
PLANO ESTRATÉGICO DO AGROALIMENTAR



1

Introdução

Introdução	9
Agradecimentos	9

2

Caracterização da realidade setorial visada

Enquadramento	11
Vinho verde	12
Kiwi	20
Cereja	25
Mirtilo	30
Cogumelo Shiitake	36
Hortícolas em modo de produção biológico	40
Carne certificada	46
Artesanato	51

3

Caracterização do contexto institucional

Entidades públicas de desenvolvimento territorial	56
Empresas, atividades económicas, associações empresariais	58
Entidades do sistema científico e tecnológico	59

4

O estado do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa

Constrangimentos	60
Oportunidades	62
Análise SWOT	64

5

Estratégia integrada para o desenvolvimento do agroalimentar do Tâmega e Sousa

O papel da CIM Tâmega e Sousa	67
Eixos de atuação	67
Objetivos estratégicos	69

6

Plano de Ação

Projetos estruturantes CIM-TS	71
Eixos de atuação	
Plano de ações por fileira	87
Indicadores de concretização estratégica	91

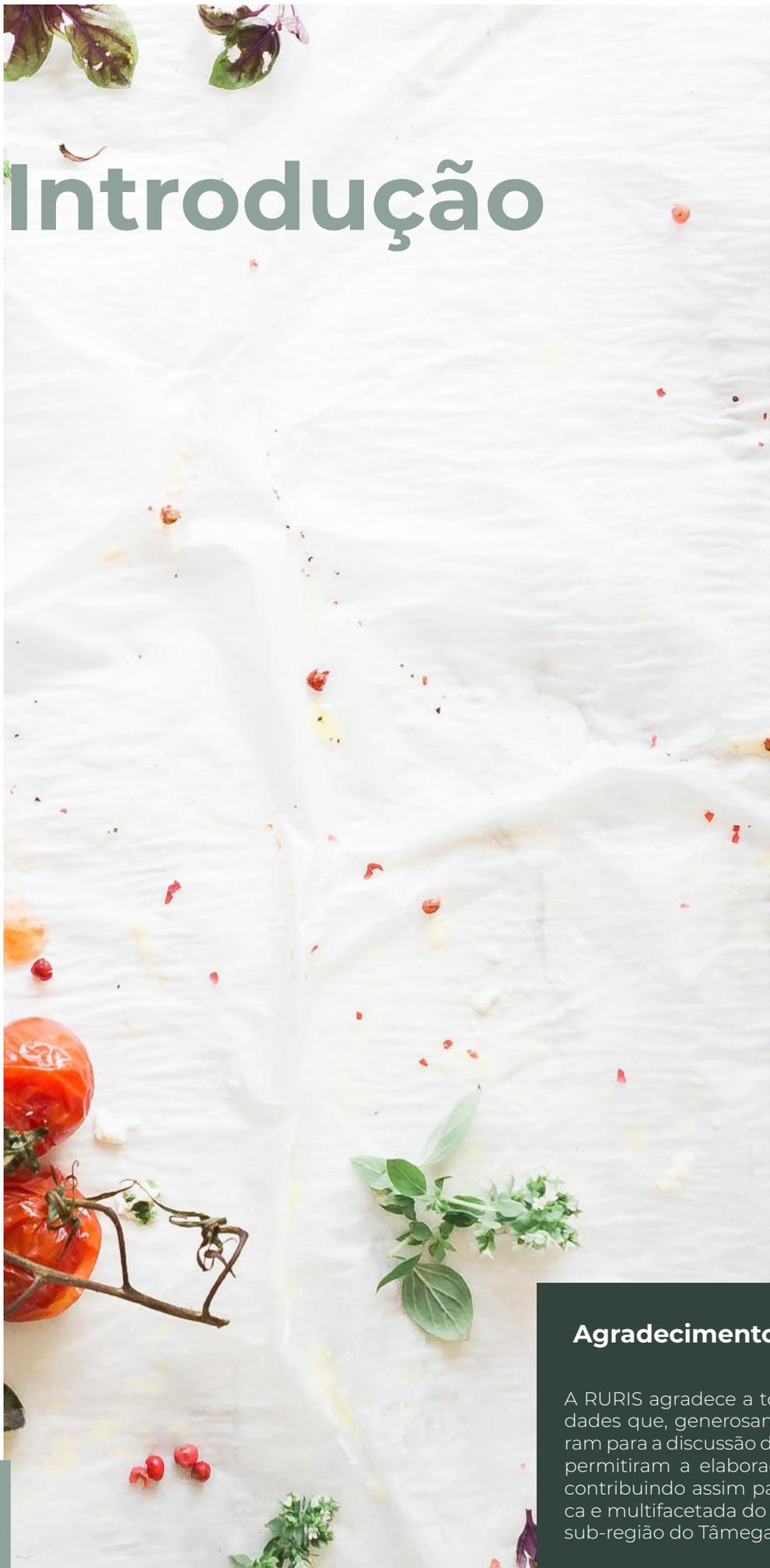


Índice de Tabelas

	Título	Página
Tabela 1	Produção de Vinho Verde no Tâmega e Sousa - Campanha de 2018/2019	12
Tabela 2	Agentes produtores de Vinho Verde na sub-região do Tâmega e Sousa, em 2017	13
Tabela 3	Exportações portuguesas de Vinho Verde (2013-2017)	13
Tabela 4	Importadores de Vinho Verde português (TOP 5)	14
Tabela 5	Grupo de Trabalho – Vinho Verde	17
Tabela 6	Grupo de Trabalho – Kiwi	23
Tabela 7	Produção de cereja a nível nacional entre o período de 2013 a 2017	25
Tabela 8	Área de produção de cereja entre o período de 2013 a 2017	25
Tabela 9	Grupo de Trabalho – Cereja	28
Tabela 10	Grupo de Trabalho – Mirtilo	34
Tabela 11	Grupo de Trabalho – Cogumelo Shiitake	39
Tabela 12	Área de explorações biológicas e número de produtores	41
Tabela 13	Número de produtores de hortícolas em modo produção biológico	41
Tabela 14	Grupo de Trabalho – Hortícolas MPB	44
Tabela 15	Produção de carne de bovino certificada com DOP em Portugal (2012-2016)	47
Tabela 16	Grupo de Trabalho – Carne Certificada	49
Tabela 17	Principais iniciativas municipais de promoção do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa	57
Tabela 18	GlobalG.A.P. e BRC Global Standards	63
Tabela 19	Forças e Fraquezas do setor agroalimentar e do artesanato do Tâmega e Sousa	64
Tabela 20	Oportunidades e Ameaças do setor agroalimentar e do artesanato do Tâmega e Sousa	65
Tabela 21	Plano de ação para o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa	72
Tabela 22	Indicadores de concretização estratégica	85

Índice de Figuras

	Título	Página
Figura 1	Principais produtos do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa	11
Figura 2	Visita de Campo (Vinho Verde)	16
Figura 3	Grupo de trabalho – Vinho Verde	18
Figura 4	Explorações agrícolas com Kiwi por Localização geográfica (2009)	20
Figura 5	Evolução da área e produção de Kiwi em Portugal entre 2013 e 2016	20
Figura 6	Mercados de destino do Kiwi português (%), entre 2013-2017	21
Figura 7	Visita de campo – Kiwi	22
Figura 8	Grupo de trabalho - Kiwi	24
Figura 9	Colóquio de Cereja no Tâmega e Sousa	27
Figura 10	Grupo de Trabalho - Cereja	28
Figura 11	Evolução da área e produção de Mirtilo em Portugal entre 2013 e 2016	31
Figura 12	Importações e exportações de Mirtilo em Portugal entre 2013 e 2016	31
Figura 13	Visita de campo - Mirtilo	33
Figura 14	Grupo de trabalho - Mirtilo	35
Figura 15	Visita de campo – Cogumelo Shiitake	39
Figura 16	Grupo de trabalho – Cogumelo Shiitake	40
Figura 17	Visita de campo – Hortícolas MPB	43
Figura 18	Grupo de trabalho – Hortícolas MPB	45
Figura 19	Forças e Fraquezas do setor agroalimentar e do artesanato do Tâmega e Sousa	49
Figura 20	Grupo de Trabalho - Carne Certificada	50
Figura 21	Produtos artesanais do Tâmega e Sousa	52
Figura 22	Municípios do Tâmega e Sousa	55
Figura 23	Constrangimentos do setor agroalimentar no Tâmega e Sousa	62
Figura 24	Oportunidades do setor agroalimentar no Tâmega e Sousa	62
Figura 25	Eixos de atuação da Estratégia para o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa	67



Introdução

Agradecimentos

A RURIS agradece a todas as pessoas e entidades que, generosamente, se disponibilizaram para a discussão de temas relevantes que permitiram a elaboração deste documento, contribuindo assim para uma análise holística e multifacetada do setor agroalimentar na sub-região do Tâmega e Sousa.

O presente documento consiste num referencial estratégico para o desenvolvimento do setor agroalimentar da sub-região do Tâmega e Sousa. O setor agroalimentar contempla um conjunto de atividades de significativa relevância para este contexto territorial, tanto do ponto de vista de dinamismo económico e de investimento, como do ponto de vista de importância social e cultural. O presente plano estratégico concebe o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa na sua robustez e nas suas fragilidades, mas sobretudo no seu potencial.

O crescimento generalizado da população mundial gera uma maior pressão no setor agroalimentar para a produção crescente de alimentos. A isto, devem ser compatibilizadas as preocupações sociais acrescidas com a sustentabilidade ambiental e o uso eficiente dos recursos naturais, bem como a segurança, integridade e proveniência dos produtos alimentares disponibilizados pelo mercado. Se por um lado, são reais as exigências de consumo a nível quantitativo, há também um cuidado com a exigência de qualidade.

Adicionalmente, o setor agroalimentar encontra-se numa fase crítica de internacionalização. Atualmente, o setor agroalimentar é já o 3º setor mais exportador de Portugal contribuindo significativamente para o crescimento das exportações nacionais e para a transição para uma balança comercial favorável. Considerando, por um lado, a reduzida dimensão do mercado português e, por outro lado, a integração de Portugal na União Europeia e o estreitamento das distâncias entre países e mercados a nível global, acoplada com a elevada qualidade da produção portuguesa, há margem para o crescimento da comercialização externa e internacionalização dos produtos agroalimentares do Tâmega e Sousa.

Tendo em conta a importância estratégica do setor agroalimentar para a geração de riqueza e para a criação e manutenção de emprego na sub-região do Tâmega e Sousa, é apresentado o presente referencial estratégico de modo a que o território possa tirar partido do contexto favorável que o setor atravessa para que possa, através deste, contribuir para uma política integrada de desenvolvimento regional. Desta forma, ciente da sua missão enquanto entidade de coordenação político-administrativa a nível sub-regional, a CIM Tâmega e Sousa (CIM-TS) pode desempenhar um papel de coordenação e articulação com vista à qualificação do setor agroalimentar, estando consciente de que podem ser melhoradas as condições facilitadoras da competitividade sub-regional e da importância do aumento da capacidade produtiva, da integração dos processos e de ganhos de escala junto dos agentes produtores.

Por conseguinte, procurou-se de uma forma estruturada, fundamentada e orientada para a ação, desenvolver a formulação de um conjunto de iniciativas concretas com vista à promoção do desenvolvimento e qualificação do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa,

ancorado na Cooperação entre agentes do ecossistema agroalimentar sub-regional, como chave-mestra para a resolução dos mais diversos constrangimentos e aproveitamento das oportunidades nos campos da Produção, da Comercialização e da Governação / inter-relacionamento institucional.

A prossecução deste desiderato obedeceu a um profundo trabalho de diagnóstico, versado em relatórios e outros documentos prévios, neste presente agora resumidos. Nesta primeira fase, foi possível elaborar uma revisão das realidades setoriais atuais, com base na auscultação dos agentes operativos no setor, através de visitas de campo, grupos de trabalho, entrevistas, etc. O diagnóstico no terreno permitiu também apurar as condições atuais e as condições preferenciais, do ponto de vista técnico e económico, para o desenvolvimento de atividade produtiva em fileiras do agroalimentar de interesse estratégico.

Neste contexto, foi possível definir subseqüentemente um modelo estratégico, contemplando o papel de coordenação e facilitação da articulação estratégica entre agentes que a CIM-TS pode desempenhar, bem como o apuramento dos eixos sobre os quais deve orientar a sua atuação. Foram definidos três eixos de atuação estratégica (Produção – Comercialização – Governação), devendo estar subjacente em todo o momento uma estratégia de fomento da Cooperação (Eixo wild card).



Numa lógica de concretização da estratégia, é também apresentado um plano de projetos estruturantes, descritos individualmente sob a forma de “ficha de projeto”, estando associados ao cumprimento de objetivos de incremento da qualificação e visibilidade do setor agroalimentar sub-regional. Paralelamente, são também apresentadas fichas de ação setorial, que incluem medidas concretas a incorporar em cada uma das 7 fileiras descritas como mais relevantes para o território, não tendo as mesmas de ser executadas pela CIM-TS. Ainda assim, só o cumprimento íntegro do Plano de Ação apresentado poderá concretizar a realização da estratégia apresentada para o desenvolvimento do agroalimentar do Tâmega e Sousa.

Caracterização da Realidade Setorial Visada



Enquadramento

Tendo por objetivo elaborar um referencial estratégico para a qualificação e promoção do setor agroalimentar na sub-região do Tâmega e Sousa, o presente documento visa intervir numa realidade onde coexistem vários produtos de diferentes níveis de importância e potencialidade para alavancar o setor no território.

Desde logo, o diagnóstico à realidade e a auscultação dos agentes regionais permitiram identificar e classificar os produtos agroalimentares do Tâmega e Sousa em 3 tipologias de análise, nomeadamente:

○ **Produtos âncora** – produtos estruturantes e transversais a todo o território, que apresentam elevada importância para a economia e emprego do Tâmega e Sousa;

○ **Produtos relevantes** – produtos com crescente notoriedade e relevância económica, os quais estão associados a alguns territórios integrantes do Tâmega e Sousa;

○ **Produtos identitários** – produtos intrinsecamente ligados à história e cultura deste território, os quais, embora não apresentem especial relevância económica, manifestam a identidade cultural e simbólica do Tâmega e Sousa.

O Vinho Verde distingue-se como o grande produto âncora do Tâmega e Sousa pela existência e diversidade de produtores, marcas e castas de qualidade, assim como pela sua relevância transversal do ponto de vista económico, social, histórico, simbólico e cultural.

Os produtos relevantes, embora não sendo transversais a todo o território como é o caso do vinho verde, são produtos com relevante notoriedade e com impacto económico em alguns dos Municípios da sub-região. Neste documento são contemplados como produtos relevantes as carnes de raças autóctones, o kiwi, o mirtilo, a cereja, as hortícolas (em modo de produção biológico) e o cogumelo Shiitake. Por fim, o setor agroalimentar conta ainda com os produtos identitários, estes, de reduzido peso

económico, mas que estão intrinsecamente ligados à história e cultura do Tâmega e Sousa, designadamente, o pão tradicional (broa de milho), os doces tradicionais e conventuais, o mel, as compotas e licores, o linho, o milho, o melão casca de carvalho e o galo capão, devendo por isso ser considerados em estratégias de promoção territorial.



Figura 1. Principais produtos do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa

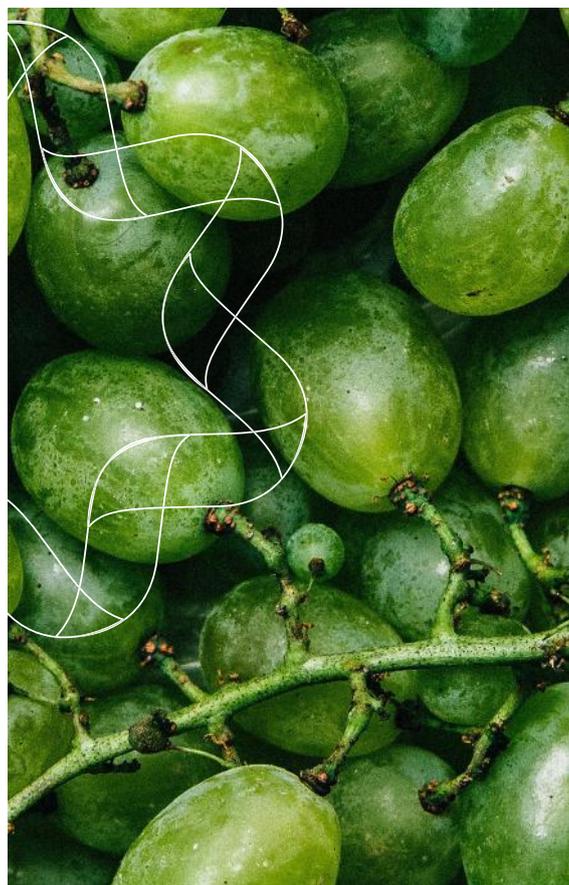
O presente documento sintetiza o trabalho feito para a caracterização em profundidade dos produtos âncora e produtos relevantes da sub-região do Tâmega e Sousa. Para além de uma abordagem geral às atividades produtivas, procurou-se efetuar uma análise aprofundada para cada produto, que, na globalidade, contemplou os seguintes trabalhos:

○ **Modelo de negócio:** Aferição da rentabilidade de cada atividade, com vista à estruturação de ações de capitalização da mesma no território, por via da iniciativa privada e do empreendedorismo qualificado;

○ **Visitas de campo:** Realização de visitas de campo participadas, no território, para tomada de conhecimento de práticas locais e regionais exemplares;

○ **Grupo de Trabalho:** Organização de grupos de trabalho / discussão com produtores, comercializadores e outros agentes territoriais / setoriais de importância estratégica para a atividade, com vista à formulação conjunta de conclusões relevantes para o desenvolvimento do setor no território.

De notar que os trabalhos de caracterização do setor agroalimentar sub-regional e a reflexão sobre os seus desafios e oportunidades foram possíveis graças ao envolvimento e solicitude das pessoas e entidades que intervieram neste processo..



Vinho Verde

O Vinho Verde é o produto âncora do setor agroalimentar sub-regional do Tâmega e Sousa. O território é parte integrante da Região Demarcada dos Vinhos Verdes, situada no noroeste de Portugal Continental, que se configura como a maior zona vitícola portuguesa e uma das maiores da Europa. A Região Demarcada encontra-se dividida em 9 sub-regiões das quais 5 (Basto, Sousa, Amarante, Paiva e Baião) abrangem o território do Tâmega e Sousa. As características geomorfológicas deste território proporcionam condições favoráveis para a produção e desenvolvimento de vinhos de elevada qualidade, sendo o Azal, Loureiro, Avesso, Trajadura, Arinto e Vinhão as castas mais características e valorizadas.

Neste contexto, o Tâmega e Sousa é um território forte na produção de Vinho Verde. De acordo com a Tabela 1, na campanha de 2018/2019, a produção de Vinho Verde no Tâmega e Sousa ascendeu a mais de 35 milhões de litros, sendo os concelhos de Felgueiras, Penafiel e Amarante os que apresentaram valores de produção mais elevados. Os dados demonstram também que os concelhos do Tâmega e Sousa são responsáveis por aproximadamente metade de toda a produção de Vinho Verde da Região Demarcada, o que enaltece a importância do setor neste território.

Concelho	Total (litro)
Amarante	5 094 814
Baião	1 583 577
Celorico de Basto	4 602 783
Cinfães	247 650
Felgueiras	10 940 864
Lousada	1 901 776
Marco de Canaveses	1 025 446
Paços de Ferreira	64 450
Penafiel	9 411 358
Resende	178 128
Tâmega e Sousa	35 050 846
Região Demarcada Vinhos Verdes	72 730 071

Tabela 1 Produção de Vinho Verde no Tâmega e Sousa - Campanha de 2018/2019

De acordo com os dados de 2017 (Tabela 2) verifica-se que no Tâmega e Sousa operam 7 389 produtores individuais, representativos de 42,8 % dos produtores individuais de toda a Região Demarcada dos Vinhos Verdes. O território detém ainda 122 produtores engarrafadores e 93 Adeegas Cooperativas com armazém de vinificação. Os concelhos de Amarante e Celorico de Basto são os que concentram maior número de agentes produtores de Vinho Verde.

Concelho	Adega cooperativa + Armazém Vinific. engarrafadores	Armazenistas não engarrafadores	Armazenistas engarrafadores	Número de produtores individuais	Produtores engarrafadores
Amarante	25	0	1	1440	21
Baião	12	0	1	769	28
Celorico de Basto	9	0	0	1088	15
Cinfães	4	0	0	351	12
Felgueiras	7	1	0	985	9
Lousada	11	0	1	479	11
Marco de Canaveses	12	0	0	482	19
Paços de Ferreira	2	0	0	73	2
Penafiel	11	0	2	796	9
Resende	0	0	0	926	6
Tâmega e Sousa	93	1	5	7389	122
Região Demarcada Vinhos Verdes	236	1	22	17246	381

Tabela 2. Agentes produtores de Vinho Verde na sub-região do Tâmega e Sousa, em 2017

Acresce a isto o significativo potencial do Vinho Verde para a internacionalização. As exportações portuguesas de Vinho Verde (Tabela 3) têm vindo a aumentar, em quantidade e em valor, ao longo dos anos, representando aproximadamente 60 milhões de euros nos dias de hoje. Os principais mercados de destino são os EUA, Alemanha, França, Brasil, Canadá que representam, em valor, mais de 65% das exportações portuguesas de Vinho Verde (Tabela 4)..

Exportações	2013	2014	2015	2016	2017
Em litros	19 363 402	22 597 104	23 312 595	25 589 631	25 344 944
Em Euros	43 905 908	50 605 562	54 507 039	59 514 783	59 925 984

Tabela 3. Exportações portuguesas de Vinho Verde (2013-2017) (Fonte: CVRVV)

País destino	Litros	Euros
EUA	5 108 687	13 438 993
Alemanha	5 765 197	11 379 383
França	2 629 796	6 019 391
Brasil	2 182 560	4 689 413
Canadá	1 317 909	3 939 954

Tabela 4. Importadores de Vinho Verde português (TOP 5)
(Fonte: CVRVV)

Modelo de negócio

A produção de vinho engloba duas fases distintas: a produção da uva e a sua transformação em vinho. Um produtor que pretenda realizar todas as etapas que integram este processo, terá que investir na implantação de uma vinha juntamente com a construção de uma adega. Seguidamente, apresentam-se um resumo das condições a reunir para a rentabilidade do investimento na produção de Vinho Verde.

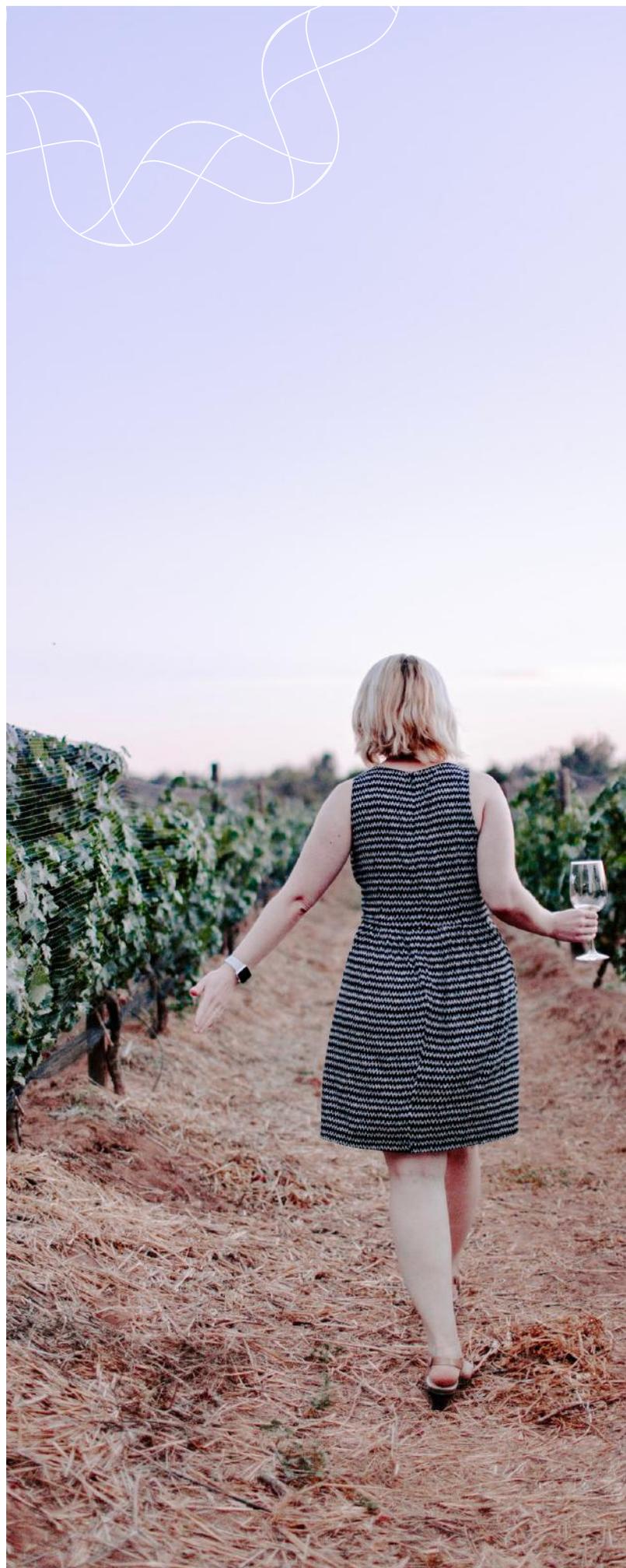
Vinha

Para iniciar a atividade, é recomendada uma área de vinha com um mínimo de 5 hectares com a perspetiva que, após 5 a 7 anos, esta seja ampliada para 10 a 15 hectares. É sugerida uma forma de condução em Cordão Simples Ascendente (CSA), que se caracteriza pela formação de videiras com um único braço a partir do qual surgem lançamentos que são orientados ascendentemente. O compasso aconselhado é de 1,50 m entre plantas e 2,80 m entre linhas de plantação, traduzindo-se num total de 11 904 videiras.

Para uma área de 5 hectares de vinha, faz-se a seguinte recomendação no que diz respeito às castas brancas a utilizar e respetivas proporções:

- Loureiro: 2 hectares
- Arinto: 1,5 hectares
- Alvarinho: 1,5 hectares

O produtor deverá investir, ainda, numa casa de máquinas e cabine de rega, num sistema de suporte das videiras, num sistema de captação e armazenamento de água, em equipamento de rega gota-a-gota e fertirrega, bem como em todas as máquinas e alfaias necessárias para o adequado manejo da cultura, nomeadamente, trator, triturador de martelos, pulverizadores, intercepas, despampanadeira, escarificador, reboque e caixa de carga.



Adega

Tendo em conta que só ao quarto ano é que a vinha atingirá a plena produção, recomenda-se que o investimento na adega seja efetuado nesse mesmo ano. Deste modo, estimando uma produção total de cerca de 67.500 kg de uvas nos 5 hectares de vinha, prevê-se que seja possível produzir, aproximadamente, 49.000 litros de vinho, ou seja, 65 500 garrafas de 75 cl. Considerando que a adega terá que garantir a produção de quase 50 000 litros de vinho, é sugerido que se invista numa adega com uma área a rondar os 200m².

Será necessário adquirir os vários equipamentos conducentes à transformação da uva em vinho: sistema de refrigeração, desengaçador-esmagador, prensa pneumática, permutador tubular, flotador, filtro de placas, 3 cubas de 10.000 e 8 cubas de 5.000 litros, bombas de massas e trasfega, assim como diversas mangueiras.

O engarrafamento e rotulagem do vinho deverão ser realizados através da subcontratação de empresas externas especializadas de modo a não se ter de realizar o investimento na aquisição da coluna de enchimento, considerando o esforço financeiro não justificado pelo volume de produção considerado.



Rentabilidade

Considerando que o produtor atingirá a plena produção ao quarto ano de atividade, estima-se que consiga arrecadar, em cada ano subsequente, 180.125,00 € provenientes da venda anual de 65.500 garrafas de vinho a 2,75€ cada. Deste modo, para os pressupostos apresentados, é expectável que o produtor alcance os seguintes indicadores de viabilidade do investimento:

○ Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 63.669,76€

○ Taxa Interna de Rentabilidade: 4,93%

○ Payback: 11 anos

O facto do valor atualizado líquido (VAL) ser superior a zero e a taxa interna de rentabilidade (TIR) se encontrar bastante próxima dos 5% indicam bons resultados a nível de rentabilidade sobre o valor de investimento que é despendido no início do negócio. Para consolidar esta perspetiva, também se verifica um retorno do investimento antes do prazo de análise (11 anos de payback em 13 anos de análise de investimento).

Visita de campo

A 9 de novembro de 2018 realizou-se uma visita de campo a explorações vitivinícolas de Vinho Verde e a uma Adega do território. Esta visita foi participada por produtores e agentes da fileira, tendo permitido aprofundar o conhecimento sobre o potencial económico da atividade assim como para estimular o contacto entre agentes ativos neste contexto territorial.

O programa de visita de campo contemplou a visita às seguintes entidades:

○ Quinta de Covela – Oportunidade para conhecer a história da Quinta e a estratégia por si adotada na valorização do Vinho Verde da exploração;

○ AB Valley Wines – Tomada de conhecimento sobre a gestão da adega e o seu modelo de interação com os produtores da região, alicerçando na cooperação a base para o desenvolvimento de vinhos de qualidade;

○ Quinta de Linhares – Visita a uma vinha recentemente plantada, para a identificação das características e métodos produtivos adotados, tanto ao nível da vinha, mas também na adega.

A visita contou com um total de 36 participantes (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes dos concelhos de Penafiel (10), Castelo de Paiva (2), Marco de Canaveses (3), Amarante (2), Paredes (4), Celorico de Basto (2), Lousada (3), Resende (2), Baião (3), Paços de Ferreira (1), Vizela (1), Guimarães (1), Gondomar (1) e Cinfães (1). A maioria dos participantes são produtores de Vinho Verde, registando-se, também, um elevado número de participantes com interesse em desenvolver a atividade vitivinícola. De ressaltar que, para além da participação dos técnicos de entidades relevantes no contexto do setor agroalimentar, registou-se, ainda, a participação de estudantes do ensino superior, os quais encararam a participação na iniciativa como uma forma de aprendizagem. Na opinião generalizada dos participantes, a visita de campo cumpriu positivamente com as expectativas, possibilitando a aquisição de novos conhecimentos e compreensão da importância no domínio de determinados pormenores associados a esta cultura.



Figura2. Visita de Campo (Vinho Verde)

Grupo de Trabalho

A 28 de novembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores e comercializadores de Vinho Verde com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 5).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	28 de novembro de 2018, 9h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Adriano Campos - Quinta de Montouro (Penafiel) Alberto Guedes da Costa - Casa de Algar (Castelo de Paiva) André Amaral - Quinta da Torre (Marco de Canaveses) Filipe Sales - Inspir'ar (Cinfães) Hélder Teixeira - Vitimarante (Amarante) Joana de Castro - Quinta de Lourosa (Lousada) Rogério de Castro - Quinta de Lourosa (Lousada) Leonel Isaac - Casa das Hortas (Baião)

Tabela 5. Grupo de Trabalho – Vinho Verde

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:



Ponto de situação e principais desafios para o Vinho Verde no Tâmega e Sousa

- O Tâmega e Sousa apresenta valores substanciais de produção de Vinho Verde mas tem muitas dificuldades em comunicar e valorizar as suas produções;

- A abrangência de 5 sub-regiões vitivinícolas, integradas na Região dos Vinhos Verdes, por parte do território do Tâmega e Sousa, constitui um desafio na medida em que cria divisões no território, nomeadamente ao nível da comunicação e promoção;

- São verificadas dificuldades específicas no escoamento do Vinho Verde tinto;

- A falta de profissionalismo e de conhecimento, designadamente ao nível da vinificação, é um entrave ao desenvolvimento das atividades de produção de vinho;

- A fixação de um limite à produtividade por hectare é um fator restritivo ao desenvolvimento da produção;

- É denotada uma falta de conhecimento generalizado dos consumidores relativamente às características do Vinho Verde (castas, local de produção, etc.); A falta de acessibilidades (e.g. Baião), representando um aumento considerável em custos com logística, é um entrave à competitividade das empresas;

- O Vinho Verde continua a ser subvalorizado comparativamente a outros vinhos DOC nacionais;

- A diversidade e predominância de saberes e práticas ancestrais na produção constitui uma virtude (valor simbólico) mas também um entrave ao desenvolvimento e à mudança;

- As vinhas permanecem muito impermeáveis à introdução de novas tecnologias;

- A terra não está a ser devidamente aproveitada, tendo em conta que existem parcelas propícias para a produção de vinho que estão ao abandono e indisponíveis para colocação de vinhas;

- A dificuldade em se realizar o emparcelamento da terra contribui para o agravamento das disfunções associadas à estrutura fundiária regional;

- As empresas vitivinícolas não investem devidamente na comercialização e no marketing.

O

Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade do Vinho Verde no Tâmega e Sousa

- Apostar em castas bandeira (e.g. Avesso) que permitam notabilizar o Vinho Verde do território;
- Partilhar recursos entre produtores (e.g. equipamentos mecânicos), potenciando a rentabilidade dos investimentos, especialmente num contexto em que a mão-de-obra é cada vez mais escassa;
- Definir claramente o público-alvo para cada tipo de vinho, procurando posicioná-lo e valorizá-lo junto do grupo de consumidores selecionado;
- Implementar sistemas de rega eficientes que se traduzam em ganhos de competitividade;
- Diminuir a estrutura de custos, o que implica compreender fontes de desperdício comparando com soluções disponíveis no mercado (e.g. serviços externos);
- Comunicar e promover o Vinho Verde, demonstrando que o mesmo pode ser consumido durante todo o ano.

O

O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Sensibilizar as autoridades competentes para a importância na reorganização das sub-regiões do Vinho Verde;
- Promover o aparecimento de um centro de investigação / experimental associado à vinha, a fim de assegurar que a transmissão do conhecimento vai passando de geração em geração;
- Lançar de um processo de sensibilização e incentivo ao emparcelamento fundiário;
- Estudar aprofundadamente a casta Avesso e perceber se tem potencial para se tornar a casta referência da sub-região, a exemplo do que acontece com o Alvarinho em Monção e Melgaço;
- Criar de uma marca regional / territorial que potencie a exportação e o reforço da notoriedade dos Vinhos do território;
- Promover eventos periódicos que estimulem o contacto e partilha de experiências entre produtores;
- Realizar ações de sensibilização que comuniquem eficazmente as características do Vinho Verde.



Figura 3. Grupo de trabalho – Vinho Verde

Kiwi

O Kiwi é considerado um produto relevante para a alavancagem do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa. A produção portuguesa de Kiwi concentra-se na Região Norte de Portugal, com especial incidência nos subterritórios do Baixo Vouga, Tâmega e Cávado (Figura 4). Esta distribuição está intimamente associada ao elevado grau de humidade necessário para a prática da kiwicultura.



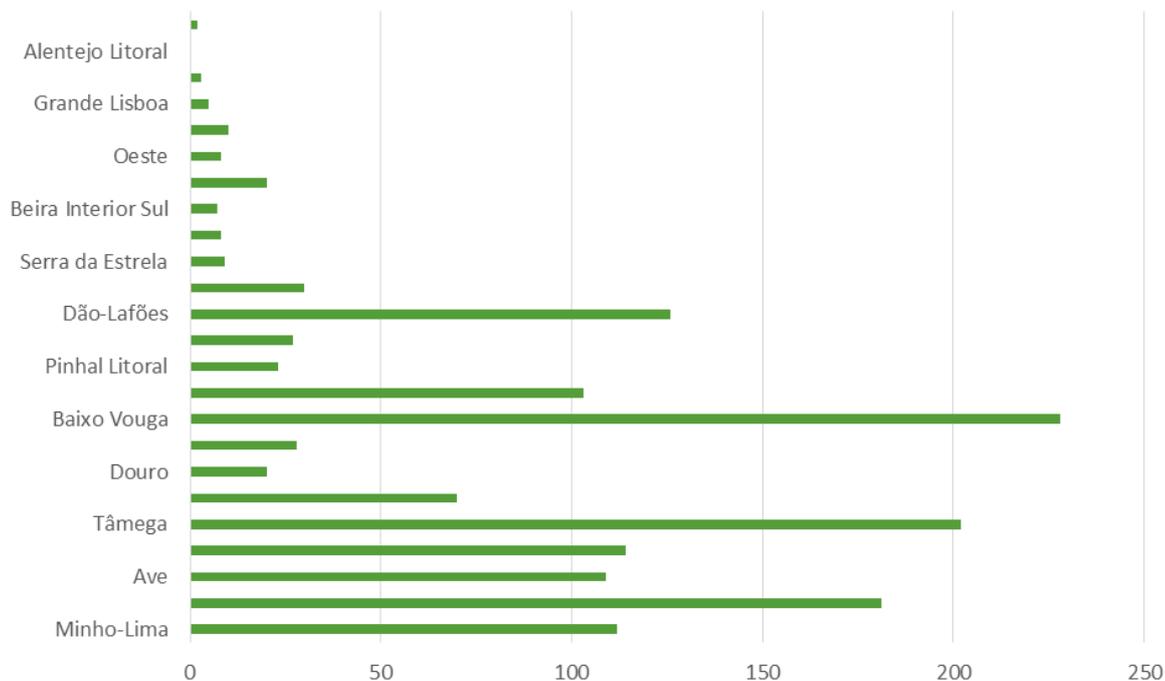


Figura 4 Explorações agrícolas com Kiwi por Localização geográfica (2009) (Fonte: Recenseamento Agrícola, INE, I.P.)

Além disso, a área de produção de Kiwi em Portugal tem expandido. De acordo com a Figura 5, a área de produção de Kiwi foi de, aproximadamente 2 400 ha em 2016, resultado de uma evolução contínua e crescente desde 2013. Simultaneamente, a produção anual de Kiwi tem oscilado ao longo dos anos, tendo sido registado um decréscimo agregado na transição de 2015 para 2016, fixando-se, porém, uma produção anual superior às 20 mil toneladas em 2016.

Atendendo ao potencial de internacionalização deste produto, aliado às condições favoráveis para a sua produção no Tâmega e Sousa, o Kiwi é considerado enquanto um produto relevante do agroalimentar sub-regional, com capacidade de desenvolvimento no território.

O Kiwi tem-se destacado pela sua capacidade de exportação. De acordo com o INE, I.P., as exportações portuguesas de Kiwi representaram, em valor, 19 478 023 euros, no ano de 2017. Portugal já é o 12º produtor mundial, estando o Kiwi português presente em vários países. De acordo com a Figura 6, de um modo geral, os principais mercados para os quais Portugal exporta mais Kiwi são países da Europa, o Brasil, países africanos de língua portuguesa e, mais recentemente Marrocos e Canadá.



Figura 5 Evolução da área e produção de Kiwi em Portugal entre 2013 e 2016 (Fonte: INE, I.P.)

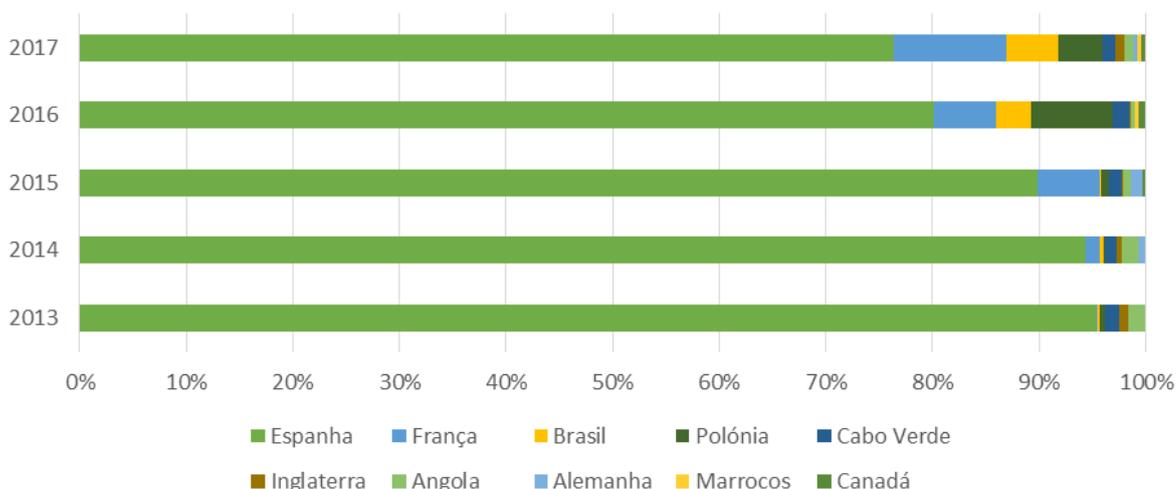


Figura 6 Mercados de destino do Kiwi português (%), entre 2013-2017 (Fonte: ITC)

Modelo de negócio

Um empreendedor interessado em desenvolver uma exploração de produção de Kiwi deverá apostar, inicialmente, numa área de 4 hectares com a perspetiva de a duplicar a médio prazo (6 a 10 anos). O compasso deve ser de 2,5 m entre plantas e 5,0 m entre linhas de plantação. Será vantajoso deixar crescer na entrelinha um ervário natural ou então estabelecer um prado semeado com gramíneas e leguminosas.

Recomenda-se um sistema de condução em pérgola plana com plantas machos e plantas fêmeas na mesma linha. A relação macho : fêmea deve ser de 1:6, ou seja, um macho a cada sétima planta (há 6 fêmeas de intervalo entre machos). A distribuição dos machos deve ser em quincôncio (vértices de um losango). Sugere-se o cultivo da variedade feminina Hayward.

É importante instalar rede anti granizo a cobrir todo o pomar para controlo dos estragos devido à queda de granizo. Ainda que não seja o objetivo principal, esta rede serve também como proteção à exposição solar na medida em que, na época quente, faz efeito de sombra sobre as plantas, protegendo-as. A rede também funciona como corta-vento, resguardando as plantas dos efeitos nefastos de ventos fortes. Uma vez que as actínideas são plantas trepadeiras é necessário instalar no pomar uma estrutura de suporte fixa, permanente e resistente.

O sistema de rega automático a instalar deverá ser por microaspersão, dispondo-se um microas-

persor por planta. Aconselha-se que parte da fertilização seja efetuada através de fertirrega.

Quanto às máquinas e equipamentos a adquirir, será particularmente importante investir num trator de 50cv, pulverizador com turbina, triturador de martelos, espalhador de matéria orgânica e reboques de colheita. Para o seu armazenamento, recomenda-se a construção de um armazém de 50m². Aconselha-se ainda a instalação de colmeias com o intuito de facilitar o processo de polinização.

Para a realização da colheita, é aconselhável que cada trabalhador possua um saco de colheita suspenso nos ombros e atado à cintura, no qual deve pousar cuidadosamente os frutos. Assim que o saco estiver cheio, o operador deve abrir o seu fundo despejando o saco cuidadosamente para dentro dos paloxes. Estima-se que, deste modo, o rendimento da colheita rondará os 220 kg/h. Deve colher-se cerca de 20 a 30 toneladas de kiwi por dia, minimizando-se assim os custos de transporte até ao entreposto e garantindo-se a obtenção de um lote uniforme.

Sendo previsível atingir a plena produção ao quinto ano de atividade, o produtor poderá esperar, daí em diante, volumes de negócio anuais a rondar os 85.000,00 € provenientes da comercialização de 132.000 kgs de kiwis (33.000 kg/ha). Este valor baseia-se num preço de venda de 0,65 €/kg, valor este facilmente alcançável no mercado atual.

Apesar de ser necessária a realização de um investimento algo avultado, na ordem dos 270.000,00 €, o produtor poderá alcançar uma razoável rentabilidade do seu negócio. Ao final de 12 anos de atividade, prevê-se a obtenção dos seguintes registos:

○ Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 8.312,56€

○ Taxa Interna de Rentabilidade: 3,34%

○ Payback: 11 anos

Visita de campo

A 12 de outubro de 2018 realizou-se uma visita de campo a uma exploração de kiwis e a uma cooperativa, a qual efetua o escoamento deste produto. Esta visita foi participada por produtores e agentes da fileira, tendo permitido aprofundar o conhecimento sobre o potencial económico da atividade assim como para estimular o contacto entre agentes ativos neste contexto territorial.

O programa de visita de campo contemplou os seguintes momentos:

○ Visita técnica à exploração do kiwicultor Fernando Costa, possibilitando aos participantes conhecer, in loco, boas práticas relativas à produção de kiwis. A exploração de Kiwi visitada tem uma dimensão de 23 hectares e produz as variedades Hayward, Érica e G3 (kiwi amarelo), tendo atingido uma produção de aproximadamente 600 toneladas no final do ano de 2018;

○ Visita técnica à Adega Cooperativa Terras de Felgueiras, proporcionando contacto e informação relevante sobre o processo de recolha, controlo de qualidade, calibragem, acondicionamento, conservação e transporte de Kiwi. A Cooperativa, sobre a qual decorre um processo de certificação enquanto Organização de Produtores (OP), presta toda a assistência técnica aos kiwicultores que a solicitem, estando igualmente disponível para auxiliar na instalação de novos pomares.

A visita contou com um total de 30 participantes (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes da sub-região do Tâmega e Sousa (15) mas também da

envolvente regional. A maioria dos participantes enquadra-se na tipologia de interessados em produzir e/ou comercializar Kiwi. Salienta-se, também, a presença de um grande número de produtores de Kiwi e a comparência de alguns técnicos de entidades com relevância estratégica no contexto do agroalimentar, bem como de técnicos de Municípios.

Na opinião generalizada dos participantes, a visita de campo cumpriu positivamente com as expectativas, possibilitando a aquisição de novos conhecimentos e compreensão da importância no domínio de determinados pormenores associados a esta cultura.



Figura 7 Visita de campo – Kiwi





Grupo de Trabalho

A 27 de novembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores de Kiwi e outros agentes da fileira com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 6).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	27 de novembro de 2018, 9h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Amadeu Magalhães - Prados Selvagens, Lda. (Amarante) António José Carneiro Leão - ATLA (Paços de Ferreira) Fernando Costa (Felgueiras) Jorge Carvalho - Quinta da Tapada (Lousada) Martinha Vieira (Marco de Canaveses) Paulo Moreira - Kiwi Paiva, Lda. (Castelo de Paiva) Sónia Moreira - Argutibérica, Lda. (Penafiel)

Tabela 6. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:

○ Ponto de situação e principais desafios para o Kiwi no Tâmega e Sousa

- A cultura do Kiwi é recente, economicamente atrativa e beneficia de conhecimento difundido na fileira;
- A produção de Kiwi é uma atividade com potencial de crescimento no território, na medida em que beneficia de condições edafoclimáticas favoráveis e da atividade de entrepostos comerciais na região;
- A instalação e manutenção de uma empresa agrícola em Kiwi detém custos elevados de investimento, que podem desincentivar a instalação de novos produtores;
- Verifica-se uma escassez de mão-de-obra na sub-região, sobretudo para a poda, monda e colheita;
- As alterações climáticas são uma ameaça à atividade, nomeadamente com a ocorrência mais frequente de ventos intensos que podem delapidar os investimentos realizados;
- A cultura do Kiwi é muito sensível a determinadas doenças e pragas, para as quais ainda não foi definido um tratamento eficiente (e.g. PSA);
- A maioria dos produtores de Kiwi do Tâmega e Sousa não possuem a formação técnica adequada nem a experiência necessária para o desenvolvimento competitivo da atividade;
- As parcelas de cultivo de Kiwi não permitem, por si só, escalar o negócio e, simultaneamente, há uma grande dificuldade em arrendar ou comprar terrenos adjacentes;

- Os entrepostos integram quadros qualificados que prestam assistência técnica aos produtores.

○ Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de Kiwi no Tâmega e Sousa

- Organizar os produtores e perfilar estratégia para a exportação, sobretudo num contexto em que se estima que nos próximos 30 anos, o consumo de bens agroalimentares irá duplicar;

- Diversificar as espécies e variedades como forma de minimizar os riscos associados ao clima, pragas e doenças;

- Diminuir os custos de produção, nomeadamente com produtos fitofármacos, através, por exemplo, da criação de uma central de compras que auxilie os produtores;

- Apostar no marketing, permitindo que os consumidores possam conhecer as variedades / espécies menos conhecidas no mercado (e.g. kiwi arguta);

- Apostar em variedades mais rentáveis, mais valorizadas no mercado e menos vulneráveis à PSA;

- Realizar ações integradas de assistência técnica ao longo de todo o ciclo produtivo e não apenas nos períodos em que são percecionados problemas com doenças e/ou pragas;

- Disponibilizar terras para cultivo próximas às explorações como meio para diminuir os custos de produção e de expansão da atividade;

- Apostar no Modo de Produção Biológico (MPB) como meio de acrescentar valor ao produto;

- Providenciar espaços para a partilha de informações, experiências e conhecimentos entre produtores;

- Reforçar a articulação entre entrepostos e produtores para a valorização do produto e organização da fileira (e.g. formação, assistência técnica).

○ O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Criar espaços para a reunião dos players e discussão dos problemas associados à produção e comercialização de Kiwi;

- Definir uma estratégia integrada para o desenvolvimento desta atividade na região;

- Incentivar os produtores a participar em ações de formação técnica, nomeadamente ao nível da poda, colheita, polinização, aplicação de tratamentos e fertilização;

- Estabelecer parcerias com a banca com a finalidade de se abrirem linhas de financiamento mais favoráveis ao investimento;

- Criar de grupos de trabalho para formação da cultura do Kiwi, permitindo aos produtores e potenciais interessados conhecer as características e especificidades associadas a esta cultura;

- Conduzir estudos de mercado que permitam conhecer os mercados com potencial para valorizar comercialmente o Kiwi;

- Analisar a possibilidade de se desenvolver uma indústria transformadora ligada à fruta (e.g. fruta desidratada) como forma de valorização do produto, designadamente daquele que, pelas suas características, não entra nos circuitos de comercialização;

- Potenciar a abertura de campos experimentais e de ensaio no território para aprofundamento do conhecimento na atividade;

- Efetuar um levantamento e caracterização de terras com potencial para a produção de Kiwi.



Figura 8. Grupo de trabalho - Kiwi

Cereja

A Cereja é considerada um produto relevante para a sub-região do Tâmega e Sousa devido à elevada notoriedade que detém no território. A produção de Cereja em Portugal tem vindo a aumentar. De acordo com a Tabela 7 a produção aumentou cerca de nove mil toneladas no período entre 2013 e 2017, apesar de terem sido registadas algumas oscilações no volume de produção.

A par disso, também a área de produção tem vindo a expandir-se no território português. Conforme a Tabela 8, verifica-se que a evolução da área de produção tem crescido de um modo moderado.

Por fim, é de salientar a relevância económica e simbólica da Cereja em particular para a sub-região do Tâmega e Sousa, considerando a concentração produtores e de condições edafoclimáticas de exceção do Município de Resende, um dos principais produtores de Cereja a nível nacional.

	2013	2014	2015	2016	2017
Produção (Toneladas)	10 776	10 577	17 714	7 362	19 563

Tabela 7. Produção de cereja a nível nacional entre o período de 2013 a 2017 (Fonte: GPP)

	2013	2014	2015	2016	2017
Área (ha)	6 020	6 043	6 286	6 350	6 215

Tabela 8. Área de produção de cereja entre o período de 2013 a 2017 (Fonte: GPP)



Modelo de negócio

A quem pretenda iniciar uma exploração dedicada à produção de cereja, recomenda-se uma área de produção mínima de 1 hectare, com a perspectiva de aumentar a prazo a sua atividade para os 2 ou 3 hectares. O compasso de plantação aconselhado é de 1 metro na linha e 3 metros na entrelinha (3 333 árvores/ha). A linha deve estar armada em camalhões (50cm de largura e 15-30cm de altura) devendo encontrar-se coberta com tela para impedir o desenvolvimento de infestantes.

Deve optar-se por um sistema de condução em eixo central revestido. Apesar de tornar o investimento consideravelmente superior, é importante instalar túneis no pomar pois estes irão permitir obter, por um lado, produções todos os anos (nos últimos 5 anos perderam-se 2 colheitas) e, por outro lado, uma produtividade bastante superior ao impedir o rachamento dos frutos causado pela queda de chuva nestes e no solo. Apresentam outras vantagens importantes como sendo a proteção contra o granizo, a antecipação da produção de cereja de 1 a 2 semanas e a produção de cerejas mais vermelhas, com maior calibre e teor de açúcar (em túnel pode-se deixar as cerejas a desenvolver 7 a 10 dias mais do que o usual).

Caso a exploração se situe a uma cota baixa, é recomendado que se escolham variedades precoces de forma a antecipar ainda mais a produção primaveril, obtendo-se assim uma maior valorização das cerejas, pois a quantidade de frutos disponíveis no mercado nessa altura é bastante reduzida (acredita-se que será possível começar a comercializar a cereja na primeira quinzena de abril). A cotas altas deve apostar-se em variedades tardias. Permite atrasar ainda mais a entrada em produção, também com o intuito de entrar no mercado quando existe pouca oferta de cereja. Neste caso, tem de haver um controlo eficaz das pragas que se desenvolvem com o calor do verão (e.g. drosófila-de-asa-manchada, mosca-da-cereja, etc.).

Recomendam-se as seguintes variedades:

- Precoces: Royal Tioga, Nimba, Sweet Aryana,
- Sweet Lorenz, Red Pacific ou Frisco.
- Tardias: Sweet Valina, Lapins, Skeena, Sweetheart ou Staccato.

Para uma área de 1 hectare, o ideal será escolher 2 variedades diferentes, mas com épocas de colheita próximas. Caso se venha a expandir a área de produção para 3 ou mais hectares, deve destinar-se pelo menos 1 hectare para cada variedade.

A partir do momento em que se atinge a plena produção (quarto ano de atividade), é expectável alcançar-se uma produção anual

de 16.500 kg de cereja por hectare de pomar. Este volume de vendas permitirá gerar receitas na ordem dos 49.500,00 € anuais no caso de uma exploração de 1 hectare. O referido volume de negócios foi determinado com base num preço de venda junto do produtor de 3,00€/kg, valor este alcançável no mercado atual para produtores de cerejas de médio-grande calibre (>26mm) nomeadamente se comercializarem o seu produto em períodos de baixa oferta de cereja no mercado (e.g. no mês de abril).

Tendo em conta os pressupostos apresentados, estima-se que será necessário investir cerca de 150.000,00 € para criar uma exploração com 1 hectare de dimensão, sendo expectável que o produtor consiga alcançar uma rentabilidade bastante satisfatória:

- Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 11.610,84€
- Taxa Interna de Rentabilidade: 4,06%
- Payback: 9 anos



Colóquio técnico

No dia 7 de novembro de 2018, pelas 12:00h, realizou-se no Auditório Municipal de Resende um colóquio, com especial incidência na apresentação do modelo de negócio para a produção de Cereja e para a tomada de consciência de boas práticas na atividade. De entre outras, o programa contou com as seguintes apresentações:

“Inovação varietal da cerejeira em Itália”, Romano Amidei (Agrintesa – Itália)

Entre 2010 – 2014, a Itália foi o país que registou maior produção de cereja da Europa, sendo que cerca de 70 % da produção é originária da região de Puglia. Da intervenção do orador, foi possível compreender que há uma clara identificação e conhecimento sobre as variedades de Cereja mais representativas do território, o que se traduz na implementação de estratégias de produção inteligentes que permitem a maximização do potencial produtivo (e.g. a produção de variedades precoces em zonas de baixa altitude VS. a produção de variedades tardias em zonas mais altas). Além disso, os produtores italianos estão cientes para a necessidade de acautelar riscos na produção, recorrendo a coberturas para prevenir a rachadura da cereja, por exemplo.

“Inovação em prunóideas: prunusFito, prunusPós e prunusBot” – o caso da Drosophila suzukii”, Maria do Carmo Martins (COTHM – Centro Operativo e Tecnológico Hortofrutícola Nacional)

Nesta apresentação foi realizada uma contextualização do trabalho desenvolvido pelo Centro Operativo e Tecnológico Hortofrutícola Nacional e uma menção dos projetos cuja área de atuação complementa o trabalho desenvolvido pelo Grupo Operacional da Cereja de Resende e quais os passos que serão dados no âmbito do projeto com o objetivo de valorizar a produção de cereja neste território.

“Caracterização da produção de cereja em Resende – resultados do primeiro ano de projeto”, Berta Gonçalves, Sérgio Pinto, João Ricardo Sousa e Alice Vilela (Projeto GO Cereja de Resende)

O painel apresentou o plano de trabalhos e as ações em curso no âmbito do Projeto GO Cereja de Resende, com particular destaque para a realização do estudo de caracterização das explorações da região, o qual é baseado na aplicação de um inquérito por questionário realizado aos produtores, tendo sido realizados 51 inquéritos até ao momento. Os trabalhos já realizados permitiram identificar a Burlat enquanto



Figura 9 Colóquio de Cereja no Tâmega e Sousa

a principal variedade da região, sendo que o Prunus avium e o Colt são os principais porta-enxertos usados. Foram também realizados 3 ensaios de fertilização delineados, permitindo realizar a devida caracterização dos solos. Neste contexto, e de acordo com Ricardo Sousa, foi concluído que a aplicação via foliar é mais eficiente que a aplicação no solo.

“Modelo de Negócio da cerejeira – Região do Tâmega e Sousa”, José Martino (RURIS)

O Modelo de Negócio para a produção de Cereja foi apresentado à plateia nos termos descritos da secção anterior. Os produtores presentes manifestaram alguma desconfiança quando aos valores apresentados de produtividade e preço médio de venda. Neste debate, foi explicado que os valores de produtividade apresentados são próximos da realidade italiana. No caso do preço médio de venda, valor que os produtores presentes consideraram inflacionado, foi possível concluir que se trata de um valor realista caso o produtor desenvolva as diferentes etapas de valorização do produto, nomeadamente na produção, comunicação, marketing e comercialização. Por outras palavras, os preços mencionados serão atingidos se o produtor conseguir produzir cereja de qualidade, tendo em conta as técnicas e métodos produtivos referidos e realizar o devido acompanhamento e monitorização da produção, bem como as devidas ações promocionais que lhe permitam valorizar comercialmente o produto.

Esta iniciativa revestiu-se de grande importância, na medida em que permitiu aos produtores conhecer um referencial para a atividade da produção de Cereja na região e estimulou a reflexão, debate e discussão entre os participantes, potenciando a melhoria da atividade e o seu contributo para o desenvolvimento económico deste território.

Grupo de Trabalho

A 27 de novembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores de Cereja e outros agentes da fileira com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 9).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	27 de novembro de 2018, 14h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Alípio da Fonseca (Resende) Armando Pinto Barbosa - Quinta da Ribeira (Resende) Francisco Castelo-Branco (Resende) Joaquim Moreira - DRAPN (Penafiel) José da Fonseca (Resende) Maria Fernanda Medeiros (Resende) Nelson David José (Resende) Rui Miguel Viseu B. Cardoso - Quinta da Massorra (Resende) Sérgio Pinto - Câmara Municipal de Resende

Tabela 9. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:



Ponto de situação e principais desafios para a Cereja no Tâmega e Sousa

- Persistem fatores técnicos que se refletem numa baixa produtividade na produção de cereja, tais como: porta-enxertos desadequados; idade das cerejeiras, altura das cerejeiras, variedades desajustadas às condições dos solos/ clima;

- A competitividade da atividade é condicionada pela crescente escassez e encarecimento da mão-de-obra disponível no território

- Persiste um desconhecimento generalizado da parte dos produtores sobre as técnicas e variedades mais adequadas à região;

- O incremento da produção é condicionado pela reduzida área disponível para cultivo das parcelas agrícolas;

- A ausência de métodos adequados de conservação da cereja resultam numa desvalorização do produto no mercado (má imagem);

- Na sub-região do Tâmega e Sousa, os produtores estão muito dependentes da Cermouros na gestão comercial;

- Verifica-se uma resistência à associação e cooperação entre produtores que impede o desenvolvimento de estratégias de competitividade mais amplas;

- Inexistência de uma Organização de Produtores em Resende que dificulta a captação de financiamentos para o território (e.g. PDR 2020).



Figura 10 Grupo de Trabalho - Cereja





Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de Cereja no Tâmega e Sousa

- Garantir que a armazenagem e transporte da cereja é efetuado em frio, fator determinante para a conservação do produto e melhoria da apresentação da cereja no mercado;
- Criar um campo de ensaios ao nível de porta-enxertos e variedades de cereja;
- Melhorar as acessibilidades a Resende, na medida em que existem muitas limitações ao tráfego de veículos pesados, designadamente camiões TIR;
- Fomentar uma maior cooperação entre Instituições de Ensino Superior (IES) e produtores, potenciando a experimentação de técnicas produtivas, inclusivamente ao nível das tecnologias de produção;
- Providenciar espaços de aproximação e trabalho conjunto entre produtores, consubstanciado em parcerias empresariais que permitam ultrapassar problemas de escala;
- Promover a formação técnica em algumas áreas essenciais da produção, nomeadamente ao nível da poda;
- Comercializar a cereja através de uma única embalagem, tal como acontece com a cereja do Fundão, potenciando reconhecimento da cereja de Resende no mercado;
- Apostar em variedades mais adaptáveis ao contexto da região, permitindo diminuir os riscos associados às alterações climáticas, pragas e doenças;
- Procurar canais de comercialização que aproveitem as vantagens competitivas da cereja de Resende, designadamente a que se relaciona com o facto de a colheita de cereja em Resende ser das mais precoces a nível europeu.



O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Servir enquanto mecanismo de articulação entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e os produtores;
- Promover a formação técnica dos produtores em vários domínios (e.g. escolha de variedades, porta-enxertos, poda, colheita, armazenamento, transporte, etc.);
- Mapear as zonas com maior potencial para o desenvolvimento de determinadas culturas, tendo em conta as características do clima e dos solos;
- Elaborar e publicar um caderno de boas-práticas para os novos produtores de cereja;
- Desenvolver o papel de dinamizador / facilitador no território, permitindo estimular a confiança e a cooperação entre produtores;
- Lançar o banco de terras a nível sub-regional que permita enfrentar as dificuldades de compra / arrendamento de terras para cultivo;
- Desenvolver estratégias que facilitem a obtenção de mão-de-obra, sobretudo para o período de colheita.



Mirtilo

Em vários contextos territoriais, o Mirtilo tem vindo a ser considerado um produto relevante no cômputo do agroalimentar, tendo havido vários investimentos na exploração e potencialização da atividade. No Tâmega e Sousa, considerando as características edafoclimáticas do território, o Mirtilo encontra espaço para se desenvolver enquanto produto regional.

Em Portugal a produção de Mirtilo tem aumentado de forma acentuada. De acordo com a Figura 11, a produção de Mirtilo triplicou entre 2013 e 2016, assim como, de modo semelhante, a área de produção que atingiu os 1.400 ha em 2016.

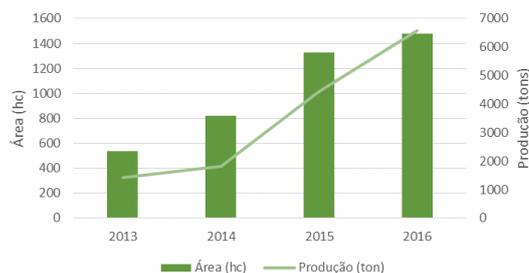


Figura 11 Evolução da área e produção de Mirtilo em Portugal entre 2013 e 2016 (Fonte: INE, I.P.)

No que respeita às transações no mercado internacional, no período compreendido entre 2013 e 2016 (Figura 12), Portugal passou de deficitário para produtor exportador, tendo revertido uma balança comercial negativa para positiva. A tendência de crescimento acentuado das exportações de Mirtilo demonstram o seu potencial para se posicionar como um produto de marca Portugal em mercados específicos.



Figura 12. Importações e exportações de Mirtilo em Portugal entre 2013 e 2016 (Fonte: GPP)

O cultivo de Mirtilo pode ser efetuado diretamente no solo ou em vaso sob túneis. Este último método permite obter um considerável grau de independência relativamente ao clima e solo do local de produção. No entanto, exige a realização de um investimento consideravelmente mais elevado.



Cultivo no solo

É recomendada a implementação do projeto numa área de produção mínima de 2 hectares com um aumento da atividade para os 5 a 8 hectares, 5 a 7 anos mais tarde. Para plantação, considera-se o compasso de 0,75m na linha por 3,0m na entrelinha. A linha deve ser armada em camalhões sendo aconselhável colocar uma camada de casca de pinho ou estilha sobre os mesmos.

É importante instalar uma rede antigranizo a cobrir o pomar para controlo dos estragos provocados pela queda de granizo, aleatoriedade climática que ocorre com elevada frequência. Esta rede tem também a vantagem de servir como rede anti-pássaro, uma vez que esta praga é responsável por elevadas quebras de produção.

As variedades a escolher devem ser precoces (maio/junho) ou tardias (setembro/outubro), sendo sugeridas as seguintes: Duke, Draper, Legacy e Ochlockonee. Cada variedade deve ter uma área de cultivo de pelo menos 1 hectare e deve acompanhar os setores de rega (no mesmo setor de rega só pode estar uma única variedade). Assim, no caso de 2 hectares de terreno, apostar no máximo em 2 variedades diferentes.

Deve ser instalado um sistema de rega gota-a-gota automático com a disposição de 2 tubos gotejadores por linha de plantas. Será igualmente importante utilizar um sistema de fertirrega de modo a fornecer regularmente os nutrientes que as plantas necessitam. Os depósitos, filtros e bombas devem encontrar-se numa cabine de rega de 16m².

Para além de um trator de 35cv, o produtor deverá, ainda, efetuar um investimento nos seguintes equipamentos: triturador de martelos, espalhador de matéria orgânica, pulverizador de turbina, caixa de carga e 25 carrinhos de colheita, entre outros equipamentos menos dispendiosos. De modo a que todo este material seja acondicionado, sugere-se a construção de um armazém de 60m².

Para auxiliar a polinização serão introduzidas 8 caixas de abelhões por hectare. A colheita é manual e tem de ser realizada com extremo cuidado para não danificar os frutos. Esta operação requer muita mão-de-obra e, consequentemente, os custos associados à colheita representam o maior custo de produção, daí que a gestão da mão-de-obra da colheita é um dos fatores com mais peso na determinação da viabilidade económica do projeto. No pico de produção, é recomendado possuir uma equipa de colheita com cerca de 25 trabalhadores por hectare de plantas da mesma variedade.

Atingindo a plena produção ao quinto ano, prevê-se a produção de aproximadamente 14.000 kg de mirtilos por hectare, ou seja, um total de 28.000kg anuais. A um preço de venda de 3,50€/kg, o produtor conseguirá faturar cerca de 98.000,00 € todos os anos ao longo do período de plena produção.

Ao realizar um investimento de 162.514,33 €, estima-se que o produtor conseguirá alcançar índices de rentabilidade bastante razoáveis ao final de 10 anos de atividade:



Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 31.776,47€



Taxa Interna de Rentabilidade: 5,41%



Payback: 9 anos

Cultivo em vaso sob túnel

O cultivo de mirtilos em vaso sob túneis apresenta múltiplas vantagens, nomeadamente:

- Possibilidade de cultivo em solo sem as características ideais para a cultura;
- Maior densidade de plantação e antecipação da entrada em produção;
- Maior controlo sobre a rega e fertilização das plantas (semi-hidroponia);
- Menor incidência de pragas e doenças;
- Facilidade de movimentação das plantas (e.g. quarentena de plantas ou reorganização do espaço de cultivo);
- No entanto, o produtor terá que enfrentar os seguintes inconvenientes:
- Maior investimento inicial;
- Necessidade de maior área de plantação (desperdício de área devido à instalação dos túneis);
- Menor longevidade das plantas (cerca de 8 anos).

A produção de mirtilos em vaso deve ser realizada em túneis com 6,60 m de largura, 3 metros de altura e as laterais devem ter uma altura reta de 1,45 a 1,50 m. Estas últimas devem encontrar-



-se abertas até 1,20 m de altura. É conveniente remover a cobertura dos túneis no inverno voltando a colocá-la no início da primavera quando terminar o repouso vegetativo das plantas. Caso a cobertura não seja retirada, é importante no mínimo levantar as laterais no inverno. Dentro de cada túnel deve haver 3 linhas de vasos. O compasso recomendado é de 0,50m na linha por 2,50m na entrelinha. Recomenda-se a aquisição de vasos com um volume de 25 litros, que não devem ser colocados sobre a tela de cobertura do solo pois tal pode fazer com que água e algas se acumulem, favorecendo a ocorrência de doenças

De modo a usar-se um sistema de semi-hidroponia é necessário instalar um sistema de rega gota-a-gota automático controlado através de uma máquina de rega em vez de autómato de parede, permitindo um controlo mais preciso e fácil da eletrocondutividade (EC) e pH da água. É necessária a aquisição de bandejas de drenagem feitas de alumínio (uma por setor de rega) nas quais seja possível colocar, no mínimo, 2 vasos. Cada vaso deve possuir 4 gotejadores de 1 l/h.

Apesar de apenas ser necessário contratar um trabalhador permanente na exploração, é essencial contratar mão-de-obra ocasional para realizar a abertura e fecho da cobertura, a poda de inverno e a maior parte da colheita. No pico de produção, é recomendado possuir uma equipa de colheita com cerca de 40 trabalhadores por hectare de plantas da mesma variedade.

Considerando um cenário em que se atinge a plena produção ao quarto ano de atividade, é expectável, para uma área de cultivo de 2 hectares, uma produção de 22.400kg de mirtilos por hectare, traduzindo-se num total de 44.800kg anuais. Esta quantidade de mirtilo, comercializada a um preço de venda de 3,50€/kg, permitirá ao empreendedor arrecadar cerca de 156.800,00 € anuais a partir do quarto ano de atividade.

Realizando um investimento de 318.956,91 €, obter-se-á, ao oitavo ano de atividade, índices de rentabilidade ligeiramente mais favoráveis quando comparados com o cultivo no solo, nomeadamente:

○ Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 72.901,59€

○ Taxa Interna de Rentabilidade: 6,94%

○ Payback: 7 anos

Visita de campo

A visita de campo a explorações de mirtilos, realizada no dia 16 de outubro de 2018, permitiu tomar conhecimento sobre a implementação de dois modelos de negócio distintos, tendo contemplado os seguintes momentos:

○ Visita técnica à exploração Berrygrowing, exploração dedicada à produção de mirtilos em vaso sob túneis, possuindo um total de 7 327 plantas, distribuídas pelas variedades Duke (6 374) e Draper (953), plantadas em vaso de 25L em substrato de fibra de coco, turfa loira e perlite, numa área plantada total de 1,2 hectares

○ Visita técnica à BerryD'ouro, exploração certificada em MPB, cujo cultivo de mirtilos é efetuado no solo, num área de 2 hectares, registando uma produção bruta de 15 toneladas por hectare, com especial enfoque na produção das variedades Rebel, Camélia, Duke, Bluecrop, Draper e Liberty, utilizando práticas culturais de Agricultura Biológica, saberes ecológicos e sequestro de carbono.

A visita contou com um total de 19 participantes na visita de campo (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes da sub-região do Tâmega e Sousa mas também da envolvente regional. A maioria dos participantes são produtores de mirtilos.

Salienta-se também a presença de 4 técnicos de entidades com relevância estratégica no contexto do agroalimentar e 2 futuros produtores de mirtilos. Na opinião generalizada dos participantes, a visita de campo cumpriu positivamente com as expectativas, possibilitando a aquisição de novos conhecimentos e compreensão da importância no domínio de determinados pormenores associados a esta cultura.



Figura 13. Visita de campo - Mirtilo

Grupo de Trabalho

A 11 de dezembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores de Mirtilo e outros agentes da fileira com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 10).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	11 de dezembro de 2018, 14h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Armando Soares - BerryD'ouro (Baião) Diana Maia - Casa de Santa Cristina (Celorico de Basto) Iono Santos (Celorico de Basto) José Fernando Sousa - SolIntenso (Lousada) José Monteiro - Casa do Moninho (Baião) Rosa Pessoa - SolIntenso (Lousada)

Tabela 10. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:



Ponto de situação e principais desafios para o Mirtilo no Tâmega e Sousa

- Verificam-se vários constrangimentos ao nível da comercialização da produção regional;
- Os custos de mão-de-obra estão cada vez mais elevados, o que constitui um entrave ao desenvolvimento da competitividade;
- Prevalence uma falta de conhecimento generalizado na atividade, resultando, nomeadamente, em erros na escolha das variedades;
- No último ano registaram-se níveis de produtividade muito baixos devido à mosca, resultando numa elevada rejeição de fruta pelos entrepostos, tendo correspondido, em alguns casos, a 80% do total de mirtilos colhidos;
- Verifica-se ainda a prevalência de alguns problemas ao nível dos recebimentos (morosidade e, em muitos casos, perspectiva de não receber);
- São as variedades Duke, Draper e Liberty que reúnem mais consenso entre produtores relativamente ao seu potencial para crescimento da atividade no território.



Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de Mirtilo no Tâmega e Sousa

- Escolher as variedades que mais se adequam às condições edafoclimáticas da região;
- Conjuguar variedades precoces e tardias, permitindo gerar ciclos de produção mais longos (maio a outubro);
- Estimular uma gestão mais eficiente das explorações, sensibilizando os produtores para:
 - O controlo de custos;
 - A eficiência na afetação de mão-de-obra;
 - Ações preventivas e combativas de pragas e doenças.
- Incentivar a cooperação entre produtores na produção e comercialização dos produtos, potenciando a produção de frutos de qualidade e a sua valorização no mercado.

○

O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Promover a criação de uma entidade (e.g. Organização de Produtores) a fim de garantir as devidas condições de conservação do fruto em frio, bem como potenciar o escoamento e a valorização do produto no mercado;
- Auxiliar os produtores na escolha das melhores entidades para realizar o escoamento do produto; Fomentar mecanismos / ações / iniciativas que facilitem a organização e cooperação dos produtores, designadamente no que se relaciona com a exportação dos produtos;
- Realizar grupos de trabalho que estimulem a discussão, reflexão e partilha relativamente às questões relacionadas com as práticas culturais, melhoria técnica e/ou comercialização;
- Incentivar o desenvolvimento das cadeias curtas de comercialização na região, fomentando o consumo de mirtilos da região.



Figura 14. Grupo de trabalho - Mirtilo





Cogumelo Shiitake

O Cogumelo Shiitake é uma cultura bastante recente e que só há bem pouco tempo chamou a atenção aos produtores portugueses. O crescimento dos mercados pelo Cogumelo Shiitake deve-se, por um lado, às suas características organolépticas e de elevado valor nutritivo (e até medicinal) e, por outro lado, ao avanço tecnológico que permitiu a incorporação de mecanismos de produção que resultaram numa redução e estabilização de preços ao consumidor.

O Cogumelo Shiitake, ainda pouco consumido em Portugal, beneficia de elevados níveis de procura no mercado internacional. A China e os EUA são grandes mercados consumidores de Shiitake, sendo a França e a Espanha os principais mercados importadores, absorvendo na sua globalidade cerca de 74 % da produção mundial exportada.

O interesse recente pelo Cogumelo Shiitake prende-se com a rentabilidade do modelo de negócio. A literatura especializada considera o

Shiitake como das espécies do agroalimentar mais fáceis para a obtenção de rentabilidade, estando associado um investimento inicial moderado e a possibilidade de crescimento do negócio a pequena escala. Considerando tais condições técnico-económicas, aliadas às características territoriais do Tâmega e Sousa, esta é uma atividade relevante para a promoção e ativação do setor agroalimentar sub-regional.

Modelo de negócio

A quem se iniciar na atividade, aconselha-se a produção de 200 toneladas de madeira podendo incrementar a dimensão do negócio para as 300 ou 400 toneladas a prazo. Para acomodar 200 toneladas de madeira, deverá ser adquirida uma estufa com uma área total nunca inferior a 1200m². O ideal será possuir dois módulos com pelo menos 600m² cada, dispostos um ao lado do outro. A título de exemplo, cada módulo pode apresentar as seguintes dimensões: 10 metros de largura, 60 metros de comprimento e paredes retas com 3 metros de altura. Sugere-se a utilização de estufas em arco com estrutura de aço galvanizado e cobertura de plástico térmico de longa duração. No topo da estufa devem existir aberturas para a realização de ventilação zenital.

É fundamental instalar um sistema de rega automático por microaspersão com sensores de temperatura e humidade. Sugerem-se 6 linhas de rega em cada 10 metros de largura da estufa. Deve prever-se, ainda, um sistema de captação e armazenamento de água.

De modo a garantir uma produção contínua ao longo do ano, é essencial realizar o aquecimento da estufa nos meses mais frios do ano. Com o intuito de reduzir os custos de investimento, o aquecimento da estufa pode ser realizado através de uma caldeira a lenha. Sempre que o produtor substituir os troncos de refugo, estes podem ser aproveitados como combustível para a caldeira.

O produtor deverá investir nos vários equipamentos necessários para efetuar a inoculação e o mergulho dos troncos, a colheita dos cogumelos e o seu armazenamento. Tal passará pela aquisição de uma máquina semi-automática de inoculação, tanques amovíveis com um volume de 1m³, carrinhos de mão e carrinhos de colheita, assim como uma câmara frigorífica de 8m³, entre outros equipamentos.

As máquinas e equipamentos, bem como a produção, deverão ser acondicionados num armazém de 40m².

Em abrigos, os troncos inoculados com Shiitake necessitam um mínimo de 4 a 6 meses de incubação, dependendo da quantidade de inóculo utilizado e das condições ambientais. A indução da frutificação é realizada através do mergulho dos troncos incubados ou em repouso num tanque com água, que deverá ser amovível. Os troncos devem encontrar-se submersos durante 4 horas durante o inverno e cerca de 1 hora durante o verão.

Os cogumelos podem ser colhidos manualmente sendo puxados com um movimento de torção na base do pé. De seguida, os cogumelos

são selecionados e classificados de acordo com as suas características. Entre colheitas consecutivas deve ser garantido um período mínimo de repouso dos troncos de cerca de 8 semanas.

Ao terceiro ano de atividade, ano em que se atinge a plena produção, o objetivo será colher uma média de 250kg de cogumelos por semana, idealmente distribuídos equitativamente ao longo das mesmas. Geralmente, cada trabalhador consegue colher 9 kg/h.

Em termos de produção de cogumelos em tronco, considerou-se uma taxa de conversão de madeira em cogumelos de 20%. Tendo em conta que cada lote possui 66 toneladas de madeira, é esperado obter-se, passados três anos, 13.200kg anuais de cogumelo. O produtor terá que substituir, a partir do quarto ano de atividade, 1/3 dos troncos presentes na exploração, ou seja, 66 toneladas.

Requerendo um investimento de aproximadamente 115.000,00 €, um produtor conseguirá obter, ao décimo ano de atividade, um Valor Atualizado Líquido (VAL) de 83.981,63 €. A Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) alcança uma percentagem elevada (15,05%). Estes parâmetros, baseados numa taxa de conversão da madeira de 20% e um preço de venda de 5,25 €/kg de cogumelos, indicam que se trata de um projeto bastante promissor.

Um produtor com uma qualidade mais baixa, não conseguindo superar um preço de venda de 4,70 €/kg, obterá um VAL algo inferior, na ordem dos 52.000,00 €, e uma TIR de 10,90%, registos igualmente bastante positivos.

Visita de campo

No dia 28 de setembro de 2018 realizou-se uma visita de campo a uma exploração de cogumelos shiitake, com vista à tomada de conhecimento, in loco, de boas práticas na perspetiva da produção.

A visita teve lugar na Quinta da Tapada, exploração que, em 2017, atingiu uma produção de 2 toneladas de cogumelos shiitake, associada a 20 toneladas de troncos de madeira de carvalho. Na Quinta da Tapada, a incubação, frutificação e repouso é feita em linhas cruzadas quadradas e existem sempre 8 pilhas a frutificar. O produtor utiliza armadilhas cromotrópicas para captar moscas e mosquitas, bem como rede mosquiteira.

A visita contou com um total de 15 participantes na visita de campo (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes da sub-região do Tâmega e Sousa, à exceção de um elemento, provindo do concelho de Vale de Cambra. A maioria dos participantes enquadram-se na tipologia de interessados (em produzir e/ou comercializar) cogumelos shiitake.

Esta visita técnica permitiu concluir acerca da importância de gerir rigorosamente os pormenores da produção (e.g. tipo de madeira dos troncos, inoculação, choque térmico, gestão do ciclo produtivo) e, sobretudo, da colheita, na medida em que os cogumelos shiitake, dependendo das condições atmosféricas, podem crescer de uma forma muito rápida, sendo, por isso, fundamental, colher na altura certa sob pena de perda de qualidade e correspondente valor comercial.



Figura 15. Visita de campo – Cogumelo Shiitake

Grupo de Trabalho

A 11 de dezembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores de Cogumelo Shiitake com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 11).



Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	11 de dezembro de 2018, 9h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Carlos Carvalho - Horta do Marão (Amarante) João Brochacho (Felgueiras) Joel Almeida (Felgueiras) Jorge Miguel Rocha Rodrigues (Penafiel) Nuno Silva - Colheita do Bosque (Baião) Paulo Oliveira - Quinta da Foz (Celorico de Basto) Pedro Catão - O sítio dos cogumelos (Amarante) Yarec Jaroslaw - Fungoland (Celorico de Basto)

Tabela 11. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:

○ Ponto de situação e principais desafios para o Cogumelo Shiitake no Tâmega e Sousa

- O Cogumelo Shiitake é um produto de escoamento fácil, comparativamente a outros produtos agroalimentares;
- As condições edafoclimáticas da região favorecem a produção de cogumelos;
- Regista-se, porém, um abandono da atividade por parte de muitos produtores nos últimos anos;
- Ainda assim, o abandono de muitos produtores não se refletiu, como se perspectivava, na subida dos preços do Cogumelo Shiitake no mercado;
- Prevalece uma falta de organização generalizada entre produtores;
- Os ciclos de produção não têm sido regulares, o que resulta na instabilidade da oferta disponível;
- A necessidade de reinvestimento nas produções, sobretudo no que respeita à renovação da madeira, é uma dificuldade no desenvolvimento para muitos produtores;
- As tendências contemporâneas para a adoção de uma alimentação saudável, vegetariana e/ou vegana constitui uma oportunidade para o crescimento do consumo de Cogumelo Shiitake.

○ Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de Cogumelo Shiitake no Tâmega e Sousa

- Incrementar os níveis de produção para assegurar exportações;
- Organizar os produtores e a oferta do produto no mercado;
- Proceder à homogeneização do produto, por via da cooperação, visto que uns produtores utilizam a madeira de carvalho e outros a madeira de eucalipto;
- Produzir cogumelos em substrato, sobretudo no inverno, aspeto fundamental para contribuir para a regularidade da oferta durante todo o ano;
- Lançar subprodutos de cogumelo (e.g. produtos de beleza, alheira de cogumelo, etc.);
- Criar condições logísticas que permitam exportar o cogumelo a custos mais reduzidos;
- Utilizar sistemas de rega mais eficientes;
- Aprofundar o conhecimento sobre o Cogumelo e identificar as melhores estirpes;
- Apostar na produção durante o período de inverno, visto que os preços pagos ao produtor são mais elevados.

○ O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Promover o Cogumelo Shiitake junto dos consumidores, através de campanhas de sensibilização, promoção e marketing, na medida em que existe muito desconhecimento relativamente ao consumo;

- Fomentar a criação de uma organização de produtores;
- Incentivar a criação de condições logísticas que permitam melhorar o escoamento e a valorização do cogumelo shiitake no mercado;
- Fomentar o desenvolvimento de cadeias curtas de comercialização na região, especialmente em entidades públicas e do terceiro setor, tais como escolas, IPSS, etc.;
- Criar uma marca regional que ative o cunho territorial do produto, potenciando a comercialização;
- Proporcionar formação específica aos produtores de cogumelos, a qual aborde os aspetos relacionados com as características dos terrenos, altitude, humidade, temperatura, estirpes, inóculos, madeira / substratos, entre outros;
- Realizar o levantamento dos jovens agricultores existentes na região, contactá-los e perceber quais as áreas em que poderiam ser apoiados;
- Realizar de grupos de trabalho com agentes do agroalimentar do Tâmega e Sousa, com vista à discussão e reflexão que potencie a promoção e comercialização conjunta dos produtos regionais;
- Organizar de iniciativas nacionais e internacionais de benchmarking, as quais possibilitem aos produtores conhecer boas práticas de produção e comercialização de cogumelos.



Figura 16. Grupo de trabalho – Cogumelo Shiitake



Hortícolas em Modo de Produção Biológico

A produção biológica tem vindo a ganhar relevo e importância desde o século passado. Tal acompanhou uma tendência global para a adoção de melhores práticas ambientais de preservação do solo e dos recursos naturais e a garantia de alimentos com elevada qualidade nutricional. É para a sociedade evidente que a produção biológica contribui para a sustentabilidade ambiental, humana e animal e salvaguarda do bem-estar das gerações futuras e do planeta.

Tendo em conta a apologia recente aos produtos biológicos, verifica-se que a produção tem vindo a ganhar relevo tanto na União Europeia como à escala nacional, nos últimos anos. A área de cultivo de agricultura biológica começou a ganhar relevância económica e social na década de 90 e tem vindo a aumentar. De acordo com a Tabela 12 é possível verificar que a Região Norte de Portugal detém uma área considerável dedicada à produção biológica e o número de produtores existentes representa mais de um terço dos produtores nacionais.

O número de produtores de hortícolas também tem vindo a aumentar ao longo do tempo. No ano de 2004 existiam 214 produtores de hortícolas em modo produção biológica enquanto em 2015 este valor mais do que duplicou, atingindo 548 produtores, como é possível observar na Tabela 13.

	Área (ha)	Produtores (nr.)
Região Norte	25 975	1 442
Portugal Continental	239 864	3 820

Tabela 12. Área de explorações biológicas e número de produtores (Fonte: DGADR)

	2004	2015
Produtores (nr.)	214	548

Tabela 13. Número de produtores de hortícolas em modo produção biológico (Fonte: DGADR)

Modelo de negócio

Para iniciar a atividade como empresário profissional, sugere-se uma área de produção mínima de 3 hectares. Esta área poderá ser aumentada a médio prazo desde que o agricultor aposte na especialização, reduzindo o número de culturas produzidas. No entanto, este incremento de área irá implicar um acréscimo considerável de mão-de-obra e de operações mecanizadas pelo que será necessário elaborar com rigor o respetivo plano.

Recomenda-se que os 3 hectares sejam divididos da seguinte forma:

- 27.500m² (2,75 hectares) ao ar livre, em que:
 - 22.000m² de área útil.
 - 5.500m² de área destinada ao pouso/ produção de forragem para transformação em composto.

- 2.500m² (0,25 hectares) de estufa com o intuito de prolongar o período de produção.

A cobertura da estufa deve consistir em filme de polietileno, em forma de túnel ou politúnel de paredes retas. A instalação de estufas serve, igualmente, para criar uma área que funcionará exclusivamente como viveiro (50m²). O objetivo principal deste viveiro consiste em assegurar uma maior independência de terceiros pois nem sempre é fácil obter plantas das variedades escolhidas no momento pretendido.

Diferentes culturas requerem diferentes tipos de rega. Assim sendo, ao ar livre, é recomendado instalar um sistema de rega gota-a-gota e um sistema de aspersão. Já na estufa, aconselha-se que toda a área (exceto a destinada ao viveiro) esteja totalmente munida com um sistema de rega gota-a-gota, bem como com um sistema de microaspersão. No viveiro, o fornecimento de água deve ser realizado exclusivamente através de microaspersão. Recomenda-se a realização de fertirrega sendo que os respetivos fertilizantes serão veiculados pelos sistemas de rega referidos.

O produtor deve também prever a construção de uma estrutura de compostagem com 100m² de área. Esta área permitirá albergar duas pilhas de compostagem: uma com composto pronto a utilizar e outra com material orgânico ainda em decomposição.

Caso se opte pela produção de determinadas culturas (e.g. cenoura, alface ou diversas couves), é essencial instalar uma rede de ensombreamento sobre as mesmas. Podem ser instaladas estruturas simples e económicas que possam ser transportadas de talhão em talhão acompanhando as culturas que a necessitam à medida que estas se vão movimentando de acordo com o plano de rotação de culturas.

O tipo de equipamentos a adquirir está dependente das culturas que o produtor escolher cultivar. No entanto, para a generalidade dos casos, é conveniente possuir um trator de 50cv, triturador de martelos, escarificador, grade de discos, fresa, semeador manual, armador de camalhões, pulverizador com barras, queimador manual, espalhador de composto e caixa de carga, entre outros equipamentos. De modo a prevenir imprevistos, é conveniente possuir uma câmara frigorífica na qual serão colocados os produtos colhidos. Bastará uma câmara com cerca de 22m³ de capacidade. Será indispensável possuir, ainda, um armazém que, para além de armazenar a produção, funcionará como abrigo de máquinas e equipamentos.

Estando o Modo de Produção Biológico restrito à aplicação de certos produtos e à realização de determinadas práticas, o produtor deverá efetuar continuamente uma série de operações culturais conducentes à otimização da produtividade das suas culturas. Salienta-se a importância da realização de rotação de culturas, compostagem, cobertura do solo (com palha ou tela), consociação de culturas, falsa sementeira, monda térmica e solarização, entre outras práticas comuns a este modo de produção.

O escoamento da produção tem de ser feito de dois modos, que podem ser complementados um com o outro:

○ Venda ao consumidor final: cabazes ou mercado; neste caso é necessária bastante diversidade de oferta; este meio de escoamento deve ser privilegiado em explorações de pequena dimensão.

○ Venda a intermediários: a prazo pode evoluir-se para a especialização recorrendo-se mais frequentemente à venda a intermediários.

Deste modo, estimou-se a obtenção de um volume de negócios de 6.523,80 € no primeiro ano de atividade. Ao segundo ano já será possível, teoricamente, atingir a plena produção. Assim, a partir deste ano, um produtor que consiga gerir a sua exploração de forma competente poderá esperar um volume de negócios anual na ordem dos 75.000,00 €. Por outro lado, a produção de hortícolas em MPB seguindo o modelo de negócios exposto exige a realização de um investimento a exceder ligeiramente os 150.000,00 €.

Segundo os pressupostos apresentados, será possível alcançar registos de rentabilidade bas-

tante favoráveis, nomeadamente:

○ Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 16.242,38€

○ Taxa Interna de Rentabilidade: 4,60%

○ Payback: 9 anos

Visita de campo

No dia 23 de novembro de 2018 teve lugar uma visita de campo a duas explorações agrícolas de produção de hortícolas em Modo de Produção Biológico (MPB). Esta visita foi participada por produtores e agentes da fileira, tendo permitido aprofundar o conhecimento sobre o potencial económico da atividade assim como para estimular o contacto entre agentes ativos neste contexto territorial.

O programa de visita de campo contemplou os seguintes momentos:

○ Visita técnica à Quinta da Lameira, possibilitando aos participantes conhecer o modus operandi da produção de hortícolas. A Quinta da Lameira abrange uma área de aproximadamente 0,8 hectares, com uma área coberta de estufas de 1600 m². Nas estufas encontra-se a produção de hortícolas, enquanto que no exterior é possível encontrar diversas espécies de ervas aromáticas, bem como um pomar em fase de crescimento. O escoamento dos produtos é operacionalizado através da comercialização de cabazes, da presença em mercados biológicos e da entrega dos produtos em lojas Bio e restaurantes vegetarianos.

○ Visita técnica à Biodiversus, a qual permitiu conhecer uma exploração de hortícolas de maiores dimensões e com forte vocação comercial. A Biodiversus dispõe de uma área de 7 hectares ao ar livre e de 0,7 hectares de estufas, produzindo em média 40 toneladas/ano. Os principais canais de venda são os mercados de produtos biológicos, fornecimento direto de lojas, restaurantes e hotéis, e as entregas ao domicílio.

A visita contou com um total de 19 participantes (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes da sub-região do Tâmega e Sousa (15) mas também da envolvente regional. A maioria dos participantes enquadra-se na tipologia de produtor hortícola, embora nem todos produzam em MPB. Salienta-se, também, a presença de um grande número de estudantes, alguns deles finalistas, os quais procuram participar nestas iniciativas como uma forma de adquirir novos conhecimentos. Registou-se, igualmente, a comparência de uma técnica de uma entidade com rele-



Figura 17. Visita de campo – Hortícolas MPB

vância estratégica no contexto do agroalimentar (Ader-Sousa), bem como de alguns interessados nesta temática e atividade.

Globalmente, a iniciativa foi percecionada pelos participantes como muito positiva, nomeadamente no que respeita ao facto de os participantes se conhecerem e partilharem experiências. Inclusivamente, durante a visita, foi possível percecionar que alguns produtores estavam motivados a desenvolver estratégias de colaboração futuramente, sobretudo ao nível do escoamento dos produtos. Alguns participantes solicitaram à organização, inclusivamente, a partilha de contactos, tendo sido, naturalmente, solicitada a devida autorização aos mesmos.

De igual modo, a oportunidade que os participantes tiveram de verificar, in loco, explorações de hortícolas em MPB com diferentes características produtivas e comerciais revestiu-se de grande importância para os participantes, especialmente para aqueles que tencionam iniciar-se na atividade.

Grupo de Trabalho

A 7 de dezembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com produtores e outros agentes interessados com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 14).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	7 de dezembro de 2018, 16h
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Daniel Queirós – Biocheers (Amarante) Filipa Jason - Dona Ovelha (Amarante) Frederico Guimarães - Dona Ovelha (Amarante) Graça Mil-Homens (Castelo de Paiva) José Carlos Mendes - H2Douro, Lda. (Marco de Canaveses) Liliana Perestrelo - NATURALFA Lúcia Faria (Felgueiras)

Tabela 14. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:

○ Ponto de situação e principais desafios para a produção de hortícolas MPB no Tâmega e Sousa

- O mercado dos produtos biológicos é maduro e consolidado, registando-se um forte crescimento da procura nos últimos anos;
- Mesmo assim, a atividade permanece pouco organizada, nomeadamente no que se relaciona com a organização da oferta;
- As lojas de produtos biológicos têm potencial de atração turística, mas têm, geralmente, pouca sustentabilidade financeira;
- Muitos produtores hortofrutícolas são fraudulentos, na medida em que não apresentam certificação em MPB e comercializam os produtos como se fossem biológicos ou, tendo a certificação, não cumprem integralmente com as normas de produção associadas. Este tipo de situações, quando descobertas, tendem a descredibilizar os produtores certificados em MPB;
- É expectável a tendência dos preços dos produtos biológicos a aproximarem-se dos preços dos produtos convencionais;
- É difícil para os produtores MPB encontrarem os fatores de produção necessários na região;
- A falta de especialistas / consultores em agricultura biológica, repercute-se na falta de informação / divulgação e assistência técnica para atividade e, consequentemente, na falta subvalorização do setor.

○ Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de hortícolas MPB no Tâmega e Sousa

- Comercializar os produtos biológicos através da grande distribuição. Já se verifica uma procura neste sentido, visto que os entrepostos portugueses já recebem produtos biológicos espanhóis;
- Estimular o aparecimento de uma secção de produtos biológicos no Mercado do Bolhão (Porto);
- Tornar os mercados locais / municipais como epicentros de desenvolvimento de cadeias curtas de comercialização, contribuindo para o escoamento e valorização dos produtos biológicos dos pequenos produtores da região;
- Incentivar o aparecimento de assistência técnica, fundamental nesta atividade, especialmente na tentativa de “transformar” os produtores convencionais em produtores em MPB;
- Apostar em produtos biológicos de variedades hortícolas regionais, a exemplo dos espargos (Felgueiras), cebola garrafal (Penafiel) e do melão casca de carvalho;
- Apostar na agricultura biodinâmica, sobretudo para exportação.

○ O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Realizar campanhas de sensibilização e ações informativas junto dos produtores como forma de desmistificar ideias preconcebidas e de estimular produtores agrícolas tradicionais a tornarem-se produtores em MPB;

- Identificar as variedades regionais com potencial competitivo no mercado e incentivar o seu cultivo; Organizar eventos de promoção e sensibilização junto dos consumidores e produtores;

- Incentivar a criação de uma cadeia curta de comercialização a nível regional, que fomente as entidades públicas e do terceiro setor (IPSS, escolas, etc.) a comprar produtos regionais, designadamente hortícolas em MPB;

- Desenvolver o banco de terras enquanto instrumento para acesso a terrenos disponíveis para cultivo.



Figura 18. Grupo de trabalho – Hortícolas MPB



Carne Certificada

As carnes certificadas são consideradas um produto relevante para a sub-região do Tâmega e Sousa. As carnes com certificação DOP evidenciam uma qualidade diferenciada e estão intimamente associadas às características de um determinado núcleo geográfica. O cunho territorial da certificação DOP acrescenta valor ao produto, assegura a manutenção da produção autóctone e difunde o território, na sua plenitude, junto do consumidor logo acrescentam valor à região e valorizam o produto. Através da qualificação e da presença de um selo que garante a qualidade e a segurança alimentar dos produtos, é dado um maior grau de confiança aos consumidores, ao invés de outro tipo de carnes que não possui nenhuma marca de qualificação.

Em Portugal, a produção de carne de bovino certificada com DOP tem-se mantido genericamente estável ao longo dos anos, assim como o seu peso na produção total de carne. De acordo com a Tabela 13 a produção de carne de bovino certificada DOP aumentou ligeiramente no período entre 2012 e 2016, mantendo-se constante o peso da produção de carne certificada na produção total nacional, que foi variando entre os 2,5 e os 2,7 pontos percentuais.

No Tâmega e Sousa, a raça Arouquesa de bovino é a principal raça autóctone, sendo a ANCRA a entidade responsável pela certificação da produção e a promoção do selo DOP. Constando a presença da raça Arouquesa no território, a produção de carne certificada apresenta-se como uma atividade de grande importância económica e territorial.



	2012	2013	2014	2015	2016
Produção de carne certificada DOP (ton)	2 327	2 191,8	2 131	2 299	2 341
Peso da produção certificada na produção total (%)	2,5	2,6	2,7	2,6	2,6

Tabela 15. Área de produção de cereja entre o período de 2013 a 2017 (Fonte: GPP)

Modelo de negócio

Para iniciar a atividade considera-se um efetivo mínimo de 30 fêmeas reprodutoras. Um produtor que pretenda iniciar atividade na bovinicultura deverá possuir um efetivo mínimo de 30 fêmeas reprodutoras. No entanto, deverá começar com um efetivo de metade dos animais, ou seja, 15 animais, e ir aumentando o mesmo ao longo de 5 anos através da seleção do próprio efetivo da exploração. O objetivo é a venda de vitelos com cerca de 8 meses de idade, para carne certificada DOP Arouquesa.

As fêmeas são cobertas entre março e abril pelo touro presente na exploração, praticando-se a cobrição natural. A taxa de fertilidade nesta raça é bastante elevada, encontrando-se entre os 85% e os 95%. Com uma taxa de prolificidade de 100%, idealmente teríamos uma cria (vitelo/a) por vaca por ano. No entanto, a estes valores é ainda aplicada uma taxa de mortalidade dos vitelos ao parto e outra entre o nascimento e o desmame, de 5% e 3%, respetivamente. No presente estudo considerou-se a aquisição de vacas arouquesas cheias, possibilitando o nascimento e venda dos vitelos a partir do segundo ano de atividade.

Será necessário construir um estábulo de 210m² para abrigo dos animais durante o período de estabulação. No estábulo, considerou-se a instalação de manjedouras coletivas e bebedouros, e lugares de cornadis e postes para contenção dos animais.

O pastoreio poderá ser realizado durante uma média de 7 meses por ano, entre abril e outubro. Durante a época de pastoreio, os animais adultos alimentam-se das pastagens disponíveis nas zonas de baldios. Para um efetivo de 30 vacas reprodutoras, no ano cruzeiro, deve ter-se acesso a uma área mínima de 83 ha de pastoreio. Nos restantes meses do ano, os animais são estabulados, uma vez que os dias se tornam curtos, frios e chuvosos nestas regiões. Durante este período, a alimentação é assegurada pelo produtor.

Os vitelos e vitelas são vendidos com 8 meses de idade e com um peso médio da carcaça de 140,00kg e 120,00kg. Atualmente, estes animais de raça pura são vendidos à associação (AN-CRA) que trata da comercialização da Carne Certificada DOP, a um preço fixo de 5,25€/kg. Assim, temos para os vitelos 735,00€/cabeça e para as vitelas 630,00€/cabeça. No ano cruzeiro, são vendidas três fêmeas de refugo, a um preço médio de 600,00€/cabeça.

Deste modo, em plena produção, será possível alcançar um volume de negócios anual a rondar os 17.000,00 €. A este valor acrescem os subsídios a que o produtor se poderá candidatar. Considerando a obtenção de medidas de apoio derivadas da Manutenção de Raças Autóctones em Risco, do Prémio por Vaca e da Manutenção de Atividade Agrícola em Zonas Desfavorecidas, estima-se ser possível arrecadar cerca de 10.000,00 € anuais associados a esta rúbrica.

Necessitando de um investimento ligeiramente superior a 100.000,00 €, este negócio, segundo os pressupostos estipulados, apresenta os seguintes indicadores de investimento ao final de 15 anos de atividade.

- Valor Atualizado Líquido (3% de taxa de atualização): 10.142,01€
- Taxa Interna de Rentabilidade: 3,92%
- Payback: 14 anos



Visita de campo

No dia 10 de dezembro de 2018 teve lugar uma visita de campo a explorações de produção para carne certificada. Esta visita foi participada por produtores e agentes da fileira, tendo permitido aprofundar o conhecimento sobre o potencial económico da atividade assim como para estimular o contacto entre agentes ativos neste contexto territorial.

O programa de visita de campo contemplou os seguintes momentos:

○ Visita técnica à exploração do produtor Nelson Valente, possibilitando aos participantes conhecer as características da exploração e a estratégia adotada na gestão da exploração. Esta exploração está localizada na freguesia de Nespereira (Cinfães) e conta com um efetivo de cerca de 60 animais da raça Arouquesa. Para o pastoreio são utilizadas áreas de baldio e cerca de 3 hectares de prados permanentes melhorados. Tendo por base um modo de produção predominantemente extensivo, os animais pastoreiam cerca de 6 meses num ano, passado o restante tempo do ano estabulados. O produtor vende,

aproximadamente, 40 vitelos por ano como carne certificada.

○ Visita técnica à exploração da produtora Patrícia Soares, a qual permitiu conhecer a realidade produtiva da exploração. Com um efetivo de cerca de 40 animais da raça Arouquesa, esta exploração tem por base um modo de produção predominantemente extensivo, em que os animais pastoreiam cerca de 6 meses num ano. Para o pastoreio a produtora explora áreas de baldio e cerca de 8 hectares de prados permanentes melhorados. Por ano, esta produtora vende, aproximadamente, 30 vitelos como carne certificada.

A visita contou com um total de 7 participantes (sem contabilizar os elementos da equipa de organização), provenientes maioritariamente da sub-região do Tâmega e Sousa. A maioria dos participantes são criadores de bovinos de raça arouquesa, registando-se, também, um elevado número de participantes com interesse em desenvolver esta atividade. De ressaltar, ainda, a participação da vereadora das ativida-

des económicas do Município de Resende, Dr^o Maria José Dias, registando-se, ainda, a participação de um estudante do ensino superior, o qual participou na iniciativa como uma forma de aprendizagem.

Na opinião generalizada dos participantes, a visita de campo cumpriu positivamente com as expectativas, possibilitando a aquisição de novos conhecimentos e compreensão da importância no domínio de determinados pormenores, nomeadamente do ponto de vista económico, associados a esta atividade.



Figura 19. Visita de Campo - Carne Certificada

Grupo de Trabalho

A 28 de novembro de 2018 foi realizada a sessão de grupo de trabalho / discussão com empresários com explorações de produção de carne com atividade na sub-região do Tâmega e Sousa (Tabela 16).

Local	Sede da CIM Tâmega e Sousa
Data / hora	28 de novembro de 2018, 14h30
Duração	2 horas
Facilitação	José Martino (RURIS)
Participantes	Idalino Leão - PecNordeste (Penafiel) Joaquim Agostinho Macedo (Paços de Ferreira) José Magalhães (Lousada) José Ribeiro de Meireles (Paços de Ferreira)

Tabela 16. Grupo de Trabalho – Kiwi

Da realização deste grupo de trabalho foi possível retirar as seguintes conclusões:

○ Ponto de situação e principais desafios para a produção de carne no Tâmega e Sousa

- A carne é paga a 3,80€/Kg (angus);
- Os custos com a compra de vitelos para engorda ronda os 600€/700€;
- Para se produzir 250 – 300 animais são necessários cerca de 28 hectares de terreno (produção em regime não extensivo);
- Verifica-se uma tendência para existir cada vez menos produtores, mas de maior dimensão;
- Há cada vez mais dificuldade da parte dos produtores em licenciar os estábulos;
- A pecuária caminha no sentido de se especializar e profissionalizar, sendo que os produtores de bovinos tenderão a adquirir serviços externos para o desenvolvimento do negócio;
- É opinião geral de que a produção de raças autóctones não é economicamente rentável pois apresenta custos de produção muito elevados, considerando o lento crescimento dos animais.

○ Como se pode melhorar a competitividade e rentabilidade da produção de carne no Tâmega e Sousa

- Apetrechar as explorações com uma sala de desmancha, a fim de se poder realizar a venda direta ao consumidor;
- Incrementar o efetivo animal enquanto estratégia para redução de custos unitários e potencialização da rentabilidade das explorações;
- Procurar fontes de alimentação alternativas à ração, nomeadamente a aposta em forragens de melhor qualidade (mistura de trevos, azevéns, entre outros).

○ O papel da CIM-TS no agroalimentar do Tâmega e Sousa

Foram lançadas ideias para orientação da ação da CIM-TS para o desenvolvimento do setor, a saber:

- Lançar o Banco de Terras como instrumento para o acesso a terrenos para cultivo ou pastagens;
- Criar uma marca regional que permita valorizar comercialmente a carne produzida na região, através da associação a um cunho territorial;
- Incentivar a criação de uma cadeia curta de comercialização a nível regional, que fomente as entidades públicas e do terceiro setor (IPSS, escolas, etc.) a comprar produtos regionais, designadamente carne de bovinos produzidos na região;
- Fomentar um programa de empréstimos com maturidades longas, permitindo incentivar o investimento nesta atividade e fixar pessoas em contextos territoriais de baixa densidade.



Figura 20. Grupo de Trabalho - Carne Certificada

Artesanato

Aliado ao setor agroalimentar encontra-se o artesanato. Marcado pela sua identidade histórica e cultural, o artesanato é ainda hoje em dia uma atividade a ser explorada em articulação com o setor agroalimentar. É de igual modo oportuno dar visibilidade à atividade do artesanato, que representa uma tradição muito antiga no Tâmega e Sousa, de forma a ajudar os artesãos a promover os seus produtos, bem como a estimular a transmissão destes saberes ancestrais às gerações mais novas.

Para a sua divulgação e promoção são realizadas várias feiras e certames, onde são promovidos os produtos artesanais locais e os produtos regionais, como é exemplo a Feira do Vinho, Gastronomia e Atividades em Castelo de Paiva.

O artesanato pode conciliar-se com o setor agroalimentar não só através das feiras e certames a desenvolver em conjunto, mas também pela conjugação dos dois setores na promoção e valorização dos seus produtos. A cestaria é uma atividade artesanal que apoia muitas das atividades agroalimentares como é o exemplo das frutas, hortícolas ou das carnes. Também os doces tradicionais, as compotas e o mel apresentam muitas vezes no seu produto final uma composição artesanal de modo a ser mais apelativo e competitivo no mercado. Para além disso, uma das artes identitárias do Tâmega e Sousa é o linho, que é muito usada nesta região para a conceção artesanal de artigos ligados ao agroalimentar.

Desta forma, a CIM-TS entende ser oportuno analisar as atividades artesanais existentes no território e desenvolver ações que permitam preservar, valorizar e afirmar este valioso ativo. O artesanato do Tâmega e Sousa (Figura 21) apresenta uma elevada riqueza, existindo um conjunto de artesãos que têm conseguido preservar as artes e saberes de geração em geração. Deste modo, a inclusão do artesanato neste Plano Estratégico é a uma decisão estratégica de valorizar as artes e produtos artesanais, os quais expressam as tradições e cultura deste território.

Estrategicamente, a promoção e desenvolvimento do artesanato do Tâmega e Sousa pode realizar-se sob duas perspetivas, ainda que complementares, a saber:

- **Revitalização económica:** organizar artesãos e desenvolver conhecimento de forma a estimular a produção e comercialização de produtos artesanais, de forma a responder a reais necessidades de mercado. A eficácia desta linha de orientação estratégia implica diagnosticar de que forma produtos de base artesanal po-



dem ser promovidos ou reinventados, de modo a que haja uma renovação da procura dos mesmos por parte dos consumidores. Neste ponto, o exemplo mais paradigmático é os produtos artesanais de cortiça (e.g. vestuário, material de escritório, etc.), cuja reinvenção permitiu que a atividade artesanal nesta matéria ganhasse novo vigor.

○ Ativação do valor simbólico: criar condições para a manutenção do artesanato, apoiando os

artesãos, considerando o interesse público da preservação do seu valor simbólico. Esta linha de orientação estratégica parte do pressuposto de que o artesanato do território não tem um potencial económico para que se possa constituir como uma atividade autossustentável, mas que ainda assim, tem importância do ponto de vista simbólico, cultural e comunitário. Por conseguinte, o artesanato deve ser incluído nas ações de promoção turística e patrimonial, enquanto mecanismo de promoção territorial e representação da identidade comunitária.

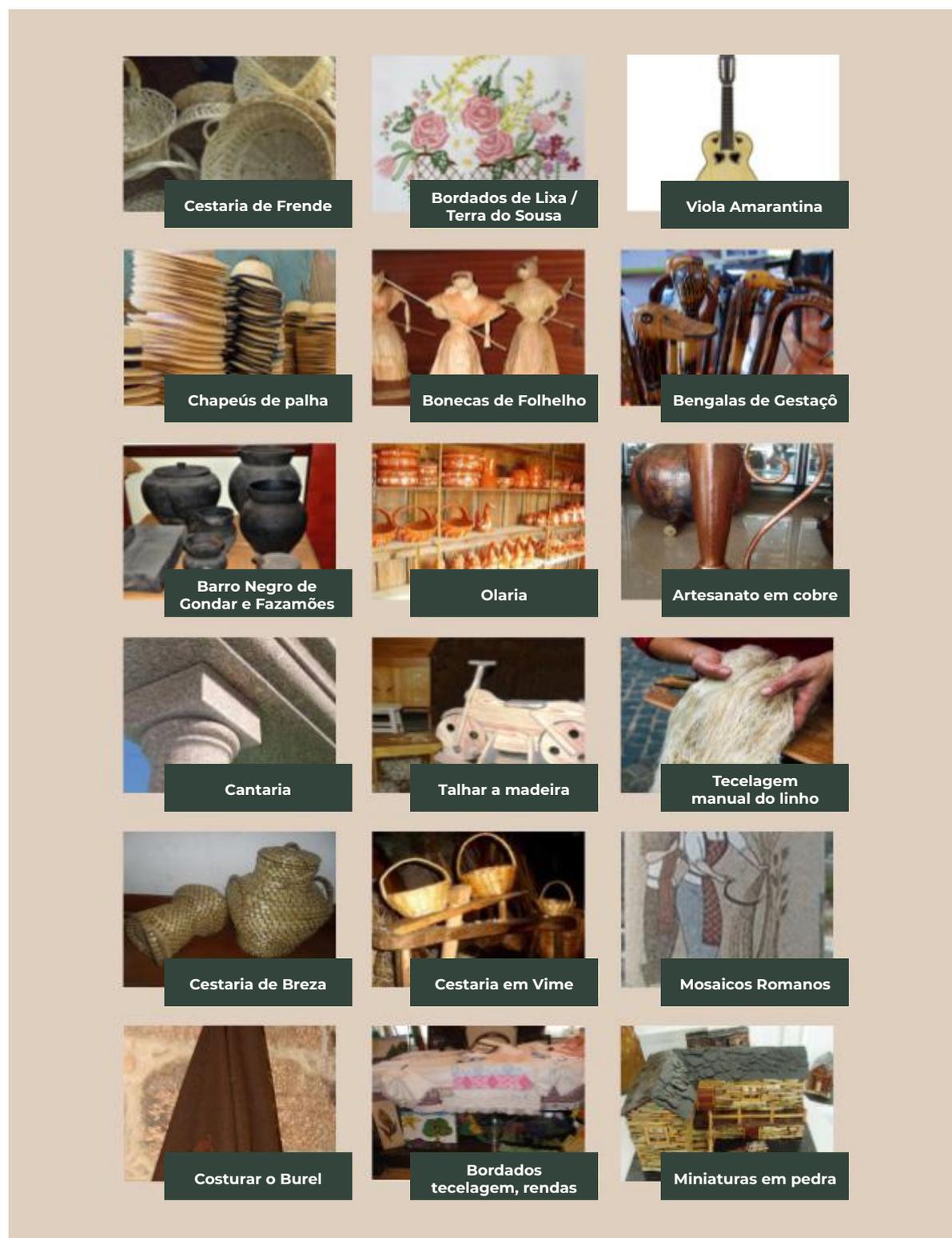


Figura 21. Produtos artesanais do Tâmega e Sousa



Caracterização do contexto institucional



3

A ligação entre o setor agroalimentar e os territórios é evidente e estratégica, na medida em que a identidade dos territórios é associada maioritariamente aos seus recursos mais identitários que são normalmente de matriz agrícola e/ou alimentar. Desta forma, qualquer estratégia de desenvolvimento do setor agroalimentar representa impactos diretos na valorização do território, em particular no que se refere ao património cultural e natural dos territórios e na sua valorização turística. Nesta lógica, importa identificar os agentes institucionais / territoriais com maior intervenção na sub-região e que, simultaneamente, podem contribuir mais para a formulação e implementação desta estratégia.

Face ao exposto, a estratégia para o desenvolvimento do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa implica a identificação e compreensão do papel das várias instituições / entidades com influência, quer no plano do setor, quer no plano territorial. Assim, podem ser compreendidos três níveis:

- Entidades públicas de desenvolvimento territorial
- Empresas, atividades económicas, associações empresariais
- Entidades do sistema científico e tecnológico

No objetivo de contribuir para a definição de uma estratégia abrangente e integrada para a dinamização e crescimento do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa, deve ser considerado o papel que cada um dos três níveis institucionais possui para a formulação e implementação da mesma.

Entidades públicas de desenvolvimento territorial

O papel das entidades públicas de desenvolvimento local reflete-se, por um lado, na definição e promoção de prioridades estratégicas de base territorial e na proximidade e articulação com os restantes níveis institucionais. Assim sendo, para além de funções de planeamento e coordenação, as entidades públicas podem desempenhar um importante papel na dinamização e promoção do setor agroalimentar, uma vez que assumem e definem as prioridades estratégicas de desenvolvimento do território e têm legitimidade e competência para providenciar condições para o aparecimento de iniciativas empreendedoras e para o desenvolvimento das empresas já existentes.

Os Municípios são, na sub-região do Tâmega e Sousa e por definição, as entidades públicas com maior legitimidade para promover o desenvolvimento territorial à escala local. Os Municípios assumem uma grande importância no desenvolvimento económico dos seus territórios, atuando em vários domínios com o objetivo de contribuir para o crescimento do emprego e para a melhoria do bem-estar dos cidadãos. O Tâmega e Sousa é composto por 11 Municípios (Figura 22).



Figura 22. Municípios do Tâmega e Sousa

No âmbito da elaboração do plano estratégico foram realizadas reuniões com todos os Municípios que compõem a sub-região do Tâmega e Sousa no sentido de aferir qual a importância atribuída ao setor agroalimentar, perceber as estratégias que norteiam a intervenção municipal neste setor e qual o papel que entende que a CIM deverá ter na dinamização do agroalimentar da sub-região. Especificamente, as 11 entrevistas realizadas (cada uma com um representante de cada Município) subordinaram-se às seguintes temáticas:

I – Identificação das principais empresas do Município que se destacam no setor agroalimentar (e.g. dimensão, inovação, internacionalização, etc.);

II – Identificação das principais Associações e Entidades do território relacionadas com a dinamização e promoção do setor agroalimentar;

III – Identificação das principais iniciativas que o Município tem realizado na dinamização e promoção do setor agroalimentar;

IV – Como é que a Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa poderá contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento do setor agroalimentar regional.

De um modo geral os Municípios do Tâmega e Sousa consideram que o setor agroalimentar é importante para a economia regional e que deve ser valorizado no seu importante papel de contribuir para a criação de emprego e de riqueza (particularmente nos territórios de matriz marcadamente rural) e desta forma contribuir para uma maior convergência regional não só dentro da própria sub-região como também desta perante a Região Norte e o País. Esta ambição torna-se imperativa, na medida em que a sub-região do Tâmega e Sousa é considerada uma das mais desfavorecidas do país e a dinamização do setor agroalimentar pode assumir uma importância vital na inversão deste cenário.

Na prossecução das suas atribuições e competências os Municípios têm desenvolvido um conjunto de iniciativas de inestimável valor que contribuem de forma clara e inquestionável para a promoção e valorização do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa. As principais ações municipais implementadas nos últimos anos podem ser agrupadas como descrito na Tabela 17.

As iniciativas apresentam alguma diversidade, estando, no entanto, muito relacionadas com a organização de eventos que potenciam a visibilidade do território e dos produtos agroalimentares. Este tipo de eventos, tais como as feiras e certames gastronómicos, contribui para a criação de canais de escoamento alternativos, que favorecem a comercialização direta entre o produtor e o consumidor, permitindo que o produtor maximize a sua margem e obtenha

maior valorização pela comercialização do seu produto.

Além disso, verifica-se uma crescente preocupação com a valorização dos produtos agroalimentares através da restauração e do turismo, bem como na procura de respostas que permitam assegurar a preservação de produtos endógenos com uma forte componente cultural e identitária do território.

Importa referir, no entanto, que nem todos os Municípios do Tâmega e Sousa percecionam o agroalimentar da mesma forma. De facto, em alguns dos Municípios, o agroalimentar representa uma atividade crucial na economia local, mas outros pautam-se por um perfil económico claramente industrial. Ainda assim, estes atribuem importância ao setor agroalimentar numa perspetiva de preservação do património natural e cultural e valorização turística do território.



Iniciativas desenvolvidas pelos municípios do Tâmega e Sousa

<p>Organização de feiras e certames destinados à promoção e comercialização dos produtos agroalimentares (e.g. Feira Internacional do Vinho Verde e Gastronomia do Tâmega e Sousa, Festival UVVA).</p>
<p>Participação em feiras e certames nacionais/internacionais para a promoção dos produtos agroalimentares locais (e.g. Bolsa de Turismo de Lisboa, Feira Internacional de Turismo, Feira Internacional do Artesanato).</p>
<p>Apoios e subsídios à produção de raças autóctones.</p>
<p>Gabinetes de Desenvolvimento Rural / Gabinetes de Apoio ao Agricultor (e.g. GAA em Castelo de Paiva, GDR em Resende).</p>
<p>Desenvolvimento de feiras e mercados locais (semanais/mensais) para auxiliar os produtores de pequena dimensão no escoamento das suas produções.</p>
<p>Organização de concursos temáticos locais.</p>
<p>Eventos de promoção da restauração e hotelaria local associados aos produtos agroalimentares típicos (e.g. fins de semana gastronómicos, rotas gourmet, mercados locais ou a organização de feiras e certames).</p>
<p>Participação em iniciativas que reúnem associações de desenvolvimento local e/ou entidades do sistema científico e tecnológico destinadas a desenvolver e valorizar determinados produtos do agroalimentar (e.g. Grupo Operacional para a valorização da produção da Cereja de Resende e posicionamento da sub-fileira nos mercados).</p>
<p>Incentivo à organização e cooperação dos produtores (e.g. Associações, Cooperativas).</p>

Tabela 17. Principais iniciativas municipais de promoção do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa

Por conseguinte, pode concluir-se que na sub-região do Tâmega e Sousa o setor agroalimentar é estruturante e assume-se como um fator de ligação e de interesse mútuo entre os 11 Municípios, o que deve ser privilegiado e considerado em prol da articulação interna dos seus agentes institucionais e em prol do posicionamento e visibilidade externa da sub-região do Tâmega e Sousa.

Empresas, atividades económicas, associações empresariais

O setor agroalimentar é primeiramente constituído pelas empresas que diariamente produzem, transformam e vendem. Como tal, qualquer ação de estruturação e desenvolvimento do setor tem de envolver imprescindivelmente as empresas e operadores privados que diretamente contribuem para a existência do setor e para as externalidades económicas que gera a sua atividade. Aos operadores privados, particularmente aos produtores, compete gerir de forma rigorosa e eficaz as suas empresas e explorações agrícolas, de forma a apresentar produtos em linha com o mercado e que possam ser devidamente valorizados.

No que se refere ao agroalimentar, as cooperativas e organizações de produtores desempenham um papel importante. Estas entidades reúnem vários operadores privados / produtores e zelam pela prestação de assistência técnica, pelo fornecimento de fatores de produção, pela comercialização eficiente da produção dos associados e pelo aproveitamento comercial das marcas locais e regionais que possam ter valor de mercado.

Além disso, atendendo à homogeneidade de interesses e à necessidade de representação em contextos de decisão estratégica, os operadores associam-se de modo a ultrapassar limitações de escala. Por essa razão, emergem no contexto territorial do Tâmega e Sousa várias figuras associativas para defesa de interesses comuns, nomeadamente:

○ Associações setoriais, tais como A BAGA, a ACRIBAIMAR, a APUVE, a APROVAL, a APIMARÃO, ou a ANCRA, que são responsáveis pela dinamização, representação e promoção do setor agroalimentar do território. Estas entidades, além da promoção e divulgação dos produtos, facilitam e agilizam processos de transmissão de conhecimento, prestam serviços técnicos e especializados para o desenvolvimento dos stakeholders envolvidos e da própria atividade que representam;

○ Associações socioprofissionais, a quem compete a defesa dos interesses de cada fileira e o desenvolvimento de condições para a melhoria do conhecimento técnico e das competências profissionais dos empresários do setor agroalimentar.





Entidades do sistema científico e tecnológico

As entidades do sistema científico e tecnológicos são responsáveis pela facilitação da transmissão de conhecimentos e técnicas especializadas que se traduzam numa mais-valia para a criação de valor e inovação no setor agroalimentar, tendo um papel fundamental no desenvolvimento tecnológico e qualificação do capital humano. No Tâmega e Sousa, há um destaque especial para a ESTG-IPP (Escola Superior de Tecnologia e Gestão), a EPAMAC (Escola Profissional De Agricultura De Marco De Canaveses), a EPFCB (Escola Profissional Fermil Celorico de Basto) e o Hotel Escola de Baião, que desempenham um papel fundamental na qualificação de capital humano com competências para o acréscimo de valor ao setor agroalimentar sub-regional.

O estado do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa



Os trabalhos de caracterização das principais fileiras do agroalimentar do território, assim como o do contexto institucional sub-regional, cujas conclusões foram recolhidas do levantamento de informação no terreno e da auscultação dos agentes, permitiram uma compreensão alargada sobre o estado do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa. Nesta sequência, foi possível identificar um conjunto de constrangimentos e oportunidades para o setor e para o território que se descrevem nesta secção.

Constrangimentos

Dos contributos prestados da parte dos agentes territoriais e setoriais foi possível compreender que o agroalimentar do Tâmega e Sousa enfrenta constrangimentos / debilidades a dois níveis de análise: (i) na componente de produção e (ii) em matéria de comercialização e promoção externa. A Figura 23 apresenta uma súmula dos constrangimentos mais referidos pelos agentes envolvidos durante o período de caracterização e diagnóstico.

Ainda assim, há três constrangimentos do setor que importa ressaltar:



Falta de competitividade dos agentes produtivos

O setor agroalimentar sub-regional enfrenta um problema de competitividade refletido na reduzida dimensão e qualificação limitadas dos agentes produtivos privados. A falta de competitividade do tecido empresarial sub-regional afeta os resultados operacionais e a rentabilidade dos negócios. Tal se deve a uma falta de consciência para a importância das competências e funções de gestão na administração das explorações e empresas agrícolas, que se consubstancia, nomeadamente, na falta de internalização nas empresas de atividades de controlo de custos, planeamento de produção, previsão de mão-de-obra, etc.



Dificuldade na introdução de uma cultura de qualificação

Simultaneamente, verifica-se uma grande resistência à introdução de melhorias na gestão das empresas e explorações agrícolas. Se por um lado, há problemas associados à inexistência de tarefas de gestão, por outro lado, os agentes produtivos não estão, na sua generalidade, dispostos a internalizá-las. Tal se deve a uma insuficiência da formação e qualificação dos produtores ao nível da administração de negócios e à ausência de uma cultura de gestão rigorosa das operações culturais que resulte na melhoria da produtividade e da qualidade dos produtos, fatores que, uma vez presentes, serão responsáveis pela maximização dos resultados dos agentes produtivos e da sua competitividade às mais diversas escalas territoriais.



Falta de organização das fileiras produtivas

Para além da falta de uma cultura de gestão e de maximização de resultados económicos ao nível dos agentes produtivos, constatam-se igualmente constrangimentos no que se refere à organização das fileiras para a atuação conjunta em temáticas transversais. A reduzida escala de produtores, acoplada à irregularidade dos níveis de produção, obriga à criação de estratégias de cooperação e integração da produção, a fim de dar uma resposta conveniente às necessidades de mercado. Por outras palavras, no Tâmega e Sousa, um só produtor é pequeno demais para alavancar todo o setor, pelo que a integração com os pares é necessária. Pensar em estratégias de comercialização e internacionalização para a exportação de produto carece de um primeiro trabalho de organização das fileiras.

Produção	Valorização e Comercialização
Número significativo de pequenos produtores na maioria das fileiras	Dificuldades no escoamento da produção em determinadas fileiras
Fraca regularidade da oferta	Excessiva dependência e pouca diversificação dos canais de escoamento
Limitações de gestão dos produtores e pouco controlo dos custos de produção	Produtos pouco valorizados comercialmente
Baixa inovação ao nível dos processos e produtos	Grandes operadores condicionam a atuação de pequenos produtores
Dificuldade em reunir e reter mão-de-obra, sobretudo em períodos críticos para o período da colheita	Padrões de qualidade que não se coadunam com as exigências de mercado
Dificuldade na obtenção de apoios ao investimento	Dificuldades na comunicação e divulgação dos produtos
Falta de terra disponível e a preços acessíveis para os produtores aumentarem as suas explorações	
Dificuldade na aplicação de meios de atenuação do impacto das alterações climáticas as explorações	

Figura 23. Constrangimentos do setor agroalimentar no Tâmega e Sousa



Oportunidades

Se por um lado, o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa é condicionado por um conjunto de fatores estruturais, o mesmo situa-se num ponto, por outro lado, em que pode ser capaz de aproveitar oportunidades de desenvolvimento existentes. A Figura 24 sumariza algumas das oportunidades mais consensuais e enfatizadas pelos agentes do setor auscultados no âmbito da elaboração deste documento.

Produção	Valorização e Comercialização
<p>Promover a valorização de produtos e variedades típicas do território (e.g. casta avesso)</p>	<p>Comunicar de forma integrada a qualidade diferenciada das produções regionais</p>
<p>Fomentar a introdução de novas técnicas e processos produtivos, mais contemporâneos e representativos de ganhos de competitividade ao nível dos agentes produtivos</p>	<p>Efetuar prospeção de canais de comercialização novos e diferenciados</p>
<p>Tirar partido das tendências para a produção certificada e/ou sustentável (MPB, Global G.A.P.)</p>	<p>Estruturar de produtos turísticos de base intermunicipal com forte apego ao setor agroalimentar</p> <p>Potenciar a internacionalização do Vinho Verde e utilizá-lo como elemento agregador de promoção e valorização do agroalimentar do território</p>

Figura 24. Oportunidades do setor agroalimentar no Tâmega e Sousa

Face ao exposto, importa porém salientar as seguintes oportunidades, considerando a sua importância estratégica:

○ **Atração do empreendedorismo qualificado e criativo para atividades relevantes**
 Importa que o Tâmega e Sousa seja um território atrativo para iniciativas empreendedoras no agroalimentar. Havendo uma compreensão no território sobre as atividades mais relevantes e com maior capacidade para liderar o desenvolvimento do setor, o território poderá focar-se na sua disseminação, enquanto atividades competitivas e disponíveis para serem tomadas por empresários e investidores que aportem valor ao contexto territorial. Para o efeito, importa promover os produtos e variedades com maior apego à sub-região e capacidade de estruturação de negócios competitivos.

○ **Promoção à produção sustentável e/ou certificada**
 Havendo na sociedade contemporânea uma apologeta generalizada para as questões da qualidade, integridade e valor nutritivo da produção agroalimentar, assim como para a sustentabilidade e para o impacto ambiental associado aos processos produtivos, o setor beneficiará com a implementação de produção ambientalmente sustentável e de elevados padrões de exigência de qualidade nutricional. A certificação da produção segundo normas internacionais, amplamente reconhecidas, tais como a GLOBAL G.A.P. dos entrepostos comerciais ou a BRC Global Standards (Tabela 18) contribui não só para a revisão e normalização dos processos de gestão dos agentes produtivos, como também para a provisão de garantias de qualidade da produção junto do consumidor.



Nota Informativa



Certificação de produtos agrícolas que garantam e sigam Boas Práticas de Agricultura, nomeadamente no que se refere à produção sustentável.



Garante a padronização de critérios de qualidade, segurança e operação e assegura que os entrepostos cumprem as suas obrigações legais e forneçam proteção para o consumidor final.

Tabela 18. Global G.A.P. e BRC Global Standards

Análise SWOT

A análise SWOT apresentada visa a compilação das conclusões do diagnóstico estratégico do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa, de forma a perceber o estado da arte atual e a perspetivar uma estratégia regional de desenvolvimento e crescimento destas atividades.

Forças	Fraquezas
Existência de produtos agroalimentares de qualidade reconhecida, nomeadamente DOP (e.g. carne das raças Maronesa, Barrosã e Arouquesa) e IGP (e.g. Capão de Freamunde e o Cabrito das Terras Altas do Minho)	Reduzido poder negocial dos pequenos produtores agrícolas na cadeia de valor;
Evidência de produtos agroalimentares com elevado potencial de exportação (e.g. vinho verde e algumas espécies frutícolas);	Fraca organização e cultura de cooperação entre os agentes do setor agroalimentar;
Número significativo de novos investimentos registado na última década, nomeadamente nas atividades do vinho verde, kiwi, mirtilos, cogumelos shiitake e hortícolas em MPB;	Explorações agrícolas de reduzida dimensão física e económica;
Existência de um elevado número de produtos que expressam a identidade e cultura da sub-região, passíveis de valorização do ponto de vista turístico;	Inexistência de uma cultura de gestão nos produtores que se reflita no planeamento da produção e controlo de custos de exploração;
Presença de um elevado número de entidades / associações com importância no desenvolvimento e promoção do setor agroalimentar na sub-região;	Registo de baixos índices de produtividade que comprometem a competitividade;
Diversidade e complementaridade de iniciativas de natureza diversa (pública, privada, associativa), destinadas a promover e valorizar as empresas e produtos agroalimentares;	Escassa articulação entre os setores do agroalimentar e do turismo, com fraca incorporação da produção regional na restauração e hotelaria;
Conjunto diversificado de atividades de artesanato desenvolvidas na região.	Dificuldade na padronização e regularidade da oferta;
	Reduzidos níveis de inovação introduzidos nos processos produtivos;
	Competitividade de muitos produtores assente estritamente no fator preço;
	Escassez de terras disponíveis para expansão das explorações;
	Desajustamento entre a produção e as atuais tendências de mercado e preferências de mercado;
	Dificuldades na atração de mão-de-obra para o setor.

Tabela 19. Forças e Fraquezas do setor agroalimentar e do artesanato do Tâmega e Sousa

Oportunidade	Ameaças
Existência de produtos agroalimentares de qualidade reconhecida, nomeadamente DOP (e.g. carne das raças Maronesa, Barrosã e Arouquesa) e IGP (e.g. Capão de Freamunde e o Cabrito das Terras Altas do Minho)	Crescimento dos fenómenos adversos associados às alterações climáticas;
Enquadramento da internacionalização do setor agroalimentar nas prioridades políticas regionais e nacionais;	Risco de pragas e doenças nas explorações agrícolas; Explorações agrícolas de reduzida dimensão física e económica;
Potencial de desenvolvimento de um cluster agroalimentar na região;	Restrições de financiamento e apoio ao crescimento e desenvolvimento das empresas;
Existência de espaço para a sofisticação dos produtos agroalimentares tradicionais;	Complexificação burocrática no licenciamento de empresas do setor agroalimentar;
Proximidade a centros urbanos importantes no contexto nacional turístico, enquanto meio para a promoção do setor (e.g. Porto, Braga, Guimarães, Douro).	Progressiva pressão competitiva relacionada com o crescimento de novos espaços económicos (alargamento europeu e países asiáticos);
	Crescente aumento dos custos energéticos das empresas;
	Impactos negativos decorrentes do Brexit, nomeadamente para a exportação de vinhos e atração de turistas;
	Envelhecimento demográfico com impactos diretos na redução da taxa de população ativa.

Tabela 20. Oportunidades e Ameaças do setor agroalimentar e do artesanato do Tâmega e Sousa



Estratégia integrada para o desenvolvimento do agroalimentar do Tâmega e Sousa



5

O papel da CIM Tâmega e Sousa

A Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa (CIM-TS), enquanto entidade que representa e agrega os 11 Municípios da sub-região, detém um papel fundamental na criação de condições contextuais e operativas para o surgimento de uma estratégia regional para o desenvolvimento e crescimento do setor agroalimentar.

Como anteriormente explanado, são os Municípios, enquanto entidades públicas com competências adquiridas e legítimas na promoção do desenvolvimento local, as entidades com maior capacidade para definir prioridades estratégicas de base territorial e articular com as restantes entidades para a sua concretização. No caso específico do setor agroalimentar, atendendo à sua transversalidade, dispersão e heterogeneidade, a soma de esforços municipais individualizados é insuficiente para a ampla promoção do setor e para a sua projeção integrada. Neste sentido, a CIM-TS pode emergir como a entidade que, atuando em representação dos 11 Municípios do território, pode coordenar esforços públicos de desenvolvimento local e regional e, nesta coordenação, gerar impactos resultantes da agremiação de esforços mais significativos e eficazes comparativamente à ação atomizada.

A CIM-TS assume, por conseguinte, um papel de “facilitadora” através do estímulo ao surgimento de iniciativas estruturantes e de um quadro de cooperação com os Municípios e agentes do setor agroalimentar, permitindo criar condições para o desenvolvimento de uma cultura de inovação e empreendedorismo do agroalimentar que estimule a criação de ideias de negócio e de empresas, contribuindo, assim, para a dinamização da economia regional e para o desenvolvimento do setor no Tâmega e Sousa. Este papel é reconhecido à CIM-TS, quer pelo poder político-administrativo nela depositado, quer pelo papel de coordenação de políticas de base territorial que tem vindo a desempenhar.

Deste modo, a CIM-TS visa posicionar-se como a entidade parceira regional de excelência de todos os agentes (privados, públicos e associativos) do contexto territorial em que atua, de forma a não prejudicar as dinâmicas já existentes, mas sim a potenciá-las, e a desenvolver novas iniciativas relevantes na promoção do desenvolvimento e crescimento do setor agroalimentar.

Eixos de atuação

Tendo em consideração o estado atual do setor agroalimentar sub-regional e o papel conferido à CIM-TS na sua promoção e desenvolvimento, o presente Plano Estratégico define os seguintes eixos de atuação (Figura 25).

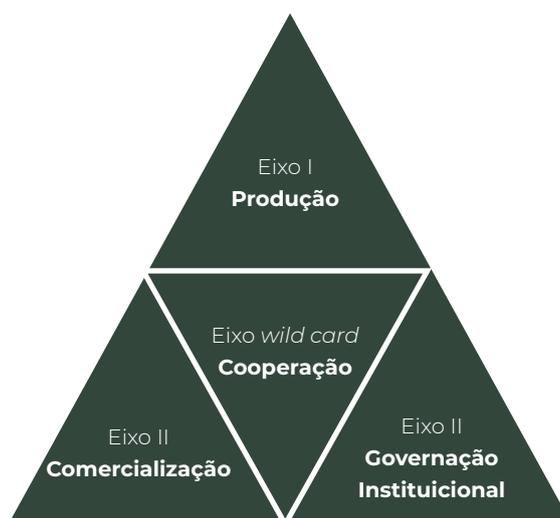


Figura 25. Eixos de atuação da Estratégia para o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa

A definição dos Eixos de atuação tem subjacente o princípio de que a atividade da CIM-TS na promoção e desenvolvimento do setor agroalimentar sub-regional deve decorrer em três frentes em simultâneo – Produção; Comercialização; Governação institucional – numa lógica em que emerge a Cooperação, enquanto eixo de atuação *wild card*, sobre o qual gravitam os restantes e que dele beneficiam para a sua concretização. Por outras palavras, a Cooperação é um fator transversal a toda a estratégia de desenvolvimento e a chave para a melhoria da competitividade do setor agroalimentar, nos três planos de atuação propostos. Melhorias visíveis e significantes nos campos da Produção, da Comercialização e/ou da Governação Institucional só são possíveis se subjacente estiver uma lógica de Cooperação.

Sugere-se, por conseguinte, um papel consciente e constante da CIM-TS, na promoção de condições favoráveis para o desenvolvimento do setor agroalimentar, procurando em todas as frentes de atuação, incutir uma cultura de cooperação entre os agentes.

Eixo I. Produção

O desenvolvimento do agroalimentar do Tâmega e Sousa implica imprescindivelmente tornar as empresas mais resilientes e competitivas à escala global. Importa procurar o melhor saber-fazer, o conhecimento de técnicas produtivas mais eficientes e adaptáveis ao contexto territorial, bem como de variedades (e.g. hortofrutícolas) com melhor aceitação no mercado e que garantam uma melhor qualidade dos produtos. Concomitantemente, é necessário estimular a competitividade das empresas produtivas por via da introdução de competências de gestão, normas de eficiência e práticas de controlo de custos, como forma de contribuir para a adaptação destas às próprias dinâmicas e exigências do mercado, num contexto de concorrência à escala global.

Eixo II. Comercialização

Importa igualmente explorar novas formas de comercialização que representem inovação comparativamente ao paradigma atual. O setor agroalimentar do Tâmega e Sousa é composto por produtores e agentes privados de pequenas escala e a essa dimensão estão associados problemas com impacto direto nos resultados de comercialização. Desde logo, podem ser apontados a falta de regularidade na oferta no contexto sub-regional, assim como a incapacidade de um produtor individual conseguir, na maioria dos casos, assegurar as necessidades de produção dos canais de distribuição / comercialização. Ultrapassar os problemas associados à falta de escala obriga a equacionar novas práticas de comercialização da produção, muitas das quais que passarão pela integração da produção e pelo empoderamento das organizações de produtores (OP).

Eixo III. Governação institucional

Enquanto entidade pública e de administração territorial a nível intermunicipal, a CIM-TS desempenha também o papel de chefe-de-fila na articulação institucional entre os diversos agentes com intervenção direta ou indireta no setor agroalimentar sub-regional. De um modo que se estenda e integre igualmente todas as fileiras, é importante lançar políticas e programas de reforço da valorização, notoriedade e reconhecimento dos produtos mais relevantes do território, envolvendo as instituições que concorrem para a qualificação deste ecossistema.

Eixo *wild card*. Cooperação

Tendo por base os três eixos de atuação definidos, a CIM-TS deve pautar a sua ação visando sempre o estímulo à cooperação entre agentes. A cooperação é considerada a chave para os principais problemas de competitividade que o setor enfrenta e a forma para a concretização dos eixos anteriormente apresentados. Em matéria de produção, o estímulo à cooperação permitirá a partilha de recursos, a aquisição de ferramentas e equipamentos em conjunto, a redução de custos e o planeamento da produção, aspetos essenciais que asseguram a regularidade da oferta de produto. No campo da comercialização, a cooperação para a definição de ações de expansão e internacionalização das vendas, para a negociação de preços mais favoráveis de compra e venda e para a diminuição dos custos de transação, dada a pequena dimensão dos produtores individuais. Por fim, a nível institucional, a cooperação é imprescindível para a formulação e prossecução de estratégias de base territorial com vista a uma maior promoção do ecossistema agroalimentar sub-regional, considerando toda a heterogeneidade e multiplicidade de entidades que o compõem.





Objetivos estratégicos

Em suma, havendo compreensão sobre o papel da CIM-TS e os respetivos eixos de atuação que lhes são conferidos, o presente Plano Estratégico destaca como Objetivos os seguintes:

○ Objetivo Estratégico 1: Promover uma cultura de inovação e de melhoria contínua das atividades produtivas e comerciais do setor agroalimentar, como meio de incremento da competitividade;

○ Objetivo Estratégico 2: Contribuir para o desenvolvimento de condições contextuais e operativas que potenciem a atração de investimento de base rural, induzindo o aparecimento de startups e o crescimento e fortalecimento de empresas já estabelecidas no território;

○ Objetivo Estratégico 3: Capacitar os agentes produtivos do agroalimentar do Tâmega e Sousa a fim de inculir competências técnicas e de gestão que lhes permitam melhorar processos, otimizar as produções e valorizar comercialmente os seus produtos;

○ Objetivo Estratégico 4: Promover e valorizar os produtos agroalimentares da sub-região a nível nacional e internacional, dando-lhes visibilidade e permitindo reforçar a sua notoriedade no mercado;

○ Objetivo Estratégico 5: Estimular uma cultura de cooperação entre os agentes do agroalimentar do Tâmega e Sousa que incentive o desenvolvimento de estratégias conjuntas para ultrapassar os problemas associados à reduzida escala.

Plano de ação



6

Com base no diagnóstico estratégico realizado, considera-se pertinente avançar com um conjunto de ações direcionado a mobilizar os agentes do Tâmega e Sousa – Municípios, Empresas, Associações, etc. – no desígnio de uma estratégia regional de desenvolvimento do setor agroalimentar, bem como para introduzir um movimento de mudança em determinados domínios fundamentais no fortalecimento do setor.

Neste sentido, é essencial desenvolver um Plano de Ação assente numa estratégia que reúna iniciativas transversais de forma a impulsionar um ambiente propício ao desenvolvimento integrado das atividades proeminentes do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa, nomeadamente no vinho verde enquanto produto âncora e nos produtos relevantes como a carne certificada, a cereja, o mirtilo, o kiwi, os hortícolas em MPB e os cogumelos. Simultaneamente, as próprias fileiras designadas devem implementar um conjunto de ações específicas para o seu próprio desenvolvimento e potencialização.

Para o efeito, a presente secção apresenta dois grupos de ações. Numa primeira fase são apresentados projetos estruturantes passíveis de implementação por parte da CIM-TS e que assumem um carácter transversal, associados ao papel de coordenação e facilitação que esta instituição deve ter para o desenvolvimento do setor agroalimentar. Numa segunda fase, são apresentadas propostas de ação para cada uma das fileiras mais relevantes da sub-região, cuja formulação tem por base os trabalhos de caracterização, diagnóstico e auscultação, passíveis de serem tomadas pelos agentes de cada fileira visada.



Projetos estruturantes CIM-TS

Nesta secção é apresentado um conjunto de projetos estruturantes para o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa, no desígnio de uma estratégia regional de desenvolvimento do setor e na prossecução de um movimento de mudança em determinados domínios fundamentais no fortalecimento do mesmo. Pressupõe-se que as 9 ações indicadas (Tabela 21) podem ser implementadas pela CIM-TS, tendo em consideração a sua legitimidade para a coordenação de iniciativas de desenvolvimento territorial de base intermunicipal e o papel que pode desempenhar para o crescimento e competitividade do setor agroalimentar neste contexto territorial.

Projetos Estruturantes		
01	TS COOPERA	Repositório de partilha de informação e conhecimento
02	TS CAPACITA	Plano de capacitação para o agroalimentar
03	TS CULTIVA	Banco de Terras intermunicipal
04	TS ATRAI	Produto turístico Enogastronómico
05	TS OFERECE	Fins-de-semana gastronómicos
06	TS COMUNICA	Plano de comunicação para o agroalimentar
07	TS ATIVA	Eventos de promoção do ecossistema agroalimentar
08	TS APOIA	Gabinete de apoio ao investidor
09	TS REFLETE	Conselho estratégico do agroalimenta

Tabela 21. Plano de ação para o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa

De notar que o Plano de Ação apresentado pressupõe um horizonte de implementação de dois anos, podendo verificar-se efeitos de longo prazo na promoção e desenvolvimento do setor, ao fim de 5 anos. De modo a concorrer para os 3 eixos de atuação da CIM-TS definidos nesta estratégia (Produção – Comercialização – Governação) subjacente numa lógica de Cooperação (eixo wild card), as 9 ações devem ser implementadas e avaliadas em simultâneo.



01 – TS COOPERA - Repositório de partilha de informação e conhecimento

Objetivo específico

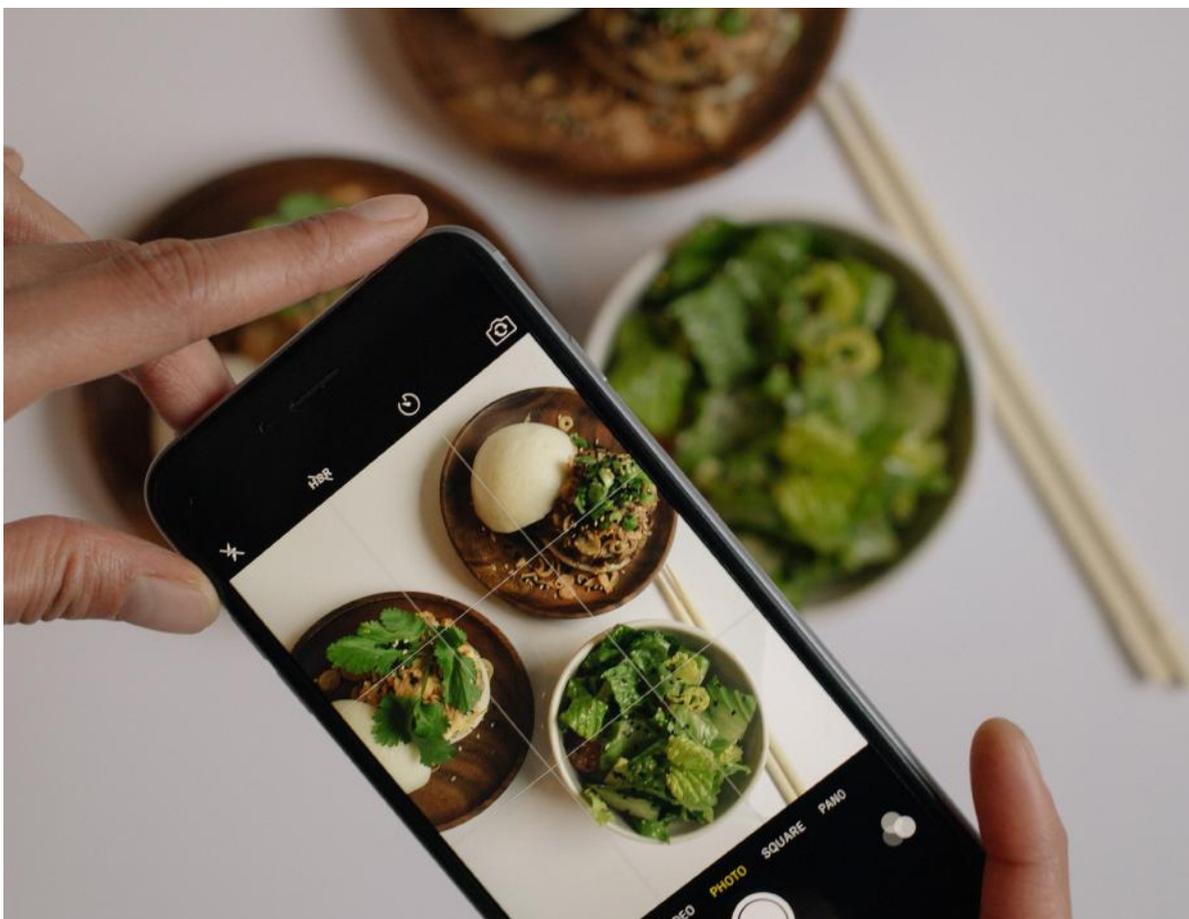
Disponibilizar uma ferramenta online cloud para partilha da informação e conhecimento entre todos os agentes do agroalimentar

Descrição

Tendo em consideração que a larga maioria dos agentes auscultados referiu a necessidade de cooperação e a geração de conhecimento enquanto fatores críticos para o sucesso nas estratégias de desenvolvimento do setor agroalimentar sub-regional, é proposto que a CIM-TS conceba e lance um repositório online para a partilha de informação entre agentes.

A presente ação emerge num contexto em que as ferramentas eletrónicas são hoje instrumentos eficientes para a partilha de informação e dinamização do trabalho coletivo, salvaguardando a segurança e integridade dos dados inseridos. São muitas as plataformas de acesso livre que permitem a partilha atualizada e em tempo real de dados e informações por vários utilizadores registados (e.g. Google Drive, Dropbox, etc.). Esta online cloud garantirá a difusão evidente e equitativa entre todos os agentes que pretendam contribuir e beneficiar de conteúdos, numa lógica comunitária e de trabalho em rede.

A implementação desta iniciativa, ainda que aparentemente de complexidade reduzida, é o primeiro sinal que a CIM-TS pode dar ao setor de que pretende atuar como um facilitador/coordenador do clima de cooperação que é necessário alimentar no Tâmega e Sousa. Além disso, obriga também a uma reflexão sobre o modelo de acesso e de contrapartidas à informação, isto é, de que forma se pode garantir a confidencialidade da informação prestada e dos agentes registados, bem como de que modo pode ser estimulada a contribuição e atualização constante da plataforma. Adicionalmente, a CIM-TS será também responsável pela verificação e organização dos conteúdos, mantendo a plataforma livre de malware.



02 – TS CAPACITA - Plano de capacitação para o agroalimentar

Objetivo específico

Promover um plano de capacitação para agentes do agroalimentar em competências transversais de gestão e administração

No âmbito do presente projeto, propõe-se que CIM-TS promova um programa de capacitação para empresários com atividade em subsetores relevantes para o agroalimentar do Tâmega e Sousa. Não sendo uma entidade de fileira, não se pretende que a CIM-TS preste apoio técnico ou financeiro a projetos agrícolas ou pecuários, pois esse papel é da responsabilidade de outras organizações. Contudo, considerando as dificuldades associadas ao início de um novo negócio, à reconversão e à instalação de novos investimentos, acoplado com a falta de competências da parte dos produtores em gestão de explorações agrícolas (nomeadamente planeamento de produção e controlo de custos), aponta-se a CIM-TS como capaz para dinamizar um plano anual de capacitação em matérias transversais de gestão e administração.

Descrição

Para o efeito, são responsabilidades da CIM-TS:

- Efetuar o diagnóstico de necessidades de capacitação juntos dos players;
- Conceber e validar proposta de conteúdos programáticos;
- Contratar equipa de oradores para as sessões de capacitação;
- Divulgar plano de capacitação e gerir inscrições;
- Zelar pela organização das ações de capacitação;
- Sistematizar e divulgar resultados e impactos gerados com o plano de capacitação.

Considera-se que a capacitação de natureza teórico-prática e imaterial possa contribuir para a qualificação dos agentes produtivos do setor agroalimentar, sensibilizando-os para a necessidade de introduzir práticas de gestão nas explorações e, com isso, estimular a competitividade dos negócios, gerando uma cultura de maior rigor, profissionalismo e cooperação no meio do setor.



03 – TS CULTIVA – Banco de Terras intermunicipal

Objetivo específico

Constituição um Banco de Terras intermunicipal e atribuição de terrenos a promotores de negócios de valor acrescentado no agroalimentar

Descrição

A indisponibilidade de terra é um dos principais entraves na sub-região do Tâmega e Sousa para a instalação de novas iniciativas no setor agroalimentar. Paralelamente, a estrutura fundiária, de características tipicamente nortenhas deste território (consideravelmente fragmentada, de dimensão reduzida e de elevada densidade de proprietários), impede a geração de economias de escala que incrementem os níveis de eficiência e competitividade dos negócios de base rural.

Novas políticas públicas – como são o Banco de Terras – constituem-se como instrumentos eficazes ao dispor dos Municípios e outras entidades públicas para a dinamização do mercado de arrendamento fundiário, para o ordenamento do solo agrícola e florestal e para o estímulo ao desenvolvimento de atividades económicas no setor agrícola e agroindustrial. Neste contexto, propõe-se a criação de um Banco de Terras de base intermunicipal, constituído por terrenos abandonados e/ou sem utilização na sub-região do Tâmega e Sousa, com vista à respetiva atribuição a promotores de ideias de negócio de base rural.

Concomitantemente, importa que a utilização da terra seja direcionada para o desenvolvimento de atividades económicas de valor acrescentado para a região. Com a criação do Banco de Terras intermunicipal, a CIM-T S, em articulação com outras entidades relevantes, poderá deliberar sobre a atribuição das parcelas inscritas em Banco para atividades com elevados índices de produtividade/rentabilidade, enquanto garantia de desenvolvimento de iniciativas geradoras de riqueza e emprego para o território. Consequentemente será expectável o crescimento do número de produtores na fileira e das produtividades, facilmente canalizáveis para os mercados que valorizam o produto sub-regional.

A implementação deste projeto implica:

- O levantamento dos terrenos abandonados e/ou sem utilização, passíveis de disponibilização ao Banco de Terras, em articulação com as Autarquias (Municípios e Freguesias);
- A sensibilização dos proprietários para as vantagens de inscrição dos terrenos e a subsequente constituição e formalização do Banco de Terras intermunicipal;
- A afetação orçamental para o arrendamento de terrenos inscritos, visto que os proprietários dos terrenos subutilizados arrendá-los-ão à CIM-TS ou a outra entidade responsável pelo projeto;
- O subarrendamento de terrenos a empreendedores com vontade em investir em negócios de valor acrescentado no setor agroalimentar.



04 - TS ATRAI - Produto turístico Enogastronómico

Objetivo específico

Estruturação e qualificação da oferta dos recursos existentes no território enquanto produto turístico de cariz enogastronómico (em articulação com outras iniciativas turísticas)

Com o objetivo de promover e valorizar o agroalimentar do Tâmega e Sousa é essencial proceder à estruturação e qualificação da oferta turística dos distintos recursos enogastronómicos do território, nomeadamente através da incorporação de produtos agroalimentares na hotelaria e restauração local para potenciar o seu consumo e incrementar a sua visibilidade junto dos visitantes e comunidade. A estruturação do produto turístico enogastronómico passa numa primeira fase pelo envolvimento e potencialização dos agentes da fileira dos Vinhos Verdes, cujo trabalho uma vez consolidado deverá ser expandido para as restantes fileiras. Este amplo trabalho de estruturação e qualificação deverá ser estreitamente articulado com as várias iniciativas já existentes (como é o caso da Rota do Românico e do artesanato). Neste sentido, é crucial desenvolver as seguintes ações na estruturação e qualificação da oferta do vinho verde do Tâmega e Sousa:

○ Levantamento, caracterização e organização da oferta turística: é necessário o conhecimento de toda a oferta do território, nomeadamente das unidades de alojamento, empresas de animação turística, explorações com aptidão para visitas guiadas, entre outras, por forma a articular os produtos e gerar uma oferta mais organizada e com mais impacto.

○ Capacitação da restauração e verificação do serviço prestado: sendo a restauração uma atividade com grande impacto na economia local, esta representa uma forma de promoção dos Vinhos Verdes do Tâmega e Sousa, assim como da produção agroalimentar como um todo. Esta ação consiste na capacitação da restauração para serem os verdadeiros embaixadores do agroalimentar sub-regional, por forma a oferecerem, comercializarem, promoverem e recomendarem de forma adequada o Vinho Verde e outros produtos relevantes nos seus estabelecimentos. Nesta primeira fase, o objetivo consiste em transmitir noções e competências aos profissionais para a oferta e explicação das características organolépticas e simbólicas dos Vinhos Verdes do Tâmega e Sousa (e.g.: melhores combinações de Vinhos Verdes com a gastronomia local; perfil sensorial; storytelling de Vinhos Verdes; etc.). Esta ação implica a realização de três reuniões com os profissionais bem como oito ações de capacitação. Os restaurantes a integrar nesta ação serão selecionados em conjunto com os respetivos Municípios.

○ Produção da Carta de Vinhos Verdes: Consiste na elaboração de uma Carta de Vinhos Verdes sub-regional que apresente as especificidades e propriedades dos vinhos do Tâmega e Sousa, como forma de valorizar a produção sub-regional, assim como para potenciar a experiência de degustação harmonizada. Esta Carta, para além de disponível nos meios digitais da CIM-TS, deverá ser distribuída e divulgada junto dos restaurantes, junto dos quais deverão ser discutidas formas de aliar experiências gastronómicas ao serviço de Vinhos Verdes da Carta.

○ Hosted buyers e Press-trips: De modo a promover e ativar o produto turístico enogastronómico do Tâmega e Sousa, é proposta a realização de programas de Hosted Buyers e Press-Trips. Esta ação consiste no convite de entidades/pessoas ligadas ao setor do Turismo, à Imprensa e outros meios de comunicação para visitarem e conhecerem a oferta enogastronómica do Tâmega e Sousa, de forma a comunicarem e divulgarem o produto turístico que se pretende estruturar.

Descrição

05 - TS OFERECE - Fins-de-semana gastronómicos

Objetivo específico

Dinamizar um programa de fins-de-semana temáticos, em articulação com a restauração sub-regional, para a oferta e difusão dos produtos mais relevantes para o Tâmega e Sousa

Descrição

Sendo os agentes da restauração das entidades com um papel mais relevante para a divulgação da gastronomia local, os mesmos devem ser envolvidos na estratégia de desenvolvimento do agroalimentar do Tâmega e Sousa. Neste contexto, é proposta uma campanha de promoção para a realização de fins-de-semana temáticos, subordinados a cada um dos produtos mais relevantes do agroalimentar. O objetivo é que os restaurantes dos vários concelhos do Tâmega e Sousa possam criar pratos e menus durante um fim-de-semana que enfatizem determinado produto característico do setor agroalimentar sub-regional.

Face ao exposto, a implementação desta ação implicaria as seguintes etapas:

- Reunião com os agentes da restauração para apresentação do conceito, enaltecendo claramente a divisão do trabalho entre CIM-TS e restaurantes e os benefícios de cada parte na execução do projeto;
- Calendarização dos fins-de-semana gastronómicos (pelo menos 6 em cada ano), com o acordo dos agentes da restauração que pretendam contribuir para o projeto, e definição dos produtos a valorizar;
- Realização de uma ação alargada de capacitação dos chefs e cozinheiros dos restaurantes, para aprendizagem de novas técnicas e de estímulo à criatividade na aplicação dos produtos identificados;
- Divulgação a montante e a jusante dos fins-de-semana gastronómicos, nomeadamente nos meios de comunicação social e meios digitais;
- Avaliação da satisfação dos clientes e visitantes, assim como do impacto da iniciativa.



06 - TS COMUNICA - Plano de comunicação para o agroalimentar

Objetivo específico

Desenvolver um plano de comunicação integrado para a promoção e divulgação da produção agroalimentar endógena

A presente ação tem por objetivo reforçar a visibilidade, notoriedade e reconhecimento externo do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa. A implementação desta ação envolve a elaboração de um plano de comunicação sub-regional vocacionado para o agroalimentar que apresente linhas orientadoras e instrumentos estruturantes para a eficaz divulgação e promoção do setor junto dos demais públicos (e.g. consumidores, visitantes, importadores, cadeias de distribuição, etc.).

O plano terá, numa primeira fase, uma componente teórica, incluindo uma análise ao estado atual da comunicação do agroalimentar e a definição de metas e objetivos de comunicação a longo prazo. Para o efeito, será necessária a articulação entre os Municípios e agentes técnicos e especializados, nomeadamente das áreas de marketing e comunicação.

Adicionalmente, o plano de comunicação deverá prever a realização de ações concretas, condizentes com estratégias de comunicação que atualmente se têm revelado eficazes noutros contextos, tais como:

Descrição



Criação de uma logomarca sub-regional: Conceber uma logomarca que represente todo o setor agroalimentar do Tâmega e Sousa e sobre a qual gravitem todos os produtos mais relevantes e identitários do território, como meio de comunicação externa uniformizada;



Campanha de marketing digital: Usar de modo racional e inteligente as ferramentas digitais para alcançar novos públicos e apresentar o setor agroalimentar como um setor renovado e alinhado com as tendências contemporâneas;



Estratégias de ativação: Considerar ações estratégicas de base experiencial e de proximidade junto do público-alvo que, de uma forma diferenciadora e disruptiva, difundam os produtos mais representativos do Tâmega e Sousa numa lógica de reforço da competitividade dos mesmos;



Compatibilização com o Turismo: Aproveitar sinergias com o Turismo para a promoção do agroalimentar e vice-versa, atendendo ao forte grau de compatibilização e interdependência entre estes dois setores e a sua importância para o desenvolvimento regional.

07 - TS ATIVA - Eventos de promoção do ecossistema agroalimentar

Objetivo específico

Patrocinar os eventos locais relevantes que promovem o setor agroalimentar

Descrição

Esta ação confere à CIM-TS o papel de patrocinadora dos eventos já existentes da sub-região. Tendo em consideração a importância estratégica do setor agroalimentar na economia do Tâmega e Sousa, muitos Municípios e outras entidades tomaram a iniciativa em dinamizar eventos e certames locais para a promoção e congregação do ecossistema. Muitos desses eventos cresceram ao longo dos anos e estão numa fase crítica para se tornarem marcos importantes no calendário dos eventos nacionais com maior relevância para o agroalimentar. São exemplos, a AGRIVAL e o UVA.

Neste contexto, não interessa ao território que sejam realizados novos eventos de projeção nacional à escala intermunicipal. Importa mais que os eventos que já possuem uma dimensão considerável possam crescer e afirmar-se no panorama nacional, bebendo da experiência reunida ao longo do tempo. O objetivo é, pois, desenvolver, divulgar e valorizar os eventos locais que promovam o setor agroalimentar e a oferta da região. Para isto, é necessário proceder a uma calendarização dos eventos anuais com vista ao reforço e dinamização da oferta do evento, tornando-o mais diversificado e apelativo. Também a divulgação apresenta um papel fundamental no desenvolvimento dos eventos para a captação de um maior número de visitantes, conferindo-lhes maior visibilidade e notoriedade através da divulgação. Por conseguinte, o papel da CIM-TS deve ser o de patrocinar estes eventos e ajudá-los a crescer, numa perspetiva integrada e intermunicipal.





08 - TS APOIA - Gabinete de apoio ao investidor

Objetivo específico

Disponibilizar meios técnicos e humanos para apoio e acompanhamento do investidor no território

Esta ação tem como objetivo disponibilizar um técnico para apoio e acompanhamento aos empresários e futuros empresários sobre questões relacionadas com investimentos e seus respetivos procedimentos. Esta ação irá apoiar a efetivação do investimento privado no setor agroalimentar no que toca a:



Prospecção de recursos e ajudas ao setor de modo a facilitar a instalação de investimento;



Agilização burocrática, uma vez que um dos principais problemas identificados no setor é o acesso e conhecimento limitados da informação por parte dos produtores;

Descrição



Articulação da rede de contactos, promovendo a cooperação e organização dos agentes de modo a facilitar o investimento privado e desbloquear situações restritivas do mesmo.

A CIM-TS é a entidade que está mais bem posicionada para deter este gabinete de apoio ao investidor, visto que detém uma visão de conjunto das ajudas e instrumentos de apoio ao investimento, de natureza pública e privada, que existem no território. Não se pretende que a CIM faça a gestão de programas de apoio e ajuda financeira direta aos empreendedores e investidores; por outra, esta tem um papel fundamental para a orientação dos mesmos no acesso a essas ajudas e no desbloqueio de questões burocráticas que muitas vezes desencorajam o investimento privado nesta matéria.

09 - TS REFLETE - Conselho Estratégico do Agroalimentar

Objetivo específico

Reunir semestralmente os líderes das diversas entidades setoriais e institucionais com vista à definição e acompanhamento das bases estratégicas para o desenvolvimento do setor agroalimentar sub-regional

Descrição

Visto que o principal dos constrangimentos encontrados no setor agroalimentar da sub-região prende-se com os baixos níveis de cooperação entre os agentes, torna-se importante definir uma estratégia de cooperação, coordenação e articulação entre os vários agentes com intervenção no setor. Para o efeito, propõe-se a criação do Conselho Estratégico do Agroalimentar, órgão de natureza consultiva, composto pelos líderes e representantes das instituições, entidades e organizações com maior grau de relevância e intervenção no domínio do agroalimentar do Tâmega e Sousa com o objetivo de definir e acompanhar as bases estratégicas para o desenvolvimento do setor.

Semestralmente, os líderes das instituições com influência no setor agroalimentar da sub-região reúnem-se para discutir e definir bases estratégicas do setor e a sua reformulação no tempo. Numa primeira reunião, os membros deverão trabalhar para a definição de um plano de atividades anual, que defina objetivos e prioridades de desenvolvimento estratégico. As reuniões seguintes servirão para avaliar e rever a concretização física do plano anual delineado, devendo haver, para o efeito, a produção de documentos e relatórios de reunião que evidenciem a discussão tida.

Propõe-se ainda que, para qualificar este Conselho Estratégico, decorram reuniões extraordinárias sobre temáticas específicas, introduzidas e explicadas por um ou mais especialistas convidados. Esta é uma forma de envolver as entidades que, não tendo uma intervenção direta nas fileiras, devem ser sensibilizadas para os reais problemas sentidos por estas e trabalhar em conjunto para a sua resolução.

De notar que esta é uma ação diferenciada das demais apresentadas, visto que é aquela que mais agentes pretende envolver e cujo impacto é tremendamente significativo e diferenciador no desenvolvimento do setor agroalimentar sub-regional.



Plano de ações por fileira

Nesta secção, são apresentadas sete fichas de ação, cada uma respeitante a uma das fileiras abordadas no presente documento, correspondentes aos produtos mais relevantes para o desenvolvimento do setor agroalimentar. Ao contrário dos projetos apresentados anteriormente, cujo implementador deve ser a CIM-TS, estas são ações que podem ser formuladas e executadas por outros agentes das respetivas fileiras ou pela CIM-TS em parceria com estes.

FICHA 1 | VINHOS VERDES

Dinamizar, animar e acrescentar valor à fileira dos Vinhos Verdes do Tâmega e Sousa

I. Modelos técnico-económicos para a produção de uva (um por cada sub-região de Vinho Verde do Tâmega e Sousa):

Esta ação visa a geração de conhecimento sobre as cinco sub-regiões de Vinhos Verdes para a definição dos recursos (técnicos e económicos) e tempo necessários para a otimização e rentabilidade da atividade. Deste modo, será possível definir as condições, detalhes e especificidades associadas às diferentes castas (e.g.: solo e clima requerido pela atividade; referencial básico da exploração – dimensão, parâmetros técnicos; infraestruturação de suporte à atividade; operações culturais / manejo, etc.) bem como aspetos relacionados com o seu crescimento rentável e sustentável (estimativa de investimentos e de rendimento bruto; custos específicos de exploração; necessidade de fundo de manejo; financiamento; cash-flows; viabilidade do investimento – VAL e TIR e payback). Este trabalho permitirá elucidar os produtores acerca das exigências da atividade na respetiva sub-região, assim como possibilitará avaliar e quantificar a rentabilidade do negócio fornecendo ao empresário todas as informações que necessita para a viabilidade do negócio.

II. Grupos de trabalho com viticultores, enólogos e comercializadores

Esta ação consiste na organização de três grupos de trabalho na sub-região para a dinamização e acréscimo de valor à fileira dos Vinhos Verdes no Tâmega e Sousa. O primeiro grupo é composto por viticultores da sub-região, com responsabilidades na manutenção e qualificação das vinhas, devendo estar atentos às operações culturais mais competitivas e, nesse sentido, divulgar e aplicar as conclusões dos Modelos Técnico-Económicos elaborados. O segundo grupo de trabalho é constituído pelos enólogos, estes mais preocupados com as propriedades dos vinhos e que, nessa sequência, deverão trabalhar em conjunto para a definição da identidade do Vinho Verde do Tâmega e Sousa. Por fim, do último grupo de trabalho fazem parte os agentes de comercialização que devem sensibilizar o ecossistema do Vinho Verde para a prossecução de estratégias de expansão das vendas, nomeadamente ao nível internacional. Para a dinamização destes grupos de trabalho, propõe-se a organização de 3 reuniões por ano e por grupo e a realização de, pelo menos, 1 visita de estudo de um dia com vista à obtenção de conhecimento sobre boas práticas, novas técnicas e processos de produção diferenciadores para a melhoria da competitividade e rentabilidade dos negócios.

III. Castas Avesso e Azal

Considerando o pendor fortemente identitário e diferenciador das castas Avesso e Azal, propõe-se a estruturação de ações de promoção destas junto dos produtores, com vista à sua projeção e notoriedade. A existência de castas que beneficiam de reconhecimento externo tem impactos diretos no aumento dos preços para o produtor. Evidência dessa realidade é a casta Alvarinho, cuja estratégia de promoção externa permitiu maior notoriedade e reconhecimento da sub-região como um todo. É proposto para o Tâmega e Sousa uma estratégia idêntica alicerçada nas castas Avesso e Azal.

IV. Prémio anual de vitivinicultura

Esta ação tem por objetivo criar na sub-região do Tâmega e Sousa um momento de congregação da fileira dos Vinhos Verdes, numa cerimónia (que se consagre como um marco anual) para a atribuição do prémio para o melhor vitivinicultor. Na base dos critérios de atribuição estaria a qualidade do Vinho candidato como um todo, mas também os níveis de qualidade e produção da uva. A sessão de atribuição do prémio deve assumir a forma de cerimónia de fala e ser promovida e divulgada, a montante e a jusante, considerando os ganhos indiretos acrescidos na comunicação e projeção dos Vinhos Verdes do Tâmega e Sousa como um todo, muito para além dos Vinhos premiados.





FICHA 2 | KIWÍ

Expandir e diversificar a fileira do Kiwi no Tâmega e Sousa

I. Encontros anuais de produtores

A presente ação prevê a realização de 4 encontros anuais de produtores do Tâmega e Sousa para visita a explorações de Kiwi para contacto com boas práticas. O objetivo é que os encontros aconteçam nos meses de abril, maio, junho e outubro, períodos-chave no que respeita ao ciclo produtivo do Kiwi e respetivas operações culturais.

II. Grupos de trabalho com entrepostos do Tâmega e Sousa

A fileira do Kiwi apresenta já um nível de organização mais estruturado que outras fileiras sub-regionais, muito devido ao contributo dos entrepostos, enquanto agentes organizadores da produção. Deste modo, surge a presente ação com vista a garantir que os diversos entrepostos do Tâmega e Sousa dispõem de cenários para cooperarem sobre questões concretas e, dessa forma, fomentarem a competitividade do subsetor. Desde logo, é recomendada a cooperação na partilha de custos para a aquisição de fatores de produção, na negociação de melhores preços na contratação de serviços externos e na implementação de ações de publicidade e promoção do Kiwi português.

III. Promoção de novas variedades de Kiwi

A presente ação visa a geração de conhecimento no território para a definição das ações necessárias ao lançamento de novos negócios que diversifiquem e tragam valor à fileira do Kiwi. Neste contexto é proposto aferir as condições de rentabilidade técnica e económica da exploração de novas variedades de Kiwi (e.g. Kiwi Arguta, Kiwi Amarelo), assim como o mapeamento dos territórios do Tâmega e Sousa com maior aptidão para o efeito. Posteriormente, deve haver um trabalho de disseminação das conclusões junto dos agentes produtivos e empreendedores. Esta ação contribuirá para diferenciar a fileira do Kiwi sub-regional de outros contextos territoriais.

FICHA 3 | CEREJA

Estimular a produção e disseminação de conhecimento na fileira da Cereja no Tâmega e Sousa

I. Implantação de campos de demonstração

A presente ação consiste na instalação de campos de demonstração de produção de Cereja que sirvam para divulgar as melhores práticas, tendo em consideração as condições geográficas e edafoclimáticas. O Tâmega e Sousa é um território que concentra um número considerável de produtores e a Cereja já é um produto externamente reconhecido e valorizado (e.g. Cereja de Resende). Contudo, a produção caracteriza-se ainda por práticas tradicionais e incipientes, as quais carecem de renovação para assegurar o incremento da competitividade da atividade. Para o efeito, propõe-se a criação de 3 campos de demonstração das melhores técnicas de produção no território. Deverá ser montado um campo a cota baixa, outro a cota média e um último a cota alta, demonstrando as particularidades que estes vários níveis exigem a nível de variedade, porta-enxertos e sistemas de condução. Além disso, os campos de demonstração deverão possuir também proteção de plástico ou rede para evidenciar os ganhos económicos e de produtividade na aplicação desta técnica, ainda inexistente no Tâmega e Sousa.

II. Promoção da produção de variedades precoces e tardias

Pretende-se com esta iniciativa efetuar uma promoção juntos dos promotores para a seleção de variedades que assegurem maiores possibilidades de escoamento a uma rentabilidade mais elevada. Tendo em consideração as condições edafoclimáticas de exceção do Tâmega e Sousa, distintas dos polos nacionais e internacionais que se evidenciam como maiores concorrentes, propõe-se a promoção da produção de variedades precoces em locais onde seja possível efetuar colheitas até às primeiras semanas de maio. Adicionalmente, noutros locais, deve ser promovido o cultivo de variedades tardias, nomeadamente, se for possível assegurar as colheitas a partir da segunda quinzena de julho. Deste modo, o Tâmega e Sousa poderá assegurar disponibilidade de produto em períodos do ano que outras regiões produtoras não conseguem, garantindo melhores condições de competitividade.

III. Divulgação do território do Tâmega e Sousa

Transversalmente a toda a fileira, é proposto um trabalho conjunto para a divulgação do Tâmega e Sousa como um território fértil para a produção de Cereja. Resende é já um concelho que beneficia de visibilidade a este nível que, por um lado, pode ser reforçada e, por outro lado, pode ser alargada a outros concelhos da sub-região. Para o efeito, importa manter a fileira atualizada ao longo do tempo e realizar ações de promoção da mesma no território, sempre que possível com os entrepostos e produtores internacionais (nomeadamente de Espanha, por estarem mais próximos) que tragam conhecimento e ideias para o território. O aumento da força produtiva da sub-região, aliada a uma imagem disseminada no consumidor, permitirá a geração de novos negócios e a valorização da fileira da Cereja no Tâmega e Sousa.





FICHA 4 | MIRTILO

Valorizar a fileira do Mirtilo do Tâmega e Sousa

I. Criação de uma bolsa de mão-de-obra

A presente ação tem como objetivo a criação de uma bolsa sub-regional de mão-de-obra que permita satisfazer as necessidades a este nível no período da colheita. A colheita está identificada como um período crítico do produtor para assegurar rentabilidade do negócio e satisfação das necessidades de produto. Cumulativamente, no caso da fileira do Mirtilo, persistem constrangimentos ao nível da disponibilidade de mão-de-obra nacional/europeia e no cumprimento dos normativos legais e burocráticos para a chegada de mão-de-obra internacional (nomeadamente da Ásia). Por esse motivo, o território deve unir-se com vista à provisão de uma plataforma de mão-de-obra, independentemente da origem, que permita aos produtores anteciparem e colmatarem as necessidades a este nível.

II. Realização de encontros de produtores

O objeto da presente ação consiste na realização de 3 encontros anuais de produtores de Mirtilo do Tâmega e Sousa, tendo em vista catalisar um clima de cooperação entre agentes, de aprendizagem conjunta e lançamento de respostas e soluções a problemas comuns. Considerando o ciclo produtivo, propõe-se a realização destes encontros em março, maio e outubro, assumindo os mesmos uma forma de visitas de estudo a explorações dentro ou fora da sub-região para aprendizagem sobre as melhores práticas em termos de operações culturais.

III. Realização de ações de divulgação do Mirtilo

Tendo em vista uma maior valorização do Mirtilo do Tâmega e Sousa dentro e fora da sub-região, sobretudo junto do consumidor, propõe-se a realização de ações de promoção direta que podem assumir diferentes formas. Desde logo, são ideias de atividades de promoção: (a) o lançamento de campanhas de comunicação nos meios digitais, (b) a realização de ações experienciais em que o próprio consumidor pode entrar nas explorações e participar na colheita de mirtilos ou noutras operações culturais ("fins de semana do Mirtilo"), (c) a criação da Feira do Mirtilo (como já existe a Feira da Cereja em Resende) ou (d) a realização de campanhas promocionais durante o fim-de-semana em Lisboa ou no Porto, como forma de divulgar o Mirtilo português ao consumidor urbano e/ou a turistas.

FICHA 5 | COGUMELO SHIITAKE

Enaltecer as mais-valias do Cogumelo Shiitake no Tâmega e Sousa

I. Realização de ações de promoção do Cogumelo Shiitake

Ainda que beneficie de reconhecimento internacional, o Cogumelo Shiitake não está muito disseminado em Portugal, pelo que se propõe a realização de ações de promoção do produto. Numa lógica de incentivar a procura e gerar valor acrescentado, sugere-se a realização de feiras regionais com periodicidade anual. Estas devem ser ativas com ações de showcooking e palestras em nutrição, que permitam evidenciar as propriedades nutricionais do Cogumelo Shiitake.

II. Formular sistema de valorização do carvalho na sub-região

Atendendo ao modo de produção do Cogumelo Shiitake, que beneficia da existência de troncos de carvalho, propõe-se a formulação de uma estratégia de valorização da floresta autóctone no Tâmega e Sousa. Não estando diretamente ligado à fileira do Cogumelo Shiitake, o investimento na floresta autóctone e a disponibilidade de recursos florestais gerará impactos diretos na competitividade dos produtores de cogumelos, que não terá de procurar matérias de produção de base florestal fora do território. Simultaneamente, o Tâmega e Sousa estar a investir na floresta, na sua componente ambiental e preventiva de incêndios.

III. Incrementar os níveis de produtividade, ampliar mercado e conferir valor e notoriedade

A atividade de produção de Cogumelo Shiitake apresenta níveis de rentabilidade potencial consideráveis. Ainda assim, a mesma apresenta margem de crescimento se for registado um aumento generalizado da produtividade. Durante o período do inverno, os níveis de produção são baixos devido à descida das temperaturas. Por outro lado, o investimento no aquecimento de estufas poderá contribuir para assegurar produtividade também durante o inverno e, desta forma, ampliar o mercado. Atendendo ao estado embrionário da atividade em Portugal, importa incrementar os níveis de produtividade, de modo a que o Tâmega e Sousa possa posicionar-se no mercado e conferir valor e notoriedade à fileira.





FICHA 6 | HORTÍCOLAS EM MODO DE PRODUÇÃO BIOLÓGICO

Aportar conhecimento e visibilidade ao Modo de Produção Biológico no Tâmega e Sousa

I. Elaboração do modelo técnico-económico de produção conjunta Hortícola e Frutícola

Esta primeira ação tem como objetivo obter e divulgar conhecimento sobre as condições técnicas e económicas na produção de hortícolas e frutícolas no Modo de Produção Biológico. Os pressupostos teóricos dão a entender que é possível que um modelo de negócio pautado pela diversidade cultural, isto é, a produção combinada de hortícolas e frutícolas diferenciados, pode apresentar margens maiores de sustentabilidade económica e ambiental do que a produção exclusivamente hortícola. Reunindo conclusões que validem a teoria, importa divulgar o modelo técnico-económico junto de produtores existentes que pretendam reconverter o seu modelo de negócio ou novos empreendedores que desejem iniciar-se na atividade.

II. Implementar plano de capacitação técnica em Modo de Produção Biológico

Ainda que haja uma grande apologia ao Modo de Produção Biológico, há pouco conhecimento disseminado sobre as práticas de produção mais rentáveis que assegurem o cumprimento das normas de certificação deste tipo de produção. Neste sentido, emerge a presente ação que tem por objetivo dotar os agentes da horticultura e fruticultura de competências técnicas no Modo de Produção Biológico. Em primeiro lugar, será necessário formar profissionais técnicos que possam prestar apoio e aconselhamento nesta área e, posteriormente a produtores já instalados e empreendedores que vejam no Modo de Produção Biológico uma atividade rentável. A capacitação é a chave para que possam ser gerados negócios competitivos nesta área que é, já de si, muito exigente.

III. Realização de Certame MPB e feiras de venda direta

De modo a ativar e promover a produção agroalimentar biológica, propõe-se a realização de ações de promoção e divulgação na sub-região. Para além da realização sistemática de feiras de venda direta para comercialização de produtos certificados, sugere-se a criação de um certame sobre o Modo de Produção Biológico no Tâmega e Sousa que sirva para congregar o ecossistema MPB no território e difundir as melhores práticas de produção e valorização deste tipo de produtos. O programa do certame deve integrar grupos de discussão e visitas de estudo a explorações da região, devendo beneficiar de ações de comunicação e divulgação a montante e a jusante.

FICHA 7 | CARNE CERTIFICADA

Criar condições para o desenvolvimento e valorização da Carne Certificada no Tâmega e Sousa

I. Criação de estábulos comuns em terrenos baldios

A ação tem como objetivo inovador a criação de estábulos comuns em terrenos baldios sem utilização. A produção de carne certificada que, pela criação de raças autóctones, é uma atividade de interesse público que importa preservar. Porém, os custos de instalação e expansão na atividade são muito elevados, desincentivando produtores novos ou instalados a investirem nesse sentido. Para o efeito, é proposto o investimento público na criação de estábulos comuns, nomeadamente para caprinos e ovinos, que permitam aos produtores diminuir o investimento inicial necessário. A criação dos estábulos comunitários está associada a definição dos normativos legais e regulamentares, do montante de investimento público a executar e do modelo de gestão dos estábulos. Sobre este último, deverá equacionar-se o pagamento por parte do utilizador a uma entidade que detenha mão-de-obra e preste serviços na criação dos animais de cada proprietário (i.e. semelhante ao modelo de condomínio). Os estábulos comuns em baldios materializam o duplo benefício de, por um lado, incentivarem o investimento privado, o empreendedorismo e a competitividade num setor relevante e, por outro lado, contribuirão para o ordenamento do território e da paisagem, sobretudo com as pastagens em modo extensivo que permitirão a limpeza de matos e limitarão a prevalência e propagação de incêndios. Neste contexto, é uma ação que pode encontrar oportunidades de financiamento em linhas de apoio existentes à preservação ambiental e paisagística (e.g. Fundo Ambiental).

II. Lançamento de um projeto-piloto de Matadouros concelhios / matadouros móveis

Outra ação que visa contribuir para o incremento da competitividade dos produtores de carne certificada, por via da provisão de condições de contexto, prende-se com a criação de matadouros concelhios ou móveis. Atualmente, um produtor do Tâmega e Sousa para se deslocar ao matadouro pode gastar até 1/3 do custo unitário de produção de um animal. Este é um claro entrave à competitividade na produção de carne certificada que cumpra com os parâmetros legais e regulamentares de produção. Deste modo, a presente ação visa a criação de matadouros mais próximos dos produtores, numa lógica concelhia ou até itinerante, sendo um modelo que deve ser testado e, uma vez validado, replicado.

III. Realização da “Escola de Pastores”

De modo a dotar os produtores de carne certificada de melhores competências, tanto na componente técnica, como na componente de gestão e administração das empresas, é proposta a criação de um programa de capacitação no Tâmega e Sousa especialmente dedicado a este público-alvo. Sendo a criação de raças autóctones uma atividade de interesse público, mas também uma atividade frágil na garantia de margens de rentabilidade para o produtor, importa que este esteja dotado de conhecimento técnico para a melhor gestão do negócio, nomeadamente no que respeita ao planeamento da produção e controlo de custos. A “Escola de Pastores” (nome sugerido para este plano de capacitação) deve ter edições anuais, ser aberto a empreendedores e empresários já instalados e premiar aqueles que se dedicam ou pretendem dedicar à produção de carne certificada.

IV. Elaboração e disseminação dos modelos de negócio de cada espécie

Esta ação visa a geração de conhecimento sobre a criação de raças autóctones de bovinos, caprinos e suínos para a definição dos recursos (técnicos e económicos) para a otimização e rentabilidade da atividade. Deste modo, será possível definir as condições, detalhes e especificidades associadas às diferentes espécies bem como aspetos relacionados com o seu crescimento rentável e sustentável (estimativa de investimentos e de rendimento bruto; custos específicos de exploração; necessidade de fundo de maneio; financiamento; cash-flows; viabilidade do investimento – VAL e TIR e payback). Este trabalho permitirá elucidar os produtores acerca das exigências da atividade na respetiva sub-região, assim como possibilitará avaliar e quantificar a rentabilidade do negócio fornecendo ao empresário todas as informações que necessita para a viabilidade do negócio.

V. Criação do pacote turístico “Pastor por um dia”

De modo a valorizar o setor da pastorícia e da pecuária extensiva, propõe-se uma aliança estratégica com o Turismo, através da criação do pacote “Pastor por um dia”. Numa lógica de turismo experiencial, alinhada com as estratégias e práticas de desenvolvimento do Turismo mais contemporâneas, é proposta a criação de programas de experiências para que turistas e visitantes possam participar em atividades associadas à pastorícia e pecuária, como por exemplo: a realização de trilhos com pastoreio dos animais, a participação em “chegas de bois”, ou o acompanhamento de nascimento de animais. A promoção deste tipo de experiências turísticas permitirá aportar maior valor simbólico e cultural às raças autóctones e estimular práticas de consumo de carne certificada no turista/visitante.

VI. Incorporação da carne certificada na restauração

A presente iniciativa visa ampliar a incorporação da carne certificada na restauração. Considerando que a restauração por norma já participa em cadeias de fornecimento de carne consolidadas (e que também elas representam uma economia a preservar), propõe-se a promoção de experiências de restauração dedicadas à valorização da carne certificada e dos modos tradicionais. No fundo, pretende-se captar para o Tâmega e Sousa o cliente que procura a autenticidade e integridade da carne certificada e que, para isso, está disposto a pagar um valor acima do normal. Para o efeito, sugere-se a criação de uma rede de restaurantes de montanha, enquanto espaços típicos (eventualmente em regime de franchising), com poucos pratos à escolha, representativos da autenticidade e ruralidade. Exemplos desta realidade são a “Tasquinha do Fumo” (Baião) e “Filhos de Moura” (Amarante), onde o conceito de serviço de carne certificada pode ter adesão junto do consumidor e corporizar, desta forma, uma estratégia de valorização e comercialização.

FICHA 8 | ARTESANATO

Qualificar o Artesanato do ponto de vista económico e simbólico

I. Aproximação e envolvimento de Escolas de Design

A ação tem como objetivo aproximar escolas de design da envolvente regional dos artesãos tradicionais da sub-região do Tâmega e Sousa. As escolas de design a envolver podem ser não só instituições de Ensino Superior, mas também escolas de ensino profissional e centros de formação profissional de adultos. Esta aproximação pode ser concretizada através da aliança a programas de estágios de curta duração / formação em contexto de trabalho (a que estão sujeitos os alunos que frequentam escolas de design) e da realização de ateliês conjuntos promovidos pelas instituições de ensino, escolas de formação, entidades e associações de desenvolvimento territorial, etc.. O trabalho conjunto entre jovens qualificados da área do design e artesãos característicos do território trará ao artesanato do Tâmega e Sousa uma dinâmica renovada e permitirá a geração de peças mais sofisticadas e alinhadas com as tendências atuais e necessidades de consumo contemporâneas, sem perda do seu valor identitário. Esta aproximação terá como resultado expectável a sensibilização dos artesãos para novos métodos de produção e para a necessidade de inclusão de inovação nos processos e produtos.

II. Concurso de Artesanato em coprodução

Na sequência do anteriormente proposto, sinaliza-se a presente ação enquanto forma de valorização do trabalho conjunto entre artesãos e estudantes de design. Esta ação preconiza o lançamento de um concurso que atribua prémios às melhores peças de artesanato (das mais diversas variedades) resultantes do trabalho de coprodução resultante da aproximação das escolas de design dos artesãos. Para além de reforçar a visibilidade e notoriedade do Artesanato do Tâmega e Sousa, a realização deste concurso (que deve ser de periodicidade anual e estar compatibilizado com o calendário escolar) atua como um incentivo ao esforço e dedicação de alunos e artesãos no trabalho conjunto que, expectavelmente, resultará na produção de peças de maior valor à luz do paradigma contemporâneo. Os prémios a atribuir neste concurso devem estimular o prosseguimento e aprofundamento dos estudos dos alunos envolvidos (e.g. comparticipação de material escolar, atribuição de uma bolsa de estudo, etc.) como forma de aposta no capital humano sub-regional para a manutenção e valorização do Artesanato.

III. Programa de qualificação do artesanato com designers consagrados

Para além da aproximação de escolas e jovens dos artesãos do Tâmega e Sousa, propõe-se ainda a parceria com designers e artistas plásticos consagrados do panorama nacional. Ao passo que os estudantes de design trabalhariam de perto com os artesãos, a intervenção dos designers de renome que aqui se propõe circunscreve-se a uma ação sistemática de auditoria/mentoria a artesãos e ateliers de artesanato. Operacionalmente, os designers seriam convidados a visitarem os espaços onde trabalham os artesãos do Tâmega e Sousa (1 a 2 artesãos por dia), de modo a tomarem conhecimento das condições físicas de trabalho e dos métodos empregues na conceção das peças. Nesta sequência, os designers convidados, à luz da sua experiência e conhecimento técnico, deverão aportar propostas concretas de melhoria das condições e metodologias de trabalho, de modo a modernizar e acrescentar valor ao cenário sub-regional existente. As visitas de designers e artistas deverão decorrer com uma periodicidade anual ou bianual como meio de garantir a aplicação sistemática das melhorias propostas. O sucesso desta ação carece de um trabalho de comunicação e divulgação paralelo, de modo a que os especialistas convidados beneficiem de publicidade e promoção do seu trabalho, enquanto incentivo a aderirem ao projeto.

IV. Ações conjuntas de promoção e divulgação do Artesanato do Tâmega e Sousa

A presente ação consiste na formulação e implementação de atividades para o reforço da visibilidade, notoriedade e reconhecimento externo do Artesanato do Tâmega e Sousa. São exemplos de atividades a desenvolver (i) a criação de uma marca agregadora do Artesanato sub-regional que ateste o perfil endógeno das peças, (ii) a programação de ateliês vivos e experienciais de artesanato para visitantes e turistas, junto de lugares de património (nomeadamente em articulação com a Rota do Românico) ou (iii) a realização de ações de ativação integradas em eventos de projeção nacional ou internacional (e.g. eventos de Moda, feiras de Turismo, etc.). Além disso, importa referir que atividades de promoção devem ter em conta a grande complementaridade do Artesanato com os setores do Turismo e do Agroalimentar do território, pelo que devem envolver os agentes operativos destes.



Indicadores de concretização estratégica

Numa lógica de compreensão sobre o impacto das ações desenvolvidas, importa monitorizar e avaliar a implementação do Plano Estratégico do setor Agroalimentar do Tâmega e Sousa através de critérios que permitam concluir em que medida as metas do projeto foram alcançadas.

O Plano de Ação apresentado foi desenhado para um horizonte de 5 anos, estando os Projetos Estruturantes da CIM-TS formulados para uma implementação ao longo de um período de 24 meses consecutivos. Tem-se por expectativa que no final de 5 anos seja possível a verificação de resultados e impactos práticos, relevantes para a qualificação e desenvolvimento das empresas e negócios do Tâmega e Sousa ligados à produção e comercialização de produtos do agroalimentar.

Como meio de monitorizar o estado de concretização da Estratégia são avançados os seguintes indicadores, cujo registo deverá ser periódico e faseado. Os valores apresentados para cada indicador constituem a meta mínima a atingir no final do período de referência (5 anos).

Indicador	Unidade	Valor
Aumento da produtividade do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa (agregado)	Percentagem	15 %
Número de novos empresários instalados com atividade no agroalimentar (empreendedores)	Unidades	25
Produtores envolvidos em ações de capacitação	Unidades	50
Grupos de trabalho realizados	Unidades	40
Incremento das exportações do setor agroalimentar do Tâmega e Sousa (agregado)	Percentagem	15 %
Penetração em novos mercados internacionais	Unidades	3

Tabela 22. Indicadores de concretização estratégica

Título

Estudo e Plano de Ação para o Potencial Económico do Artesanato e do Setor Agroalimentar do Tâmega e Sousa

Promotor

Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa

Coordenação Técnico-Científica

José Martino

Equipa Técnica

André Guimarães
André Lopes
Camilo Silva
Cátia Reis
Fábio Lourenço
José Martino
Sofia Freitas

Design e Maquetização

RURIS

Ano

2019

