico que levou à constituição do Parque Natural da Serra da Estrela, como garante da preservação dos valores naturais e da conservação da natureza. A Serra da Estrela constitui a maior nascente de recursos hídricos do País. Com efeito, têm origem nesta região os dois principais rios nacionais (Zêzere e Mondego) que definem duas importantes bacias hidrográficas estruturantes do território, limitadas a Norte pelo rio Douro e a Sul pelo rio Tejo. Além dos recursos hídricos à superfície, a abundância de

⁴ (Pequeno, até 10.000 hab.)

⁵ (Médio-pequeno, de 10.001 a 50.000 hab.)

águas subterrâneas tem permitido a instalação de unidades de engarrafamento de água de mesa.

3.2. O Território e as Actividades Económicas

3.2.1. Principais Elementos de Caracterização da Economia do Território

- ✚ O sector secundário e terciário apresenta um maior número de população empregada (anexo 4)⁶, verificando-se uma maior expressividade no sector terciário, o que atesta a tendência para a evolução de uma economia de serviços;
- ✚ Verifica-se uma maior empregabilidade dos homens no sector primário e secundário e das mulheres no terciário (anexo 5⁷); facto não alterado segundo as estatísticas previsionais do INE para os anos seguintes;
- ✚ Taxa de Actividade de Trancoso e Manteigas inferior à capital de distrito (Guarda), embora Manteigas apresente uma diferença residual (anexo 6⁸);
- ✚ Taxa de Actividade de Belmonte e Penamacor e Covilhã inferior à capital de distrito (Castelo Branco), verificando-se mesmo em Penamacor um índice demasiado baixo, podendo-se retirar as seguintes ilações: baixo índice de população activa ou percentagem de população empregada diminuta (anexo 6);
- ✚ Relativamente à Taxa de Desemprego nos concelhos integrados no projecto, apenas Belmonte apresenta uma taxa confortável face aos restantes municípios e às Capitais de Distrito (anexo 7⁹); É no segmento feminino onde se regista um maior número de desemprego (anexo 8)
- ✚ É Penamacor que apresenta um menor índice de poder de compra (44,7), reflectindo-se desta forma um menor índice de consumo, que por sua vez leva a um menor índice de bens transaccionáveis, enfraquecendo

⁶ Informação retirada do site da CCDR-C

⁷ Informação retirada do site da CCDR-C

⁸ Informação retirada do site da CCDR-C

⁹ Informação retirada do site da CCDR-C

assim a economia local. No que concerne a este factor de avaliação da dinâmica territorial e olhando para o panorama nacional, sem dúvida que constatamos que os concelhos localizados no litoral reflectem valores mais significativos, bem como os concelhos capitais de distrito, como é o caso da Guarda (89,9) e Castelo Branco (98,8), (ver anexo 9¹⁰). No anexo 10 é visível o mapeamento da distribuição do índice de poder de compra a nível nacional;

✚ A nível do Turismo a região apresenta uma grande dependência do mercado doméstico e o crescimento tem sido com base nos turistas nacionais (informação retirada do Plano Estratégico Nacional Turismo – PENT).

3.3. O Potencial do Turismo Judaico na Região

3.3.1. Introdução

A evolução do turismo na actualidade apresenta um desempenho favorável, tanto do próprio sector turístico, como dos sectores das actividades directa e indirectamente envolvidas, a partir da ampliação e diversificação dos mercados nacionais e internacionais.

O turismo, apontado como uma das actividades mais importantes do sector de serviços do novo milénio, necessita ampliar a sua visibilidade e apresentar-se como factor transformador de uma sociedade ou região. A interdependência entre os diversos agentes envolvidos, a amplitude do fenómeno turístico e sua inter, multi e pluridisciplinaridade, exige o conhecimento da realidade e implicações económicas, sociais, culturais e ambientais, dentro de uma visão sistémica e de uma visão de oportunidade, respeitando seu carácter distintivo.

¹⁰ Informação retirada do site da CCDR-C

Portugal possui recursos e potencialidades turísticas excepcionais sobre as quais se tem vindo a desenvolver uma actividade evidente e com peso crescente na economia do país. A Região Centro apresenta-se como um importante destino de turismo doméstico, responsáveis por 74% das visitas totais.

O reforço do posicionamento competitivo do cluster Turismo-Lazer em Portugal, tem como base, a qualificação da oferta turística, a modernização da gestão turística e das formas de acesso ao mercado, centrado no desenvolvimento de novos pólos turísticos de excelência, numa lógica de Produto-Espaço.

O planeamento turístico das “Heranças do Judaísmo” poderá ser desenvolvido segundo uma óptica de Produto-Espaço, envolvendo a inventariação dos recursos a identificação de clusters ou seja, produtos estruturados com valor comercial e a construção das redes colaborativas, a identificação das estruturas organizacionais de suporte e a construção da estratégia operacional (Desenvolvimento da Marca “Heranças do Judaísmo”; criação de portfólio de produtos e serviços; inputs de fortalecimento da base económica regional / local e de rendibilidade dos produtos; organização espacial da área de intervenção; planeamento de acções de marketing e comunicação pela presença em Feiras e eventos; introdução de TIC’s Interactivas e a Formação Core).

Os evidentes e potenciais benefícios que o turismo traz para as populações deste compósito regional dos Concelhos de Manteigas, Penamacor, Trancoso, Covilhã, Guarda, Almeida e Belmonte, não podem contudo fazer esquecer, questões como o desenvolvimento equilibrado dos destinos, a monitorização permanente das taxas e dos índices demonstrativos da evolução turística, com o objectivo de evitar sobrecargas, desequilíbrios nos recursos naturais, que podem comprometer a sustentabilidade dos destinos turísticos.

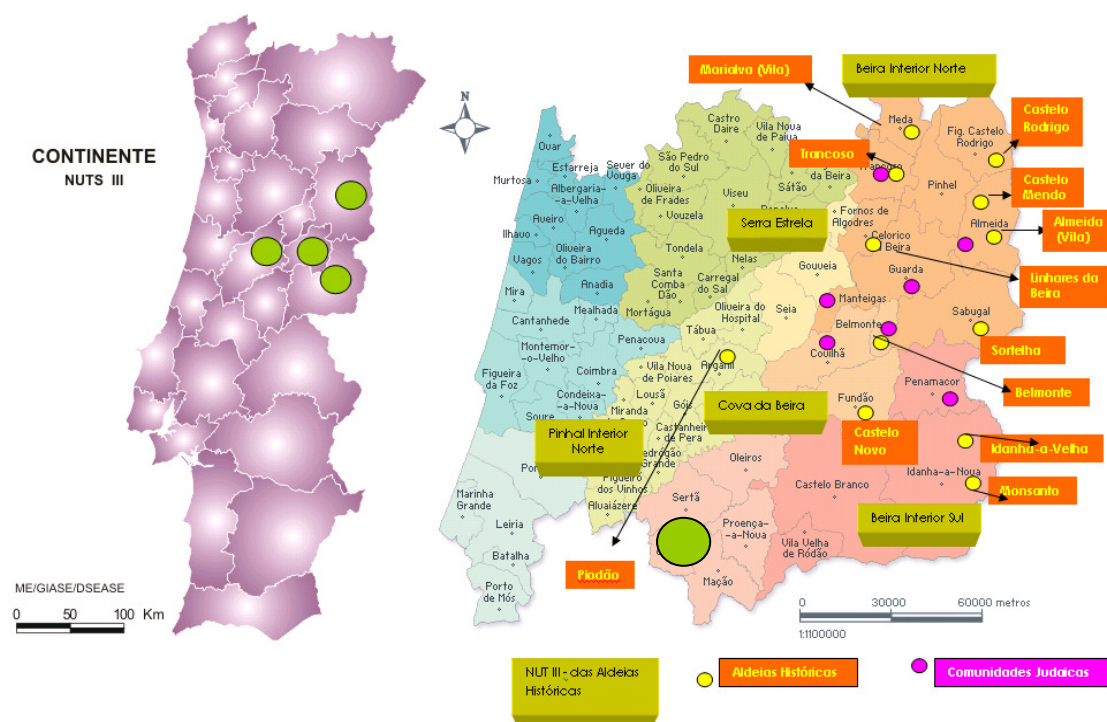
A conjugação das dimensões ambiental, física, económica, histórica e social da estrutura urbana da Região da Beiras, e a mobilização de vários

actores (públicos e privados), através do estabelecimento de parcerias, são duas características essenciais e diferenciadoras deste Projecto.

| | |
|------------------|---|
| Serra da Estrela | Nut III Serra da Estrela – Fornos de Algodres, Gouveia e Seia |
| | Nut III Beira Interior Norte – Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Guarda, Manteigas, Meda, Pinhel, Sabugal e Trancoso |
| | Nut III Cova da Beira – Belmonte, Covilhã e Fundão |
| | Envolvente do Pólo - Penamacor |

Um projecto a desenvolver neste âmbito irá englobar os recursos turísticos integrados no *Programa da Presença Hebraica no ocidente peninsular*, de modo a promover o desenvolvimento sustentável da actividade turística da região.

A religião sempre foi o elemento aglutinador das comunidades e um catalisador das actividades económicas, que no caso português está associado às Aldeias Históricas. É nesta perspectiva que se pode pretender dar a conhecer a realidade histórica e os testemunhos deixados durante séculos pelos judeus que habitaram nesta região. As comunidades judaicas e a existência das suas importantes judiarias, foi sempre um sinal de prosperidade, devido ao conhecimento de diversas artes, à intrínseca habilidade comercial e ao envolvimento no tecido social.



**Ilustração 1 – Produto: Aldeias Históricas e Comunidades Judaicas
Idade Média e Espaço: Beiras**

Do estudo pormenorizado da região centro – Beiras, nas vertentes história, costumes, Religião, artes artesanais, entre outros, ligados ao judaísmo, podemos identificar 2 grandes Clusters com potencial de desenvolvimento turístico e que poderiam ser associados a uma Marca “Heranças do Judaísmo”. Todo este conjunto seria suportado em novas TIC (tecnologias da informação e comunicação) interactivas e em acções de comunicação e imagem pela via de presença em Feiras Nacionais e Internacionais.

Os novos ciclos de desenvolvimento do Turismo apontam no sentido da elevada complexidade do sector, requerendo o uso intensivo de novas tecnologias e de novas metodologias de gestão, capazes de um serviço ao cliente de Excelência e de um controlo eficaz e eficiente do *trade*.

Especificamente, no que diz respeito ao desenvolvimento e promoção do turismo regional, os responsáveis reconhecem a existência de um sistema

dinâmico e complexo de *players*, de relações, de interesses e de espaços, capazes de responder de forma célere às turbulências.

Para manter os níveis de sucesso vigentes, este intrincado sector necessita de uma profunda alteração do pensamento estratégico organizacional, das práticas de gestão, do uso massivo das TIC's (Tecnologias da Informação e da Comunicação) e em particular no modo como alcançar vantagens competitivas e sustentabilidade nos negócios. Para tal, há que atender à imagem das potencialidades existentes da área de destino, ao perfil dos consumidores (vivências sociais, culturais, económicas e religiosas), e aos recursos que possam garantir um equilíbrio no balanço de experiências vividas pelos visitantes, entre "Value for Time" vs "Value for Money".

Para cativar o interesse dos visitantes pelas áreas de destino e envolvê-los na cultura e património regionais locais, é necessário construir pólos de atracção. As áreas devem possuir recursos primários (fornecem a razão principal da visita: recursos culturais, desportivos, entretenimento, físicos e acessibilidades socio-culturais), recursos secundários (acomodação, restaurantes, lojas,) e outros elementos adicionais (transportes, acessibilidades e informação turística).

3.3.2. Turismo Internacional e Nacional

Segundo a OMT o sector Turismo cresceu 6% em 2007, atingindo o recorde de 900 milhões de chegadas. Os resultados de 2007 confirmaram a tendência de crescimento do turismo nos últimos anos revelando que os mercados emergentes foram os que mais cresceram, liderados pelo Oriente Médio, com um aumento de 13% das chegadas internacionais, seguido da Ásia e Pacífico (+10%), África (+8%) e, depois, já abaixo da média mundial, as Américas (+5%), e a Europa (+4%).

Ilustração 2 – Motivo da visita (OMT)



O principal motivo apresentado para as viagens internacionais em 2005 foi: recreio, ócio, e férias (com 50% do mercado), seguidos pelas visitas a amigos e parentes, saúde, religião e outros com 26%. Os

negócios e outros motivos profissionais arrecadaram 16% das visitas.

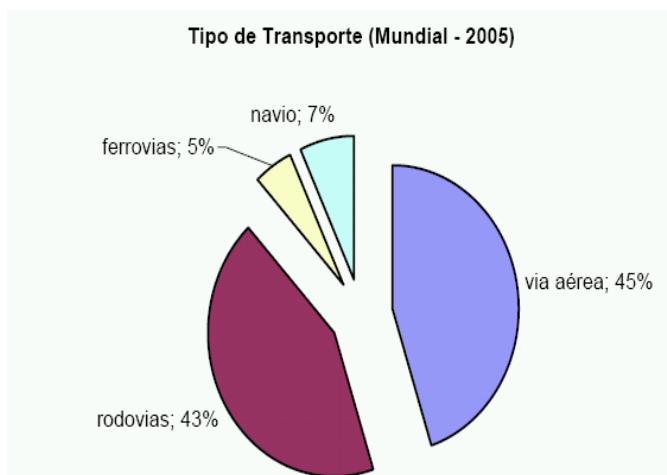
Os tipos de transportes mais utilizados nas viagens internacionais são o aéreo e o rodoviário respectivamente com 45% e 43% das viagens.

Este gráfico leva-nos a induzir que os nossos visitantes de Espanha entram no nosso território por via terrestre.

Ilustração 3 – Tipo de transporte utilizado (OMT)

As estimativas da OMT apontam para um volume de 1.6 Milhões, em 2020, no fluxo

de viagens internacionais, com o Turismo duplicando a sua participação no PIB internacional. A distribuição do mercado ainda apresentará a Europa como principal região receptora, com a Ásia e Pacífico fortalecendo a 2ª posição à frente das Américas.



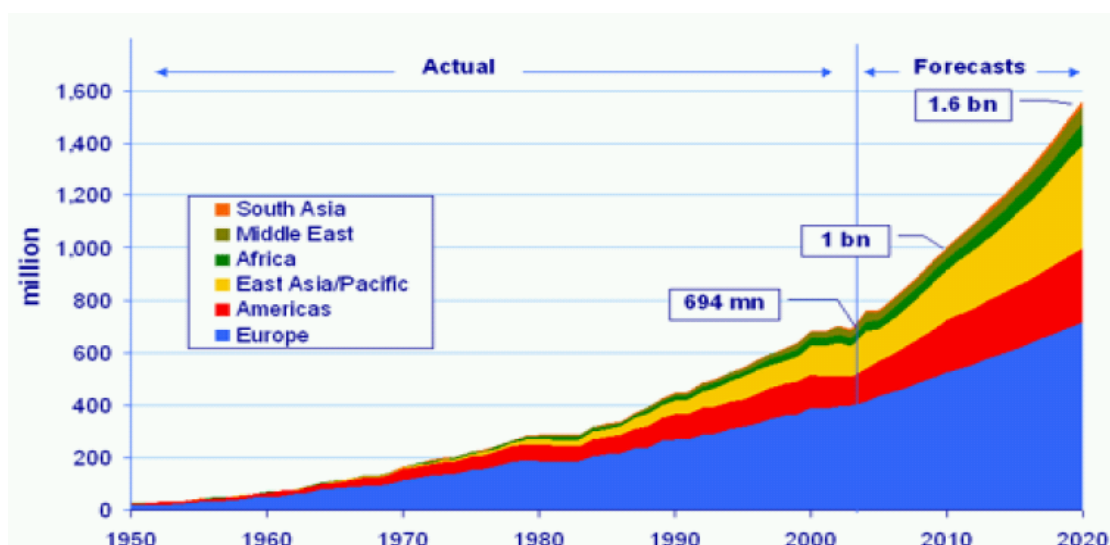


Ilustração 4 – Previsão do número de viajantes em 2020 (Fonte: OMT)

Na Europa, o balanço da OMT aponta como os destinos que mais cresceram a Turquia (+18%), a Grécia (+12%), Portugal (+10%), e Itália e Suíça (+7%).

Em relação às Américas, o Chile liderou com mais 12%, seguido da Argentina (10%) e dos Estados Unidos (10%).

Em Portugal no ano de 2007, o Consumo Turístico atingiu os 10,4% do PIB, o melhor resultado de sempre. O crescimento do Consumo Turístico, em 2007, concorreu em 22,7% para o aumento do PIB (1,7 mil milhões € em 7,6 mil milhões €), cerca de 1,4 p.p. acima do já atingido em 2006.

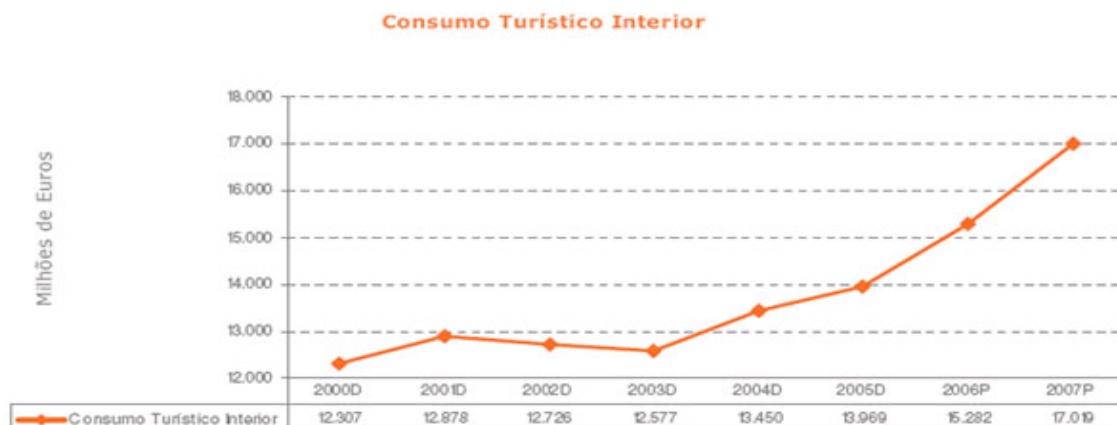
A procura turística, aferida pelo consumo, ultrapassou os 15 mil milhões €, em 2006, mais 1,3 mil milhões € que no ano anterior. Entre 2000 e 2006, o consumo turístico teve um crescimento médio anual de 3,7%, correspondendo no final do período a mais 3 mil milhões €, comparativamente a 2000.

Ilustração 5 – Consumo Turístico Portugal 2007 Fonte: TP

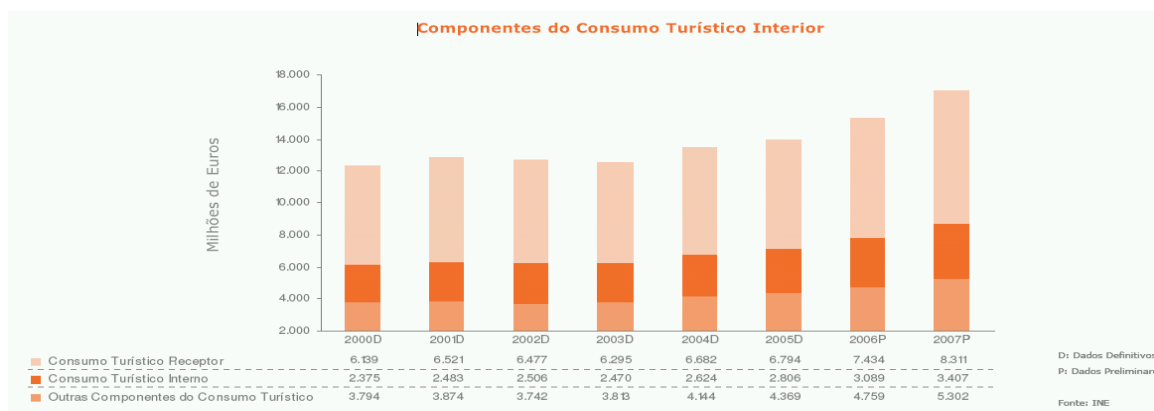
| | 2007 | Δ 07/06 | |
|--------------------------------|--------|----------|---|
| Consumo Turístico (milhões €) | 17.019 | 11,4% | ▲ |
| Consumo Turístico no PIBpm | 10,4% | 0,6 p.p. | ▲ |
| Δ Consumo Turístico na Δ PIBpm | 22,7% | 1,4 p.p. | ▲ |

Quanto a 2007, o Consumo Turístico traduziu-se em 17 mil milhões €, ou seja, um aumento de 11,4% (+1,7 mil milhões €) face a 2006, acima dos 4,9% registados

pela economia nacional.



Os resultados alcançados em 2007 consolidam o crescimento de 9,4%, de 2005 para 2006, reflectindo um aumento de 1,1 p.p.



**Ilustração 6 – Componentes do Consumo Turístico Interior 2007 P
Fonte: TP**

Quanto ao número de dormidas de estrangeiros na hotelaria, a evolução no período 2001-2005 não mostra uma tendência crescente, pois houve uma queda entre 2001 e 2002. No entanto, a partir de 2002 a tendência tem sido crescente, chegando a 2005 com 21,7 milhões de dormidas de estrangeiros. Embora se tenha registado um importante evento em 2004 – o campeonato europeu de futebol –, não houve reflexos significativos no número de dormidas na hotelaria, pois o aumento de dormidas incidiu noutro tipo de alojamentos.



Ilustração 7 – Dormidas de Estrangeiros e Nacionais (Fonte: INE)

A maior parte dos turistas que visitam Portugal são oriundos da Europa Ocidental, particularmente dos países da UE. Os EUA são a mais importante fonte de turistas fora da Europa. Esta situação pode constatar-se através da repartição das dormidas de estrangeiros em 2005, pelos principais países de origem: Reino Unido (30,7%), Alemanha (16,5%), Espanha (11,5%), Países Baixos (6,8%), França (4,7%), Irlanda (3,6%), Itália (3,1%) e EUA (2,6%).

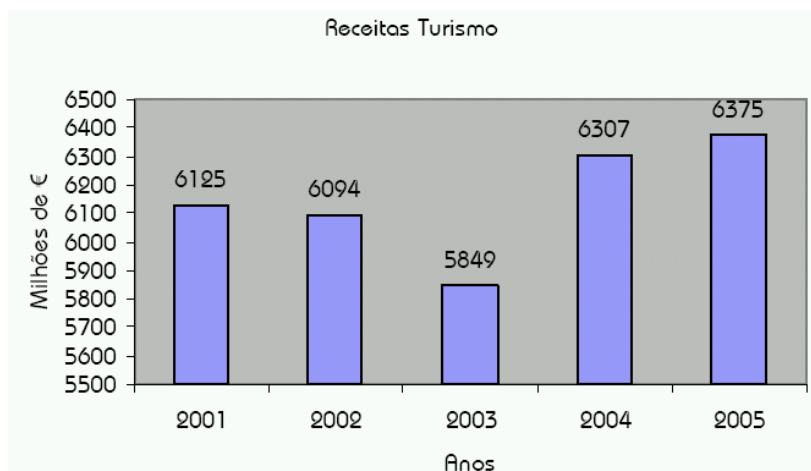


Ilustração 8 – Receitas do Turismo em 2005 (Fonte INE)

As receitas de turismo têm registado

acréscimos nos últimos anos, tendo chegado a 2005 com 6,4 mil milhões de

euros, um incremento de 1,1% em relação ao ano anterior. No período compreendido entre 2001 e 2005 apenas em 2002/2003 se registaram ligeiros declínios, relacionados com a situação global que se viveu no turismo nesses anos. Nesse quinquénio, a taxa média de crescimento anual foi de apenas 1,1%, mas no quinquénio 2000-2004 tinha sido de 5,0%.

Turismo internacional em Portugal está dependente de quatro mercados emissores (Reino Unido, Espanha, Alemanha e França) que representam 60% dos hóspedes estrangeiros e 67% das receitas. A Europa dos 15 representa 81% dos hóspedes estrangeiros e 82% das receitas.

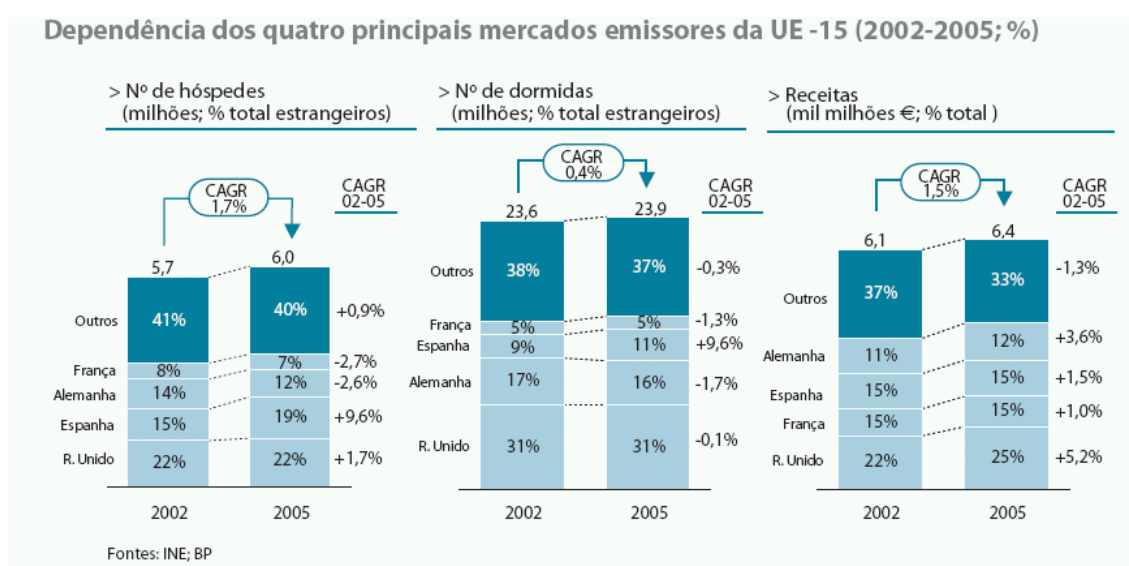


Ilustração 9 – Quatro Principais mercados emissores para Portugal - PENT

Detalhando estes números, constata-se que:

- **Principais mercados emissores:** Existe uma forte dependência de quatro mercados, o Reino Unido, Espanha, Alemanha e França aumentou face a 2002.
- **Número de Hóspedes:** o número de hóspedes estrangeiros obteve um incremento de 1 p.p., atingindo em 2005 os 60%.
- **Receitas:** os quatro principais mercados representam 67% das receitas, com destaque para o Reino Unido que, além de ser o mercado que mais contribui para este valor (25%), registou também o maior crescimento, 5,2% ao ano, entre 2002 e 2005.

As perspectivas de forte crescimento para o mercado mundial constituem uma oportunidade para Portugal, mas é necessário uma estratégia de actuação que permita responder à sofisticação da procura e a um número crescente de ofertas concorrenciais. O constatado crescimento económico dos BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) impele a movimentos migratórios de negócio e de lazer para os países da União Europeia, integrando Portugal nas suas rotas de viagem. Para que haja um turismo português diferenciador e de qualidade, urge desenvolver estratégias Regionais que possam atender às necessidades, experiencias e emoções destes novos turistas. As áreas mais prementes, a desenvolver, são as da formação core (Benchmarking turístico para entidades regionais, atendimento turístico, línguas: mandarim, russo, etc, organização experiencias e eventos, ...)

A nível Regional, o panorama das dormidas de estrangeiros, coloca a tónica em Lisboa, sendo é a região do país com a procura mais diversificada. O turista espanhol é o que representa maior número de dormidas de estrangeiros na cidade, seguido pelo alemão. Os quatro mercados mais importantes representam 50% de todas as dormidas de estrangeiros, o valor mais baixo das regiões portuguesas.

Quando observamos a nível das Dormidas de Nacionais o foco vai para o Alentejo, com 74%, seguido da Região Centro com 67%.

Na Região Centro verifica-se um conjunto de sintomas, como sejam:

- Dependência do mercado nacional
- Crescimento baseado nos turistas Nacionais
- Taxa de ocupação e RevPar (Revenue Per Available Room) estável, mas hotelaria sob pressão
- Grande peso de pensões na oferta de alojamento
- Existência de exígua quantidade de hotéis de 5 estrelas

Este enquadramento fornece à CCDDR Centro, margem de manobra para iniciativas potenciadoras da região, quer pelo lado da Procura (estimulando o Turismo Interior – Interno e externo) quer pelo lado da Oferta, abrindo espaço para implantação de Hotéis temáticos de elevada qualidade.

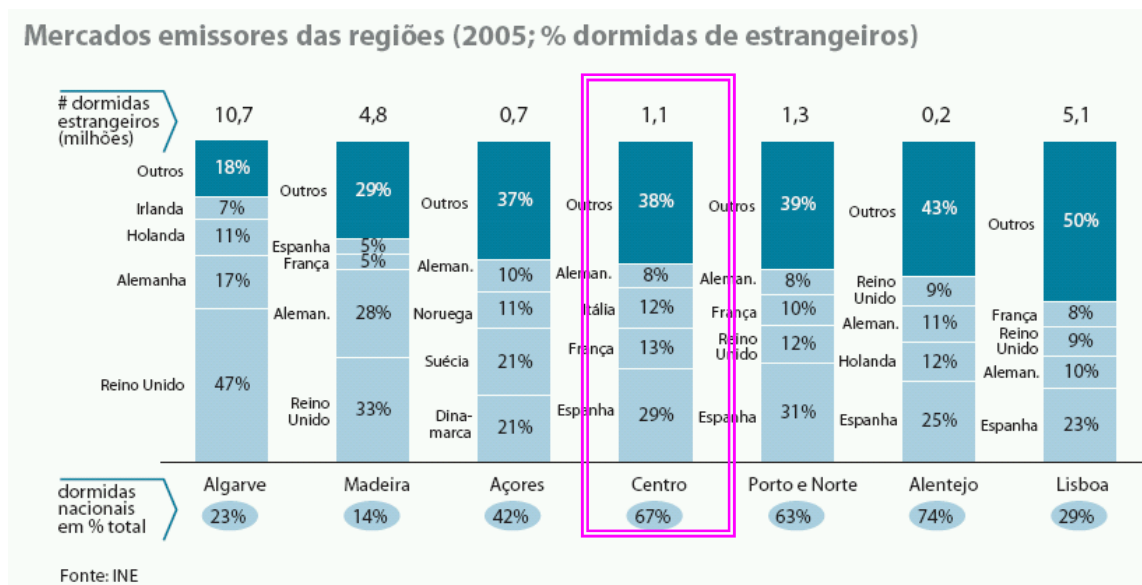


Ilustração 10 – Mercados emissores das regiões - PENT

Os países emissores de maior relevo para esta Região, são a Espanha com 29%, sustentando um forte mercado de proximidade e de tipologia variada de turistas e excursionistas, com motivações de visita diversas (produtos turísticos: *Short-Breaks*, Cultural, *Touring* paisagístico, Aventura, Sénior, Gastronómico e Vinhos), a França com 13% a Itália com 12% e a Alemanha com 8%.

A intervenção nestes produtos envolve o desenvolvimento de ofertas estruturadas, distintivas e inovadoras, alinhadas com a proposta de valor de Portugal e suportadas na capitalização da vocação natural de cada região, que nos permitam competir, com êxito, nos mercados alvo. Apostas num turismo de qualidade e diferenciado pela sua temática, como seja o relacionado com os Clusters “Judaísmo: Heranças” e “Judaísmo: Diáspora”, têm um grande efeito catalisador no desenvolvimento sustentável da Região.

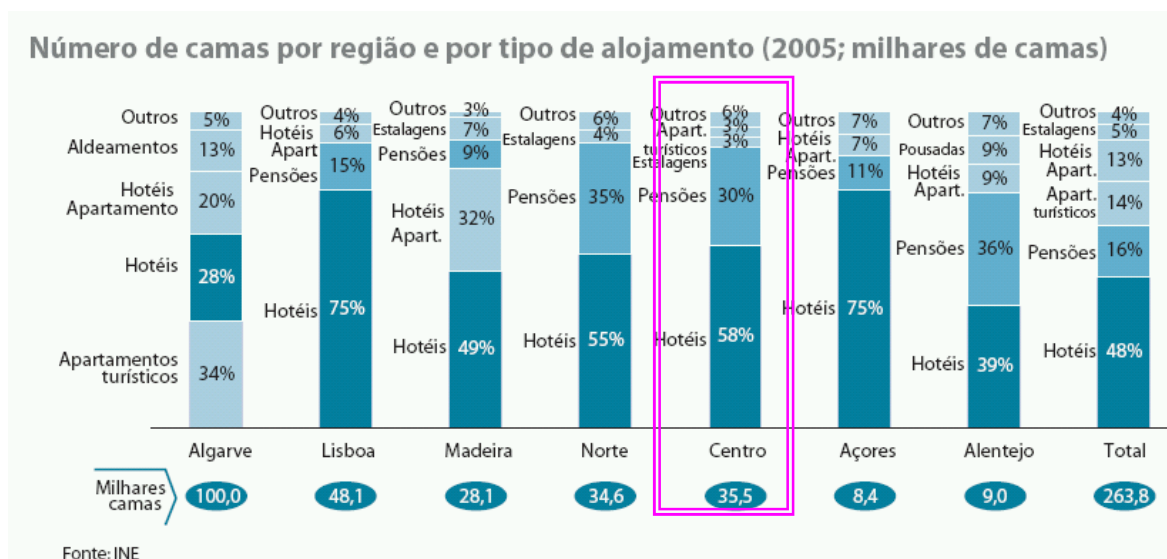


Ilustração 11 – Número camas por Região

O alojamento em Portugal necessita de ser requalificado. As pensões representam, a nível nacional, o segundo tipo de alojamento mais expressivo em número de camas. De destacar a região do Centro com 58% de Hotéis e 30% de Pensões.

De acordo com o PENT, os objectivos de crescimento para o Centro, até 2015, ambicionam para a região entre 2,2 e 2,3 milhões de dormidas de estrangeiros, crescendo a uma taxa média anual de 7,3%, e um aumento anual de 6,2% em número de turistas (hóspedes estrangeiros). Neste período, as receitas (proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros) deverão crescer a um ritmo anual de 10%.

O Turismo na região Centro deverá crescer em número de turistas e em valor. A estratégia prevê o *cross-selling* com a região de Lisboa e do Porto e Norte. A atracção de turistas estrangeiros será feita através dos produtos *Touring* e Turismo de Natureza. A aposta no Produto Judaísmo integra-se perfeitamente neste desiderato.

Tendo em conta os valores e os mercados apresentados, que são os reconhecidos pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo como os principais para o mercado português, acredita-se que continuará o crescimento de entrada destes em Portugal e que a marca “Herança do Judaísmo” tem elevado

potencial se desenvolvido, divulgado e comercializado nos referidos mercados que condizem com a localização de elevadas comunidades judaicas.

3.3.3. Identificação dos recursos da Região Centro

A Região Centro corresponde à parte central do território do Continente, numa posição estratégica nas ligações entre o norte e o sul e no acesso à Europa. Encontra-se entre os dois maiores centros urbanos de Portugal (Lisboa e Porto), sendo atravessada pela principal auto-estrada (A1). Esta região caracteriza-se pelas boas acessibilidades inter-regionais (rodoviárias, ferroviárias e marítimas) e pela ligação à Europa através da nova A25.

Esta região faz parte das 7 NUTS II definidas para o território nacional e tem uma área de 28 198 km² (30,6% do país). Compreende os Distritos de Coimbra, Castelo Branco e Leiria, e a maior parte dos distritos de Aveiro, Viseu e Guarda e cerca de um terço do Distrito de Santarém. A Região Centro é constituída por 100 Concelhos que representa cerca de 25% do total nacional. Limita a norte com a Região Norte, a leste com Espanha, a sul com Alentejo e a Região de Lisboa e a oeste com o Oceano Atlântico.

A Região Centro compreende 12 sub-regiões NUTS III, nomeadamente, o Baixo Vouga, Dão Lafões, Serra da Estrela, Beira Interior Norte, Baixo Mondego, Pinhal Interior Norte, Cova da Beira, Beira Interior sul, Pinhal Litoral, Médio Tejo, Pinhal Interior Sul e Oeste.

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

Sobressai a nível nacional pela sua grande diversidade de produtos turísticos que oferece. Possui um vasto património histórico, cultural, artístico e natural, o que de uma perspectiva económica, tem efeitos positivos no sector turístico. Em termos populacionais o número de residentes aumentou entre 1991 e 2001. Analisando os Censos relativos a estes anos, podemos verificar que população cresceu em 89.629 indivíduos (cerca de 4%). Isto significa que em 2001 representava cerca de 22,7% do total nacional.

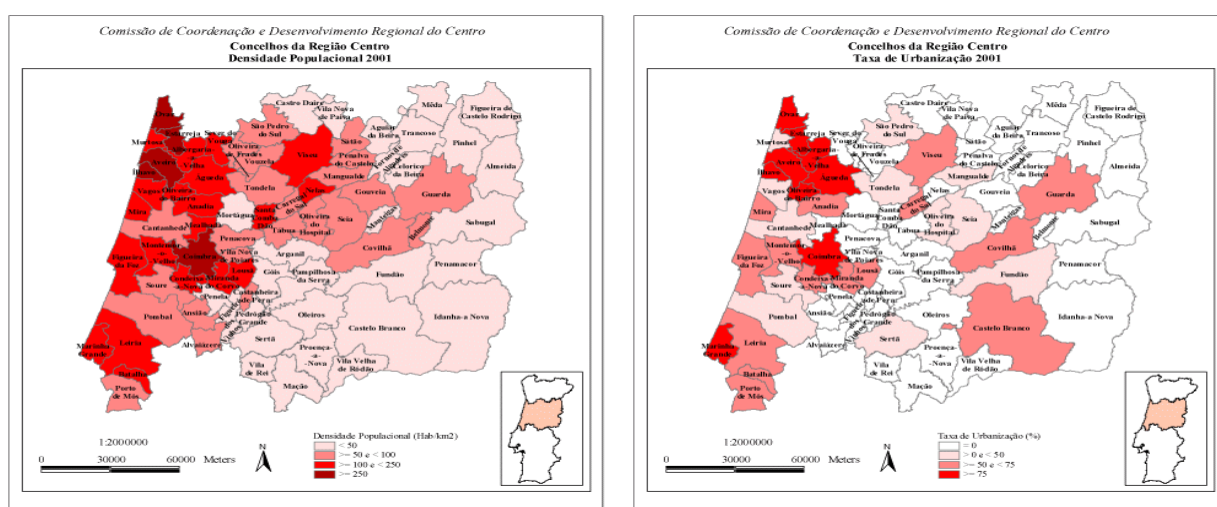


Ilustração 12 – Densidade populacional e taxa de Urbanização

A densidade populacional na Região Centro é de 84,3 hab/km² em 2004 enquanto a nível nacional é de 114,3 hab/km².

Detalhando por NUT III, podemos ver as “manchas” de densidade populacional e as taxas de urbanização. Nos Concelhos de Meda, Figueira de Castelo Rodrigo, Almeida, Trancoso, Celorico da Beira, Sabugal, Belmonte, Idanha-a-Nova, Fundão e Ansião os valores de população são muito baixos.

Este projecto pode ser um factor de fixação de população nos centros urbanos onde se localizam os Pólos de judaísmos.

A taxa de desemprego situava-se nos 5,8% (2001), estando abaixo da média nacional (6,8% em 2001). A taxa de actividade mostra de forma nítida

que as zonas da Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, E Cova da Beira como as maior índice de inactividade.

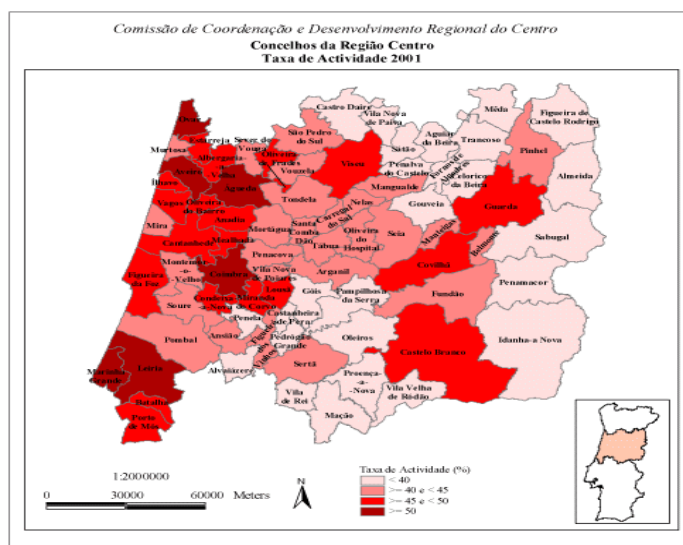


Ilustração 13 – Taxa de Actividade

A Região Centro caracteriza-se por baixos níveis de qualificação dos seus activos e uma taxa de analfabetismo elevada no total nacional (10,9% em 2001). No entanto esta situação tem vindo a alterar-se. Destaca-se, o importante contributo da região em termos de formação superior, com as Universidades de Coimbra, Aveiro e Beira Interior, vários Institutos Politécnicos, nomeadamente o de Viseu, Guarda, Coimbra, Leiria, Castelo Branco e Tomar, entre outras instituições de ensino privado, constituindo um recurso fundamental para o desenvolvimento da competitividade regional. É possuidora de alguma tradição industrial, em especial no litoral (zona de Aveiro e Marinha Grande), enquanto que o interior tem um cariz marcadamente tradicional, onde predomina actividades primárias como a agricultura.

Em termos de divisão de sociedades pelos vários sectores, em 2004, registava-se que 3,9% era afecto ao Sector Primário, 27,5% ao Sector Secundário e 68,6% no Sector Terciário.

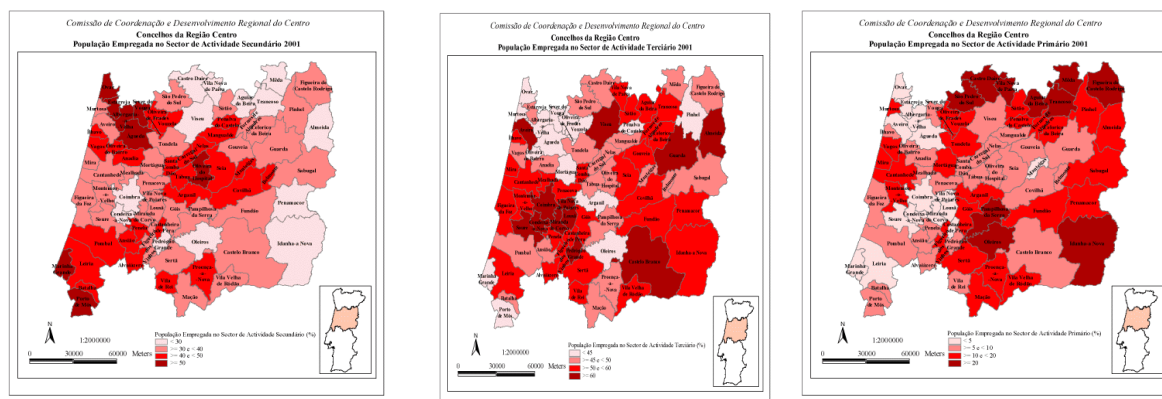
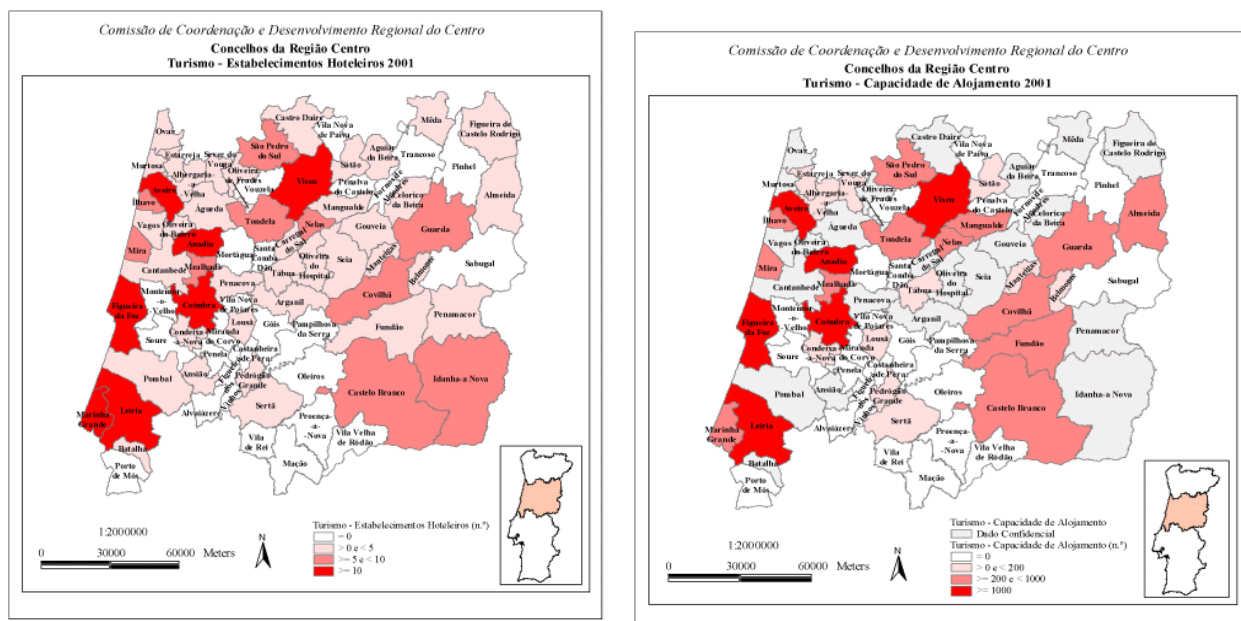


Ilustração 14 – Repartição da Pop. activa por sectores de actividade

A estrutura de emprego regista valores muito elevados no sector da agricultura, silvicultura e pesca, 27%, cabendo aos sectores da indústria, construção, energia e água a absorção de 35,8% do total do emprego da região, representando o sector dos serviços 41,7% desse total regional.

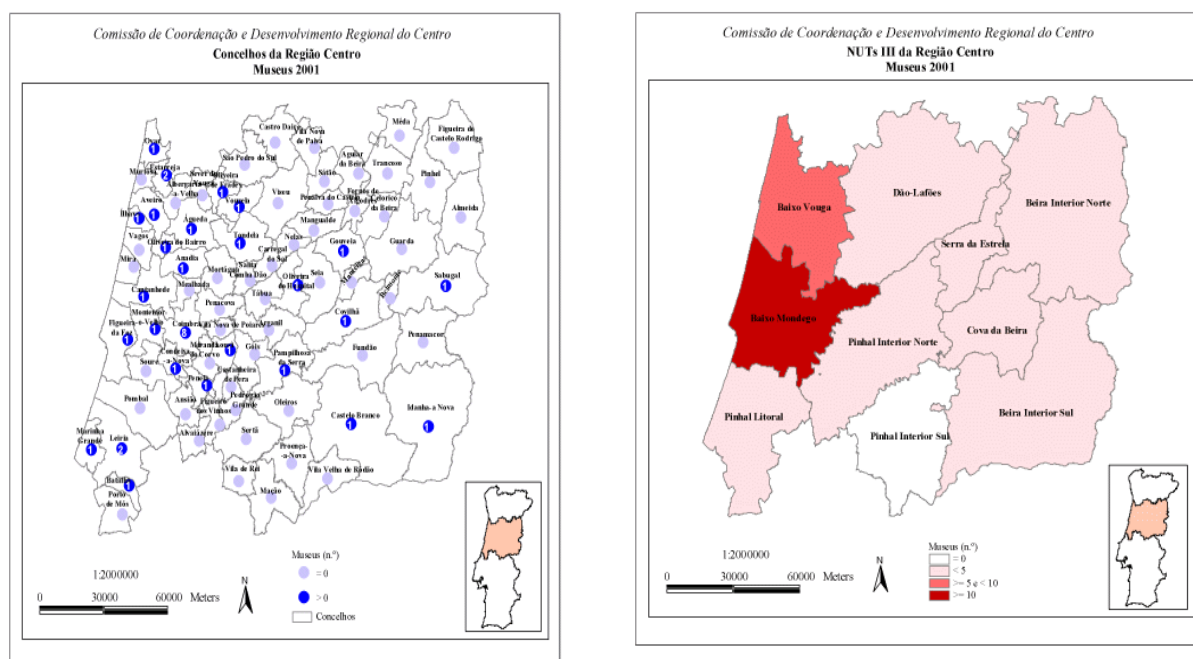
Em relação à oferta de infra-estruturas turísticas, relacionadas com número de estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento, temos nos Pólos da “Herança Judaica”, uma situação menos favorável, levando-nos a sugerir intervenção compatível com os objectivos traçados de recepção de visitantes. Serão ainda necessárias a construção, conversão e legalização de mais unidades, de referir a possibilidade das formas de alojamento local que existem, mas não estão ainda devidamente legalizadas nem registadas e que carecem de uma campanha de sensibilização pelas autarquias e entidades de Turismo regionais a fim de se legalizarem para este fim e que em muito poderá contribuir e ajudar no acolhimento dos futuros turistas.

Ilustração 15 – Nº Estabelecimentos Hoteleiros e capacidade de alojamento (2001)



Observando o número de equipamentos urbanos de apoio ao turismo, tais como Museus, Pavilhões Desportivos e Piscinas, os valores apontam para deficits quantitativos.

Ilustração 16 – Número de Museus Região Centro



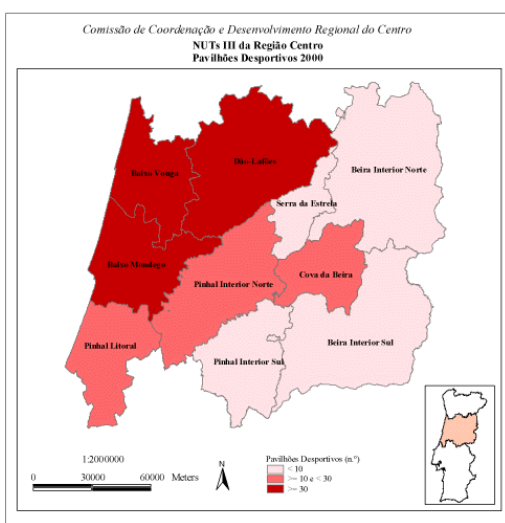
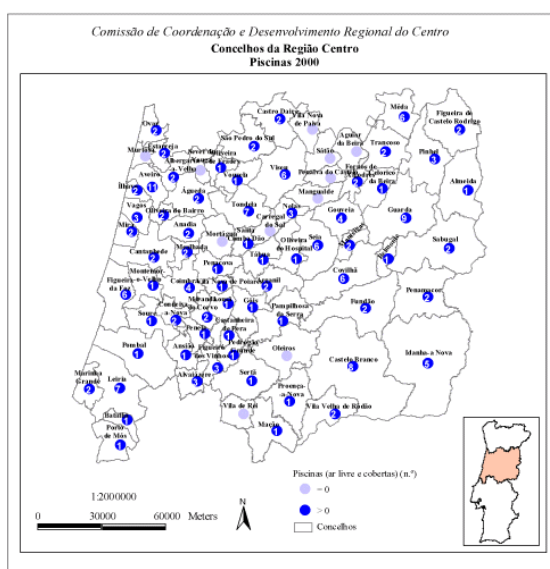


Ilustração 17 – Numero de Piscinas e Pavilhões Desportivos

3.4. Matriz de Oferta e Procura

Detalha-se em seguida apenas as NUTIII associadas às áreas de implantação dos pólos de Judaísmo, em conjunto com a da Serra da Estrela, de modo a obter uma visão do potencial de partida do projecto.

3.4.1. Beira Interior Norte

Concelhos: Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Guarda, Manteigas, Meda, Pinhel, Sabugal e Trancoso

Área: 4062,7 km²

População Residente (2001): 115 325 indivíduos

Variação População Residente 1991-2001: -2,7%

Densidade Populacional (2004): 27,8 hab/km²

Sector Primário: 5,3%

Sector Secundário: 21,8%

Sector Terciário: 72,8%

Taxa de desemprego (2001): 5,4 %

Turismo (Estabelecimentos Hoteleiros em 2004)

Capacidade de Alojamento: 1094 lugares

Dormidas: 79 835

Taxa de Ocupação: 19,5%

Estada Média por Hóspede: 1,2 noites

Principais Produtos Turísticos: Turismo de Natureza, Touring Cultural e Paisagístico, Saúde e Bem-Estar

Alguns Destaques:

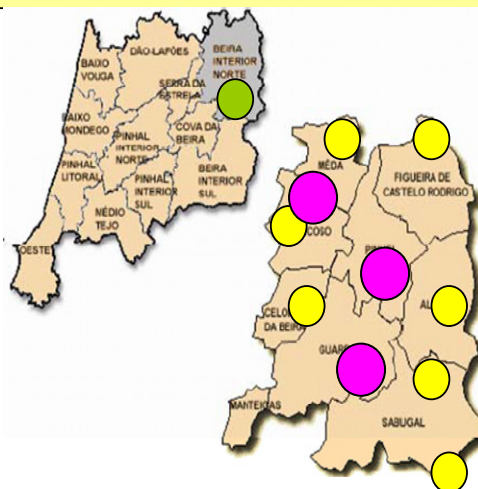
- ★ 7Aldeias Históricas
Marialva (Meda), Trancoso, Castelo Rodrigo, Castelo Mendo, Almeida, Linhares da Beira, Sortelha
- ★ Parque Natural da Serra da Estrela
- ★ Fortalezas e Castelos: Guarda; Celorico da Beira; Almeida;
- ★ Judiarias: Guarda, Trancoso, Almeida
- ★ Sítios Arqueológicos: Castelo Melhor, Vila Nova de Foz Côa
- ★ Festividades (Feiras anuais – S. Bartolomeu
- ★ Vinho de Região Demarcada – Dona Urraca

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

- ★ Rios: Côa, Mondego
- ★ Observação fauna (aves)
- ★ Serra da Estrela, Marofa.

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

MATRIZ NUT III Beira Interior Norte



| | |
|---------------------------------------|----------------------|
| ● | NUTT III – Aldeia H. |
| ● | Aldeia H. |
| ● | Judiaria |

| APRESENTAÇÃO | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------|------------------|
| Superfície km2 (2004) | 4062,7 km ² | Capacidade Alojamento | 1094 | Sector primário % (2004) | 5,3% |
| Variação População (1999-2001) | -2,7% | Dormidas (2004) | 79835 | Sector secundário (2004) | 21,8% |
| População residente HM (2001) | 115 325 | Taxa ocupação hoteleira (2004) | 19,5% | Sector terciário (2001) | 72,8% |
| Concelhos | 9 | Estada média / hospede (2004) | 1,2 noites | Destaque turístico | Aldeia Histórica |
| Densidade populacional km2 (2004)) | 27,8 hab/km ² | Taxa de desemprego % (2001) | 5,4% | | |

| ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | | |
|---------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---|---------------------|--------|---------------------------------|------------------------------------|---|---|---|
| EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | | |
| Recursos Primários | Património Natural | Espelhos de água, praias fluviais | | R | ■ | Equip. | Culturais | | R | ■ | |
| | | Serras, montanhas e vales | | N | ++ | | Desportivos | | R | ■ | |
| | | Paisagem | | I | ++ | | Recreativos e de lazer | | R | ■ | |
| | | Natureza, Manchas florestais | | R | ■ | | Festas e celebrações religiosas | | R | + | |
| | Património Cultural | Monumental | Estações arqueológicas | | I | ■ | Eventos | Festas e romarias, Feiras | | R | + |
| | | | Igrejas, capelas e ermidas | | R | ■ | | Desportivos | | R | ■ |
| | | | Aldeias típicas | | R | ■ | | Estabelecimentos hoteleiros | | N | ■ |
| | | | Edifícios de interesse relevante | | N | + | | TER | | N | + |
| | | | Centros históricos / aglomerados | | N | ++ | | Restauração e similares | | R | ■ |
| | | | Gastronomia e vinhos | | I | ++ | | Parques de campismo | | N | ■ |
| | | Etnog. e Artístico | Museus | | N | ■ | Equipamentos | Terminais de transporte rodoviário | | N | ■ |
| | | | Arte Sacra | | L | ■ | | Eixos vários de acesso | | N | ■ |
| | | | Artesanato | | N | ■ | | | | | |
| | | Actividades | Roteiros | | N | ■ | | | | | |
| | | | Desportivas | | R | ■ | | | | | |
| | | | Culturais | | R | ■ | | | | | |

■ Inexistente ■ Escasso ■ Moderado + Abundante ++ Muito abundante
L local R Regional I Nacional I Internacional

3.4.2. Cova da Beira

Concelhos: Belmonte, Covilhã e Fundão

Área: 1374,5 km²

População Residente (2001): 93 579 indivíduos

Variação População Residente 1991-2001: 0,5%

Densidade Populacional (2004): 67,3 hab/km²

Sector Primário: 3,9%

Sector Secundário: 26,6%

Sector Terciário: 69,4%

Taxa de desemprego (2001): 6,4%

Turismo (Estabelecimentos Hoteleiros em 2004)

Capacidade de Alojamento: 1349 lugares

Dormidas: 165 759

Taxa de Ocupação: 33,7%

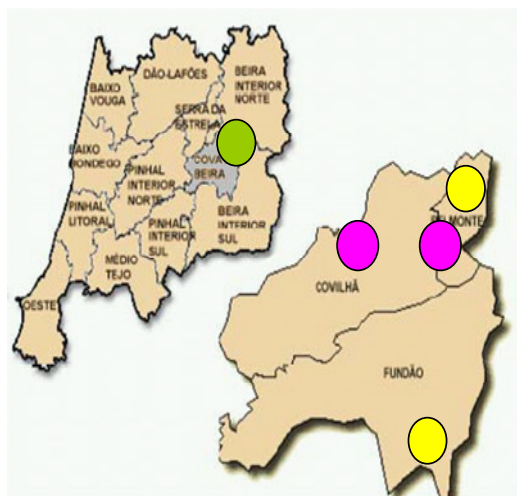
Estada Média por Hóspede: 1,5 noites

Principais Produtos Turísticos: Turismo de Natureza, Touring Cultural e Paisagístico

Alguns Destaques:

- ★ Aldeias Históricas: Belmonte e Castelo Novo
- ★ Parque Natural da Serra da Estrela
- ★ Judiarias: Belmonte e Covilhã
- ★ Sinagoga
- ★ Museu Judaico de Belmonte

MATRIZ NUT III Cova Beira



| | |
|--|-------------------------|
| ● | NUTT III – Aldeia H. |
| ● | Aldeia H. |
| ● | Judiaria |

| APRESENTAÇÃO | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------|--------------------------|-------------------------------|
| Superfície km2 (2004) | 1374,5 km ² | Capacidade Alojamento | 1349 | Sector primário % (2004) | 3,9% |
| Variação População (1999-2001) | 0,5% | Dormidas (2004) | 16575 9 | Sector secundário (2004) | 26,6% |
| População residente HM (2001) | 93579 | Taxa ocupação hoteleira (2004) | 33,7% | Sector terciário (2001) | 69,4% |
| Concelhos | 3 | Estada média / hospede (2004) | 1,5noi tes | Destaque turístico | 2 Aldeia Histórica |
| Densidade populacional km2 (2004)) | 67,3 hab/k m ² | Taxa de desemprego % (2001) | 6,4% | | Judiaria, Serra Estrela |

| ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | |
|---------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------------|----|---------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|---|
| EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | |
| Recursos Primários | Património Natural | Espejos de água, praias fluviais | R | ■ | Recursos Primários | Equip. | Culturais | R | ■ | |
| | | Serras, montanhas e vales | N | ++ | | | Desportivos | R | ■ | |
| | | Paisagem | I | ++ | | | Recreativos e de lazer | R | ■ | |
| | | Natureza, Manchas florestais | R | ■ | | | Festas e celebrações religiosas | R | + | |
| | Património Cultural | Monumental | Estações arqueológicas | I | ■ | Recursos Complementares | Eventos | Festas e romarias, Feiras | R | + |
| | | | Igrejas, capelas e ermidas | R | ■ | | | Desportivos | R | ■ |
| | | | Aldeias típicas | R | ■ | | | Estabelecimentos hoteleiros | N | ■ |
| | | | Edifícios de interesse relevante | N | + | | | TER | N | + |
| | | | Centros históricos / aglomerados | N | ++ | | | Restauração e similares | R | ■ |
| | | | Gastronomia e vinhos | I | ++ | | | Parques de campismo | N | ■ |
| | Etnog. e Artístico | Museus | N | ■ | Equipamentos | Terminais de transporte rodoviário | N | ■ | | |
| | | Arte Sacra | L | ■ | | Eixos vários de acesso | N | ■ | | |
| | | Artesanato | N | ■ | | | | | | |
| | Actividades | Roteiros | N | ■ | | | | | | |
| | | Desportivas | R | ■ | | | | | | |
| | | Culturais | R | ■ | | | | | | |

- Inexistente

L local

Rede do Património Judaico

Programa de Valorização dos Recursos Endógenos
Entidade Líder – Município de Belmonte

Abundante

++ Muito abundante

3.4.3. Beira Interior Sul

Concelhos: Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor e Vila Velha de Ródão

Área: 3748,4 km²

População Residente (2001): 78 123 indivíduos

Variação População Residente 1991-2001: -3,6%

Densidade Populacional (2004): 20,3 hab/km²

Sector Primário: 6,4%

Sector Secundário: 22,9%

Sector Terciário: 70,7%

Taxa de desemprego (2001): 6%

Turismo (Estabelecimentos Hoteleiros em 2004)

Capacidade de Alojamento: 1259 lugares

Dormidas: 139 316

Taxa de Ocupação: 31,9%

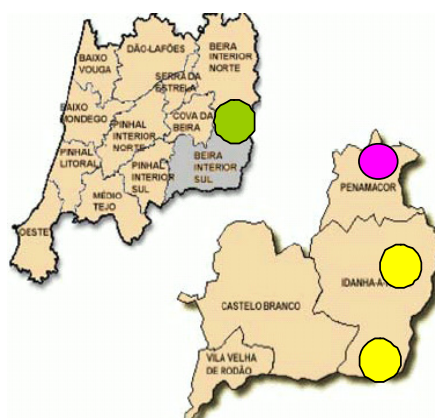
Estada Média por Hóspede: 2,1 noites

Principais Produtos Turísticos: Touring Cultural e Paisagístico

Alguns Destaques:

- ★ Aldeias Históricas
 - Monsanto
 - Idanha-a-Velha
- ★ Comunidade Judaica - Penamacor
- ★ Turismo Cinegético

MATRIZ NUT III Beira Interior Sul



| | |
|---|-------------------------|
| ● I | NUTT III – Aldeia H. |
| ● I | Aldeia H. |
| ● I | Judiaria |

| APRESENTAÇÃO | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| Superfície km2 (2004) | 3748,4 km ² | Capacidade Alojamento | 1259 | Sector primário % (2004) | 6,4% |
| Variação População (1999-2001) | -3,6% | Dormidas (2004) | 13931 6 | Sector secundário (2004) | 22,9% |
| População residente HM (2001) | 78123 | Taxa ocupação hoteleira (2004) | 31,9% | Sector terciário (2001) | 70,7% |
| Concelhos | 3 | Estada média / hospede (2004) | 2,1 noites | Destaque turístico | Aldeia Histórica |
| Densidade populacional km2 (2004)) | 20,3 hab/k m ² | Taxa de desemprego % (2001) | 5,4% | | Judiaria |
| | | | | | |

| | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | |
|--------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----|--------------------|---------------------------------|------------------------------------|---|---|
| | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | |
| Recursos Primários | Património Natural | Espelhos de água, praias fluviais | R | ■ | Recursos Primários | Equip. | Culturais | R | ■ |
| | | Serras, montanhas e vales | N | ++ | | | Desportivos | R | ■ |
| | | Paisagem | I | ++ | | | Recreativos e de lazer | R | ■ |
| | | Natureza, Manchas florestais | R | ■ | | Festas e celebrações religiosas | R | + | |
| | Património Cultural | Monumental | Estações arqueológicas | I | ■ | Eventos | Festas e romarias, Feiras | R | + |
| | | | Igrejas, capelas e ermidas | R | ■ | | Desportivos | R | ■ |
| | | | Aldeias típicas | R | ■ | | Estabelecimentos hoteleiros | N | ■ |
| | | | Edifícios de interesse relevante | N | + | TER | N | + | |
| | | | Centros históricos / aglomerados | N | ++ | Restauração e similares | R | ■ | |
| | | | Gastronomia e vinhos | I | ++ | Parques de campismo | N | ■ | |
| | | Etnog. e Artístico | Museus | N | ■ | Equipamentos | Terminais de transporte rodoviário | N | ■ |
| | | | Arte Sacra | L | ■ | | Eixos vários de acesso | N | ■ |
| | | | Artesanato | N | ■ | | | | |
| | Actividades | Roteiros | N | ■ | | | | | |
| | | Desportivas | R | ■ | | | | | |
| | | Culturais | R | ■ | | | | | |

- Inexistente
L local

○ Escasso
R Regional

■ Moderado
N nacional

+ Abundante
I Internacional

++ Muito abundante

3.4.4. Serra da Estrela

Concelhos: Fornos de Algodres, Gouveia e Seia

Área: 867,7 km²

População Residente (2001): 49 895 indivíduos

Variação População Residente 1991-2001: -7,7%

Densidade Populacional (2004): 56,2 hab/km²

Sector Primário: 3,3%

Sector Secundário: 32,7%

Sector Terciário: 64%

Taxa de desemprego (2001): 7,9 %

Turismo (Estabelecimentos Hoteleiros em 2004)

Capacidade de Alojamento: 469 lugares

Dormidas: 49 104

Taxa de Ocupação: 28,6%

Estada Média por Hóspede: 1,8 noites

Principais Produtos Turísticos: Turismo de Natureza, Touring Cultural e Paisagístico, Gastronomia e Vinhos

Alguns Destaques:

- ★ Queijo da Serra da Estrela
- ★ Parque Natural da Serra da Estrela
- ★ Judiaria: Gouveia
- ★ Turismo Aventura e Natureza,
- ★ Desportos de Inverno
- ★ Gastronomia e Vinhos
- ★ Geocaching

MATRIZ NUT III Serra da Estrela



| APRESENTAÇÃO | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--|
| Superfície km2 (2004) | 867,7 km ² | Capacidade Alojamento | 469 | Sector primário % (2004) | 3,3% |
| Variação População (1999-2001) | -7,7% | Dormidas (2004) | 49104 | Sector secundário (2004) | 32,7% |
| População residente HM (2001) | 49895 | Taxa ocupação hoteleira (2004) | 28,6% | Sector terciário (2001) | 64% |
| Concelhos | 3 | Estada média / hospede (2004) | 1,8 noites | Destaque turístico | Turismo Natureza, Gastronomia e vinhos |
| Densidade populacional km2 (2004)) | 67,3 hab/km ² | Taxa de desemprego % (2001) | 7,9% | | Judiaria, Serra Estrela |

| ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | | |
|---------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------------|----|---------------------|------------------------------------|---------------------------------|--------------|-----------------------------|---|---|
| EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | | |
| Recursos Primários | Património Natural | Espejos de água, praias fluviais | R | ■ | Recursos Primários | Equip. | Culturais | R | ■ | | |
| | | Serras, montanhas e vales | N | ++ | | | Desportivos | R | ■ | | |
| | | Paisagem | I | ++ | | | Recreativos e de lazer | R | ■ | | |
| | | Natureza, Manchas florestais | R | ■ | | | Festas e celebrações religiosas | R | + | | |
| | Património Cultural | Monumental | Estações arqueológicas | I | | ■ | Recursos Complementares | Equipamentos | Festas e romarias, Feiras | R | + |
| | | | Igrejas, capelas e ermidas | R | | ■ | | | Desportivos | R | ■ |
| | | | Aldeias típicas | R | | ■ | | | Estabelecimentos hoteleiros | N | ■ |
| | | | Edifícios de interesse relevante | N | | + | | | TER | N | + |
| | | | Centros históricos / aglomerados | N | ++ | Restauração e similares | | | R | ■ | |
| | | | Gastronomia e vinhos | I | ++ | Parques de campismo | | | N | ■ | |
| | | Etnog. e Artístico | Museus | N | ■ | Terminais de transporte rodoviário | | | N | ■ | |
| | | | Arte Sacra | L | ■ | Eixos vários de acesso | | | N | ■ | |
| | Artesanato | | N | ■ | | | | | | | |
| | Actividades | Roteiros | N | ■ | | | | | | | |
| | | Desportivas | R | ■ | | | | | | | |
| | | Culturais | R | ■ | | | | | | | |

3.4.5. Pinhal Interior Norte

Concelhos: Alvaiázere, Ansião, Arganil, Castanheira de Pêra, Figueiró dos Vinhos, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Pedrógão Grande, Penela, Tábua e Vila Nova de Poiares

Área: 2616,6 km²

População Residente (2001): 138 535 indivíduos

Variação População Residente 1991-2001: -0,6%

Densidade Populacional (2004): 52,7 hab/km²

Sector Primário: 4,1%

Sector Secundário: 32,7%

Sector Terciário: 63,2%

Taxa de desemprego (2001): 5,6%

Turismo (Estabelecimentos Hoteleiros em 2004)

Capacidade de Alojamento: 592 lugares

Dormidas: 51 458

Taxa de Ocupação: 24,5%

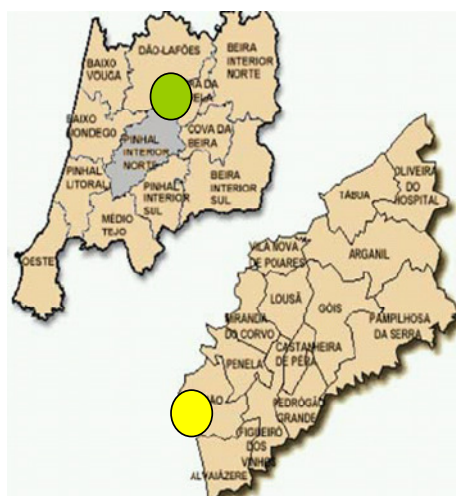
Estada Média por Hóspede: 1,6 noites

Principais Produtos Turísticos: Turismo de Natureza

Alguns Destaques:

- ★ Aldeia Histórica: Aldeia do Piódão
- ★ Serra da Lousã, Açor,

MATRIZ NUT III Pinhal Interior Norte



| | |
|---|-------------------------|
| I | NUTT III – Aldeia H. |
| I | Aldeia H. |
| I | Judiaria |

| APRESENTAÇÃO | | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------|--------------------------|---|
| Superfície km2 (2004) | 2616,6 km ² | Capacidade Alojamento | 592 | Sector primário % (2004) | 4,1% |
| Varição População (1999-2001) | -0,6% | Dormidas (2004) | 51458 | Sector secundário (2004) | 32,7% |
| População residente HM (2001) | 138535 | Taxa ocupação hoteleira (2004) | 24,5% | Sector terciário (2001) | 63,2% |
| Concelhos | 14 | Estada média / hospede (2004) | 1,6 noites | Destaque turístico | Turismo Natureza, Gastronomia e vinhos |
| Densidade populacional km2 (2004)) | 52,7 hab/km ² | Taxa de desemprego % (2001) | 5,6% | | Aldeia Histórica Serra Lousã |

| | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | | | ÂMBITO GEOGRÁFICO | | | |
|--------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----|--------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------------------|---|---|
| | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | | | EXISTÊNCIA RECURSOS | | | |
| Recursos Primários | Património Natural | Espelhos de água, praias fluviais | R | ■ | Recursos Primários | Equip. | Culturais | R | ■ | |
| | | Serras, montanhas e vales | N | ++ | | | Desportivos | R | ■ | |
| | | Paisagem | I | ++ | | | Recreativos e de lazer | R | ■ | |
| | | Natureza, Manchas florestais | R | ■ | | Festas e celebrações religiosas | R | + | | |
| | Património Cultural | Monumental | Estações arqueológicas | I | ■ | Recursos Complementares | Equipamentos | Festas e romarias, Feiras | R | + |
| | | | Igrejas, capelas e ermidas | R | ■ | | | Desportivos | R | ■ |
| | | | Aldeias típicas | R | ■ | | | Estabelecimentos hoteleiros | N | ■ |
| | | | Edifícios de interesse relevante | N | + | | | TER | N | + |
| | | | Centros históricos / aglomerados | N | ++ | | | Restauração e similares | R | ■ |
| | | | Gastronomia e vinhos | I | ++ | | | Parques de campismo | N | ■ |
| | | Etnog. e Artístico | Museus | N | ■ | Terminais de transporte rodoviário | | N | ■ | |
| | | | Arte Sacra | L | ■ | Eixos vários de acesso | | N | ■ | |
| | | | Artesanato | N | ■ | | | | | |
| | | Actividades | Roteiros | N | ■ | | | | | |
| | Desportivas | | R | ■ | | | | | | |
| | Culturais | | R | ■ | | | | | | |

3.5. Matriz dos Produtos Turísticos

| Produtos turísticos prioritários | Atributos diferenciadores | Algumas orientações para o desenvolvimento do produto |
|---|---|---|
| Turismo de Negócios | <ul style="list-style-type: none"> Centro Económico e empresarial Pólo de Congressos Convenções e Seminários Cultura e conhecimento | <ul style="list-style-type: none"> Conservação, limpeza e iluminação pública Criação de zonas pedestres e espaços verdes Fluidez de trânsito Boa capacidade hoteleira e de qualidade superior Promoções focalizada no segmento turismo de negócios Existência de equipamentos de apoio a congressos, convenções e seminários Disponibilidade de ligações aéreas Qualidade e facilidade nas vias de acesso terrestre |
| Turismo Urbano City Break | <ul style="list-style-type: none"> Espaços de arquitectura contemporânea Cidade histórica e judaicas Museu e monumentos (sinagogas) Animação e eventos (seminários cultura hebraica) Shopping | <ul style="list-style-type: none"> Organização de eventos de impacto internacional Intensificação e variedade de animação cultural Informação turística Ações de valorização e conservação dos elementos histórico-patrimoniais Horários adequados do funcionamento de monumentos, museus e outros pontos de interesse de visita |
| Turismo de Natureza e de Aventura activo | <ul style="list-style-type: none"> Parque Natural Serra Estrela Parque Nacional de Montesinho Parque Natural do Douro Internacional Parque Natural do Alvão Serra do Açôr Rio Mondego, Côa, | <ul style="list-style-type: none"> Preservação ambiental dos recursos naturais da Região, enquanto elemento de suporte à actividade turística Dinamização do Turismo Activo e de Natureza, dotando os parques naturais de infra-estruturas e equipamentos de apoio à prática deste tipo de turismo. Desenvolvimento do turismo náutico na costa atlântica Desenvolvimento de pacotes organizados de turismo de natureza e de aventura. |
| Turismo Histórico Cultural Centro com história e tradições | <ul style="list-style-type: none"> Diversidade de cidades e vilas históricas Gastronomia típica / produtos locais Festas e romarias e diversidade de artesanato Eixo do Património Judaico Centro histórico do Parque Arqueológico do Côa, Aldeias Históricas, Judiarias | <ul style="list-style-type: none"> Recuperação e valorização dos elementos / aglomerados histórico-patrimoniais com interesse turístico, desenvolvendo os conceitos de cidades, vilas e aldeias turísticas. Apoio à excelência e certificação da produção agrícola e artesanal e desenvolvimento de uma rede imaginativa e atractiva de pólos de mostra e venda. Estruturação e dinamização de rotas e itinerários turísticos associados à história, monumentalidade e cultura da região Desenvolvimento de pacotes turísticos organizados Dinamização e promoção do Património Mundial da região (ex: Rota do Património Mundial da Região Beiras, pacotes organizados, etc) Infra-estruturação e dinamização do Parque Arqueológico do Côa |
| Turismo Rural Ruralidade e Paisagem | <ul style="list-style-type: none"> Planaltos montanhosos de Beira Interior Norte, Cova da Beira, Beira Interior Sul, Serra da Estrela Aldeias Rurais e Solares | <ul style="list-style-type: none"> Preservação ambiental dos recursos naturais da Região, enquanto elemento de suporte à actividade turística Complementaridade das actividades de animação turística com estruturas de alojamento (TER) procurando uma maior integração e estruturação de oferta turística. Apoio à caça turística de forma sustentada e organizada. Desenvolvimento de mecanismos que permitam uma maior facilidade na marcação de visitas a atracções da região (passeios fluviais, comboios históricos, visitas a património) – Organização da oferta e Centrais de Reservas de TER. Sinalização turístico-fluvial nos rios e colocação de painéis de informação turística, nomeadamente, nos locais com cais de acostagem dos barcos. Animação turístico-fluvial |
| Enoturismo, Turismo Gastronómico Regiões Beiras | <ul style="list-style-type: none"> Regiões demarcadas Vindimas e tradições associadas Notoriedade internacional vinhos regionais e gastronomia Kosher Produtos Kosher(Vinho, Azeite, | <ul style="list-style-type: none"> Dinamização das rotas e dos itinerários turísticos associados ao vinho e à vinha de castas regionais (programas e visitas organizadas) Potenciação gastronomia das Beiras e Kosher. Desenvolvimento de mecanismos que permitam uma maior facilidade na marcação de visitas a atracções da região (passeios fluviais, comboios turísticos, visitas a quintas e vinhas) – organização da oferta. |
| Turismo de Saúde Termal | <ul style="list-style-type: none"> Região com estâncias termais Emergência de SPAs | <ul style="list-style-type: none"> Requalificação e dinamização das estâncias termais e incentivo à emergência de outros tipos de unidades de apoio ao desenvolvimento do Turismo de saúde (SPAs, Centros de Fitness e Health Centers) Promoção integrada da oferta termal regional e do turismo de saúde (SPAs) |

3.6. Caracterização e Levantamento do potencial turístico Judaico

A Região Centro possui uma enorme diversidade em termos de oferta de produtos turísticos, nomeadamente os apontados como estratégicos pelo Plano Estratégico Nacional para o Turismo, de modo à criação de medidas para aumentar, qualificar e diversificar a procura de turismo em Portugal.

Neste contexto pretende-se captar fluxos turísticos associados aos interesses culturais do Judaísmo e à identificação das Judiarias integradas nos espaços geográficos das Beiras.

De notar que os judeus apareceram no território português ainda antes do período da romanização, logo após a destruição do Primeiro Templo de Jerusalém pelos babilónios, ocorrida no ano 586 AEC. No Al-andaluz (Península Ibérica) foi mantido um hábito, proveniente já das comunidades muçulmanas, que consistia em separar dentro da mesma localidade, os habitantes pelo seu credo religioso, apesar da relativa tolerância religiosa existente.

Esses locais ou zonas onde viviam os judeus, foram designados por Judiarias. As primeiras judiarias em Portugal, foram a do Porto e a de Santarém (Álcáçova). Foi durante o reinado de D. Pedro I, que foram editados os primeiros diplomas legislativos, que obrigavam compulsivamente a separação entre judeus e cristãos, ou seja, a obrigatoriedade da existência de judiarias. O termo deixou de existir oficialmente após as conversões forçadas de 1497.

Na região das Beiras encontramos as seguintes Judiarias:

- ★ Belmonte
- ★ Covilhã
- ★ Guarda
- ★ Gouveia
- ★ Linhares da Beira
- ★ Celorico da beira
- ★ Trancoso
- ★ Pinhel
- ★ Penamacor

3.6.1. Comunidades Judaicas no Mundo

Outro aspecto essencial a ter em conta para a análise de viabilidade deste projecto é a da dimensão e localização da comunidade Judaica a nível mundial. Esta envolve perto de 15 milhões de cidadãos (2005), conforme se observa na tabela seguinte.

| Judeus por País | | | | |
|------------------------|---------------------------|------------------------------|---------------------|--|
| Região | País | População (2005E) | % Judeus | Estimativa Nº de Judeus |
| North Africa | Algeria | 32,531,853 | 0.0003% | 100 |
| South America | Argentina | 39,537,943 | 0.52% | 195,000 |
| Middle East | Armenia | 2,982,904 | 0.025% | 750 |
| Oceania | Australia | 20,090,437 | 0.6% | 120,406 |
| Central Europe | Austria | 8,184,691 | 0.1% | 8,184 |
| Middle East | Azerbaijan | 7,911,974 | 0.1% | 7,911 |
| Middle East | Bahrain | 750,000 | 0.05% | 40 |
| South Asia | Bangladesh | 147,000,000 | 0.00011% | 175 |
| Eastern Europe | Belarus | 10,045,237 | 0.27% | 27,810 |
| Western Europe | Belgium | 10,364,388 | 0.5% | 51,821 |
| South America | Bolivia | 8,857,870 | 0.006% | 500 |
| Balkans | Bosnia and Herzegovina | 4,025,476 | 0.025% | 1,006 |
| Southern Africa | Botswana | 1,640,115 | 0.006% | 100 |
| South America | Brazil | 186,112,794 | 0.04% | 295,125 |
| Balkans | Bulgaria | 7,450,349 | 0.031% | 2,300 |

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| | | | | |
|-----------------|-----------------------|---------------|----------|---------|
| North America | Canada | 32,805,041 | 1.2% | 393,660 |
| South America | Chile | 15,980,912 | 0.131% | 25,375 |
| East Asia | China | 1,306,313,812 | 0.00008% | 1,000 |
| South America | Colombia | 42,954,279 | 0.008% | 3,436 |
| Central Africa | Congo (Kinshasa) | 60,085,004 | 0.0002% | 120 |
| Central America | Costa Rica | 4,016,173 | 0.06% | 2,409 |
| Balkans | Croatia | 4,495,904 | 0.4% | 3000 |
| North America | Cuba | 11,346,670 | 0.013% | 1,500 |
| Central Europe | Czech Republic | 10,241,138 | 0.03% | 3,072 |
| Western Europe | Denmark | 5,432,335 | 0.13% | 7,062 |
| Caribbean | Dominican Republic | 8,950,034 | 0.001% | 100 |
| South America | Ecuador | 13,363,593 | 0.005% | 668 |
| North Africa | Egypt | 77,505,756 | 0.0001% | 100 |
| Central America | El Salvador | 6,704,932 | 0.001% | 100 |
| Eastern Europe | Estonia | 1,332,893 | 0.136% | 1,818 |
| East Africa | Ethiopia | 73,053,286 | 0.027% | 20,000 |
| Western Europe | Finland | 5,223,442 | 0.021% | 1,110 |
| Western Europe | France | 60,656,178 | 1% | 606,561 |
| Middle East | Georgia | 4,677,401 | 0.17% | 7,951 |
| Western Europe | Germany | 82,431,390 | 0.13% | 107,160 |
| West Africa | Ghana | 18,412,247 | 0.0043% | 800 |
| Balkans | Greece | 10,668,354 | 0.05% | 5,334 |
| Central America | Guatemala | 14,655,189 | 0.008% | 1,172 |

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| | | | | |
|-----------------|-------------|---------------|---------|-----------|
| Central Europe | Hungary | 10,006,835 | 0.6% | 60,041 |
| Western Europe | Iceland | 300,000 | 0.003% | 10 |
| South Asia | India | 1,080,264,388 | 0.0005% | 15,401 |
| Middle East | Iran | 68,017,860 | 0.03% | 20,405 |
| Middle East | Iraq | 26,074,906 | 0.0004% | 100 |
| Western Europe | Ireland | 4,015,676 | 0.044% | 1,930 |
| Middle East | Israel | 6,276,883 | 80% | 5,021,506 |
| Western Europe | Italy | 58,103,033 | 0.052% | 30,213 |
| Caribbean | Jamaica | 2,731,832 | 0.011% | 300 |
| East Asia | Japan | 127,417,244 | 0.0008% | 1,002 |
| Central Asia | Kazakhstan | 15,185,844 | 0.027% | 4,100 |
| East Africa | Kenya | 33,829,590 | 0.001% | 400 |
| East Asia | South Korea | 48,422,644 | 0.0002% | 100 |
| Central Asia | Kyrgyzstan | 5,146,281 | 0.018% | 926 |
| Eastern Europe | Latvia | 2,290,765 | 0.42% | 9,525 |
| Middle East | Lebanon | 3,826,018 | 0.003% | 100 |
| Northern Africa | Libya | 3,826,018 | 0% | 0 |
| Eastern Europe | Lithuania | 3,596,617 | 0.1% | 3,596 |
| Western Europe | Luxembourg | 468,571 | 0.14% | 655 |
| Balkans | Macedonia | 2,045,262 | 0.0098% | 200 |
| North America | Mexico | 106,202,903 | 0.005% | 53,101 |
| Eastern Europe | Moldova | 4,455,421 | 0.7% | 31,187 |
| Balkans | Montenegro | 630,548 | n.a. | n.a. |
| North Africa | Morocco | 32,725,847 | 0.016% | 5,236 |

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| | | | | |
|-----------------|-----------------|-------------|-----------|---------|
| Southern Africa | Namibia | 2,030,692 | 0.006% | 115 |
| Western Europe | the Netherlands | 16,507,491 | 0.2% | 37,000 |
| Central America | Nicaragua | 5,675,356 | n.a. | 50 |
| Oceania | New Zealand | 4,035,461 | 0.135% | 5,447 |
| West Africa | Nigeria | 128,771,988 | 0.008% | 10,000 |
| Western Europe | Norway | 4,593,041 | 0.027% | 1,240 |
| South Asia | Pakistan | 165,803,560 | 0.000001% | 200 |
| Central America | Panama | 3,039,150 | 0.33% | 10,029 |
| South America | Paraguay | 6,347,884 | 0.016% | 1,015 |
| South America | Peru | 27,925,628 | 0.01% | 2,800 |
| Southeast Asia | The Philippines | 87,857,473 | 0.0001% | 100 |
| Central Europe | Poland | 38,635,144 | 0.065% | 24,999 |
| Western Europe | Portugal | 10,566,212 | 0.007% | 739 |
| Caribbean | Puerto Rico | 3,916,632 | 0.038% | 1,488 |
| Balkans | Romania | 22,329,977 | 0.027% | 6,029 |
| Eastern Europe | Russia | 143,420,309 | 0.16% | 229,938 |
| Balkans | Serbia | 9,778,991 | 0.022% | 2,200 |
| Southeast Asia | Singapore | 4,425,720 | 0.007% | 300 |
| Central Europe | Slovakia | 5,431,363 | 0.056% | 3,041 |
| Central Europe | Slovenia | 2,011,070 | 0.005% | 100 |
| Southern Africa | South Africa | 44,344,136 | 0.2% | 88,688 |
| Western Europe | Spain | 40,341,462 | 0.12% | 48,409 |
| South America | Suriname | 438,144 | 0.046% | 200 |

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| | | | | |
|-----------------|---------------------|----------------------|---------------|-------------------|
| Western Europe | Sweden | 9,001,774 | 0.2% | 18,003 |
| Western Europe | Switzerland | 7,489,370 | 0.2% | 14,978 |
| Middle East | Syria | 18,448,752 | 0.0005% | 100 |
| Central Asia | Tajikistan | 7,163,506 | 0.001% | 100 |
| Southeast Asia | Thailand | 65,444,371 | 0.0003% | 199 |
| Central America | Trinidad and Tobago | 1,088,644 | 0.1% | 1,088 |
| North Africa | Tunisia | 10,074,951 | 0.018% | 1,813 |
| Balkans | Turkey | 69,660,559 | 0.025% | 17,415 |
| Central Asia | Turkmenistan | 4,952,081 | 0.01% | 495 |
| East Africa | Uganda | 28,816,000 | 0.003% | 900 |
| Eastern Europe | Ukraine | 47,425,336 | 0.22% | 103,591 |
| Western Europe | the United Kingdom | 60,441,457 | 0.5% | 302,207 |
| North America | the United States | 300,400,001 | 2.1% | 6,400,000 |
| South America | Uruguay | 3,415,920 | 0.9% | 30,743 |
| Central Asia | Uzbekistan | 26,851,195 | 0.065% | 17,453 |
| South America | Venezuela | 25,375,281 | 0.1% | 20,900 |
| Middle East | Yemen | 20,727,063 | 0.01% | 2,000 |
| Southern Africa | Zimbabwe | 12,746,990 | 0.006% | 764 |
| Total | | 6,430,856,221 | 0.227% | 14,596,217 |

Fonte: Haaretz - Israel News

Os países com maior expressão em número de cidadãos judeus (> 100.000) são os indicados na tabela, revelando um forte potencial de contacto para

acções diversas, permitindo uma maior dinamização das campanhas de promoção e captação de turistas.

| País | Estimativa Nº de Judeus |
|----------------|--------------------------------|
| United States | 6400000 |
| Israel | 5021506 |
| França | 606561 |
| Canada | 393660 |
| United Kingdom | 302207 |
| Brasil | 295125 |
| Rússia | 229938 |
| Argentina | 195000 |
| Austrália | 120406 |
| Alemanha | 107160 |
| Ucrânia | 103591 |

De acordo com estimativas em 2007 do Jewish People Policy Planning Institute, a população de Judeus é de perto de 15 milhões, englobando a comunidade judaica, os afiliados a sinagogas e os 4,5 milhões de não afiliados. Em 2007, 41% dos Judeus no mundo estavam a viver em Israel.

Ilustração 18 – Países com nº de cidadãos judeus > 100.000

As cidades com maior representatividade da comunidade Judaica são:

| País | Cidades |
|--------------------|---|
| Israel | Tel Aviv (1ª) , Haifa (3ª) e Jerusalem (5ª) |
| EUA | New York (2ª), Los Angels (4ª), Southeast Florida (6ª), Philadelphia (8ª), Chicago (9ª), Boston (10ª), San Francisco (11ª), Washington, Baltimore e Detroit |
| França | Paris (7ª), Marselha, Strasbourg, Lyon e Toulouse. |
| Reino Unido | Londres (12ª), South Hertfordshire, south-west Essex, Manchester, Leeds, Gateshead, Glasgow, Liverpool Glasgow, Edinburgh, Aberdeen, Dundee, Argyll e as Highlands |
| Argentina | Buenos Aires (13ª) |
| Canadá | Toronto (14ª), e Montreal |
| Brasil | São Paulo |
| Rússia | Moscovo |

A abordagem destas comunidades é crucial à internacionalização da marca “Heranças judaicas em Portugal”, podendo ser efectuada pela via de presença em feiras de turismo, em geminação com comunidades locais, seminários de cultura judaica, eventos gastronómicos Kosher “em português”, participação em festejos judaicos locais; etc.

4. A ESTRATÉGIA PROPOSTA

4.1. Definição da Estratégia

4.1.1. Visão do Projecto para o Território

Tornar o Território do Projecto (TP) numa região capaz de suster, num prazo curto, o depauperamento humano, económico e social e, num prazo mais alargado, numa região capaz de atrair, fixando-as, pessoas desenvolvedoras de actividades económicas.

4.1.2. Missão do Projecto para o Território

Fazer surgir e/ou ressurgir um conjunto de actividades capazes de, sustentadamente, dinamizar a economia e atrair visitantes interessados em conhecer/estudar/desfrutar das Especificidades e dos Recursos referidos, partindo das Especificidades do Território (ET) e dos seus Recursos Endógenos (RE).

4.1.3. Valores do Projecto para o Território

O Projecto definirá um conjunto de políticas e um conjunto de acções visando, ambas, uma inquestionável Preservação do Meio Ambiente, parâmetro desde já considerado “crítico” para o seu sucesso.

O Projecto conterà medidas destinadas a obter um relacionamento franco, directo e objectivo com as populações do Território, a fim de as “seduzir para a adesão”, mesmo às que não venham a estar directamente envolvidas nas Actividades decorrentes do Projecto ou/e que não tenham interesse económico-social directo nos Resultados das mesmas.

4.1.4. Objectivos Estratégicos

1. Fazer aumentar o número de visitantes (nacionais e estrangeiros) ao Território;
2. Fazer aumentar a despesa média de cada visitante do Território;
3. Fazer aumentar a duração da estadia média de cada visitante do Território;
4. Fazer aumentar o número de estabelecimentos comerciais no Território;
5. Fazer aumentar o número de residentes no Território;
6. Fazer diminuir a idade média dos residentes no Território;
7. Colocar o Território nos Roteiros Turísticos Internacionais mais conhecidos;
8. Fazer desenvolver as actividades económicas de forma a potenciar a capacidade de colocação de produtos (bens e serviços) nos mercados específicos internacionais;
9. Fazer com que a Região suba visivelmente no *ranking* do Índice do Poder de Compra Nacional.

4.1.5. Factores Críticos de Sucesso (FCS) para o alcance dos Objectivos Estratégicos do Projecto para o Território

FCS 1 - Património histórico-monumental relevante;

FCS 2 - Património natural (ambiente, ecossistemas e *habitats* diferenciados) notável;

FCS 3 - Significante património de tradições;

FCS 4 - Reconhecimento nacional/internacional;

FCS 5 - Facilidades nas acessibilidades terrestres;

FCS 6 - Diversidade de oferta turística;

FCS 7 - Qualidade da oferta turística;

FCS 8 - Capacidade de inovação na oferta turística;

FCS 9 - Capacidade comunicacional (capacidade de diálogo; técnicas de venda, capacidade de entendimento/venda – línguas estrangeiras);

FCS 10 - Disponibilidade das Autoridades para apoiarem e incentivarem os actores económicos;

FCS 11 - Capacidade dos empreendedores para a assumpção de riscos económicos;

FCS 12 - Elevado índice de auto-estima dos autóctones/residentes.

4.1.6. Pontos Fortes do Território

PF 1 - *Habitats* e ecossistemas preservados, únicos a nível nacional;

PF 2 - Património (paisagístico, biológico, construído, gastronomia e artesanato);

PF 3 - A maior fonte hidrológica do país - na região, nascem os principais rios com origem em Portugal (Zêzere e Mondego);

PF 4 - A floresta e a grande variedade de outros recursos vegetais, que poderão vir a constituir-se em matérias primas e/ou subsidiárias para a medicina, química, cosmética e indústria agroalimentar;

PF 5 - A existência de recursos únicos ligados às minas de urânio, volfrâmio e estanho, as pedreiras de granito, xisto, barros e alguns mármore;

PF 6 - O Sistema Científico e Tecnológico da região, formado por vários estabelecimentos de ensino superior (público e privado), laboratórios e parque tecnológico em processo de consolidação;

PF 7 - O eixo urbano Guarda-Covilhã-Fundão-Castelo Branco como espaço recente de inovação de base regional;

PF 8 - O eixo urbano Seia-Gouveia-Celorico da Beira-Oliveira do Hospital como espaço complementar e de articulação da região com as áreas dinâmicas de Viseu-Coimbra;

PF 9 - A nova centralidade proporcionada pelo atravessamento das A23 e A25 e pelas linhas férreas da Beira Alta e Beira Baixa;

PF 10 - O posicionamento geográfico, em proximidade à fronteira com Espanha, no enfiamento de vias rodoviárias que constituem uma radial de penetração no país vizinho e permitem fácil transitividade com a Europa Central.

4.1.7. Pontos Fracos do Território

pf 1 - Fraca densidade populacional e em decréscimo, com tendência ainda para diminuição, por motivos de emigração ou migração, ou por óbitos, não se verificando uma taxa de natalidade compensatória ou entrada de novos residentes, logo, Índice de Envelhecimento acentuado;

pf 2 - Índice de poder de compra baixo, excepto na Covilhã, que também tem vindo a decrescer segundo as estatísticas do INE, indiciador de aumento da pobreza;

pf 3 - Baixa densidade relacional, promovida por processos cooperativos e lideranças frágeis (carência de uma cultura de aprendizagem conjunta)

pf 4 - Baixa capacidade empreendedora do sistema produtivo regional, mais acentuada nos territórios de menor densidade e nos de maior índice de envelhecimento;

pf 5 - Pouca capacidade de inovação e de desenvolvimento de cadeias de valor de Turismo Rural, de Natureza e Cultural, pelos motivos antes referidos;

pf 6 - Dificuldades de renovação do tecido empresarial e de criação de emprego em diversos sectores, principalmente nas áreas de menor densidade;

pf 7 - Concentração/dependência da oferta turística da Região de um único sector - Turismo de Inverno - que poderá entrar em forte crise de procura nos próximos anos (redução/desaparecimento da neve) e de um único produto estratégico – Turismo de Natureza (forte sazonalidade);

pf 8 - Fraco aproveitamento dos Recursos Endógenos para o desenvolvimento de novos produtos e actividades económicas;

pf 9 - Imagem da Região frágil ou mesmo inexistente, nos mercados nacionais/internacionais;

pf 10 - Região muito dependente (turisticamente) do mercado doméstico (80% dos fluxos, segundo o PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo);

4.1.8. Oportunidades para o Território

OP 1 - A diversificação dos consumos turísticos, com evidente reforço dos mercados alternativos, confere novas oportunidades de desenvolvimento ao turismo cultural e temático da região;

OP 2 - O sucesso dos “Cruzeiros no Rio Douro”, atraindo muitos visitantes, fora da época de Inverno, é um manancial de oportunidades para a atracção, ao Território, de uma parte relevante deles;

OP 3 - O desenvolvimento das infra-estruturas viárias da região criou oportunidades de desenvolvimento de mercados mais qualificados;

OP 4 - O crescimento e diversificação do turismo na vizinha Espanha permite idealizar a possibilidade de “estender” uma parte dos seus clientes ao Território, se houver a inovação e o arrojo necessários;

OP 5 - A diversificação da oferta de produtos – designadamente ligados ao judaísmo – e a sua integração numa abordagem de desenvolvimento complementar com o turismo, possui um elevado potencial de projecção internacional;

OP 6 - Os recursos naturais existentes na região são, perante a crise de insustentabilidade ambiental que se evidencia um pouco por todo o lado, uma reserva estratégica disponível para processos de inovação e criação de novos produtos e serviços, amigos do ambiente;

OP 7 - As políticas de valorização da montanha e dos espaços rurais, a que não será alheia a intervenção de associações locais de desenvolvimento, gestoras do Programa LEADER (Associação de Desenvolvimento Rural da Serra da Estrela (ADRUSE), Associação para o Desenvolvimento da Raia Centro-Sul

(ADRACES) e a Associação de Desenvolvimento Rural (RUDE)) provocarão, espera-se, um impacto positivo na oferta de actividades de diversificação e de substituição da tradicional fonte de rendimentos de origem agrícola;

OP 8 - A optimização energética em desenvolvimento nos Municípios de Manteigas e Trancoso, estando já em curso a integração dos municípios de Belmonte e Penamacor. Há projectos desenvolvidos no âmbito do INTERREG IIIA, direccionados para a iluminação e edifícios públicos, com a possibilidade de se estender ao ambiente doméstico e empresarial, podendo traduzir-se numa vantagem comparativa enquanto um território que procura um crescimento económico alicerçado no respeito e defesa do Ambiente;

OP 9 - A Rede de Aproveitamento de Biomassa - BioRural - ajuda ao cumprimento dos parâmetros do Protocolo de Quioto, que por sua vez vai permitir a salubridade do espaço e a protecção do recurso natural, condição essencial para explorar o espaço rural, como antes referido;

OP 10 - O crescimento da população judaica mundial e a sua disseminação global permitem afirmar a identidade dos produtos do Judaísmo a nível mundial e, deste modo, levar à internacionalização crescente da região em mercados de elevado potencial de consumo;

OP 11 - O crescimento dos problemas ambientais a nível global cria uma apetência de consumos diversificados sobre as áreas rurais mais preservadas;

OP 12 - O QREN e as políticas europeias e nacionais de ordenamento territorial promovem novas condições para o desenvolvimento de base local;

OP 13 - O Turismo na região Centro deverá crescer em número de turistas e em valor. A estratégia oficial, já definida, prevê o *cross-selling* com as regiões de Lisboa, do Porto e Norte. A atracção de turistas estrangeiros será feita através dos produtos *touring* e Turismo de Natureza (informação retirada do Plano Estratégico Nacional de Turismo – PENT).

4.1.9. Ameaças para o Território

AM 1 - A crise económica mundial sugere um elevado potencial de decréscimo do consumo turístico;

AM 2 - A crise económica nacional fará, muito provavelmente, diminuir o turismo, especialmente o de Inverno e o consumo de produtos não essenciais;

AM 3 - A crise mundial dos combustíveis poderá diminuir os consumos turísticos;

AM 4 - As tendências demográficas nacionais continuam a penalizar os espaços rurais e a promover a saída de residentes/operadores económicos;

AM 5 - O que foi a fraca conectividade territorial da região e a sua baixa inserção em mercados internacionais se, por um lado, explica o subdesenvolvimento da região, por outro predispõe (potencialmente) a região Centro Interior a melhores condições de desenvolvimento em períodos de crise económica mundial, desde que se invista numa estratégia de concertação e cooperação de base regional, reforçando as redes de cooperação de origem privada e pública.

4.1.10. Plano estratégico das Acções a implementar

4.1.10.1. De curto prazo – até um ano

ACÇÕES:

1. Criar Marca Territorial (MT)
2. Elaborar “concentrado descritivo e identificador” das Especificidades do Território (ET) e dos seus Recursos Endógenos (RE);

3. Promover adequada divulgação destes (MT, ET, RE), tendo em vista os Públicos-Alvo (PA);
4. Estabelecer Programas de Iniciativas em Rede, aglutinando complementaridades e respeitando temporalidades, de forma a fazer crescer a atractividade das ofertas (para “mais e melhores visitantes”), a eficácia económica (rentabilidade dos negócios e melhoria do nível de vida dos “utentes” do Território), isto é, a “eficácia social”, com a consequente ancoragem, ao Território, de cada vez mais pessoas mais jovens;
5. Identificar as áreas carenciadas de formação profissional, à luz da Visão e da Missão estabelecidas;
6. Desenhar adequado Programa de Formação Profissional;
7. Promover a sensibilização das Autarquias para a necessidade de definição dos tipos de ajudas/incentivos aos empreendedores, necessárias ao sucesso do Projecto.
8. Definir e implementar uma Campanha Informativa e Comunicacional, destinada a “injectar optimismo e esperança” na melhoria das condições económico-sociais dos autóctones/residentes no Território, visando elevar os seus índices de auto-estima, contendo acções de informação do Projecto em curso, seus Objectivos e Resultados Esperados e contendo Metodologia para Auscultação Periódica dos Sentimentos.

4.1.10.2. De médio prazo – (de um a três anos)

9.

Elaborar e implementar Programa da Qualidade, baseado nas conclusões retiradas das frequentes auscultações das opiniões dos “clientes visitantes” e no respectivo diagnóstico, a fim de aumentar o Índice de Satisfação dos Clientes, com vista à crescente Valorização da Oferta, que acarretará, por sua vez, uma crescente sustentabilidade dos negócios instalados;

10. Estabelecer “Eixo Prioritário” (Inovação) das actividades económicas mais desejadas (e adaptadas) para o Território, as quais serão objecto de “maior carinho e apoio” (Incentivos), por parte das Entidades Oficiais e Autárquicas, junto dos empreendedores dispostos a nelas investir.

A necessária e indispensável integração do Curto Prazo com o Médio Prazo, uma vez que se pretende identificar Acções que demonstrem Viabilidade Económica mas que, simultaneamente, indiciem sólida Sustentabilidade, levou à identificação das seguintes:

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| Objectivos gerais | Melhorar a qualidade de vida | Melhorar a imagem interna | Melhorar a imagem externa | Melhorar a competitividade | Garantir a sustentabilidade |
|---------------------------------|--|--|---|---|---|
| Propósito do Projecto | Valorização territorial baseada na herança judaica | | | | |
| Impactos desejados | Habitantes mais felizes e identificados com o seu território | Visitantes satisfeitos com a sua deslocação | Turistas exigentes satisfeitos com a sua deslocação | Empresários mais competitivos e satisfeitos com os seus resultados | Instituições de gestão territorial com reputação aumentada |
| | Cidadãos beneficiados por maior coesão social | Consumidores fidelizados aos produtos regionais | Consumidores externos conquistados pelos produtos regionais Cluster do judaísmo inovador e diversificado | Sistema produtivo internacionalizado Cluster do judaísmo inovador e diversificado | Policêntrismo afirmado Território reconhecido como inovador |
| Orientadores para a intervenção | Capacitação das pessoas Qualificação do bem-estar Melhoria das acessibilidades Acção integrada de formação Acção integrada para o bem-estar Aumento da cultura histórica Aumento da auto-estima Aumento do sentido identitário | Capacitação de todos Qualificação do tecido empresarial Melhoria das acessibilidades Ordenamento territorial Política de competitividade Organização dos sistemas Integração de actividades Qualificação de gestão Aumento do rendimento Internacionalização Diversificação Inovação Melhoria da paisagem | Capacitação de todos Qualificação do tecido empresarial Melhoria das acessibilidades Ordenamento territorial Política de competitividade Organização dos sistemas Integração de actividades Qualificação de gestão Aumento do rendimento Internacionalização Diversificação Inovação Melhoria da paisagem | Capacitação das empresas Qualificação do tecido empresarial Melhoria das acessibilidades Política de competitividade Organização dos sistemas Integração de actividades Qualificação de gestão Aumento do rendimento Internacionalização Diversificação Inovação | Infra-estruturação do território Qualificação do território Melhoria das acessibilidades Ordenamento territorial Melhoria da paisagem Densificação das relações Concertação estratégica |
| Prioridades | Marca Plano de animação Promoção/Distribuição Produto turístico Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Marca Plano de animação Promoção/Distribuição Produto turístico Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Marca Plano de animação Promoção/Distribuição Produto turístico Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Marca Plano de animação Promoção/Distribuição Produto turístico Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Marca Plano de animação Promoção/Distribuição Produto turístico Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio |
| | Regeneração do Centro urbano de Belmonte Dinamização Centro Estudos Judaicos de Belmonte Formacao Guias Turísticos Loja Kosher Shalom Req. Edifício Histórico Hotel Kosher Cooperativa Belofícios Hotel Kosher-Belmonte 2.5 Vinhos Belmonte Reabilitação de Casas Quinhentistas Centro Estudos Judaicos da Covilhã Núcleo Interpretativo Queijo Kosher-Belmonte Adega Covilhã Vinho Kosher Beira Serra Produção e Comercialização de Queijo -Queijaria Bráz Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico-Região do Turismo Rotas Judiarias Museu do Território-Penamacor | Memorial Aristides Sousa Mendes Regeneração do Centro urbano de Belmonte Dinamização Centro Estudos Judaicos de Belmonte Formacao Guias Turísticos Loja Kosher Shalom Req. Edifício Histórico Hotel Kosher Cooperativa Belofícios 2.5 Vinhos Belmonte Reabilitação de Casas Quinhentistas Centro Estudos Judaicos da Covilhã Núcleo Interpretativo Queijo Kosher-Belmonte Adega Covilhã Vinho Kosher Beira Serra Produção e Comercialização de Queijo -Queijaria Bráz Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico-Região do Turismo Rotas Judiarias Museu do Território-Penamacor | Memorial Aristides Sousa Mendes Regeneração do Centro urbano de Belmonte Dinamização Centro Estudos Judaicos de Belmonte Formacao Guias Turísticos Loja Kosher Shalom Req. Edifício Histórico Hotel Kosher Hotel Kosher-Belmonte 2.5 Vinhos Belmonte Reabilitação de Casas Quinhentistas Centro Estudos Judaicos da Covilhã Núcleo Interpretativo Queijo Kosher-Belmonte Adega Covilhã Vinho Kosher Beira Serra Produção e Comercialização de Queijo -Queijaria Bráz Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico-Região do Turismo Rotas Judiarias Museu do Território-Penamacor | Regeneração do Centro urbano de Belmonte Dinamização Centro Estudos Judaicos de Belmonte Formacao Guias Turísticos Loja Kosher Shalom Req. Edifício Histórico Hotel Kosher Cooperativa Belofícios Hotel Kosher-Belmonte 2.5 Vinhos Belmonte Centro Estudos Judaicos da Covilhã Núcleo Interpretativo Queijo Kosher-Belmonte Adega Covilhã Vinho Kosher Beira Serra Produção e Comercialização de Queijo -Queijaria Bráz Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico-Região do Turismo Rotas Judiarias Museu do Território-Penamacor | Todos os municípios Todos os municípios Todos os municípios Todos os municípios Município de Almeida Município Belmonte Município Covilhã Município Penamacor |

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

| | | | | | | |
|-------------------------|--|--|--|--|--|---------------------|
| + regular e desenvolver | Penazeites Euromel-Fabricação de decos, compotas, geleias Remodelação das unidades de produção-Meimoacoop | Penazeites Euromel-Fabricação de decos, compotas, geleias Remodelação das unidades de produção-Meimoacoop | Penazeites Euromel-Fabricação de decos, compotas, geleias Remodelação das unidades de produção-Meimoacoop | Penazeites Euromel-Fabricação de decos, compotas, geleias Remodelação das unidades de produção-Meimoacoop | | |
| | Intervenção e Req. do Centro Histórico Judaico Const.Centro Interpretativo Isaac Cardoso-TEGEC | Intervenção e Req. do Centro Histórico Judaico Const.Centro Interpretativo Isaac Cardoso-TEGEC | Intervenção e Req. do Centro Histórico Judaico Const.Centro Interpretativo Isaac Cardoso-TEGEC | Intervenção e Req. do Centro Histórico Judaico Const.Centro Interpretativo Isaac Cardoso-TEGEC | Intervenção e Req. do Centro Histórico Judaico | Município Trancoso |
| | Esc. Hot.-Form. de house keeping Ervas Aromáticas-Manteigas Centro Ludo Termal Kosher | Esc. Hot.-Form. de house keeping Ervas Aromáticas-Manteigas Centro Ludo Termal Kosher | Esc. Hot.-Form. de house keeping Ervas Aromáticas-Manteigas Centro Ludo Termal Kosher | Esc. Hot.-Form. de house keeping Ervas Aromáticas-Manteigas Centro Ludo Termal Kosher | Esc. Hot.-Form. de house keeping Centro Ludo Termal Kosher | Município Manteigas |
| | Formação de cozinheiros kosher Centro de Interp. Judiarias da Beira Interior Ciclo da Cultura Judaica Ciclo de Turismo da Judiaria da Guarda Requalificação da Judiaria da Guarda Divulgação da Rede de Judiarias da Beira Interior Centro de est. Judaicos - Guarda | Formação de cozinheiros kosher Centro de Interp. Judiarias da Beira Interior Ciclo da Cultura Judaica Ciclo de Turismo da Judiaria da Guarda Requalificação da Judiaria da Guarda Divulgação da Rede de Judiarias da Beira Interior Centro de est. Judaicos - Guarda | Formação de cozinheiros kosher Centro de Interp. Judiarias da Beira Interior Ciclo da Cultura Judaica Ciclo de Turismo da Judiaria da Guarda Requalificação da Judiaria da Guarda Divulgação da Rede de Judiarias da Beira Interior Centro de est. Judaicos - Guarda | Formação de cozinheiros kosher Centro de Interp. Judiarias da Beira Interior Ciclo da Cultura Judaica Ciclo de Turismo da Judiaria da Guarda Requalificação da Judiaria da Guarda Divulgação da Rede de Judiarias da Beira Interior Centro de est. Judaicos - Guarda | Formação de cozinheiros kosher Centro de Interp. Judiarias da Beira Interior Ciclo da Cultura Judaica Ciclo de Turismo da Judiaria da Guarda Requalificação da Judiaria da Guarda Divulgação da Rede de Judiarias da Beira Interior Centro de est. Judaicos - Guarda | Município Guarda |
| | Promoção /Distribuição Produto Turístico-"Heranças do Judaísmo" Plano de Animação Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Promoção /Distribuição Produto Turístico-"Heranças do Judaísmo" Plano de Animação Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Promoção /Distribuição Produto Turístico-"Heranças do Judaísmo" Plano de Animação Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Promoção /Distribuição Produto Turístico-"Heranças do Judaísmo" Plano de Animação Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | Promoção /Distribuição Produto Turístico-"Heranças do Judaísmo" Plano de Animação Criação de Estrutura de Gestão de Consórcio | |
| | Recrutar as Práticas artesanais das Heranças Judaicas - Beira Serra Temática Judaica no Sistema Turístico- Beira Serra | Recrutar as Práticas artesanais das Heranças Judaicas - Beira Serra Temática Judaica no Sistema Turístico- Beira Serra | Recrutar as Práticas artesanais das Heranças Judaicas - Beira Serra Temática Judaica no Sistema Turístico- Beira Serra | Recrutar as Práticas artesanais das Heranças Judaicas - Beira Serra Temática Judaica no Sistema Turístico- Beira Serra | Recrutar as Práticas artesanais das Heranças Judaicas - Beira Serra Temática Judaica no Sistema Turístico- Beira Serra | |
| | Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico - UBI | Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico - UBI | Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico - UBI | Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico - UBI | Programa de Acção p/ Promoção da Competitividade da Rede do Património Judaico - UBI | |

O orçamento final desta proposta de Programa de Acção (ver anexo Programa de Acção Resumo).

possui uma componente privada de 45%, dos quais, 41% são investimento directo assumido pelos privados e 4% de investimento privado estimado e realizado no âmbito dos projectos de regeneração urbana (candidatados através de promotor público).

O investimento público previsto será de cerca de 55% do investimento Global. Todavia, deveremos fazer a distinção entre o investimento estruturante 17% (referentes às acções estruturantes para o desenvolvimento deste projecto, de iniciativa pública com forte impacto nos resultados dos privados) e os restantes 38% relativos a projectos desenvolvidos pela iniciativa pública. Até porque a concretização do investimento estruturante poderá desencadear – por efeito de alavancagem – um crescimento significativo e efectivo dos investidores privados com fins lucrativos.

O valor de 55% de investimento público deve ser relativizado pelos seguintes aspectos:

17% são realizados por investidores públicos numa lógica de investimento de longo prazo que os investidores privados da região não teriam capacidade de realizar neste momento.

os 38% de investimento público proposto têm que ver com a beneficiação de recursos endógenos, patrimoniais e culturais, que são posse ou esfera de influência dos agentes públicos, como tal, a sua beneficiação e as melhorias a si inerentes não podem ser levadas a cabo por privados.

Por outro lado, é essencial ter presente que a fase inicial (embrionária) do ciclo de desenvolvimento desta cadeia de valor territorial ou cluster suscita menor confiança por parte dos investidores privados no potencial efectivo de sucesso a curto prazo dos seus investimentos, levando-os, por uma lógica de gestão de oportunidade, a canalizar investimentos para outros projectos enquanto todo o trabalho estruturante relativo ao investimento de 17% agora proposto não estiver a apresentar resultados de acordo com o que prevemos.

Assim, será de supor que, mediante os primeiros resultados da concretização destes projectos estruturantes, o crescimento das intenções de investimento privado levem a que este valor se sobreponha ao do investimento feito pelos actores públicos do território.

Pretende-se que o programa de acção não seja estanque, cabendo à estrutura de gestão do consórcio a sua dinamização por forma a integrar novos parceiros neste desígnio regional que tem como desiderato a sua afirmação no âmbito nacional e internacional. É já consabido pelos agentes e actores locais do interesse manifestado por privados para aderirem à rede do património judaico, referindo-se a título de exemplo a comunidade judaica que pretende instalar um matadouro para servir a hotelaria e restauração participante a fim de incorrer em nas práticas fidedignas da comunidade; no âmbito da restauração e do alojamento verifica-se o interesse de proprietários de edifícios localizados nas judiarias em reabilitarem para fins de turismo residencial kosher por um lado e por outro, como é o exemplo da Guarda que já identificou parceiros ligados à área da restauração que pretendem criar ementas kosher.

Esta motivação para a integração no projecto, faz-nos a acreditar que também os próprios agentes e actores locais já perceberam a oportunidade gerada a

partir deste foco temático inimitável e diferenciador que traz certamente a criação de externalidade positivas que podem afirmar a região no domínio nacional e internacional com a internacionalização das Heranças do judaísmo na vertente dos produtos kosher, turismo e conhecimento.

4.1.11. Impactos desejados

A integração dos quatro pilares – numa perspectiva de aprendizagem contínua e de reforço das práticas de cooperação - deve gerar um efeito de conjugação que multiplicará os resultados de cada um dos pilares, gerando externalidades.

Assim, podemos apontar como impactos desejados para este projecto:

- Qualificação da rede de actores locais como alicerce fundamental da sustentabilidade do desenvolvimento da região
- Desenvolvimento da proactividade e da inovação de base regional, transformando os recursos patrimoniais em produtos e serviços especializados e de qualidade, gerando inovação continuada e competitividades.
- Diversificação da estrutura económica e integração de clusters sócio-económicos de base territorial que deverão gerar a médio prazo um aumento da empregabilidade, a convergir para a igualdade de oportunidades.
- Valorização da oferta relativa ao património judaico integrando, de forma complementar, outros recursos endógenos como as paisagens naturais e outros patrimónios civilizacionais, promovendo maior atractividade para o compósito da oferta da região.
- Qualificação da imagem e dos processos de valorização e marketing territorial da região, nos contextos nacional e internacional

- Valorização do património histórico, paisagístico, cultural e social numa perspectiva de criação de valor económico e de inserção do território nas redes de comércio mais valorizadas
- Dinâmica económica e social que leve à inversão dos processos de concentração urbana e de perda demográfica em áreas ruralizadas.
- Dinamização de fluxos de visitantes, turistas e potenciais investidores, que promovam um desenvolvimento sócio-económico da região por via de reconhecerem as suas riquezas e potencialidades
- Recuperação do valor do comércio como actividade privilegiada da região, designadamente com o fortalecimento da oferta de produtos Kosher
- Promoção da Interculturalidade e da diversidade de conhecimentos como forma de potencializar a emergência de um território criativo e aprendente

4.1.12. Avaliação do Desempenho

Qualquer Investimento, pequeno ou grande, de curto, médio ou longo prazo, realizado por entidades pública, privadas ou público-privadas, nesta ou naquela Região, neste ou naquele Território, tem de estar ou ser sujeito a uma Metodologia da Avaliação do respectivo Desempenho.

Convirá acrescentar que, por Desempenho, não se pretende apenas avaliar a Rendibilidade Económica.

Norton e Kaplan sustentaram (e fizeram vingar) a tese de que a Avaliação do Desempenho de uma Organização (empresa visando o lucro, ou não) não se pode reduzir à avaliação da Rendibilidade Económica.

Esta metodologia ficou conhecida como *Balanced Scorecard*.

Sustentaram, como é conhecido, que outras “Perspectivas” deveriam ser levadas em conta, uma vez que a Rendibilidade Económica depende, directamente, de como a Organização lide com os seguintes parâmetros:

- garantia do Investimento necessário em Melhoria de saberes/competências/ inovação, para manter a Capacidade de Competir;
- garantia do estabelecimento de um conjunto adequado de Processos, que permitam Aproveitar, com Sucesso, a Capacidade de Competir;
- tudo para poder garantir um Serviço aos Clientes, Dedicado e Exemplarmente Eficiente, na perspectiva da Fidelização/Valorização;
- para (*at last but not at least...*), conseguirem alcançar uma Rendibilidade Adequadamente Remuneradora dos Capitais Investidos.

Conhecendo-se que o presente Projecto se consubstancia na realização de Investimentos, reconhecidamente vultosos, necessário se torna, à luz dos considerandos anteriores, definir e estabelecer uma Metodologia que permita avaliar a proximidade/distanciamento dos Resultados Alcançados, não necessariamente apenas na Perspectiva Económica, das Metas Estabelecidas, de forma a permitir, *on going*, actuar sobre os parâmetros que estejam, eventualmente, a causar Desvios não Aceitáveis.

Em Anexo a cada Acção, foi estabelecido um Instrumento que permitirá avaliar os Resultados obtidos, não apenas por monitorização dos Impactos Sociais/Económicos/Culturais obtidos, mas também outro Instrumento que permitirá aos empreendedores avaliar a *performance* específica dos seus Investimentos.

PROJECTO PROVERE – Valorização da Rede de Património Judaico

Uma Avaliação Global da *performance* da Totalidade dos Investimentos a Realizar sob a égide do presente Projecto será antecedita de uma Hierarquização dos Factores Críticos de Sucesso, baseada na Matriz seguinte, que poderá ser objecto de adaptação futura:

| Factores Críticos de Sucesso | Alinhamento dos Pontos Fortes com o FCS | Desalinhamento dos Pontos Fracos com o FCS | Alinhamento das Oportunidades com o FCS | Desalinhamento das Ameaças com o FCS | PONTUAÇÃO POR FCS | FACTOR DE PONDERAÇÃO DOS FACTORES CRÍTICOS |
|---|---|--|---|--------------------------------------|-------------------|--|
| | (Exemplo não vinculativo) | | | | | |
| FCS 9 - Capacidade comunicacional (capacidade de diálogo; capacidade de entendimento/venda – línguas estrangeiras); | 3 | 9 | 5 | 9 | 26 | 10,2 |
| FCS 8 - Capacidade de inovação na oferta turística | 1 | 9 | 9 | 7 | 26 | 10,2 |
| FCS 4 - Reconhecimento nacional/internacional; | 1 | 9 | 5 | 9 | 24 | 9,4 |
| FCS 12 - Elevado índice de auto-estima dos autóctones | 1 | 9 | 9 | 5 | 24 | 9,4 |
| FCS 2 - Património natural (ambiente, ecossistemas e <i>habitats</i> diferenciados) notável; | 9 | 1 | 9 | 5 | 24 | 9,4 |
| FCS 3 - Significante património de tradições; | 9 | 1 | 9 | 3 | 22 | 8,6 |
| FCS 5 - Facilidades nas acessibilidades terrestres; | 9 | 3 | 9 | 1 | 22 | 8,6 |
| FCS 1 - Património histórico-monumental relevante; | 9 | 1 | 9 | 1 | 20 | 7,8 |
| FCS 6 - Diversidade de oferta turística; | 1 | 9 | 1 | 9 | 20 | 7,8 |
| FCS 7 - Qualidade da oferta turística; | 1 | 7 | 1 | 9 | 18 | 7,0 |
| FCS 10 - Disponibilidade das Autoridades para apoiarem e incentivarem os actores económicos; | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 6,3 |

FCS 11 - Capacidade dos empreendedores para a assumpção de riscos económicos;

| | | | | | |
|---|---|---|---|-----|-------|
| 3 | 9 | 1 | 1 | 14 | 5,5 |
| | | | | 256 | 100,0 |

| Pontos | ALINHAMENTO DESALINHAMENTO |
|--------|-------------------------------|
| 1 | Muito fraco |
| 3 | Fraco |
| 5 | Intermédio |
| 7 | Forte |
| 9 | Muito forte |

4.1.13. Avaliação Global da performance dos Investimentos a Realizar

Na sequência do que acima foi referido, convém, agora, agregar todos os Valores, numa perspectiva de “vida económica” de 10 anos, a saber:

- O Valor Total dos Investimentos a realizar é de 23.536.748 €;
- Deste Valor, 59,9% competirá ao Sector Público realizar e, por inerência, 40,1% ao Sector Privado;
- O Acréscimo previsto do Valor das Vendas, suscitado por aqueles Investimentos, é de 183.896.772 €, antes de IVA;
- Partindo do pressuposto, muito “conservador”, de que a Contribuição Bruta Gerada por aquele acréscimo do Valor das Vendas é de 14,2%, os Resultados Brutos (antes de IRC) gerados ascenderiam a 26.065.110 €;
- O Factor Multiplicativo do Investimento, para o Valor das Vendas será de 7,81;
- O Factor Multiplicativo do Investimento, para resultados Brutos será de 1,11; Ver Anexo “Análise Macro Agregada”
- De referir, ainda, que o Impacto resultante destes Investimentos será muito significativo sobre o Volume de Emprego, para uma região de baixa densidade, sendo que se deve sublinhar que a necessidade de Qualidade e Inovação vai requerer uma utilização ainda mais significativa de Mão de Obra Qualificada, com recurso às Escolas Superiores em particular existentes no Território. Vários Projectos de Acção vão mesmo requerer que o domínio da Investigação venha a ser alargado em relação aos existentes.
- A Análise ROI (Return on Investment), dentro das previsões acima e utilizando uma Taxa Anual de Actualização de 8% (situação também muito conservadora), permite concluir que o montante dos Investimentos a realizar será recuperado entre o 5º e o 6º ano, o que se afigura como deveras positivo (Ver Anexo “Viabilidade Agregada”).