

# Condicionantes e Potencialidades dos Produtos Tradicionais



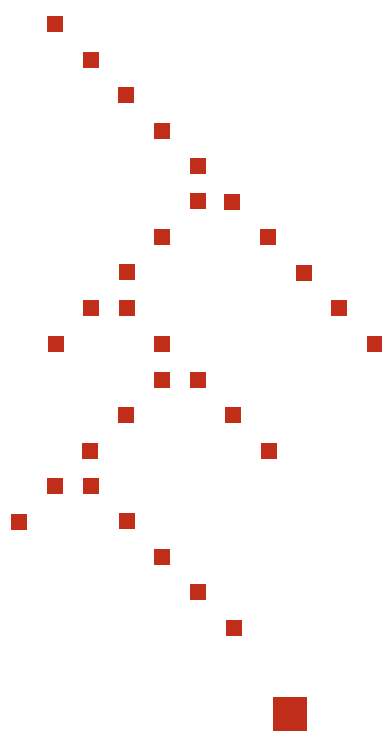
## REGIÃO DO ALGARVE

■ *A. Oliveira das Neves*

COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DA REGIÃO DO ALGARVE



# Condicionantes e Potencialidades dos Produtos Tradicionais



REGIÃO DO ALGARVE

☐ **Ficha técnica**

Título:

Condicionantes e Potencialidades dos Produtos  
Tradicionais da Região do Algarve

Autor:

A. Oliveira das Neves

Edição:

CCRAlgarve

Design e Produção:

IDEIAS *em baú*, Comunicação e Marketing, Lda

Impressão:

SIG - Sociedade Industrial Gráfica, Lda

Depósito Legal:

nº 197323/03

Data:

Junho 2003

Tiragem:

500 exemplares

	PAG.
Nota Introdutória	05
Apresentação	09
■ 1. PRODUTOS TRADICIONAIS - TIPOLOGIA E PRIORIDADES DE ACTUAÇÃO	13
■ 2. MODOS DE ACTUAÇÃO vs. CONDICIONANTES DA ACTIVIDADE	17
■ 3. MODALIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DE QUALIDADE	21
■ 4. TIPOLOGIA DE SEGMENTOS DA PROCURA DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE	25
■ 5. ELEMENTOS DE DIAGNÓSTICO DA OFERTA CONCORRENTE	29
■ 6. BALANÇO DAS ESTRATÉGIAS DE ACTUAÇÃO DAS ENTIDADES PÚBLICAS E ASSOCIATIVAS INTERVENIENTES	33
■ 7. CONDICIONANTES E OPORTUNIDADES DOS PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE	39
■ 8. QUADRO SÍNTESE DAS POTENCIALIDADES REGIONAIS	45
■ 9. MATRIZ DE DOMÍNIOS-CHAVE DE INTERVENÇÃO vs. FINANCIAMENTO	49
■ 10. DIMENSÕES DE ARTICULAÇÃO E SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS	55
10.1 Condições gerais e pressupostos de actuação	55
10.2 Um conceito de intervenção para os produtos tradicionais do Algarve	58
10.3 Soluções institucionais	59
10.4 Acções estratégicas	61



As perspectivas de desenvolvimento do interior do Algarve têm constituído um dos aspectos relevantes da actividade da Comissão de Coordenação da Região do Algarve.

Há que reconhecer, em primeiro lugar, que o património dos estudos, diagnósticos, programas e acções integradas com incidência na Serra do Algarve é enorme. Traduz um profundo movimento de reflexão (e também de acção) que se desenvolveu sobretudo nos últimos quarenta anos. Num primeiro momento, foram os serviços da Secretaria de Estado da Agricultura (até 1975) e do Ministério da Agricultura (após 1975) a dinamizarem a análise da situação criada com o esgotamento do perfil produtivo dominante nos anos 30/40 do século passado, com a emigração dos anos 60 e 70 e com o crescimento económico registado no litoral em torno do comércio, dos serviços e do turismo.

Nos últimos anos do séc. XX esse quase monopólio dos serviços oficiais da agricultura começou a ser abandonado. As estratégias de desenvolvimento, as modalidades de intervenção, as capacidades de investimento e a própria dinâmica local são associadas a uma nova geração de problemas, de modelos de desenvolvimento e a um outro quadro institucional. As associações de desenvolvimento local entram em cena e a administração central com atribuições em domínios relacionados com a gestão do território e com o planeamento passa a estar igualmente presente. A acção dos municípios torna-se entretanto também decisiva, não só pelas atribuições que lhe são cometidas, como pelo efeito indutor desempenhado pelo funcionamento dos respectivos aparelhos, chegando nalguns concelhos a assumirem o papel de maiores empregadores locais.

É assim que, no actual Quadro Comunitário de Apoio (2000-2006), foram inseridas no Programa Operacional da Região do Algarve algumas Medidas vocacionadas para o apoio a estas áreas de baixa densidade.

O debate em torno do conteúdo operacional daquelas Medidas permitiu apontar para a definição das principais linhas de intervenção, que se consolidaram genericamente em torno de seis objectivos.

Um primeiro objectivo aponta para uma cuidada intervenção em domínios relacionados com a **Renovação urbana**, ampliando esta estratégia para além dos centros urbanos do Litoral. Ela traduz-se na reabilitação urbanística de uma rede de pequenos centros, seleccionados em função das dinâmicas locais e do papel que desempenham (ou podem desempenhar) como centros organizadores de espaços rurais. Este vector de intervenção integra a requalificação de espaços públicos, a recuperação de edificações notáveis, um melhor ordenamento urbano, a implantação de mobiliário urbano e, ainda, a reabilitação do parque imobiliário privado. Este último aspecto, essencial para a melhoria das condições de habitabilidade, deveria resultar da melhor adaptação de programas nacionais destinados à recuperação imobiliária, os quais têm conseguido atingir, nalguns bairros das áreas metropolitanas portuguesas, elevados níveis de satisfação.

Um segundo objectivo refere-se à continuação da **infra-estruturação e à recuperação ou instalação de equipamentos sociais e colectivos**, num ciclo que tendencialmente se fechará e que proporcionará desta forma às comunidades locais uma dotação mínima de amenidades sociais e ambientais indispensáveis à consolidação da vida colectiva e à promoção da coesão social das respectivas comunidades.

O terceiro objectivo aponta para o **apoio à consolidação da base económica**, não só através da criação de infra-estruturas de apoio às actividades económicas (pequenas áreas empresariais, processos de certificação,

*design* industrial, marketing territorial, etc.), como também através da criação de estímulos directos ao investimento e à criação de emprego. Neste domínio, e perante um desajustamento claro dos instrumentos disponíveis no universo dos programas da economia e do emprego em relação às necessidades do Algarve interior, foi possível criar uma solução específica, alargando o âmbito de uma das Medidas do Programa Operacional do Algarve e permitindo um eixo de apoio financeiro para a implantação e/ou consolidação de unidades produtivas de pequena dimensão, instaladas nestas áreas de baixa densidade.

A **formação profissional** constitui um quarto objectivo, o qual se traduz na dinamização de acções de formação inseridas nas lógicas locais de desenvolvimento, recuperando, divulgando e qualificando velhos saberes ligados à valorização de recursos locais, ou incidindo sobre novos domínios de actividades, designadamente sobre serviços de proximidade, incorporando as tecnologias da informação na organização dos serviços tradicionais.

Não se entenderá estes dois últimos domínios (apoio às actividades e à formação) sem um forte quadro de referência nos domínios da **investigação e da inovação**, o quinto objectivo desta estratégia. Este domínio constitui uma actividade com duplo sentido: não só se dispõe a aproveitar as dinâmicas locais, valorizando recursos, saberes e tecnologias tradicionais, como desenvolve capacidades para intervir nas mesmas, incorporando inovação, novas tecnologias e conhecimento. Apenas se entende este domínio se forem estabelecidas fortes ligações ao exterior, designadamente na procura de parcerias com instituições ligadas ao mundo da I&D e da inovação.

Finalmente, como sexto objectivo, a **promoção externa**. O bom desempenho dos territórios obriga a um quadro cada vez mais integrado, no qual as respectivas especificidades deverão ser afirmadas, valorizando não só as produções mas também o ambiente, as condições de vida, as acessibilidades e os efeitos externos favoráveis à atracção de actividades. Trata-se de um objectivo que recorre aos demais, que os integra e que lhes concede coerência orgânica e territorial.

Estes são os principais objectivos que foram então definidos e que têm presidido às estratégias de intervenção da Comissão de Coordenação no designado Algarve das áreas de baixa densidade, os quais têm naturalmente condicionado a aprovação de programas e de projectos com incidência nestes territórios.

Os aspectos relacionados com o apoio às actividades económicas constituem, como vimos, um dos aspectos essenciais e que necessitam de um quadro voluntarista capaz de funcionar como catalisador das iniciativas privadas.

A experiência de intervenção pública nestes territórios, concentrada maioritariamente na criação de infra-estruturas e na construção de equipamentos públicos, permitiu inquestionavelmente melhorar as condições de vida oferecidas às populações residentes. Contudo, e não obstante esse esforço, desprezou a criação de condições de acolhimento de actividades capazes de gerarem riqueza, de criarem emprego e de dinamizarem a vida local. Retirou-se capacidade de afirmação às actividades tradicionais em resultado da generalização de normas rígidas de produção, da cerrada integração comercial, da ausência de formação profissional, da padronização dos hábitos de consumo, da limitada iniciativa de inovação por parte dos produtores ou da redução natural do mercado local.



O ajustamento do modelo de intervenção foi, após reflexão e avaliação, incorporado nos programas definidos no QCA III para o Algarve. Os aspectos directamente relacionados com as actividades económicas passaram a ter uma relevância no âmbito da intervenção local, recuperando aliás certos aspectos positivos revelados no desempenho das versões I e II do Programa LEADER.

É bom recordar que estamos perante sistemas produtivos organizados muitas vezes de forma informal, com características artesanais, que mobilizam recursos diferenciados e dispersos, nalguns casos específicos desses mesmos territórios, que registam uma pequena escala de produção, que animam preferencialmente mercados locais e que dificilmente se afastam das rotinas associadas aos respectivos processos produtivos.

Os aspectos relacionados com a inovação, com a comercialização e com o marketing desses produtos tradicionais constituem um dos aspectos essenciais desta perspectiva que visa melhorar e consolidar a base económica das regiões de baixa densidade.

O trabalho que ora se publica, elaborado pelo Dr. António Oliveira das Neves, consultor da Comissão de Coordenação da Região do Algarve e realizado em torno de produtos alimentares tradicionais do Algarve interior, extensivo ao sal e à flor do sal, constitui um dos elementos dessa análise.

Um particular interesse é aí dedicado à reflexão em torno da certificação dos produtos e das soluções institucionais capazes de dinamizarem cada um dos nichos produtivos identificados.

No domínio da certificação, a experiência portuguesa (ou, talvez, algarvia) tem sido quase traumatizante. Os centros de decisão não estão na região e os procedimentos são demasiado carregados, ao ponto de decorrerem períodos de tempo injustificáveis até ser possível encontrar soluções satisfatórias para alguns produtos. Valerá a pena equacionar a possibilidade de criar mecanismos paralelos de certificação, baseados apenas em especificações nacionais, regulados por uma entidade regional e promovidos com base numa designação ou marca territorial. Outros países têm-no feito de forma paralela às designações sancionadas pela União Europeia. A própria investigação agrária portuguesa aponta soluções nesse sentido.

O enquadramento institucional é outra das componentes decisivas, também abordadas neste estudo. A fragilidade das administrações públicas sectoriais aliada a dinâmicas administrativas e financeiras conjunturalmente perturbáveis, tem aconselhado à criação de entidades autónomas, estrategicamente condicionadas por um programa de acção, por assessorias técnico-científicas e pela avaliação permanente dos respectivos resultados, num quadro de financiamento partilhado pelos próprios produtores.

São soluções, apresentadas no presente estudo, que têm sido comprovadas noutros domínios e que têm apresentado resultados positivos.

Aqui fica, através deste estudo, um guia para a acção nos domínios da valorização dos produtos tradicionais, que poderá constituir um marco importante no sentido da dinamização das actividades com expressão local, sem a qual correr-se-á o risco de um regresso às tendências pesadas da desertificação e do despovoamento.

**João Guerreiro** (Abril 2003)



A Estratégia de Desenvolvimento Regional e as prioridades inscritas no Programa Operacional para a Região do Algarve (PROALGARVE, 2000-2006) atribuem particular relevância ao desenvolvimento do complexo de actividades do turismo e do lazer, segundo uma visão enriquecida deste ‘cluster’ de actividades.

Essa visão enriquecida articula-se de forma directa com a problemática do desenvolvimento do interior e da Serra Algarvia e, muito em particular, com a valorização das produções tradicionais e a sustentabilidade do desenvolvimento das áreas rurais. É nesta perspectiva que se revela necessário aprofundar o conhecimento das condições de produção e valorização dos produtos tradicionais de qualidade da Região, tendo em vista fundamentar tecnicamente a adopção de medidas e formas de actuação que contribuam para aumentar o valor acrescentado local destas produções, e para melhorar os índices de emprego e de rendimento dos produtores e das populações rurais.

Com esse objectivo, este Documento procede a uma síntese de resultados das componentes específicas do **Estudo Condicionantes e Potencialidades dos Produtos Tradicionais da Região do Algarve** (realizado em 2001)<sup>1</sup>, e sistematiza um conjunto de reflexões que fundamentam propostas de actuação pública, associativa e privada, num domínio relevante para a Estratégia de Desenvolvimento Regional: a valorização dos produtos tradicionais do Algarve, no contexto da dinamização económica das Áreas de Baixa Densidade.

O Documento procura enquadrar uma intervenção estrategicamente concertada para a valorização económica dos recursos regionais - designadamente dos produtos tradicionais de qualidade - espacialmente concentrados no Barrocal e na Serra Algarvia, territórios onde se localiza grande parte das Áreas de Baixa Densidade.

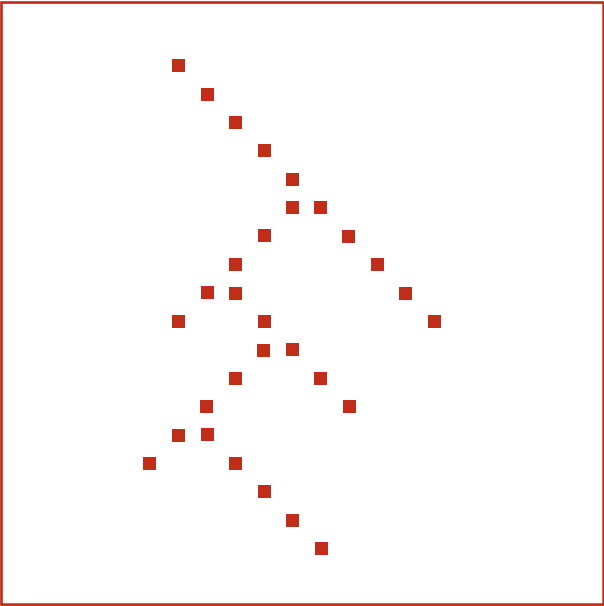
Tendo presente o perfil de objectivos associados ao conceito de valorização económica de produtos e territórios, o Documento constrói uma sistematização de elementos de diagnóstico, de perspectiva de evolução, bem como de actuação, elementos centrados nos pontos seguintes:

- ❑ Produtos tradicionais – tipologia e prioridades de actuação.
- ❑ Modos de actuação vs. condicionantes da actividade.
- ❑ Modalidades de comercialização dos produtos de qualidade.
- ❑ Tipologia de segmentos da procura de produtos tradicionais de qualidade.
- ❑ Elementos de diagnóstico da oferta concorrente.
- ❑ Balanço das estratégias de actuação das entidades públicas e associativas intervenientes.
- ❑ Condicionantes e oportunidades dos produtos tradicionais de qualidade.
- ❑ Quadro-síntese das potencialidades regionais.
- ❑ Matriz de domínios-chave de intervenção (produção primária, transformação, certificação, comercialização de produtos tradicionais de qualidade, acções de promoção e “marketing”).
- ❑ Dimensões de articulação e soluções institucionais.

A generalidade dos pontos que estruturam este Documento de Síntese encontra elementos de informação detalhada, quantitativa e qualitativa, de suporte no conjunto de três Capítulos e Anexos que compõem o Relatório do Estudo.

<sup>1</sup> Disponível na CCRA Algarve





■ CONDICIONANTES E POTENCIALIDADES DOS  
PRODUTOS TRADICIONAIS DA REGIÃO DO ALGARVE

**SÍNTESE E ACTUAÇÕES RECOMENDÁVEIS**



## 1. PRODUTOS TRADICIONAIS – TIPOLOGIA E PRIORIDADES DE ACTUAÇÃO

Nos últimos anos tem-se assistido a um reconhecimento das produções tradicionais de qualidade tanto pelo público consumidor (mais disponível para procurar produtos elaborados segundo os princípios de uma cadeia alimentar respeitadora da natureza e associados a um «saber-fazer» e a uma origem historicamente referenciada), como pelas regulamentações nacionais e comunitárias, num “processo de gradual saída da marginalidade social e económica”<sup>2</sup>.

Paralelamente, em diferentes zonas do território nacional, os problemas da valorização económica dos recursos locais e do acesso ao emprego e ao rendimento tem-se deparado com importantes constrangimentos de potencial demográfico, de iniciativa empresarial, de relação com factores de inovação e com o mercado.

A possibilidade de “recuperação de uma matriz produtiva com condições de valorização de mercado e de criação de emprego em meios rurais”<sup>3</sup> depende de um encontro virtuoso dessas produções com aquelas renovadas motivações da procura. Esse encontro conhece, na Região do Algarve, desafios interessantes face aos potenciais existentes quer do lado da oferta produtiva, quer do lado da procura, não obstante as condicionantes que importa conhecer e contrariar com soluções concretas.

***A base de referência dos produtos tradicionais do Algarve é relativamente larga, uma diversidade que tem associada características naturais locais, potencialidades edafo-climáticas específicas, saberes-fazer singulares, tradições produtivas e de uso dos recursos da terra e do mar próprias, num território que se estende, polícromo, da plataforma litoral à Serra.***

A dimensão desta diversificada base de partida, é ampliada pela tendência crescente para majorar os aproveitamentos possíveis das produções primárias da terra existentes nos vários contextos regionais, a que acresce, no Algarve, a componente piscatória da faixa costeira.

***No mosaico territorial composto pela extensa faixa litoral, pelo Barrocal, pela Serra e zona de transição para o Alentejo, coexiste, assim, uma riqueza de produções primárias, de transformação agro-alimentar e de artesanato.***

A tipologia seguinte procura reflectir, em grandes grupos, a densidade de produtos tradicionais existentes na Região do Algarve e que possuem valor acrescentado local:

### ■ 1. PRODUÇÕES PRIMÁRIAS

- pomar tradicional de sequeiro (amêndoa, figo, azeitona, alfarroba,...);
- culturas de regadio (laranja, tangerina, figo fresco, batata doce, uva de mesa, primores, ...);
- actividades pecuárias (cabra e cabrito algarvios, ovelha e borrego de raça churra,...);
- produção florestal (cortiça, outras espécies mediterrânicas, ...);
- ervas aromáticas (poejo, salva, orégãos,...);
- outras (frutos silvestres - medronho, amora, figo de pita, ...-; perceves de Aljezur, moluscos e bivalves; extracção de sal; ...).

### ■ 2. TRANSFORMAÇÃO DE PRODUTOS AGRO-ALIMENTARES

- produtos da terra (derivados de alfarroba, doces regionais de amêndoa, azeitona britada e de sal, mel, ...);
- produtos derivados da pecuária (enchidos - chouriço, farinheira, morcela, molhe -; carne de cabrito algarvio e de borrego de raça churra, queijo de cabra fresco e curado;...);

<sup>2</sup> Cf. Oliveira das Neves, A. (2000), “Síntese e Orientações Recomendáveis”, in, *Potencialidades de Criação de Emprego no âmbito da Agricultura Biológica*. Coordenação de Agostinho de Carvalho, Colecção Estudos do IEFP, n.º28, pp.33.

<sup>3</sup> Oliveira das Neves, A. (2000), op. cit. pp.34.

- produtos do mar (transformação de sal marinho, flor de sal, peixes secados,...);
- licores (laranja, tangerina, figo, alfarroba, marmelo, poejo, ...) e aguardente de medronho.

### ■ 3. ARTESANATO ÚTIL E DE DECORAÇÃO

(cestaria, olaria de barro, utensílios em cobre, trabalhos em juta, ráfia, linho, madeira, ...).

Estas produções têm uma história na Região e um espaço importante nas estratégias de acumulação e de rendimento dos seus produtores e das respectivas famílias. Essa importância evoluiu ao longo do tempo, com reflexos no (re)ajustamento do cálculo económico de oportunidade o qual está na origem, p.e., da transformação estrutural do pomar tradicional de sequeiro, com a substituição gradual da figueira, da amendoeira e das oliveiras, por alfarrobeiras.

A quebra de preço e de qualidade dos frutos daquelas fruteiras tradicionais, aliada à pressão da concorrência externa e das estratégias de mercado dos agro-transformadores (p.e., produção em massa de miolo de amêndoa e de sal), e a ausência de melhoramento vegetal e de inovação técnica nas culturas, alteraram radicalmente as relações de valor económico em presença.

A tendência descrita não envolve necessariamente uma perspectiva negativa, de carácter definitivo, no tocante às culturas em perda no pomar tradicional de sequeiro e, sobretudo, relativamente aos pomares que foram objecto de reconversão e replantio e/ou que continuam a explorar potenciais produtivos que, pela qualidade e relação de mercado, se afigurem com viabilidade económica (p.e., olival tradicional de maçanilha algarvia, figueiral de variedade “lampa preta”, para fresco).

Este tipo de análise converge para a necessidade de estabelecer prioridades produtivas fundamen-

talmente de dois tipos:

- produções que possam, simultaneamente, atingir massa crítica/escala de produção economicamente viável e preencher, com eficácia e eficiência, procura típica de nichos de mercado;
- pequenas produções que, isoladamente, não têm facilidade de escoamento e viabilidade económica mas que, inseridas em estratégias produtivas locais e de integração com outras actividades mais próximas da procura, podem atingir condições de valorização de mercado.

Está-se em presença de produções caracterizadas pelas pequenas quantidades que procuram encontrar o equilíbrio difícil entre custos unitários mais elevados e mercados de valorização com boa capacidade aquisitiva compostos, nomeadamente, por consumidores directos, unidades de alojamento e restauração e indústrias, dependentes da natureza e qualidade dos inputs primários/matéria-prima.

O balanço realizado da relação “potenciais de aproveitamento produtivo/localização das produções/condicionantes de mercado/estado dos recursos” (Cf., igualmente, ponto 8 desta Síntese), aponta para uma identificação de produtos tradicionais prioritários, na óptica da definição de estratégias de actuação de base técnico-económica e promocional dirigidas, na sua especificidade própria, tanto à oferta, como aos diversos segmentos da procura. Essa identificação deve ser entendida como uma base de trabalho para análise e aprofundamento, no contexto do envolvimento dos diversos intervenientes na problemática das produções tradicionais algarvias.

A proposta foi construída em torno de produtos que: beneficiam de condições edafo-climáticas na Região » têm tradição produtiva e produtores em actividade, com alguma capacidade pro-



ductiva » têm procura de mercado » possuem agrupamentos de produtores ou estruturas associativas (consolidadas, embrionárias ou com perspectiva de constituição) » têm revelado capacidade de valorização económica.

***A proposta de produtos tradicionais prioritários contempla os seguintes produtos tradicionais de qualidade:***

- ☐ ***derivados da alfarroba;***
- ☐ ***flor de sal marinho;***
- ☐ ***batata doce;***
- ☐ ***azeitona britada;***
- ☐ ***figo fresco;***
- ☐ ***doçaria regional (amêndoa, figo e alfarroba);***
- ☐ ***enchidos de Monchique;***
- ☐ ***cabrito de raça algarvia;***
- ☐ ***queijo de cabra algarvia.***

A análise e reflexão em torno dos potenciais produtivos e de mercado deste leque de produtos com tradição regional (resultante da existência de matéria-prima e de saberes-fazer, cuja evolução no tempo possa traduzir um percurso entre tradição e modernidade), constitui um passo decisivo para estabelecer acções e iniciativas incidindo nos seguintes domínios:

- ☐ envolvente territorial das produções e dos respectivos produtores;
- ☐ condições de produção primária, nomeadamente ao nível das infra-estruturas e equipamentos das explorações agro-rurais;
- ☐ condições de transformação e comercialização dos produtos;
- ☐ desenvolvimento de produtos de qualidade, com margem de progressão para encetar processos de certificação;
- ☐ acções de promoção e marketing dos produtos tradicionais de qualidade, com identificação de entidades responsáveis, parceiros a envolver e faseamento de realização.



## 2. MODOS DE ACTUAÇÃO vs. CONDICIONANTES DA ACTIVIDADE

A existência de diferentes orientações de produção responde, basicamente, à presença de dois grandes tipos de estratégias de acumulação:

❑ **Acumulação de base familiar** (reprodução simples, no quadro da complementaridade de rendimentos entre produções tradicionais, agrícolas, pecuárias e florestais, muito frequente no Barrocal e na Serra Algarvia); estas estratégias incorporam, igualmente, componentes de rendimento exteriores à economia da exploração (remessas de emigrantes, pensões e outras prestações familiares).

❑ **Acumulação de base para-empresarial** (reprodução alargada, no quadro de uma orientação vincada para o aproveitamento económico de oportunidades de mercado, mesmo que, em alguns casos, corresponda a estratégias de dupla actividade, envolvendo grandes áreas de cultura e a detenção de elementos de conhecimento estratégico – financiamento, técnicas de cultivo inovadoras, informação relativa à evolução “on-line” dos mercados, ...).

Esta dicotomia reporta-se a um conjunto significativo de produtos, grande parte dos quais representados no leque seleccionado no ponto 1. No entanto, a relevância produtiva e económica desta tipologia de orientações produtivas deve ser cruzada com outros vectores com origem na produção e na relação com o mercado, na medida em que daí decorrem importantes condicionantes (positivas e negativas) de actividade.

Um primeiro vector está relacionado com factores que se sobrepõem à dimensão da produção e podem delimitar a mesma, a prazo. São disto exemplo:

❑ **Mobilização e custos da mão-de-obra** - num mercado de emprego regional fortemente pressionado/polarizado pelas ofertas da imobi-

liária turística, da restauração e dos serviços de natureza económica e administrativa, o recrutamento de trabalhadores para as actividades rurais depara com dificuldades absolutas (em volume) e relativas (custos muito elevados para a capacidade concorrencial das pequenas produções). Esta é uma realidade mais forte no Litoral e em grande parte do Barrocal, dado que, na Serra, estas pressões não se reflectem tanto, face à idade média elevada dos agricultores activos e ao contexto familiar das explorações.

❑ **Custos da água** para as culturas regáveis, os quais podem condicionar - sobretudo no futuro - o relançamento económico de produções tradicionais como o figo fresco, a amêndoa ou a azeitona. No caso do figo fresco, a cultura pode evoluir como cultura intensiva, de densidades elevadas e rega ao longo dos anos, mas também se pode fazer com rega apenas nos três primeiros anos e com árvores a menor distância. No caso da amêndoa, é possível difundir o sistema intensivo regado da Califórnia mas, por razões de competitividade, a produção em sequeiro ajudado, com variedades locais adaptadas e pouca rega, afigura-se como o mais aconselhável.

Um segundo vector está relacionado com a autonomia/individualismo dos artesãos (alimentares e não alimentares), de um modo geral responsáveis por micro-produções, assentes em “segredos” e “know-hows” específicos, nos quais os próprios artesãos se constituem o instrumento directo de controlo da qualidade. Trata-se de situações em que, dado o custo elevado da legalização da actividade em contraponto com os rendimentos destas micro-produções, estas se encontram maioritariamente aliadas a situações informais de exercício de actividade, o que não facilita o escoamento da produção.

Este problema prende-se com o baixo rendimento proveniente, sobretudo, da venda

## ASSOCIAÇÃO INTERPROFISSIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO E VALORIZAÇÃO DA ALFARROBA (AIDA)

A AIDA, primeira associação inter-profissional portuguesa, foi constituída há cerca de 15 anos com o objectivo de promover a produção e comercialização da alfarroba. Esta cultura tradicional da Região, encontra actualmente grande potencial de desenvolvimento no contexto das oportunidades económicas criadas pelos incentivos à plantação de pomares modernos, pela descoberta de novas utilizações e pela estabilização de preços, face a uma dinâmica de quase estagnação que caracterizou os últimos anos.

A Associação tem como associados produtores e empresas de todas as actividades da fileira (produtores, comerciantes, industriais e técnicos) e tendo por base a valorização e promoção da alfarroba a nível regional e nacional, congrega um perfil de objectivos que se distribui fundamentalmente pelos seguintes campos:

- ❑ Investigação, demonstração e divulgação de todas as acções técnicas e económicas, com impactes qualitativos e quantitativos na produção, comercialização, e transformação da alfarroba e dos seus derivados;
- ❑ Formação profissional dos associados através de serviços próprios ou em colaboração com outras entidades;
- ❑ Defesa dos interesses dos associados (produtores, trituradores e industriais) perante entidades oficiais, associações e organizações, nacional ou internacionalmente.

das micro-produções artesanais, que não é suficiente, em alguns casos, para fazer face às contribuições fiscais e para a Segurança Social. Ao não formalizarem (via emissão de factura) as suas vendas, os produtores ficam circunscritos a um mercado limitado e atomístico de colocação dos respectivos produtos.

Um terceiro vector, que pode ser encarado como condicionante positiva, releva das condições de viabilidade alcançadas pelos produtores que apostaram organizadamente na sua actividade, na constituição de associações (organizações de agricultores, agrupamentos de produtores, associações inter-profissionais, ...) e na promoção das suas produções. Numa situação de partida caracterizada pela deficiente organização das produções primárias, que penaliza as condições de valorização de mercado e não contribui para ampliar o valor acrescentado local<sup>4</sup>, a aposta desses produtores constitui um exemplo a difundir em outros ramos de actividade das produções tradicionais.

A necessidade de promover agrupamentos de produtores, como requisito formal a preencher no âmbito dos procedimentos para a certificação, deverá ser encarada como uma oportunidade para a (re)organização das produções primárias. Esta oportunidade depara-se naturalmente com dificuldades de operacionalização dada a dispersão territorial dos produtores e a expressão individual associada às micro-produções. Este é um terreno de actuação em que a existência de Unidades de apoio técnico e societal que estabeleçam uma relação activa de proximidade e de acompanhamento com os produtores, pode contribuir para operacionalizar avanços acentuados em matéria de (re)organização das pequenas produções e de (re)vitalização dos territórios rurais.

As limitações ao associativismo e as necessidades em matéria de assistência técnica, em domínios mais específicos, sugerem haver vantagem em reflectir, para outras áreas produtivas, o modelo adoptado na alfarroba que assenta na existência

<sup>4</sup>A recolha de leite de cabra, nos concelhos interiores do Guadiana Algarvio, por industriais de lacticínios da Andaluzia, constitui um exemplo paradigmático das dificuldades em ligar a organização das produções primárias à transformação, como modo de gerar localmente maior valor para os recursos endógenos.

de uma estrutura de tipo inter-profissional que congrega produtores florestais, industriais, comerciantes e técnicos.

O peso dos comerciantes/intermediários no circuito de algumas produções tradicionais (amêndoa, figo, doces regionais, enchidos, ...) constituiu no passado um vector matricial deste tecido económico e pode aconselhar a que funcionem como aliados dos produtores na estratégia de valorização económica dos seus produtos.

Esta é uma solução que, não sendo à partida totalmente consensual, justifica uma adequada ponderação dos argumentos em presença de cada actividade. Com efeito, os negociantes não são empresários e em algumas situações terão tido, sobretudo no passado, um papel de desarticulação dos pequenos produtores pressionando a redução de preços.

***Trata-se, então, de aproveitar a renovação geracional destes comerciantes para estimular um espírito empresarial de concertação estratégica de recursos do território que dê maior eficácia e eficiência às suas estratégias económicas. A simples existência de um “pivot” por produto pode, por vezes, ser suficiente para induzir novas atitudes tanto junto de outros comerciantes, como dos próprios produtores directos.***



### 3. MODALIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DE QUALIDADE

Os elementos disponíveis em matéria de circuitos de comercialização, apontam para a existência de modalidades de venda multifacetadas que seguem de perto tipologias de venda conhecidas de outros territórios e de outras matrizes produtivas:

#### ■ 1. MERCADO LOCAL

- venda directa aos consumidores finais nos locais de produção;
- venda directa, sobretudo aos consumidores finais, em mercados de retalho (mercados municipais de frescos, feiras e estabelecimentos comerciais próprios);
- venda para estabelecimentos comerciais (mercearias, supermercados, pastelarias, restaurantes,...);
- venda em feiras especializadas (p.e., artesanato e enchidos).

#### ■ 2. MERCADO SUPRA-LOCAL/REGIONAL

- venda a cadeias hoteleiras que aceitam estabelecer uma relação directa com os produtores ou com as suas associações;
- venda a grossistas e a cadeias de distribuição alimentar, nomeadamente, médias e grandes superfícies; neste segmento são de destacar os acordos existentes com a cadeia de supermercados regional<sup>5</sup> (ALISUPER), tendo em vista o escoamento mais organizado de produtos regionais de qualidade;
- venda a intermediários que desempenham uma função de ligação económica entre os produtores, por um lado, e as unidades de transformação e as grandes superfícies, por outro.

A experiência de agregação de produções primárias dinamizada pela indústria tem expressão, sobretudo, na alfarroba, na amêndoa e no figo seco, actividades que envolvem escolha, lavagem, transformação e embalagem, consoante os modos de colocação no mercado

e os pontos das fileiras de transformação/comercialização dominados pelos agentes económicos locais.

Relativamente à introdução de inovações nas formas de venda, são de salientar algumas experiências cuja expressão económica global é, ainda, diminuta, mas que, no plano da consolidação de iniciativas e no plano pessoal/familiar conhece, já actualmente, situações a seguir com atenção:

- Divulgação via Internet, por parte de novos empresários que vendem directamente em “sites” próprios denotando, em alguns casos, experiências de base empresarial embrionárias.
- Criação e actividade de postos de venda, acompanhados pelo trabalho em acções de divulgação e mostra de produtos regionais. São disso exemplo, a empresa Serra Mãe (ligada à Associação In Loco) em Faro, a Casa do Mel (ligada à Quinta do Freixo) em Albufeira e, numa vertente mais limitada, as Casas de Artesanato de Alcoutim e de Tavira.

Numa Região fortemente centrada na actividade turística como é o Algarve, não existe, ainda, uma estratégia de comercialização e promoção de produtos tradicionais (com carácter formal, estruturada, e articulada) que aproveite/beneficie da actividade turística, sobretudo na vertente da restauração.

Em algumas unidades hoteleiras e no Aeroporto de Faro é possível encontrar montras/“stands” com um leque limitado de produtos regionais e, pontualmente, com possibilidade de compra. No entanto, está-se em presença de produções standardizadas em que intermediários, com capacidade de iniciativa e beneficiando da imagem dos produtos do Algarve, se posicionam para atingir, sobretudo, uma procura de estrangeiros que

<sup>5</sup> A estratégia de desenvolvimento da ALICOOP tem evoluído para uma área de influência supra-regional com a abertura de unidades no Alentejo e em Lisboa.

adquirem recordações de última hora.

Este é, todavia, um meio de divulgação/mostra/venda que, uma vez consolidada uma imagem de qualidade dos produtos do Algarve, justificará um investimento mais consistente, sempre medeado por dispositivos de certificação da qualidade.

Na perspectiva da identificação de boas práticas, a análise efectuada no âmbito do Estudo permite salientar dois casos com resultados importantes no plano da relação das produções tradicionais algarvias com o mercado:

□ **Quinta do Freixo** – não obstante a dimensão de investimento em presença, bem como das áreas de produção agrícola e florestal e da diversidade de actividades (factores que possibilitam condições de ancoragem económica mais favoráveis), está-se em presença de um caso em que a mobilização/afecção de competências

técnico-profissionais, a preocupação de genuinidade e de controlo da qualidade e um conceito empresarial de raiz, potenciam a integração económica e as condições de valorização de mercado.

□ **Fátima Galego** – está-se em presença de uma estratégia de dupla face que preenche vectores-chave/condições críticas de sucesso na valorização dos produtos tradicionais de qualidade: inovação aplicada à transformação de produtos tradicionais, com componentes de invenção/criatividade que viabilizam novas utilizações e reabilitam imagens menos positivas daqueles produtos (neste caso, da alfarroba e do milho); e “comercialização de contacto” com o cliente intermédio, numa estratégia que evita o desgaste das pequenas vendas e alimenta a cadeia de valor regional.

## QUINTA DO FREIXO – EXPERIÊNCIA DE SUCESSO

A Quinta do Freixo, situada na zona de transição entre a Serra e o Barrocal algarvios, com cerca de 1100 hectares de área, é hoje a maior exploração agrícola do Algarve, conjugando todas as actividades económicas desde a produção à prestação de serviços, procurando potenciar sinergias entre essas várias actividades.

Das várias actividades desenvolvidas por esta empresa agro-rural destacam-se:

□ **produção agrícola** (trigo, cevada, milho, vinha, citrinos, olival, figueiral, sobreiros, e pinheiros), pecuária (gado ovino de raça Campaniça, em vias de certificação), cinegética (faisão, pato real e perdiz vermelha), ervas aromáticas e mel;

□ **transformação de produtos frutícolas e horto-frutícolas** em doces tradicionais (fabrico artesanal de doces de damasco, laranja, tomate, marmelo, abóbora e figo);

□ **prestação de serviços de agro-turismo** (Casa D’Alvada, unidade de agro-turismo, composta por 8 quartos duplos e 2 suites, piscina, bar, sala de reuniões e de pequenos almoços), caça turística e actividades de animação (*snooker*, *ping-pong*, tiro aos pratos, circuitos de BTT, participação nas actividades da vindima, tosquia das ovelhas, fabrico de compotas e a Rota do Mel, com visita aos apiários).

Estas actividades encontram-se articuladas entre si e existe um controlo interno exigente para assegurar a qualidade do fabrico tradicional. A Quinta vive em regime de auto-subsistência relativamente aos produtos agrícolas, pecuários e transformados, bem como nos principais consumos da unidade de alojamento.

A Quinta do Freixo assume-se, assim, como “*pólo de desenvolvimento rural sustentado da Região*” e como “*espaço de frescura na paisagem da Serra*”, elementos da imagem promocional que utiliza para a divulgação da sua oferta de bens e serviços.

A divulgação da Quinta do Freixo abrange a promoção via Internet e a publicidade nos canais de distribuição dos produtos e lojas de venda dos produtos da Quinta (p.e., a Casa do Mel, em Albufeira).

O exemplo da Quinta do Freixo tem subjacente a ideia da viabilidade de exploração de actividades de elevada qualidade, potenciadas e valorizadas pela articulação e complementaridade entre si.



Estes exemplos apontam caminhos para a valorização dos produtos tradicionais do Algarve, nomeadamente a aposta conjugada entre a organização da comercialização e as acções de “marketing” que favoreçam os produtos regionais individual e globalmente, o que pressupõe actuar:

- ao nível da produção, contribuindo para incrementos quantitativos e qualitativos nas produções;
- ao nível da definição de acções estratégicas que valorizem os produtos regionais e contribuam para melhorar a sua comercialização tanto nos circuitos curtos (mercado local/regional), como nos circuitos longos (mercado supra-local/regional).

A melhoria qualitativa da comercialização tanto no segmento local/regional, como no segmento supra-regional/nacional poderá, entretanto, beneficiar da reflexão em torno de experiências desenvolvidas noutros contextos territoriais, sendo de destacar as seguintes:

- **agro-lojas** (Catalunha) – comercialização de produtos provenientes de cooperativas com lojas fixas e unidade móvel, nos mercados urbanos;
- **associações entre agricultores/proprietários de restaurantes/operadores turísticos e autarquias locais** (Áustria) – existência permanente de produtos tradicionais nos “menus” de restaurantes;
- **venda por correspondência** (Aquitânia) – fidelização da clientela turística;
- **rota temática** (Países Baixos) – passeios de bicicleta acompanhados de visitas a explorações de agricultura e pecuária biológica;
- **missão agro-alimentar** (Pirinéus) – equipa móvel de técnicos para apoio à transformação e comercialização de produtos tradicionais;
- **agrupamentos de cooperativas** (Extremadura de Espanha) – desenvolvimento de produtos inovadores e novas formas de escoamento de frescos e transformados;
- **agrupamentos de interesse económico** (Île

de França) – serviço de “marketing” e canais de comercialização complementares da venda directa;

- **sabores dos Pirinéus** (França) – distribuição organizada a nível nacional e externo (exportação).

Acresce a estas experiências, as estruturas de comercialização ensaiadas no Norte de Itália no âmbito dos processos de industrialização difusa abrangendo estudos de mercado, equipamentos de apoio à concentração de pré-comercialização dos produtos, estabelecimento de acordos com as cadeias de distribuição, etc.

Estas experiências valorizam um conjunto de condições essenciais de sucesso para a criação e desenvolvimento de projectos de comercialização dos produtos tradicionais:

- qualidade intrínseca dos produtos e características comuns, de origem e de imagem;
- envolvimento concreto dos produtores (participação activa e aceitação de regras estabelecidas de comum acordo);
- recurso a competências específicas no sector comercial;
- motivação colectiva e ambiente de trabalho.



#### 4. TIPOLOGIA DE SEGMENTOS DA PROCURA DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE

A análise dos segmentos de procura de produtos tradicionais de qualidade da Região do Algarve confronta-se com limitações de informação formal disponível para caracterizar os fluxos potenciais daquela procura. Com base nas componentes de estudo desenvolvidas, construiu-se uma matriz de utilizadores/consumidores dos produtos e consequentes usos, polarizada em variáveis com influência no território e nos mercados de produtos alimentares, nomeadamente:

- os fluxos de entrada de turistas para empreendimentos hoteleiros na Região do Algarve e especificamente para as Unidades de Turismo em Espaço Rural (TER), que fundamentam a associação actividade turística/promoção de produtos regionais de qualidade e tradição;
- a evolução das preferências dos consumidores em termos de evolução de padrões de consumo de produtos de qualidade;
- os consumos intermédios/utilizações de produtos tradicionais – na medida em que a capacidade de transformação sucessiva de algumas produções, nomeadamente as primárias, permite acrescentar valor aos produtos e, em muitos casos, existe a possibilidade de conservar a genuinidade dos produtos através da utilização de padrões artesanais de fabrico que valorizam as características organolépticas genuínas das matérias-primas e dos sabores.

Esta componente da procura articula-se significativamente com as modalidades de comercialização pelo que se pode construir uma Matriz de síntese com níveis de preenchimento que deverão ser aprofundados gradualmente com a densificação dos produtos, e a partir de um perfil de informação do tipo da registada nas Fichas de produto elaboradas.

Os elementos de preenchimento da Matriz funcionam como exemplo denotando a presença de segmentos de relação insuficientemente explorados (p.e., ofertas a clientes pelas unidades

da indústria hoteleira, “catering” e lojas francas) e relativamente aos quais se justificam intervenções nos patamares da produção (inovação, design, embalagem, ...) e do “marketing” das produções agro-alimentares regionais, criando hábitos de compra e consumo.

A componente *ofertas de prestígio* tem igualmente expressão na procura por parte de entidades públicas regionais (turismo, cultura, autarquias, ...).

A estimativa do peso económico dos diversos segmentos identificados afigura-se uma tarefa impossível face à ausência de elementos sistematizados de registo de actividade, facto que resulta em grande medida do carácter informal de parte significativa das actividades produtivas.

O modo de preenchimento da Matriz pode assumir orientações diferenciadas, não necessariamente alternativas, antes complementares. As duas soluções adoptadas contemplam:

- várias utilizações dos produtos de base;
- dimensões analíticas que abrangem o perfil e a intensidade de recursos existentes, o grau de satisfação da procura, as tendências de comportamento dos vários segmentos da procura, os potenciais de organização dos produtores primários e os níveis de satisfação dos produtores.

QUADRO-SÍNTESE DOS SEGMENTOS DA PROCURA DO CONJUNTO-BASE DE PRODUTOS REGIONAIS SELECIONADOS

SEGMENTOS DA PROCURA	Consumo directo	Centrais de compras	Transformação agro-alimentar/ agro-industrial	Indústria hoteleira		“Catering”	Lojas francas
				Refeições	Ofertas a clientes		
PRODUTOS-BASE							
Amêndoa		<input type="checkbox"/> Doces Regionais <input type="checkbox"/> Miolo de amêndoa	<input type="checkbox"/> Doces Regionais <input type="checkbox"/> Miolo de amêndoa	<input type="checkbox"/> Doces Regionais <input type="checkbox"/> Miolo de amêndoa	<input type="checkbox"/> Doces Regionais <input type="checkbox"/> Miolo de amêndoa	<input type="checkbox"/> Doces regionais	
Figo	<input type="checkbox"/> Figo Fresco <input type="checkbox"/> Figo Seco	← ↓	<input type="checkbox"/> Doces <input type="checkbox"/> Licores	→ →	→ →		→ →
Alfarroba			<input type="checkbox"/> Cosmética <input type="checkbox"/> Gelados <input type="checkbox"/> Licores <input type="checkbox"/> Papas <input type="checkbox"/> Pão(*) <input type="checkbox"/> Doces	<input type="checkbox"/> Gelados <input type="checkbox"/> Pão <input type="checkbox"/> Doces			
Laranja	→	→	<input type="checkbox"/> Licores <input type="checkbox"/> Sumos	<input type="checkbox"/> Fruto →	→ →		→ →
Batata doce	X	X	<input type="checkbox"/> Doce	X		<input type="checkbox"/> Refeições	
Enchidos	X	X	<input type="checkbox"/> Molhe <input type="checkbox"/> Linguiças <input type="checkbox"/> Farinheira <input type="checkbox"/> Morcela	X	X	X	X
Cabra e cabrito algarvios	<input type="checkbox"/> Leite <input type="checkbox"/> Carne	→ →	<input type="checkbox"/> Queijo <input type="checkbox"/> Abate de animais <input type="checkbox"/> Curtumes	→ →	→ →		→ →
Azeitona	<input type="checkbox"/> Britada <input type="checkbox"/> Em sal	→	<input type="checkbox"/> Britagem	<input type="checkbox"/> Azeitona britada <input type="checkbox"/> Azeitona em sal	→ →		→ →
Flor do Sal	→	→	<input type="checkbox"/> Extracção e 1ª transformação <input type="checkbox"/> Embalagem	→	→		→

(\*) O pão de trigo constitui igualmente um produto com potencial específico que atinge os diversos segmentos da procura identificados, com níveis de comercialização satisfatórios.

QUADRO-SÍNTESE DAS “PERFORMANCES” DE MERCADO DO CONJUNTO-BASE DE PRODUTOS REGIONAIS SELECIONADOS

PRODUTOS	Perfil e intensidade de recursos existentes	Grau de satisfação da procura	Tendências de comportamento dos vários segmentos da procura	Potenciais de organização dos produtores primários	Níveis de satisfação dos produtores
Amêndoa	<div><div></div> Envelhecimento das amendoeiras</div> <div><div></div> Qualidade satisfatória devido à mistura de variedades</div>	<div><div></div> Reacção negativa da procura industrial externa à mistura de variedades</div>	<div><div></div> Forte difusão de produções massificadas não genuínas</div>	<div><div></div> Predominância de pequenas produções</div> <div><div></div> Inexistência de organização associativa com componentes de assistência técnica</div>	<div><div></div> Quebra do n.º de produtores e das áreas cultivadas</div> <div><div></div> Substituição de culturas no pomar tradicional de sequeiro</div>
Figo	<div><div></div> Cultura com ocupação escassa de áreas e de produtores</div> <div><div></div> Diferentes tecnologias de produção disponíveis</div>	<div><div></div> Variedade apreciada nos diversos segmentos de mercado</div> <div><div></div> Deterioração no transporte</div>	<div><div></div> Receptividade elevada</div> <div><div></div> Concorrência de variedades da Turquia (pele mais grossa)</div>	<div><div></div> Actividade da Cooperativa de Sta. Cruz do Bispo (destilação)</div> <div><div></div> Necessidades de melhoramento das variedades</div>	<div><div></div> Tendência à substituição de culturas temporárias de regadio</div> <div><div></div> Plantações adequadas à exploração familiar</div>
Alfarroba	<div><div></div> Existência e actividade de uma Associação Inter-profissional</div>	<div><div></div> Satisfação elevada na indústria (cosmética, papas para bebés,...) e a melhorar nos consumidores directos (progressão lenta dada a natureza dos derivados alimentares)</div>	<div><div></div> Receptividade crescente aos produtos derivados de alfarroba (doces e pão; gelados; cosmética,...)</div>	<div><div></div> Actividade da Associação Inter-profissional e da Cooperativa de Sta. Cruz do Bispo</div>	<div><div></div> Boa gestão das ajudas à produção</div> <div><div></div> Dinamismo das diversas procuras (semente e polpa)</div>
Laranja	<div><div></div> Renovação do pomar de citrinos</div> <div><div></div> Serviços de excelência (Centro Tecnológico de Citricultura, Silves)</div>	<div><div></div> Qualidade elevada em fresco</div> <div><div></div> Dificuldades de armazenamento e refrigeração</div>	<div><div></div> Crescimento do consumo de sumos e concentrados</div> <div><div></div> Boa absorção de novas propostas de sumos naturais do dia</div>	<div><div></div> Fragmentação das estruturas associativas</div> <div><div></div> Iniciativas em consolidação no domínio da qualidade e da certificação</div>	<div><div></div> Existência de diversas entidades associativas em domínios de excelência que não produziram resultados, com utilidade objectiva para melhorar a produtividade</div>

(cont.)

QUADRO-SÍNTESE DAS “PERFORMANCES” DE MERCADO DO CONJUNTO-BASE DE PRODUTOS REGIONAIS SELECIONADOS

(cont.)					
PRODUTOS	Perfil e intensidade de recursos existentes	Grau de satisfação da procura	Tendências de comportamento dos vários segmentos da procura	Potenciais de organização dos produtores primários	Níveis de satisfação dos produtores
Batata doce	<div><div></div>Projecto de Melhoramento de I&amp;D, com vários intervenientes regionais</div>	<div><div></div>Qualidade elevada ligada às singulares condições edafo-climáticas de Aljezur</div>	<div><div></div>Procura incaracterística</div>	<div><div></div>Em fase de consolidação, num contexto de pulverização dos produtores</div>	<div><div></div>Expectativas relacionadas com os resultados/vantagens do processo de certificação em curso</div>
Enchidos	<div><div></div>Saber-fazer tradicional centrado na Serra de Monchique</div>	<div><div></div>Clientela muito fidelizada pela qualidade dos produtos</div>	<div><div></div>Aumento das procuras organizadas (centrais de compras, distribuição alimentar, ...)<div></div>Baixos limiares de fabrico</div>	<div><div></div>Atomicidade generalizada<div></div>Actividades promocionais (p.e., Feiras de Enchidos) de iniciativa da autarquia</div>	<div><div></div>Reduzida escala de actividade e do volume de produtores envolvidos</div>
Cabra e Cabrito algarvios	<div><div></div>Volume reduzido de criadores em actividade e níveis de encabeçamento reduzidos</div>	<div><div></div>O queijo de cabra esgota-se praticamente na Serra e não chega (ou chega em pequenas quantidades) ao Litoral</div>	<div><div></div>Procura caracteristicamente local/da Serra com muito escassa, presença em mercados supra-locais</div>	<div><div></div>Existência de Associações de criadores com fortes limitações de actividade e escassa articulação com outras entidades com expressão local</div>	<div><div></div>Reduzida escala de actividade e do volume de produtores envolvidos<div></div>Aquisição de leite pelos fabricantes espanhóis é elemento-chave na sustentação da actividade</div>
Azeitona	<div><div></div>Qualidade da variedade maçanilha</div>	<div><div></div>Modos de apresentação insuficientemente atractivos</div>	<div><div></div>Grau de conhecimento supra-local limitado</div>	<div><div></div>Organização inexistente</div>	<div><div></div>Escassa difusão do produto nos diversos modos de apresentação (britada, em sal, ...)</div>
Flor do Sal	<div><div></div>Empresa tecnologicamente avançada<div></div>Potenciais de produção elevados<div></div>Certificação de qualidade atribuída por entidade externa credível</div>	<div><div></div>Grande qualidade das produções<div></div>Apresentação com poder de atractividade em mercados mais exigentes</div>	<div><div></div>Grau de conhecimento supra-local limitado</div>	<div><div></div>Associação de produtores com dinamismo, no enquadramento das actividades e no posicionamento face ao mercado</div>	<div><div></div>Promoção limitada da existência e dos padrões de qualidade do produto</div>

## 5. ELEMENTOS DE DIAGNÓSTICO DA OFERTA CONCORRENTE

A análise do mercado dos diversos produtos tradicionais aponta para uma situação de concorrência muito limitada no que se refere a produtos-base mais relevantes, nomeadamente alfarroba, amêndoa e figos; doces regionais; e enchidos. Esta situação é característica de um contexto de concorrência centrada estritamente nas variedades e nos sabores.

No entanto, se não se tiver em consideração a especificidade deste tipo de produções e se encarar os mercados destes produtos como um todo observa-se uma forte concorrência, a nível nacional e internacional.

A nível nacional esta concorrência faz-se sentir devido à riqueza de produtos tradicionais que existe um pouco por todo o país, mas também devido à produção industrial ou em massa de produtos semelhantes aos tradicionais. A concorrência desta produção industrial (p.e., queijos, enchidos e doces) apesar de ter associado um preço mais baixo (variável que não é de menosprezar), é contornável se se apostar na singularidade dos produtos, na sua certificação e promoção, dirigidas a um interesse crescente dos consumidores por produtos com qualidade reconhecida.

No caso de produtos tradicionais provenientes de outras regiões (queijos, azeite, enchidos, mel, amêndoa, etc.) a situação não é tão simples, existindo uma forte concorrência dentro do mesmo segmento de mercado, o que dificulta a afirmação de alguns produtos específicos de determinadas regiões. Na realidade, o número de produtos regionais certificados é cada vez maior e a certificação pode não ser portadora, só por si, de uma mais valia decisiva. As regiões que primeiro afirmaram as potencialidades dos seus produtos tradicionais (casos do Alentejo e de Trás-os-Montes), apostaram na certificação, mas definiram igualmente estratégias de

comercialização, p.e., através de acordos com a grande distribuição alimentar (grandes e médias superfícies), e lançaram campanhas de divulgação e “marketing” para os seus produtos (campanhas publicitárias, páginas na Internet, venda “on line”,...) graças às quais conquistaram um lugar no mercado mais consentâneo com a riqueza das produções tradicionais.

O Algarve apresenta-se, neste sentido, com alguma desvantagem, uma vez que os seus produtos têm de competir com outros que já conquistaram um lugar no mercado (em várias páginas de Internet de venda “on-line” de produtos tradicionais portugueses, não aparece ainda qualquer produto proveniente do Algarve).

A nível internacional, a tendência crescente de liberalização dos mercados internacionais, e mais especificamente a livre circulação de mercadorias no espaço europeu, faz com que estes produtos sofram com uma forte concorrência de outros produtos aparentemente semelhantes, provenientes de outras regiões, com forte agressividade comercial assente, nomeadamente, no preço, embalagem e visibilidade.

No que se refere a matérias-primas entendidas de modo genérico, e não obstante a especificidade dos produtos tradicionais do Algarve, há efectivamente concorrência, sendo de salientar como principais situações:

- fornecimento de miolo de amêndoa, onde predominam as estratégias-preço dos intermediários/comerciantes que mobilizam amêndoa de Trás-os-Montes e Alto Douro, da Andaluzia e da Califórnia;
- fornecimento de figos secos, onde pontifica a produção com origem na Turquia, com variedades que encontram boa receptividade no mercado português;
- produção standardizada de doces regionais,

que desenvolve um efeito massa perturbador da afirmação de produtos de qualidade, naturalmente mais caros;

- fornecimento de laranja estrangeira, nomeadamente espanhola, que chega ao mercado português a um preço mais baixo ou fora de época, normalmente com uma qualidade bastante inferior à laranja algarvia; este facto decorre em parte da existência de grandes centrais de frutas nesses países com uma grande capacidade de armazenamento e condições para refrigerar os frutos<sup>6</sup> durante algum tempo, para venda posterior ao longo do ano;

- concorrência, frequentemente “desleal”, de mel de Espanha, Argentina, Austrália, Jugoslávia e China, assim como de sucedâneos de mel;

- concorrência de azeite estrangeiro, com destaque para o espanhol, que chega ao mercado nacional a um preço mais baixo;

- produção de artesanato português na China e outros países do Extremo Oriente, onde a mão-de-obra é muito barata, e que chega ao mercado nacional a um preço muito reduzido.

O quadro seguinte sistematiza as situações-tipo de concorrência com que se defronta a produção regional.

Um outro tipo de concorrência está relacionado com a aquisição à produção regional de matéria-prima de elevada qualidade para transformação no exterior, limitando o potencial de fixação local de valor acrescentado. Estão neste caso o miolo de amêndoa, a pasta de figo e o leite de cabra adquiridos directamente à produção por intermediários/comerciantes e por queijarias e fábricas de lacticínios espanholas que recolhem o leite, nomeadamente, nos concelhos interiores do Guadiana Algarvio.

A expressão desta actividade e as situações de concorrência identificadas colocam várias questões que remetem, nomeadamente, para:

- os modos de organização e a transposição das produções primárias para o mercado;

- a necessidade de reforçar as acções de rejuvenescimento do pomar tradicional de sequeiro, com base em projectos de replantio com variedades adaptadas às condições edafo-climáticas locais;

- a necessidade de ampliar a assistência técnica aos produtores em diferentes domínios (variedades, enxertias, podas, tratamentos fito-sanitários, organização produtiva, comercialização, etc.).

No plano da transformação agro-alimentar, nomeadamente no que refere aos enchidos, queijo de cabra e doces regionais, os problemas resultam do fabrico (massificado ou não) de produtos com características semelhantes, oriundos de outras regiões de produção tradicional. Esta é uma dimensão só resolúvel no terreno da organização dos produtores, como condição de partida para a certificação de produtos, instrumento da sua afirmação no mercado pela garantia que oferece de genuinidade própria e de controlo ao longo das várias fases da fileira produtiva.

<sup>6</sup> Parte da produção de laranja algarvia é, aliás, vendida para centrais espanholas, reentrando no mercado português através de redes de comercialização com maior capacidade de distribuição.



PRODUTOS REGIONAIS	ELEMENTOS DA OFERTA CONCORRENTE	VANTAGENS/DESVANTAGENS DOS PRODUTOS ALGARVIOS
<b>Doces regionais</b>	<input type="checkbox"/> Diversidade da doçaria tradicional portuguesa	<input type="checkbox"/> Diferenciação do produto <input type="checkbox"/> Relação qualidade/preço
<b>Citrinos</b>	<input type="checkbox"/> Laranja espanhola a preço mais baixo e fora de época <input type="checkbox"/> Existência de grandes centrais de frutas, com condições de armazenamento e refrigeração	<input type="checkbox"/> Qualidade superior da laranja do Algarve <input type="checkbox"/> Fragilidade das estruturas de concentração e comercialização da laranja
<b>Amêndoa</b>	<input type="checkbox"/> Miolo de amêndoa de Trás-os-Montes e Alto Douro, da Andaluzia e da Califórnia <input type="checkbox"/> Estratégias - preço dos intermediários e comerciantes	<input type="checkbox"/> Envelhecimento do amendoal <input type="checkbox"/> Mistura de variedades (doce/amarga), com redução da qualidade da amêndoa regional <input type="checkbox"/> Replântio com variedades não adaptadas
<b>Figo seco</b>	<input type="checkbox"/> Variedades da Turquia com receptividade no mercado português	<input type="checkbox"/> Envelhecimento do figueiral de sequeiro <input type="checkbox"/> Substituição por culturas de maior rendimento (p.e., alfarroba)
<b>Mel</b>	<input type="checkbox"/> Distribuição massificada originária de Espanha, Argentina, Austrália, Jugoslávia e China <input type="checkbox"/> Mel de qualidade de outras regiões portuguesas <input type="checkbox"/> Sucedâneos de mel	<input type="checkbox"/> Envelhecimento de produtores <input type="checkbox"/> Modelo de florestação e ocupação rural
<b>Batata doce</b>	<input type="checkbox"/> Batata doce da Costa Alentejana	<input type="checkbox"/> Qualidade superior da batata doce de Aljezur <input type="checkbox"/> Inexistência de uma estrutura de armazenamento e comercialização
<b>Sal</b>	<input type="checkbox"/> Sal refinado industrial	<input type="checkbox"/> Diferenciação do produto
<b>Aguardente de medronho</b>	<input type="checkbox"/> Outras bebidas alcoólicas	<input type="checkbox"/> Diminuição dos medronheiros <input type="checkbox"/> Inexistência de uma estrutura de controlo da qualidade
<b>Outros (azeite, artesanato, carne de pequenos ruminantes, queijo de cabra,...)</b>	<input type="checkbox"/> Tradição de presença de mercado <input type="checkbox"/> Denominações de origem (DOP, IGP,...) <input type="checkbox"/> Articulação com as cadeias de distribuição	<input type="checkbox"/> Dimensão das produções <input type="checkbox"/> Atraso nos processos de certificação <input type="checkbox"/> Debilidade das estruturas associativas e de comercialização



## 6. BALANÇO DAS ESTRATÉGIAS DE ACTUAÇÃO DAS ENTIDADES PÚBLICAS E ASSOCIATIVAS INTERVENIENTES

As estratégias de actuação das entidades intervenientes na valorização dos produtos tradicionais de qualidade do Algarve devem comportar uma lógica de actuação transversal, tendo em consideração:

- ▣ as questões relacionadas com a qualificação da produção, a montante dos processos de fabrico (investigação e desenvolvimento, assistência técnica, organização da produção, formação profissional, certificação,...);
- ▣ as questões intrínsecas à comercialização e promoção/"marketing" dos produtos, a jusante do processo de produção dos produtos (certificação integrada com a orientação para o mercado baseada numa estratégia de "marketing" e promoção), à luz das necessidades diagnosticadas junto dos produtores.

As componentes do Estudo (análise documental, conteúdo das entrevistas, resultados dos inquéritos,...) permitem identificar necessidades em matéria de apoio à produção, comercialização, promoção e divulgação.

A **Investigação e Desenvolvimento** tem surgido, frequentemente, por iniciativa de algumas entidades que a realizam dentro das suas limitações financeiras e técnicas (escassez de recursos humanos especializados). Importa, assim, relevar o apoio à criação/racionalização de meios de inovação e expansão de conhecimento para atingir os pressupostos da intervenção desejada para as Áreas de Baixa Densidade.

Os recursos de Investigação e Desenvolvimento para o sector da agricultura, têm sido dinamizados principalmente por estruturas centrais, como é o caso da Estação Agronómica Nacional/Instituto Nacional de Investigação Agrária. A função investigação tem-se centrado nas questões relativas aos modos de produção (técnicas de produção, ensaio de novas variedades, práticas de irrigação, fertilização

e controlo de infestantes,...), técnicas de pós-produção, técnicas de conservação, parâmetros de conservação e qualidade, ensaio e verificação de adaptação regional de variedades e análises laboratoriais.

A Direcção Regional de Agricultura do Algarve tem realizado, nos campos de demonstração do Patacão, ensaios de novas variedades de culturas, provas de resistência a doenças específicas de determinadas culturas; estudos para prevenção de doenças; experiências consolidadas em agricultura biológica, protecção integrada, etc.. Também a Universidade do Algarve tem realizado projectos de investigação na área da agricultura e da pesca (biologia marítima), alguns deles em colaboração com as Universidades de Huelva e de Sevilha.

No ramo agro-alimentar, a investigação e desenvolvimento tem sido feita pelas próprias empresas e/ou cooperativas que sub-contratam, ou realizam, estudos de análise de qualidade dos produtos transformados. Apesar dos esforços desenvolvidos, os resultados atingidos não têm sido suficientemente divulgados, nem beneficiam de ensaios de aplicação prática, nem do "spread" de efeitos potenciais.

A nível da prestação **serviços de apoio à produção** as entidades que actuam num registo de maior proximidade aos produtores, distinguem-se consoante a sua vocação de intervenção:

- 1. A nível central (nacional) e com menor grau de influência junto dos produtores existem estruturas empresariais, sindicais, sócio-profissionais e consultivas (a CNA, a CONFAGRI, a AJAP, e a CAP), que exercem funções dentro das suas competências, algumas delas através de centros de informação rural espalhados pelo país junto de estruturas des-

localizadas e associadas (Delegações, Federações, Cooperativas,...) e, por sua vez, junto dos produtores. Existem igualmente estruturas sectoriais mais direccionadas para a prestação de serviços às diferentes actividades do sector agrícola.

■ 2. A nível desconcentrado (regional) a Direcção Regional de Agricultura do Algarve assegura a prestação de serviços de assistência e aconselhamento técnico (quer na Zona Agrária, quer no Departamento de Horto-fruticultura) e de mobilização de técnicos para o terreno em proximidade com os produtores, assumindo-se como a instituição de suporte e de canalização de informação para o meio agrícola algarvio. Neste âmbito, encontram-se ainda várias instituições que prestam apoio à produção, num contexto de procura de racionalidade e coerência na mobilização e utilização dos recursos públicos (p.e., antenas das ADL, Uniões, Agrupamentos e Associações inter-profissionais, Associação de Artesãos do Algarve, UNIPROFRUTAL,...).

■ 3. A nível local e focalizadas em determinados tipos de produções e profissões, existem estruturas associativas que se distinguem pela natureza do apoio que prestam na esfera da produção:

□ Associações de produtores que se dedicam à prestação de serviços e informação aos associados, na maioria das produções de qualidade, e que assumem um papel de aconselhamento (Batata Doce de Aljezur, Amêijoia da Ria Formosa, ...);

□ Estruturas associativas dedicadas à comercialização dos produtos tradicionais com elevado volume de produção e com formas de escoamento da produção bem delineadas e estruturadas (p.e., as cooperativas relacionadas com os citrinos do Algarve) que prestam, para além dos serviços acima descritos, funções de assistência técnica junto dos seus produtores associados, apoiam a realização de projectos de investimentos nas explorações, direccionando

igualmente a actuação dos produtores para o cumprimento das exigências em termos de qualidade (normas e volumes de produção);

□ Existência e actividade do BIC Algarve-Huelva, associação privada sem fins lucrativos, unidade da rede de centros de inovação europeus criados a partir de 1984 pela Direcção Geral das Políticas Regionais (DGXVI) da Comissão Europeia, rede que tem como principal objectivo estimular e favorecer a criação e o desenvolvimento de projectos inovadores nas regiões em que se inserem.

No âmbito do Projecto ETTIRSE, o BIC procurou estruturar um projecto-piloto de concepção de uma *Estratégia de Marketing dos Produtos Alimentares* que entre outros resultados, pretendia assegurar apoio técnico e tecnológico aos produtores e empresários (produção, gestão, inovação, ...), divulgar normas e procedimentos em vista do fabrico e certificação de produtos de qualidade e desenvolver campanhas de promoção dos produtos certificados. No plano dos instrumentos, o Projecto equacionou a criação da *Marca Algarve* e de dispositivos de transferência de elementos de inovação entre a Região do Algarve e a Província de Huelva.

A nível da **oferta de formação escolar e profissional** observa-se a existência de acções e cursos de formação (promovidos pela DRAAlgarve, FORPESCAS, associações de desenvolvimento local, Centros de Emprego, Escola Profissional de Agricultura do Algarve e Universidade do Algarve), directa ou indirectamente, relacionados com a produção de produtos tradicionais.

No entanto, a qualificação de recursos humanos para a animação sócio-local, para a iniciativa empresarial local de pequena escala, mas também para o desempenho técnico (de gestão e execução) associado à diversidade de projectos dos produtores directos e outros agentes locais, é indispensável face aos défices

de partida. A indispensabilidade de fixação de competências torna necessária *“uma actuação mais consistente, de carácter voluntarista e pró-activo que envolva de modo mais empenhado o conjunto de agentes com expressão nos meios rurais e com vocação para intervir na formação de competências, sob diversas modalidades e contributos”*<sup>7</sup>.

A formação nas Áreas de Baixa Densidade depara-se com inúmeras dificuldades resultantes da dispersão territorial dos beneficiários que torna complexa a composição de grupos de formandos e da reduzida mobilidade nas Áreas de Baixa Densidade (meios de transporte escassos e com frequência desajustada); e dificuldades de organização das acções derivadas do carácter pontual e específico da formação pretendida (de resposta a necessidades directas).

Nesta perspectiva conviria desenvolver um “mix” de actuações concertadas que possam abranger, entre outros, os vectores seguintes<sup>8</sup>:

■ 1. Negociar com as Escolas Profissionais e as Escolas Superiores Agrárias o desenvolvimento de serviços de formação dirigidos à satisfação de procura específicas:

□ nos domínios agro-transformador, de certificação de produtos, “design”, de “marketing”, de gestão de recursos primários e de gestão geral - domínios de carência explícita dos pequenos promotores privados;

□ nos domínios da administração do desenvolvimento local, da gestão de projectos, da qualificação de jovens e menos jovens, nomeadamente para as actividades do turismo, da cultura e do lazer.

Tem-se consciência que a formação para os pequenos produtores directos e a animação

sócio-local, constitui um segmento formativo difícil, tanto em termos de organização da oferta (praticamente inexistente), como em termos de suscitação da procura (atomizada e sem requisitos de habilitação, em grande parte dos casos).

A ancoragem local em torno de ADL's e IPSS's, já com alguma experiência de organizar formação no contexto de projectos de intervenção sócio-local, constitui uma base de partida interessante, até porque estas entidades constituem parte importante do tecido institucional que pode enquadrar, nestes territórios, o desenvolvimento dos Programas de Iniciativa Comunitária INTERREG III, EQUAL e LEADER +.

■ 2. Constituir bolsas de formadores com competências adequadas às características e requisitos técnicos das diversas procura e que prestem um serviço de tipo ambulatorio remunerado, p.e., com “cheques-serviço” pelos promotores. Estas bolsas têm exigências significativas em matéria da formação técnica específica, nuns casos, e pedagógica, em outros casos, com vista a um apetrechamento formativo que traga renovação ao sistema.

A avaliação das necessidades de formação profissional na Região, com base nas informações e conhecimento dos actores sectoriais locais (Associações de produtores, Cooperativas, e órgãos da administração central regionalizados) é indispensável e deve atender a critérios de eficácia na transmissão de “saberes-fazer”. A certificação de novos cursos direccionados para as exigências crescentes de um mercado cada vez mais competitivo, criará uma massa crítica capaz de dinamizar as tradições produtivas, de modo mais eficaz (na relação com o mercado) e sustentável (na relação com o aproveitamento dos recursos regionais).

<sup>7</sup> Cf. “Relatório de Avaliação Intercalar do PIC LEADER II”, DGD Rural, 1998.

<sup>8</sup> Cf. Oliveira das Neves, A., “Formação para as Áreas de Baixa Densidade” (2001), Documento Interno, CCRA Algarve.

Relativamente aos **dispositivos existentes em matéria de certificação**, não se dispõe de uma visão fundamentada dos processos de certificação de produtos regionais do Algarve, nomeadamente dos desenvolvimentos da actividade económica e outros após a certificação dos Citrinos do Algarve e do Mel de Monchique. Tem-se conhecimento da existência de processos de certificação em curso, em diferentes estádios de amadurecimento, sendo de destacar os seguintes:

□ **Batata Doce de Aljezur** - na sequência do Projecto “Melhoramento (I&D) da Batata Doce” de iniciativa e responsabilidade da Associação de Produtores da Batata Doce de Aljezur (com a participação da D. R. Agricultura, Câmara Municipal de Aljezur, Universidade do Algarve, Parque Natural da Costa Vicentina e Sudoeste Alentejano e Associação Vicentina).

□ **Enchidos de Monchique** – pretende-se a certificação por produtos avançando, numa 1ª fase, os molhos e as farinheiras. Caderno de Encargos de Especificações Técnicas na D.G.D. Rural e “Dossier” do Projecto de certificação na D.R. Agricultura/D.G.D. Rural.

□ **Queijo de cabra e cabrito de raça algarvia** – após a elaboração dos respectivos Cadernos de Especificações Técnicas para estes dois produtos regionais, a ANCCRAL – Associação Nacional dos Criadores de Caprinos da Raça Algarvia apresentou pedido de protecção da Denominação de Origem na D.G.D. Rural<sup>9</sup>.

As competências de apoio à certificação dos produtos regionais, abrangendo a orientação do processo de certificação de produtos de qualidade e o controlo local das produções certificadas ou em vias de certificação, têm sido asseguradas pela APAGAL - Associação para os Produtos Agro-alimentares Tradicionais Certificados do Algarve.

Do conhecimento existente, para além dos produtos entretanto certificados e dos que têm processo de certificação em curso (já referidos), perspectiva-se a certificação de outros produtos: sumos de citrinos do Algarve (natural e ultra-congelado em flocos) – IGP; amêijoia boa da Ria Formosa; borrego de raça churra; queijo fresco de cabra, de raça churra; doce de batata doce; e sal marinho tradicional das salinas de Castro Marim e Tavira.

No contexto do Estudo foram estes os elementos sistematizados. Relativamente a outros elementos-base de informação de detalhe que retenham, nomeadamente: os procedimentos adquiridos; os produtores abrangidos; as entidades envolvidas; o balanço da actividade de assistência técnica aos produtores; e a avaliação dos resultados e efeitos na produção e comercialização e os problemas em presença; o processamento dos mesmos pressupõe o acesso e a análise dos “dossiers” identificados.

Algumas condicionantes que se colocam à ampliação do leque de produtos certificados devem ser tomadas em consideração, nomeadamente, pelo significado distinto face à natureza e características de cada um deles:

□ o processo burocrático é formalmente muito pesado, dada a natureza dos requisitos a preencher;

□ as produções tradicionais do Algarve são bastante fragmentárias (os produtos são muito variados, os produtores encontram-se bastante dispersos, ...);

□ a imagem e a qualidade de algumas produções assenta em “segredos” e saberes-fazer específicos (enchidos, doces tradicionais, pão de trigo e de alfarroba, ...) de difícil prova e registo organoléptico;

□ determinadas produções com potencial de mercado deparam-se com importantes limitações

<sup>9</sup> De acordo com Agostinho de Carvalho, a Denominação de Origem Protegida “Queijo de Cabra Algarvio não tem condições para ser implementada pois só 6 rebanhos, com 386 animais, se enquadram nos requisitos do Caderno de Especificações” (Dados do Inquérito realizado em 1997/98 pela Equipa do Projecto “Em torno da Cabra Algarvia”).

resultantes da aplicação de directivas comunitárias (p.e., aguardente de medronho, devido ao teor em metanol) ou de normas relativas à composição de alimentos (p.e., pão de alfarroba, devido aos componentes químicos da polpa).

Acresce que, para os produtores que se encontram a trabalhar bem (a produzir com qualidade) e a vender com sucesso (escoamento garantido e valorização económica, com rentabilidade), a certificação não constitui uma prioridade nem uma necessidade sentida. Em termos económicos, para estes produtores, o mercado legitima o produto e a aceitação do preço afere a respectiva qualidade.

Tendo presente uma situação de partida em que predomina o espírito de autonomia dos artesãos/produtores – e à semelhança dos processos conduzidos no âmbito da certificação de outros produtos tradicionais em outras regiões -, o percurso a desenvolver tem quatro componentes relevantes:

- sensibilização dos produtores para as vantagens da certificação, ligando a mesma aos processos de harmonização comunitária, ao acesso a incentivos à actividade e ao benefício de investimentos na envolvente das explorações, nas unidades produtivas, nos “habitat” agro-rurais, ...;

- promoção da organização / associação de produtores numa perspectiva integradora com comerciantes e técnicos que assegure vantagens nos planos da melhoria das condições de produção, da (re)organização dos circuitos de comercialização e da assistência técnica em diferentes áreas (produtiva, tecnológica, “design”, mercados, ...);

- constituição, a prazo, de câmaras de provadores integradas por técnicos com domínio das características organolépticas e por especialistas reconhecidos que liguem a imagem dos produtos ao seu paladar e aos hábitos de consumo, em mudança; com esta finalidade, é importante ter

em conta os investimentos, entretanto, realizados pela D.R. Agricultura que tem uma área própria para ensaios sensoriais, no seu Laboratório;

- instalação de unidades de dinamização e assistência técnica por produto estratégico, a sedear em locais com potencial produtivo e de aglomeração de produtores, que constituam a célula nuclear de articulação dos apoios, técnicos e outros, proporcionáveis pelas entidades públicas sectoriais e que articulem a sua capacidade com as actividades das associações de desenvolvimento local e dos agrupamentos de produtores.

A reflexão em torno destas quatro componentes afigura-se determinante para o futuro da consolidação produtiva e de mercado das produções tradicionais do Algarve. Há, todavia, dois aspectos que decorrem da análise efectuada no Estudo e que convém não descurar na fase actual e face à situação de partida:

- A certificação tal como predominantemente é entendida, nomeadamente pelas entidades públicas intervenientes, não tem necessariamente interesse económico para os produtores. No entanto, é indispensável que se materialize de modo expedito uma *certificação de auto-controlo* que responda a questões essenciais de saúde pública.

O queijo de cabra fresco, os enchidos de Monchique, a aguardente de medronho e os doces regionais, são exemplos dessa preocupação primordial.

- A existência de serviços de excelência (de origem e iniciativa pública, associativa e mista) que asseguram a assistência técnica de apoio aos produtores nos mais diversos domínios (de investimento, de gestão, de inovação, de teste laboratorial, de comercialização e “marketing”), debate-se com um dilema que urge ultrapassar: por um lado, existe uma *pulverização de entidades* (como ocorre, p.e., nos agrupamentos/associações de produtores do sub-sector dos citrinos); por outro lado, a *capacidade de*

*prestação directa de serviços* aos destinatários depara-se com insuficiências que resultam da debilidade dos recursos disponíveis naquelas Unidades, mas também do afastamento físico, traduzido num reduzido acompanhamento directo dos contextos de produção dos utilizadores potenciais.



## 7. CONDICIONANTES E OPORTUNIDADES DOS PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE

A análise da oferta e da procura do vasto leque de produtos tradicionais de qualidade da Região do Algarve evidenciou um conjunto de características da produção e dos produtores (em grande parte sistematizados nas *Fichas de Produto* apresentadas no *Estudo*) e deixou claro que, nomeadamente, da relação existente com o mercado, decorrem importantes condicionantes e oportunidades para essas actividades.

Os quadros seguintes sistematizam esta perspectiva fixando como entradas um conjunto de vectores-chave de análise das actividades existentes e identificando as principais condicionantes e oportunidades à valorização de produtos tradicionais de qualidade:

- 1. empresarialidade;
- 2. modos de produção;
- 3. mão-de-obra;
- 4. associativismo;
- 5. modalidades de comercialização;
- 6. mercados;
- 7. divulgação/marketing;
- 8. procura;
- 9. investigação e desenvolvimento;
- 10. serviços de Apoio;
- 11. formação profissional;
- 12. controlo da qualidade;
- 13. certificação.

*Em síntese, conclui-se pela presença de um conjunto de condicionantes diversificado, que deve ser encarado como um ponto de partida na definição de medidas e formas de actuação que contribuam para valorizar os produtos tradicionais de qualidade da Região do Algarve.*

No entanto, importa também salientar as potencialidades e oportunidades intrínse-

cas a este sector, sistematizadas no quadro que se segue, como pontos de partida para despiste de apostas com vista ao seu desenvolvimento.

*Face a este conjunto de condicionantes e oportunidades e partindo do pressuposto que as produções tradicionais do Algarve, são produções caracterizadas pela sabedoria de quem as produz em termos de know-how, o desafio que se coloca é o de criar mecanismos de valorização dos produtos tradicionais, o que depende da concepção de uma estratégia que englobe medidas no estágio anterior à produção e no estágio da comercialização.*

A orientação para o mercado destes produtos encontra-se insuficientemente explorada, carenciada de estruturas associativas de produção e comercialização que fortaleçam as suas potencialidades. O quadro de potencialidades de aplicação dos dispositivos de protecção da qualidade dos produtos tradicionais deve ser precedido de um passo que se reveste de importância a não descurar - a criação de **organizações de produtores** ou de **agrupamentos de produtores** de produtos tradicionais, dada a exigência prévia de organização das produções primárias para solicitar as protecções em causa.

Os objectivos subjacentes às organizações de produtores (cooperativas, sociedades, associações de produtores, agrupamentos de produtores,...), atribuem particular ênfase, consoante o seu vector de especialização, às questões da certificação da produção, da concentração da transformação e da distribuição e comercialização conjunta das produções dos produtores associados.

As vantagens que poderão decorrer da existência

MATRIZ DE RELAÇÃO ENTRE VECTORES-CHAVE E CONDICIONANTES AO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE DA REGIÃO DO ALGARVE

VECTORES-CHAVE	PRINCIPAIS CONDICIONANTES
<b>Empresarialidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Reduzida dimensão das unidades de produção, a maioria das quais de base familiar, caracterizadas pela reduzida escala das produções ou micro-produções, condicionadora de estratégias de comercialização eficazes</li> <li>❑ Isolamento de grande parte dos produtores</li> <li>❑ Fraca dinâmica de investimento e mobilização de meios financeiros, com consequências para a produtividade e rentabilidade da actividade</li> <li>❑ Existência de situações informais de exercício de actividade, as quais dificultam o escoamento da produção e o recurso, nomeadamente, a incentivos à iniciativa empresarial</li> <li>❑ Reduzida capacidade de atracção de novos produtores</li> </ul>
<b>Modos de produção</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Predominância do “segredo” e do “know-how” específicos, com um elevado cunho pessoal, condicionadores do aumento da escala de produção</li> <li>❑ Inexistência de mecanismos formais de controlo da qualidade para a maior parte dos produtos</li> </ul>
<b>Mão-de-obra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Predomínio de produtores com um nível etário elevado</li> <li>❑ Défice de habilitações dos produtores</li> <li>❑ Escassez de mão-de-obra, acentuada pela forte polarização do emprego nas actividades turísticas</li> </ul>
<b>Associativismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Predomínio do espírito individualista, que se traduz numa deficiente organização das produções tradicionais</li> <li>❑ Inexistência de objectivos de comercialização nas associações existentes</li> <li>❑ Falta de cooperação entre as diferentes associações sectoriais</li> </ul>
<b>Modalidades de comercialização</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Comercialização dos produtos assente na capacidade individual dos produtores isolados encontrarem soluções de escoamento</li> <li>❑ Dificuldades ao nível do transporte dos produtos, decorrentes da inexistência de uma rede de comercialização estruturada</li> <li>❑ Défice de estruturas de <i>interface</i> expedito que sirvam de ligação entre a oferta e a procura</li> <li>❑ Fraco aproveitamento do potencial de articulação com outras actividades, designadamente, o complexo de actividades do turismo e do lazer, com potencial de desenvolvimento</li> <li>❑ Elevado peso dos intermediários em algumas produções, designadamente, nos produtos tradicionais de sequeiro</li> </ul>
<b>Mercados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Forte concorrência quer de produtos tradicionais, com o mesmo padrão de qualidade, provenientes de outras regiões, quer de produtos standardizados, com custo inferior</li> <li>❑ Forte dependência relativamente ao mercado local</li> <li>❑ Incapacidade da maioria dos produtores para responder a um aumento dos limiares de procura</li> <li>❑ Dificuldade em estabelecer uma relação activa com a procura regional, designadamente com as actividades turísticas</li> </ul>
<b>Divulgação/marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Insuficiência dos mecanismos de divulgação dos produtos no exterior do Algarve (promoção extra-regional)</li> <li>❑ Inexistência de uma estratégia articulada e global de promoção dos produtos tradicionais</li> </ul>

(cont.)

MATRIZ DE RELAÇÃO ENTRE VECTORES-CHAVE E CONDICIONANTES AO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE DA REGIÃO DO ALGARVE

(cont.)

VECTORES-CHAVE	PRINCIPAIS CONDICIONANTES
Procura	<div><div></div><div>Predomínio de consumidores de grandes massas, na vertente turística sazonal, pouco sensibilizados para as especificidades dos produtos tradicionais</div><div></div><div>Peso excessivo dos consumos regionais e défice de consumos fora da Região</div><div></div><div>Insuficiência da capacidade instalada de Unidades de Turismo em Espaço Rural, potenciadoras de padrões de consumo direccionados para os produtos tradicionais, nomeadamente de exploração de complementaridades entre a Agricultura-Turismo-Tradição</div><div></div><div>Insuficiência de acções de sensibilização desazonalizadas inerentes à promoção de produtos tradicionais</div><div></div><div>Falta de aproveitamento, para consumos intermédios, dos recursos existentes ao nível das produções primárias de qualidade (segmentos transformação e canal HORECA)</div><div></div><div>Inexistência de formas de valorização e diferenciação dos produtos junto dos consumidores potenciais, de forma a fidelizá-los a estas produções (denominações de origem, marcas regionais,...)</div></div>
Investigação e Desenvolvimento	<div><div></div><div>Défice de estruturas que invistam em acções regionais de investigação e desenvolvimento para os produtos tradicionais de qualidade (melhoria de processos de produção, identificação de novas matérias primas,...)</div></div>
Serviços de apoio à actividade	<div><div></div><div>Predomínio da auto-aprendizagem ao invés do recurso a organismos especializados para a prestação de serviços de assistência técnica (DRA e Zonas agrárias, p.e.), nomeadamente para questões relacionadas com a produção</div><div></div><div>Inexistência de serviços de apoio direccionados para as produções artesanais não agrícolas</div></div>
Formação profissional	<div><div></div><div>Fraca vocação dos produtores para a frequência de acções de formação em geral e especificamente para acções de reciclagem, reconversão e qualificação</div><div></div><div>Insuficiência da oferta formativa regional relacionada com a qualificação de produtores de produtos tradicionais (demasiado genérica e não orientada para a aplicação de conhecimentos no contexto de trabalho)</div></div>
Controlo da qualidade	<div><div></div><div>Número limitado de produtores que garantam o controlo de qualidade dos seus produtos</div><div></div><div>Controlo de qualidade realizado apenas em unidades de produção e transformação licenciadas, não abrangendo grande parte das produções tradicionais de qualidade</div></div>
Certificação	<div><div></div><div>Reduzido número de produtos certificados</div><div></div><div>Burocracia e morosidade na certificação de produtos</div><div></div><div>Fraca adesão dos produtores à certificação (mesmo quando o produto já é certificado, p.e., citrinos), devido aos custos acrescidos para o produtor</div></div>

MATRIZ DE RELAÇÃO ENTRE VECTORES-CHAVE E OPORTUNIDADES AO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE DA REGIÃO DO ALGARVE

VECTORES-CHAVE	PRINCIPAIS OPORTUNIDADES
<b>Empresarialidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Organização da produção e reforço da empresarialidade por meio da concentração da oferta do mesmo tipo de produtos</li> <li>❑ Aproveitamento de economias de proximidade relativamente a alguns produtos e focos de saber já instalados (S.Bartolomeu de Messines, Alcoutim, Cachopo,...)</li> </ul>
<b>Modos de produção</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Elevada especialização dos produtores de produtos tradicionais de qualidade</li> <li>❑ Aproveitamento de modos de produção genuínos e artesanais</li> <li>❑ Aumento da capacidade instalada de unidades de transformação através da implementação de meios de trabalho mais mecanizados em alguns produtos (p.e., doces regionais que não exijam tanta intensidade de trabalho)</li> <li>❑ Introdução de novas técnicas de produção, mais viradas para o mercado (acondicionamento, embalagem, melhor apresentação,...)</li> </ul>
<b>Mão-de-obra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Qualificação, reciclagem e reconversão de profissões em vias de extinção (artesãos) ou formas de trabalho assentes em padrões estagnados de produção (produtores agrícolas)</li> <li>❑ Aproveitamento de situações concretas que conjuguem a actividade artesanal com outras actividades (artesanato, produção agrícola,...)</li> </ul>
<b>Associativismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Existência de associações de produtores para quase todos os produtos, embora sem orientação de mercado</li> </ul>
<b>Modalidades de comercialização</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Aproveitamento de modalidades de comercialização tradicionais, de proximidade entre produtor-consumidor</li> <li>❑ Comercialização sob encomenda especialmente nas unidades de transformação que fazem planeamento da produção</li> </ul>
<b>Mercados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Crescimento do mercado para produtos tradicionais de qualidade, com base na exploração de complementaridades entre o turismo, agricultura e ambiente</li> <li>❑ Elevado simbolismo, qualidade e genuinidade de produtos tradicionais face a produtos concorrentes</li> </ul>
<b>Procura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Exploração de complementaridades de recursos entre a Agricultura, Turismo, Ambiente e Tradições (organização de rotas turísticas de passagem nos principais pontos de produção de produtos tradicionais, concentração da oferta de produtos tradicionais,...)</li> <li>❑ Aproveitamento de movimentos de consumo dirigidos a produtos de qualidade, nomeadamente de produtos de agricultura e pecuária biológica</li> <li>❑ Aproveitamento das relações potenciais de proximidade entre produtores de consumidores, para fidelização dos clientes</li> <li>❑ Exploração de sinergias entre os diversos agentes económicos ligados ao Turismo, relacionando consumo de massa, com consumo de produtos tradicionais (acções de promoção, utilizações diversas dos produtos,...)</li> <li>❑ Estabelecimento de novas redes de consumidores utilizando meios de comunicação mais rápidos e mais abrangentes (p.e., Internet)</li> </ul>

(cont.)

MATRIZ DE RELAÇÃO ENTRE VECTORES-CHAVE E OPORTUNIDADES AO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TRADICIONAIS DE QUALIDADE DA REGIÃO DO ALGARVE

(cont.)

VECTORES-CHAVE	PRINCIPAIS OPORTUNIDADES
<b>Divulgação/ /marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Implementação de medidas promocionais desazonalizadas (p.e., feiras durante todo o ano)</li> <li>❑ Utilização de novas formas de promoção dos produtos (p.e., venda de proximidade e via Internet)</li> <li>❑ Aumento da eficácia das parcerias estabelecidas entre entidades regionais (Autarquias, DRA, associações de desenvolvimento, empresas regionais de publicidade) e produtores</li> <li>❑ Existência de um Plano de “Marketing” para a Região do Algarve, representando os principais pontos de interesse turístico (iniciativa da Globalgarve)</li> </ul>
<b>Investigação e Desenvolvimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Existência de estruturas que realizam alguma investigação no domínio agrícola e das pescas (DRA, IPIMAR e Universidade do Algarve)</li> <li>❑ Sinergias entre as diversas actuações ao nível central, regional e local para identificação de áreas-chave a desenvolver</li> </ul>
<b>Serviços de apoio à actividade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Existência de entidades que prestam apoio técnico aos produtores a nível regional (DRA e Cooperativas de produtores - motivadas pela reputação que devem manter junto dos principais clientes das suas produções e no cumprimento de regulamentação - e Associações de Desenvolvimento Local)</li> <li>❑ Recurso, por parte do produtores agrícolas, a serviços de assistência técnica, especialmente na DRA</li> <li>❑ Aumento da capacidade de prestação de serviços de apoio técnico das associações de produtores de produtos tradicionais</li> </ul>
<b>Formação profissional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Frequência de acções de formação profissional por mulheres, na sua maioria desempregadas, das quais resultaram iniciativas de empresarialidade</li> <li>❑ Qualidade de cursos desenvolvidos pela Associação In Loco e Centros de Emprego, a nível regional</li> </ul>
<b>Controlo da qualidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Existência de estruturas regionais responsáveis pelo controlo da qualidade de produtos agrícolas, pecuários, e transformados agro-alimentares (DRA, ADS,...)</li> <li>❑ Aumento das situações de licenciamento de actividades tradicionais como forma de garantir o controlo da qualidade dos produtos e maior facilidade de acesso potencial a uma certificação de qualidade</li> </ul>
<b>Certificação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Elevado número de produtos tradicionais com condições para a Certificação da respectiva Qualidade</li> <li>❑ Possibilidade de realização de acções de sensibilização junto das Associações de produtores para a certificação dos seus produtos</li> <li>❑ Condução mais eficaz dos processos de certificação</li> </ul>

de organizações de produtores situam-se, predominantemente, nos domínios seguintes:

- obtenção de uma escala de produção compatível com a venda para estabelecimentos comerciais não tradicionais e em destinos geográficos exteriores à região (p.e., em hipermercados e para exportação);
- obtenção de economias de escala a vários níveis (produção, comercialização, distribuição, divulgação,...);
- facilidade e garantia de escoamento dos produtos, assegurando preços justos, através de estratégias comuns de comercialização, distribuição, imagem e “marketing” adequadas;
- melhoria das características do produto (p.e., homogeneidade e qualidade), possível pela existência de regras comuns na produção, por um maior controlo e apoio à produção e pela utilização de equipamento moderno;
- conhecimento dos associados, dos seus problemas e das suas capacidades, permitindo que se possa tornar um agente fomentador de novas iniciativas ou estratégias, em domínios-chave de competitividade;
- prestação de diversos apoios aos associados (p.e., apoio técnico, divulgação de informação, e acesso a ajudas comunitárias)<sup>10</sup>.

Relativamente ao estágio anterior à produção salienta-se, ainda, que as formas existentes de protecção de qualidade e origem dos produtos são praticamente desconhecidas da maioria dos produtores. Paralelamente, existe uma associação muito forte e distorcida que consiste em associar a ideia de licenciamento da actividade e a identificação dos produtos com o seu nome próprio a uma certificação formal de qualidade, ou a uma forma de protecção dos produtos, dotada de efectivo valor no mercado.

A gama de formas de protecção de qualidade a

aplicar é variada e pode ou não ser diferenciada, face aos fins a que se destina, i.e., para os mesmos fins existem soluções várias. Destacam-se, por ordem crescente de importância para a problemática dos produtos tradicionais, as seguintes: embalagem; normalização; atribuição de selos para bebidas espirituosas de origem não vínica; criação de marcas comerciais; produção em agricultura biológica e protecção integrada; e certificação.

As produções tradicionais da região do Algarve não são produções que possam ganhar capacidade de produção em termos quantitativos, pelo que formas de protecção de qualidade, como a normalização, apenas têm viabilidade de aplicação (e já se aplicam) no caso de produtos horto-frutícolas destinados a trocas intra-comunitárias, de que os citrinos constituem o exemplo por excelência, encontrando-se certificados com uma Indicação Geográfica de Proveniência (Citrinos do Algarve).

<sup>10</sup> Cf. Oliveira das Neves - Consultoria, Estudos e Projectos, Estudo das Redes/Operadores Promocionais e Comerciais de Produtos e Serviços Locais, realizado para a ESDIME, 1999.

## 8. QUADRO-SÍNTESE DAS POTENCIALIDADES REGIONAIS

A produção tradicional do Algarve apresenta-se bastante diversificada, entre as actividades primárias e as actividades de primeira transformação sendo constituída por produtos que têm revelado capacidade de valorização de mercado e, em alguns casos, possuem identidade própria junto dos consumidores (sabor, cheiro, origem, memória, ...).

Não existem números fiáveis relativos à evolução dos valores económicos da actividade produtiva existente mas tem-se consciência que:

- por um lado, está-se perante uma redução importante nos últimos anos do volume de produção e do efectivo de produtores ocupados (p.e., culturas de sequeiro, com envelhecimento e abandono dos pomares, e diminuição do número de agricultores/produtores/artesãos no activo);
- por outro lado, observa-se uma diversificação de aproveitamentos produtivos tradicionais com conteúdo inovador (p.e., utilização da alfarroba na doçaria regional e na panificação), novas soluções de embalagem, “design” e composição (p.e., doces de amêndoa e figo) e também o acesso a um consumo mais generalizado de produções outrora reservadas à dieta dos pobres (p.e., ainda as utilizações da alfarroba, mas também da batata doce e das azeitonas).

O objectivo de consolidar potencialidades regionais reconhecidas, sobretudo das produções agro-alimentares, não pode ignorar que estas produções têm desenvolvido uma relação com o mercado que assenta predominantemente em estratégias individuais ou se encontra dependente de lógicas de intermediação que são predadoras da fixação de valor acrescentado local.

À semelhança do que se observa com as produções tradicionais de outras regiões portuguesas, a medida das potencialidades destas produções deve ser encontrada na confluência de quatro dimensões de análise/intervenção:

■ **Níveis de consolidação da produção e transformação**, binómio que abrange a existência de recursos com potencial económico de aproveitamento, de tradições produtivas e de produtores em actividade e com perspectivas de continuidade.

■ **Capacidade de transferência de conhecimento técnico e científico**, que abrange a possibilidade de colocar ao serviço dos produtores um conjunto de resultados experimentais já alcançados, p.e., no domínio da produção de queijo de cabra (utilização do cardo, ...), de aguardente de medronho (controlo de componentes químicos), de cortiça (tratamentos fito-sanitários). A inovação produtiva e a competitividade das produções tradicionais algarvias dependem, em grande medida, desta transferência efectiva de inovação.

■ **Capacidade de organização das produções primárias e dos produtores**, conjunto que abrange as infra-estruturas produtivas e de comercialização e actuações orientadas para proporcionar um efeito escala à produção, na aproximação ao mercado, e a constituição de agrupamentos e associações de produtores, segundo lógicas que evoluem da estrita de defesa e reivindicação de interesses até à prestação de serviços de carácter técnico.

■ **Valorização de mercado nos diferentes segmentos da procura**, em termos de destino (local, regional, nacional e externa) e em termos de perfil de consumos (consumos directos, abastecimento da hotelaria e restauração, comercialização, ...) e em termos de promoção



junto de visitantes valorizando, simultaneamente, destinos turísticos e produtos de qualidade, numa visão enriquecida das identidades territoriais.

Tendo presente estas dimensões de análise construiu-se a Matriz-síntese de potencialidades dos produtos tradicionais seleccionados no ponto 1 deste Documento. Em função desta síntese podem ser definidas estratégias de intervenção em domínios-chave (ponto 9 desta Síntese) e enunciadas dimensões de articulação, no tocante ao papel das diferentes entidades a envolver na dinamização económica dos produtos tradicionais e das Áreas de Baixa Densidade (ponto 10 desta Síntese).

Os níveis de preenchimento deste quadro-síntese possuem elementos de subjectividade, em resultado dos perfis de autonomia das micro-produções, tanto em termos de “know-how” produtivo, como de estratégias de relação com o mercado. Essa subjectividade acentua-se se se tiver presente que, relativamente a um determinado produto (ou derivados do mesmo), coexistem estratégias distintas da parte dos produtores tanto no plano da inovação e da mobilização de serviços de excelência, como no plano do “marketing”. Esta constatação reflecte-se na qualificação do perfil de intensidade das relações (forte, média ou fraca) registadas por produto.

O padrão de relações registado é relativamente denso e diverso, destacando-se cinco vectores de leitura, numa perspectiva de selectividade que fundamente uma intervenção futura valorizadora de articulações potenciais mais fortes:

■ os derivados de alfarroba assumem relações potenciais fortes na generalidade das dimensões de análise, sendo de destacar o seu posicionamento nas perspectivas de evolução da actividade e nos apoios técnicos à produção;

■ o figo fresco, a doçaria regional, a azeitona britada e a flor de sal denotam potenciais elevados de aproveitamento económico posicionando-se com uma margem de progressão assinalável (relação média » forte);

■ predominam os mercados concentrados, ou seja, uma escassa diversificação da procura o que não constitui uma limitação definitiva dada a natureza específica das produções e a orientação para os consumos finais; no entanto, denota-se a existência de margens de progressão importantes nos derivados de alfarroba, na batata doce e no leite de cabra e carne de cabrito de raça algarvia;

■ as debilidades existentes em matéria de serviços de assistência técnica e de infra-estruturas de organização das produções primárias, desenham uma margem de progressão do investimento imaterial e da oferta de serviços agro-rurais com largo potencial de procura/afirmação;

■ as estratégias associativas, nomeadamente por parte dos produtores, e a mobilização de apoios de serviços e formação têm permitido que algumas produções tradicionais se encontrem actualmente num patamar intermédio promissor no qual convergem:

- associativismo com capacidade reivindicativa e ligação positiva ascendente (aos serviços públicos) e descendentes (aos produtores);
- serviços técnicos/“know-how” para desenvolver;
- inovação produtiva e competências técnico-profissionais;
- a produção de derivados de alfarroba, a extracção de flor de sal, as várias apresentações de sumo de laranja, conhecem já hoje na Região um rigor técnico elevado.







## 9. MATRIZ DE DOMÍNIOS-CHAVE DE INTERVENÇÃO vs. FINANCIAMENTO

A Estratégia Regional do Algarve para o período 2000-2006 assenta numa forte aposta no complexo de actividades do turismo e do lazer entendida, simultaneamente, na óptica da reconstrução da cadeia de valor regional e da integração económica das Áreas de Baixa Densidade, do Barrocal e da Serra, territórios de origem de grande parte das produções da fileira agro-alimentar.

A Estratégia Regional pretende desenvolver a aposta nos recursos produtivos regionais com potencial de mercado em torno de dois vectores de actuação:

- relação dinâmica com acções e projectos de inovação e desenvolvimento (cooperação universidade/indústria-biotecnologia e engenharia alimentar, ...);
- acções de dinamização económica que fertilizem a relação entre os produtores e os diversos segmentos de mercado dos produtos referenciados.

Estes dois vectores são complementados, na gestão e desenvolvimento do PO Regional (PROALGARVE), com:

- o Programa Estratégico para Áreas de Baixa Densidade enquadrador de três Sub-programas (ProLocal, Prestígio e Sofia);
- a Medida AGRIS, intervenção desconcentrada do Programa AGRO.

Este conjunto de intervenções tem em vista incentivar uma articulação activa entre a criação de condições de vida e de ocupação no habitat rural e o apoio à dinamização da base produtiva, entendida esta no enquadramento conceptual da multifuncionalidade da actividade agrícola (mosaico de actividades da economia rural), num quadro de sustentabilidade ambiental.

Na perspectiva da mobilização de recursos de financiamento, via incentivos/acções/projectos com origem em entidades beneficiárias nas

Áreas de Baixa Densidade, existe um conjunto de instrumentos com vocação para suportar essa intervenção, parte dos quais traduzem uma reconstrução operacional de medidas e recursos constantes do PROALGARVE e, enquanto tal, devem suscitar o exercício da função reguladora das principais entidades regionais (Comissão de Coordenação Regional e Direcção Regional de Agricultura).

■ **Medida AGRIS** (diversas acções com destaque para a diversificação da pequena agricultura, desenvolvimento de produtos de qualidade, serviços à agricultura, valorização do ambiente e património rural, dinamização e desenvolvimento agrícola); no âmbito das acções 7 e 8 desta Medida as Associações de Desenvolvimento Local do Algarve apresentaram recentemente candidaturas cujo conteúdo se considera especialmente relevante na óptica da dinamização económica do património rural.

■ **Medidas de Formação Profissional do Eixo 3** (Medida Desconcentrada) e do Eixo 2 (Medidas Recursos Humanos com ligação à Revitalização das Áreas de Baixa Densidade). No âmbito do Fundo Social Europeu destaca-se, também, a Iniciativa EQUAL com áreas de intervenção nos domínios do desenvolvimento local, da criação de iniciativas empresariais, do estímulo às actividades das organizações de economia social, etc.

■ **Programa Estratégico para as Áreas de Baixa Densidade**, integrando os Sub-programas PROLOCAL - Intervenção Integrada para o Desenvolvimento e Diversificação Económica do Interior; PRESTÍGIO – Projectos estruturantes de Valorização do Interior; e SOFIA – Redes de Inovação e Conhecimento.

O Sub-programa PROLOCAL enquadra:

1. a Intervenção “Aldeias do Algarve” que visa

operacionalizar uma política activa de qualificação do urbanismo rural e tem como grandes objectivos “recuperar o património construído e salvaguardar os valores paisagísticos”, “promover a dinamização socio-económica”, “fixar e atrair população” e “criar uma imagem e um programa de animação para as Aldeias do Algarve”<sup>11</sup>;

2. o *Projecto Redes Temáticas*, que consiste em intervenções de natureza local ou sub-regional e para o qual se pretende um papel integrador de elementos de referência do património rural (arqueológico, religioso, produtivo, ambiental) e/ou de actividades a desenvolver (artes e ofícios, produtos locais, turismo de natureza, ...).

No âmbito do Sub-programa PRESTÍGIO estão previstas intervenções igualmente importantes e contributivas para reforçar a coerência da estratégia regional de que são exemplo:

1. o *Programa de Promoção do Mundo Rural*, no qual se inscreve o “Projecto Iniciativas e Promoção do Mundo Rural”, da responsabilidade da Globalgarve e que dispõe já de um Plano de “Marketing” para o Mundo Rural Algarvio;
2. a *Rede de Comercialização de Produtos Locais* (“comercialização integrada dos produtos tradicionais de forma a consolidar a imagem de qualidade do interior”);
3. o *Programa de Apoio à Cultura Tradicional* (apoio em equipamentos e materiais a expressões artísticas regionais).

■ **INOAlgarve - Programa Regional de Acções Inovadoras.** Candidatura aprovada pela Comissão Europeia para o período 2002-2004, ao abrigo das Acções Inovadoras do FEDER 2000-2006. O Programa integra um conjunto de seis acções:

1. Promover e dinamizar um Centro Regional de Inovação;
2. Fomentar a inserção dos agentes regionais em

plataformas internacionais;

3. Fomentar as energias renováveis e as novas tecnologias para a construção;
4. Promover e valorizar a cadeia agro-alimentar;
5. Valorizar, desenvolver, densificar e diversificar a fileira do turismo;
6. Desenvolver a animação e o património cultural.

Na **Acção Promover e Valorizar a Cadeia Agro-alimentar**, estão enquadrados projectos com níveis de articulação potencial com os produtos tradicionais do Algarve, designadamente:

- desenho de uma estratégia de “marketing” para os produtos alimentares regionais do Algarve (lançamento da Marca Algarve, possibilidades de cooperação transfronteiriça, “marketing”, campanhas de promoção e “merchandising” e criação de uma entidade de “Marketing” Agro-alimentar);
- introdução de tecnologias pós-colheita para fruta de pomares em protecção integrada;
- definição de uma estratégia de “merchandising” para citrinos.

■ **Programa de Iniciativa Comunitária LEADER+** que prolonga os investimentos na promoção do desenvolvimento rural, iniciados em 1991, e que contemplam apoios às infra-estruturas e investimentos produtivos, bem como às acções imateriais. Na Região do Algarve as três Zonas de Intervenção propostas (Costa Vicentina, Serra Algarvia e Terras do Baixo Guadiana) beneficiaram de uma aprovação preliminar das respectivas candidaturas ao Vector 1 do Programa, aguardando a assinatura da Convenção de Financiamento.

■ **Programa de Iniciativa Comunitária INTERREG III - A** que, na sequência de gerações anteriores da Iniciativa, tem em vista promover a cooperação transfronteiriça na base do

<sup>11</sup> O Programa “Aldeias do Algarve” enquadra um conjunto de onze aldeias que têm como áreas temáticas as seguintes: Odeleite – Ao encontro da água; Vaqueiros – Minas e lendas; Cachopo – Saberes e Sabores; Cacela Velha – Janela sobre a Ria; Estói – À descoberta da cultura; Querença – Sabores da Beira Serra; Paderne – Ler o Barrocal; S.Marcos da Serra – Memórias da Serra; Budens – Rotas de S.Vicente; Carrapateira – O mar por horizonte; Caldas de Monchique.

apoio a projectos em diferentes domínios de intervenção, mas onde se destacam as Medidas relativas ao desenvolvimento rural, à valorização do património natural, cultural e turístico e à sociedade de informação.

Tendo presente, por um lado, os níveis de complementaridade existentes entre estas intervenções e, por um lado, os níveis de consciencialização atingidos tanto entre entidades públicas, como entre estas e as entidades associativas, admite-se estarem criadas as condições para operacionalizar componentes estratégicas daqueles programas e medidas.

O quadro seguinte procede a uma identificação de complementaridades potenciais de tipo material e imaterial, na óptica dos instrumentos e meios de financiamento, a partir dos quais podem nascer e encontrar consolidação projectos mais consistentes e sustentáveis.

Opta-se por uma identificação selectiva que se traduz num preenchimento menos denso, o que significa apenas que alguns instrumentos de apoio se apresentam mais adequados a determinados objectivos pretendidos.

A construção de complementaridades efectivas pressupõe, no entanto, a apropriação dos apoios pelas entidades beneficiárias (nomeadamente associações/agrupamentos de produtores e produtores directos) na base de projectos coerentes e viáveis. Pressupõe, também, da parte da gestão pública, uma adequada aplicação dos critérios de selecção que, respeitando as tipologias de acções e projectos previstos, seja capaz de ponderar de forma equilibrada a valorização de iniciativas em curso, recursos organizados com actividade no terreno e a emergência de novas iniciativas e acções.

Uma leitura dinâmica da Matriz de instrumentos

de financiamento aponta para os perfis-tipo seguintes:

- Dois domínios de intervenção com articulação estratégica desejável entre si (aproveitamento económico e serviços de assistência técnica) reúnem o mais elevado número de contributos, em termos de medidas mobilizáveis dos diversos programas e iniciativas comunitárias;
- Os domínios de intervenção de natureza material (*infra-estruturas de organização produtiva*) e de envolvente de actividade (*habitat rural/território*) beneficiam de fluxos de financiamento diversificado para um conjunto de categorias de projectos e tipologia de acções que têm vindo a evoluir para um recorte determinado favorável (p.e., Programa das Aldeias do Algarve e Planos de Acção e Intervenção, preparados pelas ADL no âmbito do AGRIS).

A proposta de criação de entidades de apoio técnico (cf. Ponto 10 desta Síntese) posiciona-se, assim, num contexto de contributividade de múltipla origem, com vista a densificar a malha de recursos para o desenvolvimento em meio rural, com componentes produtiva, empregadora e de bem estar/qualidade de vida.

MATRIZ DE RELAÇÃO DIMENSÕES DE ACTUAÇÃO VS. PROGRAMAS DE ACTUAÇÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO (PROALGARVE)

PROGRAMAS DE ACTUAÇÃO / MEIOS DE FINANCIAMENTO DIMENSÕES DE INTERVENÇÃO	Programa Estratégico Áreas de Baixa Densidade(*)	AGRIS	Comércio rural	Formação profissional
Potencial de aproveitamento económico	--	Diversificação da pequena agricultura	--	Formação de competências associadas à revitalização económica das Áreas de Baixa Densidade
Infra-estruturas de organização das produções primárias	Programa Aldeias do Algarve	Diversificação da pequena agricultura	--	--
Serviços de assistência técnica	Rede de Comercialização de Produtos Locais	Serviços à agricultura	--	Formação de competências associadas à revitalização económica das Áreas de Baixa Densidade
Habitat rural / envolvente territorial	Programa Aldeias do Algarve	Serviços à agricultura Valorização do ambiente e património rural	Apoio a pequenos projectos nas aldeias	--
Marketing dos produtos tradicionais	--	--	--	--
Marketing territorial	Programação e Promoção do Mundo Rural	--	--	--
Qualificação e certificação	--	Desenvolvimento de produtos de qualidade	--	--

(\*) Inclui o Programa das “Aldeias do Algarve”.

MATRIZ DE RELAÇÃO DIMENSÕES DE ACTUAÇÃO VS. PROGRAMAS DE ACTUAÇÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO (INICIATIVAS E PROGRAMAS COMUNITÁRIOS)				
PROGRAMAS DE ACTUAÇÃO/ MEIOS DE FINANCIAMENTO	LEADER + (a)	INTERREG III-A (b)	Acções Inovadoras (FEDER)	EQUAL
<b>Potencial de aproveitamento económico</b>	Investimentos materiais – Apoio a actividades produtivas e promoção e desenvolvimento empresarial da base produtiva	--	Apoio a micro-empresas (artesanato e produção alimentar artesanal)	Prioridade – Espírito Empresarial (Directriz – Criação de empresas e desenvolvimento local)
<b>Infra-estruturas de organização das produções primárias</b>	Investimentos materiais em infra-estruturas	Desenvolvimento rural transfronteiriço	--	--
<b>Serviços de assistência técnica</b>	Investimento em Acções Imateriais	--	Desenvolvimento de novas formas de serviços de proximidade	--
<b>Habitat rural/envolvente territorial</b>	Investimentos em outras acções materiais (Renovação e desenvolvimento das aldeias e protecção e conservação do património rural)	--	--	--
<b>Marketing dos produtos tradicionais</b>	--	--	--	--
<b>Marketing territorial</b>	--	Valorização turística do património	--	--
<b>Qualificação e certificação</b>	Outras acções imateriais – Acções relativas à Certificação/Qualidade	--	X	

a) Dada a natureza do Programa (Subvenção Global com Suporte em PDL das Entidades Locais), a análise com rigor do perfil de complementaridades pressupõe o conhecimento da arquitectura de Medidas/Sub-medidas do PDL.

b) Sub-programas Alentejo/Algarve/Andaluzia.





## 10 . DIMENSÕES DE ARTICULAÇÃO E SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS

### ■ 10.1 CONDIÇÕES GERAIS E PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO

A relevância territorial da generalidade das produções tradicionais do Algarve transfere para o terreno da dinamização económica das Áreas de Baixa Densidade, uma parte importante das **actuações recomendáveis** para valorizar aquelas produções.

Este enfoque pode constituir, aliás, uma marca distintiva face a intervenções do passado.

Com efeito, importa reflectir e consolidar um modelo de actuação para as Áreas de Baixa Densidade que evolua no seio de um triângulo estratégico:

- Criação de condições na envolvente territorial (“habitat” nos meios rurais);
- Dinamização económica das zonas rurais;
- Formação e assistência técnica, como vectores de suporte à transferência de inovação e de conhecimento, destinadas à promoção/valorização das produções tradicionais.

O Algarve dispõe de um conjunto de unidades especializadas com capacidade técnica em matéria de prestação de serviços de excelência à produção (Centro Tecnológico de Citricultura, Laboratórios e Núcleos de Melhoramento da D.R. Agricultura,...). Estas unidades devem aprofundar

### CENTRO TECNOLÓGICO DE CITRICULTURA (CTC)

O Centro Tecnológico de Citricultura (CTC), foi criado em 2000, com o objectivo de dotar o sector dos citrinos de uma estrutura de investigação e experimentação, componentes insuficientemente desenvolvidas e praticamente inexistentes a nível nacional. A Direcção Regional de Agricultura (DRA) constitui a principal detentora do capital social do Centro, admitindo-se alguma transferência de competências, actualmente assentes em departamentos da DRA.

A localização do CTC no Algarve está associada à densidade de entidades regionais da fileira da citricultura (organizações de produtores, cooperativas, associações de produção integrada, indústrias de sumos, operadores de distribuição, caixas de crédito agrícola, Câmaras Municipais, ...) entidades que se envolveram activamente na instalação do projecto.

A localização do CTC em Silves assenta na cedência de instalações pela Câmara Municipal de Silves na Quinta do Camacho. Neste concelho encontram-se sedeadas associações de produtores, organizações de produção integrada e a unidade de maior dimensão de transformação de citrinos no Algarve. Em termos de desenvolvimento estratégico, a localização pretende privilegiar, numa primeira fase, zonas do interior algarvio mais desprovidas de investimentos e equipamentos; numa segunda fase, o CTC deve expandir-se para pólos localizados nos concelhos com maior densidade de produção/transformação.

Os objectivos do CTC consistem em:

- 1. investigação e experimentação no domínio da citricultura;
- 2. apoio técnico, apoio à gestão e apoio à produção (direccionado para a indústria e a distribuição);
- 3. comercialização dos citrinos;
- 4. programa de promoção e “marketing” para os citrinos, com perspectiva de projecção nacional e internacional.

O papel fulcral do CTC tem-se orientado para a realização de estudos de investigação e desenvolvimento de técnicas e melhoria da qualidade dos citrinos do Algarve e para a análise da tecnologia de combate à mosca mediterrânica, com vista à potencial instalação de uma bio-fábrica, por forma a combater uma praga que vem afectando a qualidade e a quantidade de produção de citrinos em Portugal e em especial, a região do Algarve (estimam-se, actualmente, prejuízos médios anuais na ordem de 1,2 milhões de contos). A eficácia da actuação do CTC está dependente da mudança de atitudes por parte dos actores dos diversos segmentos da fileira citrícola.

as suas actividades (investigação, experimentação, ensaios de qualidade, ...) e posicionar-se para responder, com eficácia e eficiência, a procura especializada dos produtores.

Este quadro de oferta de serviços especializados poderá ser ampliado e diversificado através do desenvolvimento de serviços agro-rurais, com apoios previstos no Programa AGRO e na Medida AGRIS. Trata-se, então, de estruturar um nível de intervenção de retaguarda de carácter territorial, mais ligado a territórios concretos. Esta estrutura concentraria serviços não especializados (p.e., animação económica, preparação da comercialização, sensibilização para a formação profissional, integração social dos produtores e respectivas famílias) e poderia ser constituída, na origem, em torno de um produto tradicional com maior expressão na ocupação de activos e peso na composição do rendimento das populações locais.

A iniciativa e dinâmica desta estrutura (Centro de Apoio Técnico e Económico, Gabinete de Produto,...) deve ser pública (articulação institucional entre a CCR Algarve e a D. R. Agricultura), mas tem vantagem em desenvolver modalidades de cooperação, nomeadamente com as Associações de Desenvolvimento Local e outros agentes de desenvolvimento (p.e., Escolas Oficina, Escolas Profissionais e Secundárias) com actividade no território e tradição de contactos anteriores com os produtores e activos rurais.

As questões relativas ao enquadramento institucional da promoção das potencialidades das produções regionais devem ser encaradas na dupla perspectiva:

□ das competências das entidades com actividade/intervenção directa nas produções tradicionais e, simultaneamente, das entidades que gerem recursos de financiamento;

□ das capacidades para dinamizar recursos de tipo operacional no terreno, na aproximação aos beneficiários finais.

*Isto significa que a articulação institucional e a cooperação são decisivas, designadamente, na óptica da rentabilização de recursos instalados, públicos e associativos (infra-estruturas, equipamentos, técnicos e animadores locais) e na óptica de uma contratualização efectiva (com objectivos e metas definidas e com afectação de recursos).*

O desenvolvimento de intervenções de carácter territorial, de dinamização económica das Áreas de Baixa Densidade, com reflexos sobre a actividade dos produtores de produtos tradicionais de qualidade do Algarve, deve, assim, assumir pressupostos de actuação que delimitem:

1. compromissos e perfil de intervenção das diversas entidades;
2. mecanismos de articulação entre o que existe (e é mobilizável para os territórios rurais) e aquilo que pode vir a ser criado de novo, nomeadamente na sequência do **Estudo Condicionantes e Potencialidades dos Produtos Tradicionais da Região do Algarve** e da análise e discussão desta **Síntese e Actuações Recomendáveis**.

Nesta perspectiva, a dinamização económica das Áreas de Baixa Densidade, objectivo para o qual a valorização dos produtos tradicionais contribui significativamente, deve contemplar prioritariamente, os pressupostos de intervenção seguintes:

□ **Estímulo ao desenvolvimento da base produtiva.** A existência de diversos instrumentos de apoio orientados para a melhoria das condições de vida das populações rurais e para a sua fixação ao território só produzirá

resultados se for acompanhada de intervenções na base produtiva, geradoras de oportunidades de emprego e rendimento que levem os residentes actuais e potenciais a acreditar no desenvolvimento rural.

❑ **Criação de serviços de assistência técnica, vinculados a territórios rurais e ancorados em produtos tradicionais.** Esta criação é motivada e tem justificação na inexistência de limiares de procura que viabilizem uma oferta privada ou associativa de serviços, à qual há necessidade de conferir escala e dimensão crítica. Ou seja, o perfil de actuação tem como pressuposto o centramento em actuações a montante e a jusante, com vista a não interferir nas esferas de actividade que podem propiciar o aproveitamento de oportunidades de mercado.

❑ **Incentivo à transferência de inovação e conhecimento** tendo em vista incorporar nas produções tradicionais um conjunto de elementos de inovação técnica e produtiva resultantes de projectos de investigação experimental desenvolvidos, nomeadamente, pelo corpo docente da Universidade do Algarve. Esta incorporação poderá representar um salto qualitativo na actividade dos produtores tradicionais, designadamente na óptica do alargamento da cadeia de valor regional.

❑ **Coordenação estratégica das intervenções de investimento** público nacional, dos fundos estruturais, e de outros instrumentos comunitários mobilizáveis para o desenvolvimento rural, integrando a dimensão agrícola com intervenções sobre o património rural (natural e construído) e o ambiente, recursos estratégicos das Áreas de Baixa Densidade. Esta coordenação estratégica deverá envolver, para além das instâncias de regulação e planeamento do desenvolvimento, as agências e associações de desenvolvimento local e as associações de produtores.

Tem-se em vista assegurar flexibilidade na organização e mobilização de recursos logísticos, técnicos e humanos, designadamente não

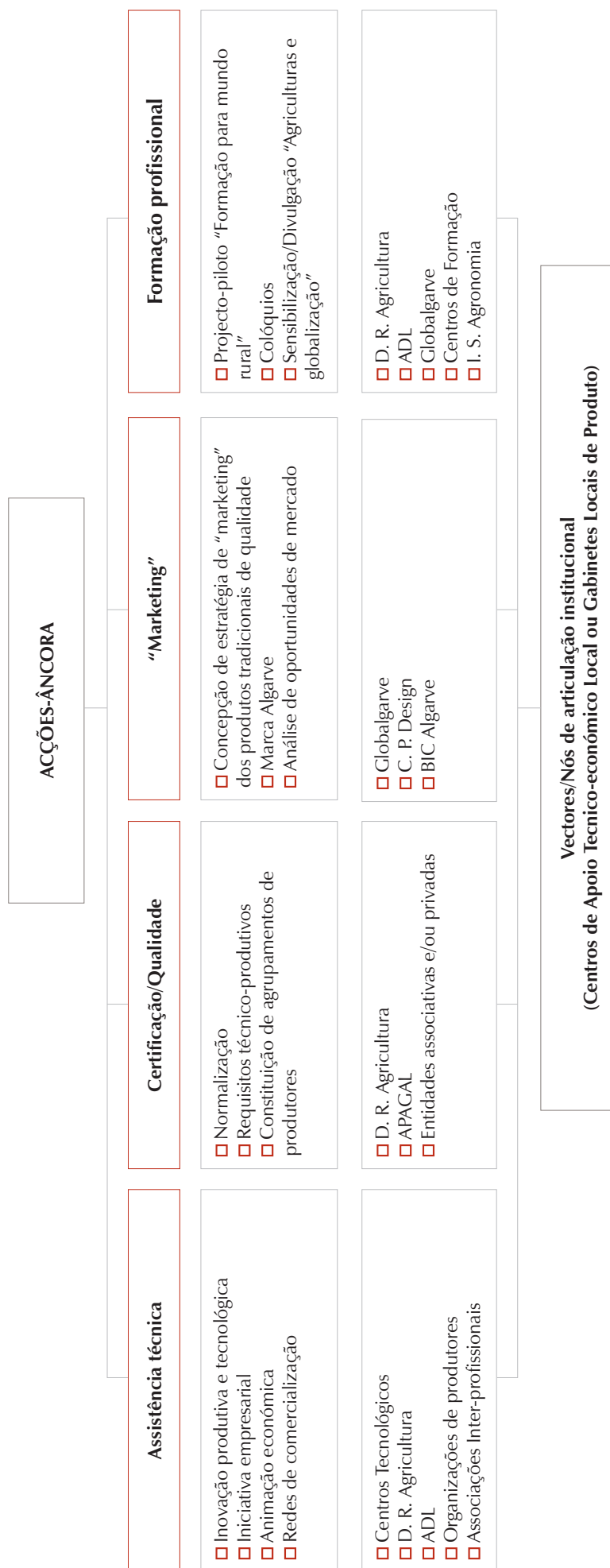
duplicando estruturas e racionalizando recursos existentes no território, em regime de “parceria de projecto”.

❑ **Mobilização coordenada dos recursos existentes no território,** minimizando a criação de novas estruturas. Na fase actual, encontram-se disponíveis vários instrumentos de apoio (p.e., antenas das ADL, brigadas das Zonas Agrárias, agrupamentos e associações inter-profissionais) aos quais importa dar relevância, num contexto de racionalidade e coerência da mobilização e utilização dos recursos públicos. Esta coordenação aponta para o funcionamento em rede das Unidades a criar, de modo a facilitar: coerência de objectivos, formação racional de recursos, identidade das intervenções, eficácia das articulações entre tutelas sectoriais e racionalidade das encomendas de serviços especializados.

O Organigrama seguinte procura sistematizar o conceito do **Projecto “Valorização dos Produtos Tradicionais e Dinamização Económica das Áreas de Baixa Densidade”**, através da identificação das Acções-âncora, respectivas componentes/valências e vectores de articulação institucional.

## 10.2 UM CONCEITO DE INTERVENÇÃO PARA VALORIZAR OS PRODUTOS TRADICIONAIS DO ALGARVE

# PROJECTO - VALORIZAÇÃO DOS PRODUTOS TRADICIONAIS E DINAMIZAÇÃO ECONÓMICA DAS ÁREAS DE BAIXA DENSIDADE



10.3 SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS

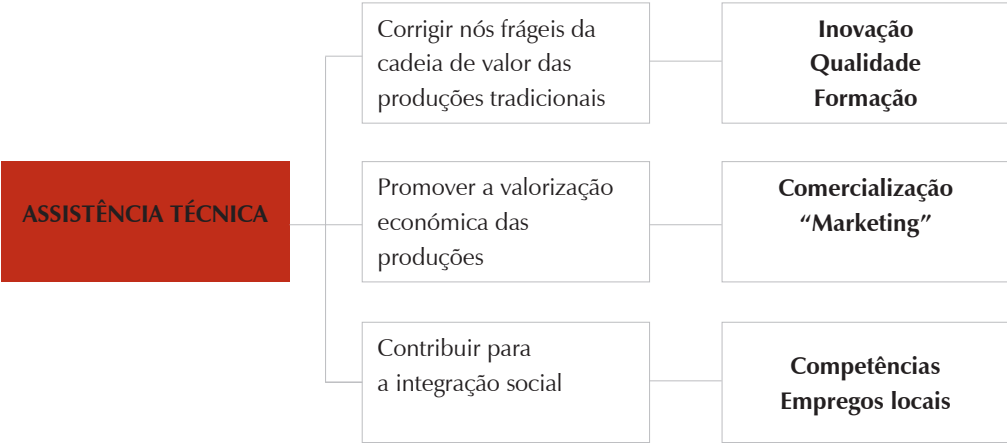
A intervenção apresentada assenta numa visão de conjunto para a valorização dos produtos tradicionais desdobrando-se em Acções-âncora que preenchem uma perspectiva conceptual de montante a jusante.

Esse conceito é reconvertível numa perspectiva centrada na **assistência técnica como elemento nuclear de intervenção**, com objectivos estratégicos (em termos sociais e económicos), e articulando componentes vectoriais que correspondem a “outputs”-chave para a concretização daqueles objectivos estratégicos.

É relativamente a esta Acção-âncora, com potencial de coerência e racionalidade aglutinadora para a finalidade estratégica do Projecto, que se discutem soluções de natureza institucional.

Os pressupostos enunciados em 9.1. devem estar presentes na escolha do perfil institucional a adoptar sendo certo que o conhecimento de outras experiências permite evoluir de soluções mais institucionalizadas até soluções de raiz empresarial.

A Matriz seguinte procede à sistematização de vectores críticos de sucesso, vantagens/desvantagens, entidades a envolver e recursos a mobilizar (segundo essas soluções alternativas) com vista a consolidar as funções mediação/dinamização/serviços técnicos aos produtores rurais.



MATRIZ DE SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS VS. VECTORES ANALÍTICOS

DIMENSÕES DE ANÁLISE			
SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS	Contratualização com Associações de Desenvolvimento Local e Associações de Produtores	Criação de Centros de Apoio Técnico-económico Local/Gabinetes Locais de Produto	Criação de uma empresa de capitais mistos multifunções
Factores críticos de sucesso	<div><div></div> Competências técnicas</div> <div><div></div> Capacidade de envolver os parceiros-chave</div> <div><div></div> Capacidade de organização para a prestação de serviços</div> <div><div></div> Acompanhamento directo / trabalho com os produtores</div>	<div><div></div> Competências técnicas</div> <div><div></div> Capacidade de suscitar novas iniciativas de produtores</div> <div><div></div> Capacidade de suscitar a organização dos produtores</div> <div><div></div> Capacidade de coordenar actuações no território</div>	<div><div></div> Capacidade de mobilização dos parceiros-chave da esfera privada</div> <div><div></div> Capacidade de iniciativa e de organização orientada para o mercado</div> <div><div></div> Competências técnicas</div>
Vantagens/ desvantagens	<div><div></div> Proximidade aos actores locais</div> <div><div></div> Facilidade de organização e mobilização de actores locais</div> <div><div></div> Enraizamento territorial</div>	<div><div></div> Proximidade aos actores locais</div> <div><div></div> Independência face a interesses económicos</div> <div><div></div> Capacidade de negociação institucional</div> <div><div></div> Aproveitamento de estruturas existentes</div>	<div><div></div> Conhecimento de circuitos de comercialização</div> <div><div></div> Gestão profissional orientada por objectivos e pela produção de resultados</div>
	<div><div></div> Autonomia dos grupos locais e funcionamento interno</div> <div><div></div> Insuficiente profissionalização</div> <div><div></div> Menor peso institucional</div>		<div><div></div> Custos de instalação elevados</div> <div><div></div> Dificuldade em mobilizar produtores</div>
Entidades a envolver	<div><div></div> Organizações de agricultores e de produtores</div> <div><div></div> Centros Tecnológicos</div> <div><div></div> Produtores individuais</div> <div><div></div> Estabelecimentos de ensino</div> <div><div></div> Câmaras Municipais</div>	<div><div></div> Organizações de agricultores e de produtores</div> <div><div></div> Produtores individuais</div> <div><div></div> Estabelecimentos de ensino</div> <div><div></div> Unidades de prestação de serviços de excelência (Centros Tecnológicos, Laboratórios da Universidade e da D.R. Algarve)</div> <div><div></div> Entidades públicas sectoriais e regionais</div> <div><div></div> Câmaras Municipais</div>	<div><div></div> Produtores individuais</div> <div><div></div> Empresas</div> <div><div></div> Câmaras Municipais</div> <div><div></div> Associações Locais</div>
Recursos a mobilizar	<div><div></div> <i>Financeiros</i> – recursos das diversas organizações e fundos com origem no LEADER +, INTERREG III-A e AGRIS</div> <div><div></div> <i>Humanos</i> – técnicos e agentes de desenvolvimento das empresas existentes</div>	<div><div></div> <i>Financeiros</i> – recursos públicos nacionais (PIDDAC) e comunitários (predomínio da mobilização de progra-mas tipo PROLOCAL e respectivos projectos e ini-ciativas: Aldeias do Algarve, Iniciativas de Promoção do Mundo Rural Algarvio...)</div> <div><div></div> <i>Humanos</i> – equipas técnicas de base local com especialidades sectoriais</div>	<div><div></div> <i>Financeiros</i> – recursos privados e públicos</div> <div><div></div> <i>Humanos</i> – equipa técnica a constituir com área de influência regional</div>

## 10.4 ACÇÕES ESTRATÉGICAS

No passado recente têm vindo a ser desenvolvidas diligências tendentes a uma realização mais eficaz e eficiente dos programas/instrumentos disponíveis para apoio a produtores e suas associações, ADL, autarquias locais, etc.. Estas diligências envolvem, nomeadamente a Comissão de Coordenação da Região do Algarve e a Direcção Regional de Agricultura. A análise de factores críticos de sucesso e das vantagens/desvantagens das diversas soluções, análise resultante da Matriz do ponto anterior, a par daquelas iniciativas de cooperação, aponta para que, na fase actual, e face aos investimentos e perfis de actuação das diferentes entidades, se ensaie a criação de **Centros de Apoio Técnico-económico Local** ou **Gabinetes Locais de Produto**.

### ■ Domínios de intervenção operacional

Estas **Unidades** deverão ter como **função-base** apoiar os produtores directos (actuais e futuros) nos seguintes domínios:

- Identificação de oportunidades de investimento nas explorações agro-rurais;
- Divulgação de instrumentos de financiamento da actividade;
- Preparação prévia de ideias de projecto com enraizamento na multifuncionalidade das explorações;
- Encaminhamento de projectos para as instituições responsáveis pela gestão dos programas de financiamento;
- Dinamização de iniciativas-piloto de animação socioeconómica local;
- Organização de visitas a experiências de produção e comercialização de produtos tradicionais, noutras regiões e no estrangeiro, em articulação com a Direcção Regional de Agricultura;
- Organização de acções de demonstração técnica de novas culturas (p.e., reconversão para o modo de produção biológica);

- Organização de acções de divulgação de elementos de inovação tecnológica e produtiva em articulação, p.e., com o futuro Centro Regional para a Inovação;
- Sensibilização dos produtores para os requisitos a preencher em matéria de dispositivos de qualidade e certificação de produtos, nomeadamente a constituição de agrupamentos de produtores e a observância de normas e directivas comunitárias;
- Organização de acções conjuntas com o Mercado Abastecedor Regional de Faro, na óptica da potenciação de oportunidades de escoamento organizado dos produtos tradicionais;
- Preparação de acções de negociação com entidades na esfera da intermediação com os consumidores finais (cadeias de distribuição alimentar, cadeias de hotelaria e restauração, ...);
- Apoio à integração em iniciativas e acções de comercialização e de marketing das produções locais (produtos tradicionais de qualidade), da responsabilidade de entidades com competência nesses domínios.

### ■ Elementos de operacionalização e gestão

□ **Modelo de gestão.** Articulação institucional orgânica entre a CCR e a D.R. Agricultura com estabelecimento de parcerias de projecto com ADL e organizações de produtores.

Estas Unidades devem promover uma articulação activa com as equipas técnicas da Direcção Regional de Agricultura (na óptica de encaminhamento para aspectos de apoio técnico especializado) e com os agentes de desenvolvimento das ADL e associações de produtores (numa óptica de qualificar a intervenção destas e de promover um suporte técnico às necessidades dos beneficiários finais).

□ **Estrutura técnica.** Coordenação de supervisão e coerência de lançamento e actividade dos núcleos produtivos territoriais. Estes devem incluir:

1. um(a) animador(a) com formação técnica

superior (politécnica ou universitária) das áreas da economia, agronomia, gestão, geografia ou sociologia, aliando uma componente técnica mais especializada a uma visão de conjunto das problemáticas do território;

2. um(a) administrativo(a) operacional para recolher necessidades e orientar a sua satisfação junto das unidades sectoriais especializadas (Agricultura, Centro Tecnológico, Universidade, ...).

❑ **Logística.** Espaço de funcionamento em junta de freguesia de localização predominante dos produtores dos produtos seleccionados, cooperativa ou organização de produtores; aluguer de salas de formação; meios de locomoção.

■ **Localização das Unidades**

Relativamente à localização das Unidades de apoio tecnico-económico e tendo presente os produtos seleccionados no Ponto 1 desta Síntese, a proposta provisória de localização, que carece de análise ponderada e de reflexão, é a seguinte:

PRODUTOS	LOCALIZAÇÃO DO CENTRO DE APOIO TECNICO-ECONÓMICO LOCAL/ GABINETE LOCAL DE PRODUTO
Derivados de alfarroba	S. Brás de Alportel/Salir
Flor de sal	Castro Marim/Olhão
Batata doce	Aljezur
Azeitona britada	Moncarapacho
Figo fresco	Stª. Catarina/Fonte do Bispo
Doçaria regional	Algoz
Queijo de cabra algarvia	S. Marcos da Serra/S. Bartolomeu
Cabrito de raça algarvia	S. Marcos da Serra/S. Bartolomeu
Enchidos de Monchique	Monchique





