

Guia de Boas Práticas Nacionais e Internacionais



ÍNDICE

1. NOTA INTRODUTÓRIA	3
2. EMPREENDEDORISMO	4
2.1. Definição	4
2.2. O empreendedorismo no Mundo	6
2.3. Tipos de Inovação	7
2.4. Indicadores do empreendedorismo	8
3. O EMPREENDEDORISMO NAS ZONAS DE BAIXA DENSIDADE DA REGIÃO NORTE.....	16
4. O SETOR AGRÍCOLA	28
4.1. União Europeia	28
4.2. Portugal, Região Norte e Territórios de Baixa Densidade	30
5. BOAS PRÁTICAS DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO AGRÍCOLA.....	47
5.1. Enquadramento	47
5.2. Novas abordagens ao empreendedorismo.....	49
5.3. Casos de sucesso.....	54
6. FATORES CRÍTICOS	73
6.1 Análise PEST	74
7. CARACTERIZAÇÃO PRÁTICA DO SISTEMA DE SUPORTE AO EMPREENDEDOR E DAS MEDIDAS ATIVAS DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO RURAL.....	79
7.1. O Sistema de Suporte ao Agricultor.....	79
7.2. Medidas Ativas de Promoção do Empreendedorismo Rural.....	84
ANEXO 1 – Lista de Municípios de Baixa Densidade	89
ANEXO 2 – Freguesias de Baixa Densidade em Municípios que não são de Baixa Densidade	93
8. BIBLIOGRAFIA	96

1. NOTA INTRODUTÓRIA

A AJAP – Associação dos Jovens Agricultores de Portugal tem em curso o projeto “**AJAP - Empreendedorismo Agrícola em Zonas de Baixa Densidade**” no âmbito do Aviso n.º 51-2016-06, do Sistema de Apoio às Ações Coletivas para Territórios de Baixa Densidade “Promoção do Espírito Empresarial” do Programa Norte 2020.

O projeto apresenta como objetivo, não só a **valorização do setor agrícola**, que embora já tenha atingido um paradigma de modernidade e de intensidade tecnológica associada a um modelo de agricultura de precisão, com maiores rendimentos e produções de maior valor acrescentado, mas, também, a **renovação do tecido empresarial de agricultores nos territórios de baixa densidade**, acelerando igualmente os processos de transformação produtiva das explorações no sentido de uma maior intensidade tecnológica, crescente diferenciação de produto e uma aposta na organização e comercialização concertadas.

Afigura-se, para tal, determinante captar potenciais jovens empresários agrícolas nos territórios de baixa densidade da Região Norte e facilitar a sua instalação, melhorando as carências observadas ao nível da sua capacitação técnica e administrativa.

O *screening* de boas práticas nacionais e internacionais pretende identificar as boas práticas a nível internacional, apontadas como casos de estudos. Neste contexto, a presente atividade pretende efetuar uma análise das práticas e metodologias adotadas em países que elevaram o setor agrícola e nele se posicionaram de forma competitiva, com o objetivo de identificar quais as boas práticas passíveis de ser adotadas e adaptadas à realidade nacional, tendo em vista o empreendedorismo agrícola qualificado e criativo nas zonas de baixa densidade da Região Norte, resultando, assim, um guia de boas práticas.

2. EMPREENDEDORISMO

2.1. Definição

A utilização do termo “empreendedorismo” é atribuída a Richard Cantillon (1755) e a Jean-Baptiste Say (1800). Ambos definiam os empreendedores como pessoas que correm riscos porque investem o seu próprio dinheiro em empreendimentos.

Mais tarde, em 1978, J. Schumpeter associa o empreendedorismo à inovação ao afirmar que “a essência do empreendedorismo está na perceção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios; tem sempre que ver com a criação de uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados do seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações”. Schumpeter descreveu, ainda, o empreendedor como responsável por processos de “destruição criativa”, que resultavam na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados.

O conceito de risco foi introduzido por K. Knight (1967) e Peter Drucker (1970). Por sua vez, em 1985, com Pinchot, foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora dentro da organização a que pertence.

Empreendedorismo é o processo que consiste em criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal, sendo que a satisfação económica é resultado de um objetivo alcançado (um novo produto ou empresa, por exemplo) e não um fim em si mesma (adaptado de R. Hirsch 2004). F. Cardoso (2010) menciona que “empreendedorismo tem sido definido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando à diminuição de custos e melhoria de resultados, sendo que o termo é constantemente relacionado à criação de novos negócios, geralmente micro e pequenas empresas”.

O empreendedorismo é, portanto, um fenómeno que se caracteriza por uma ligação aos seguintes fatores que muito contribuem para o sucesso de um novo negócio e que, por ordem de importância, são os seguintes:

- i) Informações e conhecimento;
- ii) Persistência e perseverança;

- iii) Recursos disponíveis;
- iv) Qualidade no que se faz;
- v) Dedicção;
- vi) Força de vontade;
- vii) Capacidade de assumir riscos.

No Green Paper da Comissão Europeia (2003) são apontados como razões para considerar o empreendedorismo importante, o respetivo contributo para:

- i) Aumentar a criação de emprego;
- ii) Promover o crescimento económico;
- iii) Melhorar a competitividade;
- iv) Aproveitar o potencial dos indivíduos;
- v) Explorar os interesses da sociedade (proteção do ambiente, produção de serviços de saúde, de serviços de educação e de segurança social).

Neste sentido, por trás dos empreendimentos (qualquer que seja a sua natureza) socialmente aceitáveis, estão seres humanos diferenciados, conhecidos por empreendedores que, para Joseph Schumpeter (1949), “são todos aqueles que destroem a ordem económica existente através da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Grande parte das interpretações relativas ao empreendedorismo combina as características do empreendedor, os processos que fazem parte da atividade empreendedora e os resultados dessa atividade. Em suma, o empreendedorismo é definido pela identificação de oportunidades e consequente criação de uma nova atividade económica, através da criação de uma nova organização, combinando a inovação, a capacidade de arriscar e a pró atividade - características muitas vezes consideradas como alicerces de um perfil empreendedor.

2.2. O empreendedorismo no Mundo

O empreendedorismo, através do crescimento da produtividade do trabalho, é um dos motores do crescimento económico. Efetivamente, o empreendedor contribui para o aumento do investimento em inovação, para o crescimento da produtividade e para a criação de novos empregos.

No entanto, o empreendedorismo é condicionado pelas características do país/região onde se encontra. Como tal, ao analisar os índices de empreendedorismo é necessário ter em consideração o “ecossistema” onde se encontra, ou seja, as atitudes/cultura, os recursos e as infraestruturas do país/região.

Anualmente, o Global Entrepreneurship and Development Institute (The GEDI Institute) desenvolve um índice que mede a saúde dos “ecossistemas” de empreendedorismo em 137 países.

A metodologia do GEDI Institute consiste na recolha de dados sobre as atitudes, capacidades e aspirações empresariais da população local que é, posteriormente, ponderada pelas infraestruturas sociais e económicas. Este processo divide-se em 14 pilares avaliados pelo The GEDI Institute¹.

Em 2017, os Estados Unidos da América ocupavam o primeiro lugar do *ranking* do Índice Global de Empreendedorismo, com uma pontuação de 83,37, seguidos pela Suíça com uma pontuação de 77,96 e pelo Canadá com 75,60.

Figura 1 - Top 10 | Índice Global de Empreendedorismo

#	País
1	Estados Unidos da América
2	Suíça
3	Canadá
4	Suécia
5	Dinamarca
6	Islândia
7	Austrália
8	Reino Unido
9	Irlanda
10	Holanda

Fonte: Global Entrepreneurship and Development Institute, 2017.

Dos 137 países avaliados, Portugal ocupa o 29º lugar a nível mundial e o 18º lugar a nível europeu (tendo sido analisados 41 países europeus), com uma pontuação de 47,21. Dos 14 pilares avaliados pelo The GEDI Institute, Portugal destaca-se ao nível da Internacionalização, sendo a sua área mais frágil a Inovação do Produto.

¹ Opportunity Perception, Startup Skills, Risk Acceptance, Networking, Cultural Support, Opportunity Startup, Technology Absorption, Human Capital, Competition, Product Innovation, Process Innovation, High Growth, Internationalization e Risk Capital.

2.3. Tipos de Inovação

De acordo com o “Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data”, da OCDE, a Inovação é a implementação de:

- um **produto** (bem ou serviço) ou **processo** novo ou significativamente melhorado;
- um novo **método de marketing**;
- um **novo método organizacional** das práticas empresariais, do local de trabalho ou das relações externas.

Seguindo a definição da OCDE, o mínimo exigido para se considerar uma Inovação é que o produto, o processo, o método de *marketing* ou o método organizacional sejam novos ou significativamente melhorados para a empresa, incluindo-se os produtos, os processos e os métodos desenvolvidos pela própria empresa e aqueles que foram adotados de outras empresas ou organizações.

“An innovation is the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations”.

OCDE, 2005: Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

Neste sentido, a OCDE no “Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data” identifica os principais quatro tipos de inovação:

Inovação do Produto/Serviço

“A inovação do produto é a introdução de um bem ou serviço novo, ou significativamente melhorado, no que respeita as suas características ou utilidades. Incluem-se melhorias significativas nas especificações técnicas, componentes e materiais, incorporação de *software*, facilidade de utilização ou outras características funcionais”.

Inovação do Processo

“A inovação do processo é a implementação de um novo, ou significativamente melhorado, método de produção ou de entrega. Incluem-se mudanças significativas nas técnicas, equipamentos e/ou *software*”.

Inovação de *Marketing*

“A inovação de *marketing* é a implementação de um novo método de *marketing* que contemple mudanças significativas no *design* do produto ou na sua embalagem, na colocação do produto, na sua promoção ou na definição do preço”.

Inovação Organizacional

“A inovação organizacional consiste na implementação de um novo método organizacional nas práticas comerciais da empresa, na organização do local de trabalho ou nas relações com o exterior”.

2.4. Indicadores do empreendedorismo

De acordo com o Programa dos Indicadores do Empreendedorismo (EIP), um estudo desenvolvido pela OCDE/Eurostat, os fatores chave que influenciam a *performance* empreendedora podem ser divididos em 6 áreas:



Quadro legal



Condições de mercado



Acesso ao financiamento



Investigação e desenvolvimento



Capacidades empreendedoras

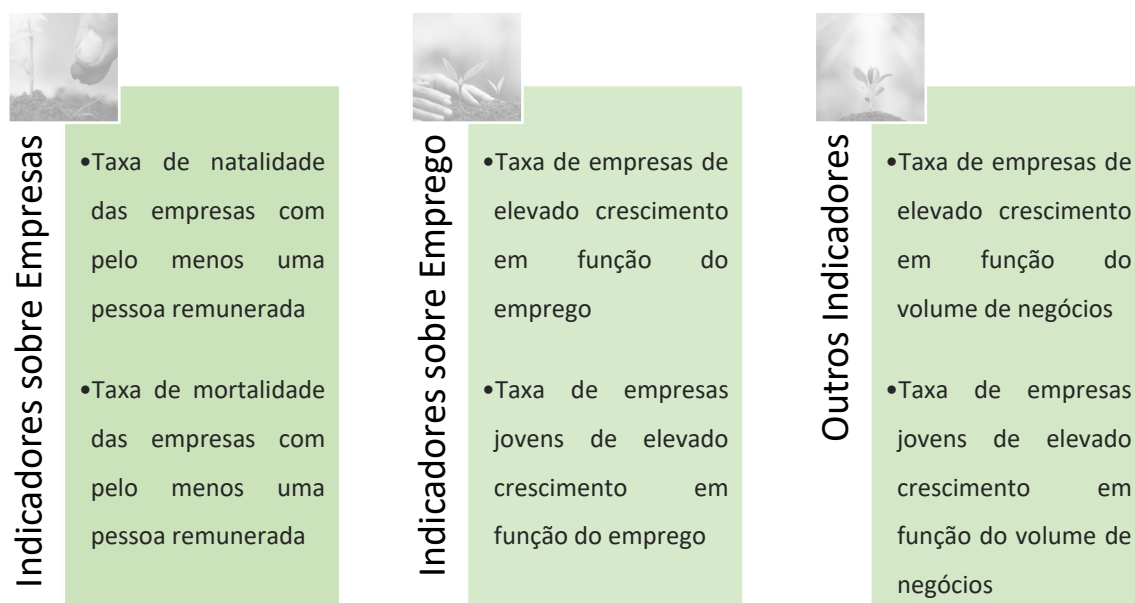


Cultura

Quando se avalia a *performance* empreendedora, é normal que o primeiro indicador a considerar seja a criação de novas empresas. No entanto, o empreendedorismo compreende, não só a criação de novos negócios, mas também a melhoria dos produtos e processos de empresas que já se encontram no mercado.

Neste sentido, a OCDE/Eurostat identificou seis indicadores chave para medir a *performance* empreendedora, identificando três dimensões distintas (empresas, emprego e riqueza):

Figura 2 - Estrutura conceptual dos indicadores da performance empreendedora, OCDE/Eurostat



Indicadores sobre Empresas

Em 2015, existiam em Portugal 1.163.082 empresas² das quais 396.653 empresas, cerca de 34,10%, localizavam-se na Região Norte:

396.653 empresas na Região Norte

250.423 empresas na Região Centro

323.037 empresas na Área Metropolitana de Lisboa

79.710 empresas no Alentejo

62.981 empresas no Algarve

24.361 empresas na Região Autónoma da Madeira

25.917 empresas na Região Autónoma dos Açores

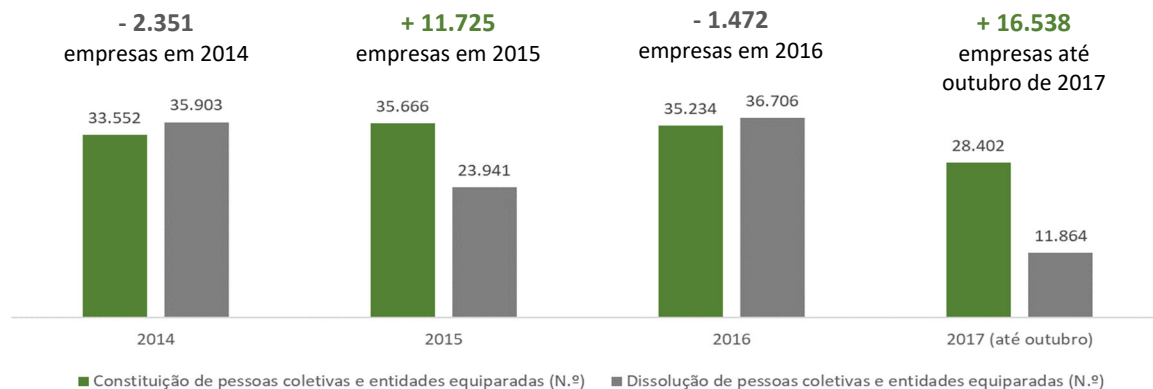
Fonte: INE, 2015.

A análise da constituição e a dissolução de empresas, ao longo dos últimos anos, permite verificar que, a nível nacional, existiu a criação líquida de empresas em 2015 e em 2017 (dados até outubro).

² Entidade jurídica (pessoa singular ou coletiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e/ou serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afetação dos seus recursos correntes. Uma empresa pode exercer uma ou várias atividades, em um ou em vários locais.

Por outro lado, em 2014 e 2016, a dissolução de empresas foi superior à sua constituição, existindo um decréscimo do número de empresas no País:

Figura 3 – Constituição e Dissolução de empresas em Portugal



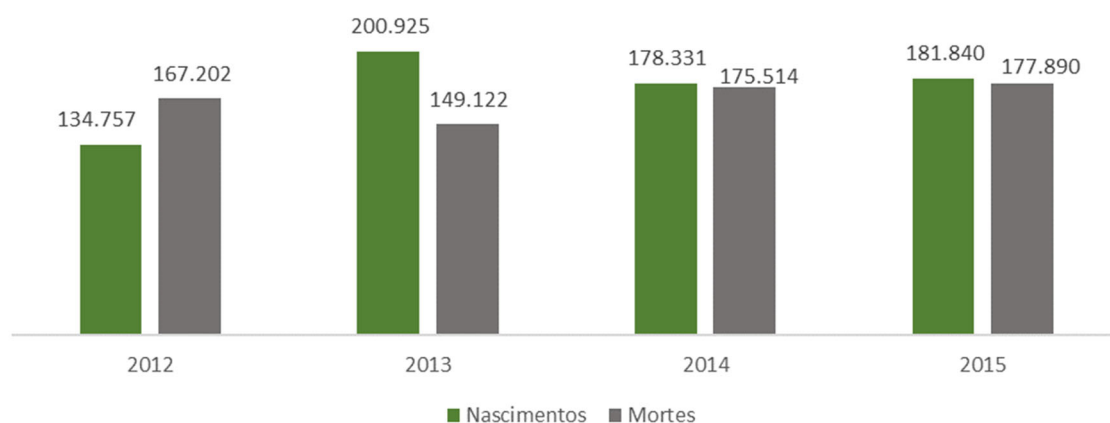
Fonte: INE, outubro 2017.

Pela análise da figura anterior verifica-se que, durante o ano de 2017 (e até outubro), foram constituídas em Portugal 28.402 empresas, tendo-se registado, apenas, a dissolução de 11.864 empresas, um valor bastante inferior aos anos anteriores.

Relativamente aos nascimentos e mortes das empresas, os dados mais recentes são do INE e do PORDATA e reportam a 2015.

Neste sentido, em 2015, iniciaram atividade em Portugal 181.840 empresas, correspondendo a uma taxa de natalidade de 15,49%. No mesmo ano, cessaram atividade 177.890 empresas, traduzindo-se numa taxa de mortalidade de 15,10%.

Figura 4 – Nascimentos e Mortes de empresas em Portugal



Fonte: PORDATA, 2015.

Pela análise do gráfico anterior verifica-se que, com exceção de 2012, os nascimentos de empresas foram superiores aos seus encerramentos.

Importa ainda referir que, em 2015, a taxa de sobrevivência das empresas nascidas 2 anos antes era de 60,55%.



Indicadores sobre Emprego

Em 2016, residiam em Portugal um total de 10.309.573 habitantes, representando uma densidade populacional de, aproximadamente, 111,8 habitantes/km²:

73% dos residentes viviam em áreas predominantemente urbanas (445,9 residentes/km²).

14% dos residentes viviam em áreas mediantemente urbanas (79,8 residentes/km²).

13% dos residentes viviam em áreas predominantemente rurais (23,3 residentes/km²).

Fonte: INE, 2016.

Figura 5 – População residente por local de residência



Fonte: INE, 2016.

A população residente em Portugal é, predominantemente, feminina (52,64%) e distribui-se, maioritariamente, pela classe etária dos 25 aos 64 anos (54,26%), pertencendo, de seguida, o valor mais elevado à faixa etária de população com mais de 65 anos (21,11%).

Figura 6 – População Residente por grupo etário em Portugal



Fonte dados: INE, 2016 / Fonte imagens: Google e banco de imagens AJAP.

Relativamente às habilitações literárias, é de realçar que a maioria da população residente em Portugal possui, apenas, o Ensino Básico (55,12%) e só 11,79% da população concluiu o Ensino Superior (dados do INE, Censos de 2011).

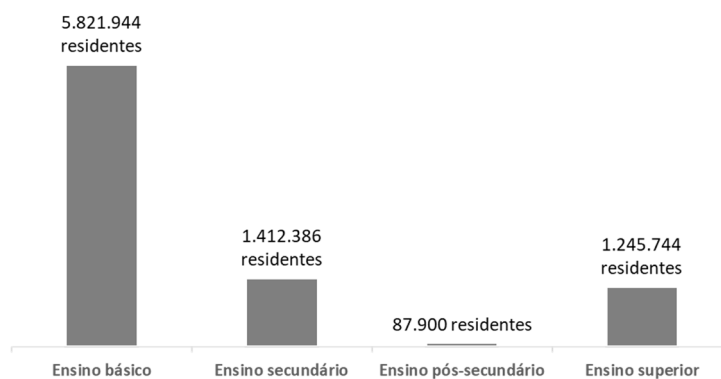
A figura infra demonstra o ainda baixo nível de escolaridade de Portugal onde 74,00% da população possui um nível de escolaridade Básico ou inferior:

Figura 7 – População Residente em Portugal por nível de escolaridade

10.562.178
residentes em Portugal

1.994.204 residentes
sem nível de escolaridade

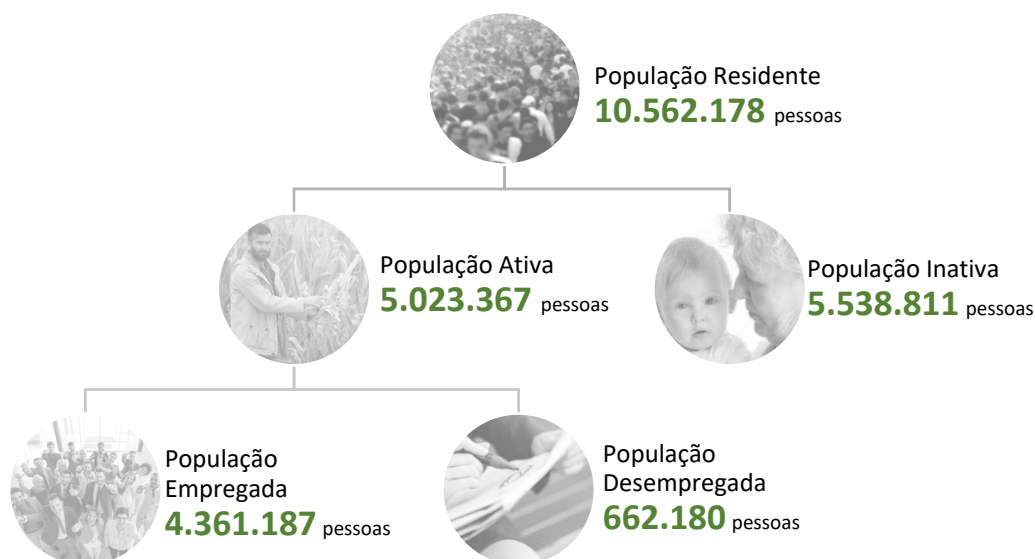
8.567.974 residentes
com nível de escolaridade completo



Fonte: INE, 2011.

De acordo com os dados disponibilizados pelo INE (Censos 2011), a taxa de atividade de Portugal era de 47,56% e a taxa de desemprego era de, aproximadamente, 12,7%. De referir que, em 2016, registou-se uma taxa de desemprego de 11,1%, verificando-se uma melhoria face a 2011.

Figura 8 – Dados demográficos de Portugal



Fonte dados: INE, 2011 / Fonte imagens: Google e banco de imagens AJAP.

Quanto à atividade económica de Portugal, e analisando os resultados obtidos com o Censos de 2011, verifica-se uma predominância do setor terciário que emprega 3.073.092 pessoas. Destas, cerca de 40,81% das pessoas trabalham em setores “de natureza social” e as restantes 59,19% pessoas, desempenham funções “relacionadas com a atividade económica”.

No setor secundário trabalham 1.154.709 pessoas e, no setor primário, trabalham 133.386 pessoas.



3,06% da população empregada trabalha no setor primário;

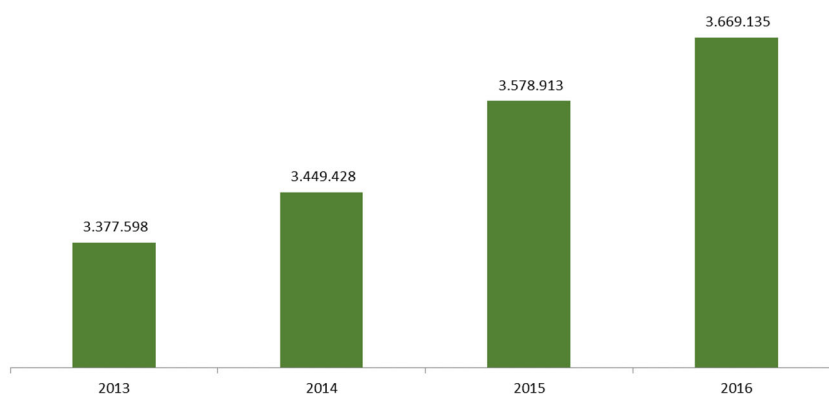


26,48% da população empregada trabalha no setor secundário;



70,46% da população empregada trabalha no setor terciário.

Figura 9 – Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas



Fonte: INE, 2016.

Pela análise da figura anterior, verifica-se que o número de pessoas empregadas em empresas tem apresentado uma tendência de crescimento ao longo dos últimos anos. Entre 2013 e 2016, o número de pessoas ao serviço de empresas aumentou 8,63%. Estes dados refletem a diminuição das taxas de desemprego e o aumento do número de empresas em Portugal.

Em suma, Portugal é caracterizado por uma população maioritariamente feminina, em idade ativa, com baixos níveis de escolaridade, com um elevado índice de envelhecimento e com uma baixa taxa de natalidade. Relativamente à atividade económica, verifica-se uma forte predominância das atividades do setor terciário e taxa de desemprego elevada.

Estes dados demonstram a necessidade de:

- apostar em novos negócios, que conduzam à criação líquida de postos de trabalho;
- desenvolver iniciativas que promovam o empreendedorismo;
- promover e incentivar o aumento das qualificações das pessoas.

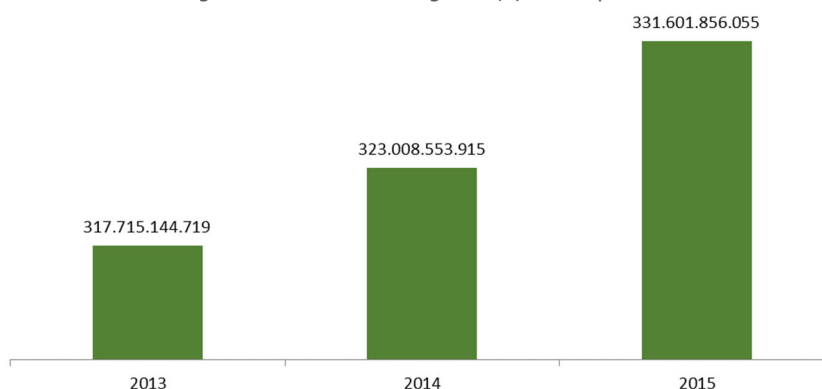


Outros Indicadores

Outro indicador que importa analisar e que tem de ser considerado quando se analisa o nível de empreendedorismo de um país é o Volume de Negócios.

Em 2015, o volume de negócios das empresas registou um montante de 331.601.856.055 euros, um valor 4,37% superior ao verificado em 2013.

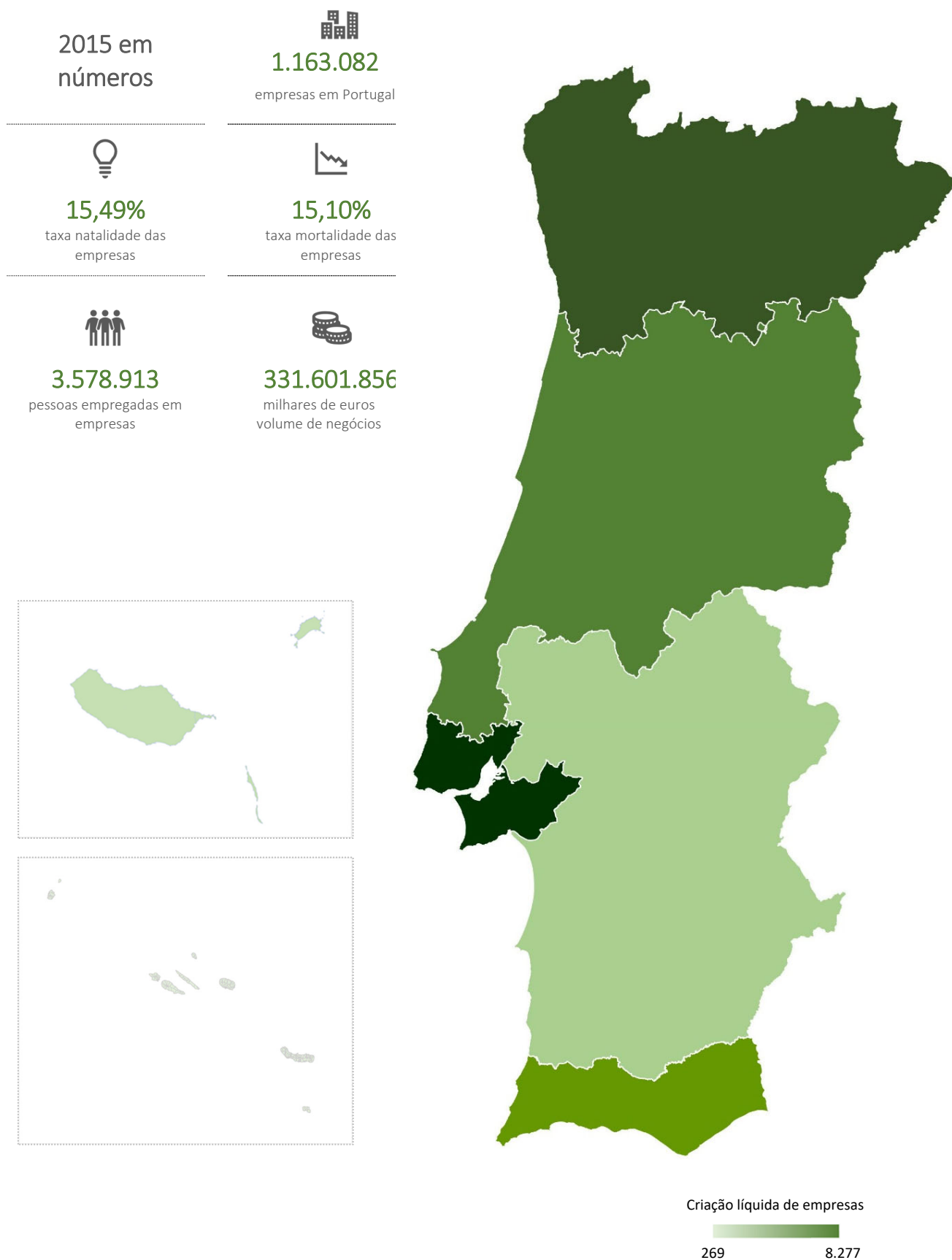
Figura 10 – Volume de negócios (€) das empresas



Fonte: INE, 2015.

Deste modo, verifica-se que, ao longo dos últimos anos, se tem alcançado não só um aumento do número de empresas e do número de pessoas ao serviço de empresas em Portugal, mas também, um aumento do seu volume de negócios.

Figura 11 – Criação líquida de empresas em Portugal



Fonte: INE e PORDATA, 2015

3. O EMPREENDEDORISMO NAS ZONAS DE BAIXA DENSIDADE DA REGIÃO NORTE

Portugal divide-se em 7 Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível 2 (NUTS II): a Região Norte, a Região Centro, o Alentejo, a Área Metropolitana de Lisboa, o Algarve, a Região Autónoma da Madeira e a Região Autónoma dos Açores.

A Região Norte é constituída pelos distritos de Viana do Castelo, Braga, Porto, Vila Real e Bragança e por alguns concelhos do norte dos distritos de Aveiro, Viseu e Guarda sendo limitada:

- A Norte e a Este, por Espanha;
- A Sul, pela Região Centro;
- A Oeste, pelo Oceano Atlântico.

Esta Região é constituída por 86 municípios, organizados em 8 Comunidades Intermunicipais (CIM): Alto Minho, Cávado, Ave, Área Metropolitana do Porto, Alto Tâmega, Tâmega e Sousa, Douro e Terras de Trás-os-Montes.

A Região Norte é a mais populosa do país com 3.584.575 residentes (INE, 2016), distribuídos por uma área de 21.278 km², o que se traduz numa densidade populacional de 168,46 residentes/km².

Como referido, em 2015, existiam em Portugal 1.163.082 empresas sendo que 34,10% das empresas localizavam-se na Região Norte, assegurando cerca de 39% das exportações nacionais e, aproximadamente, 29% do PIB da economia nacional.

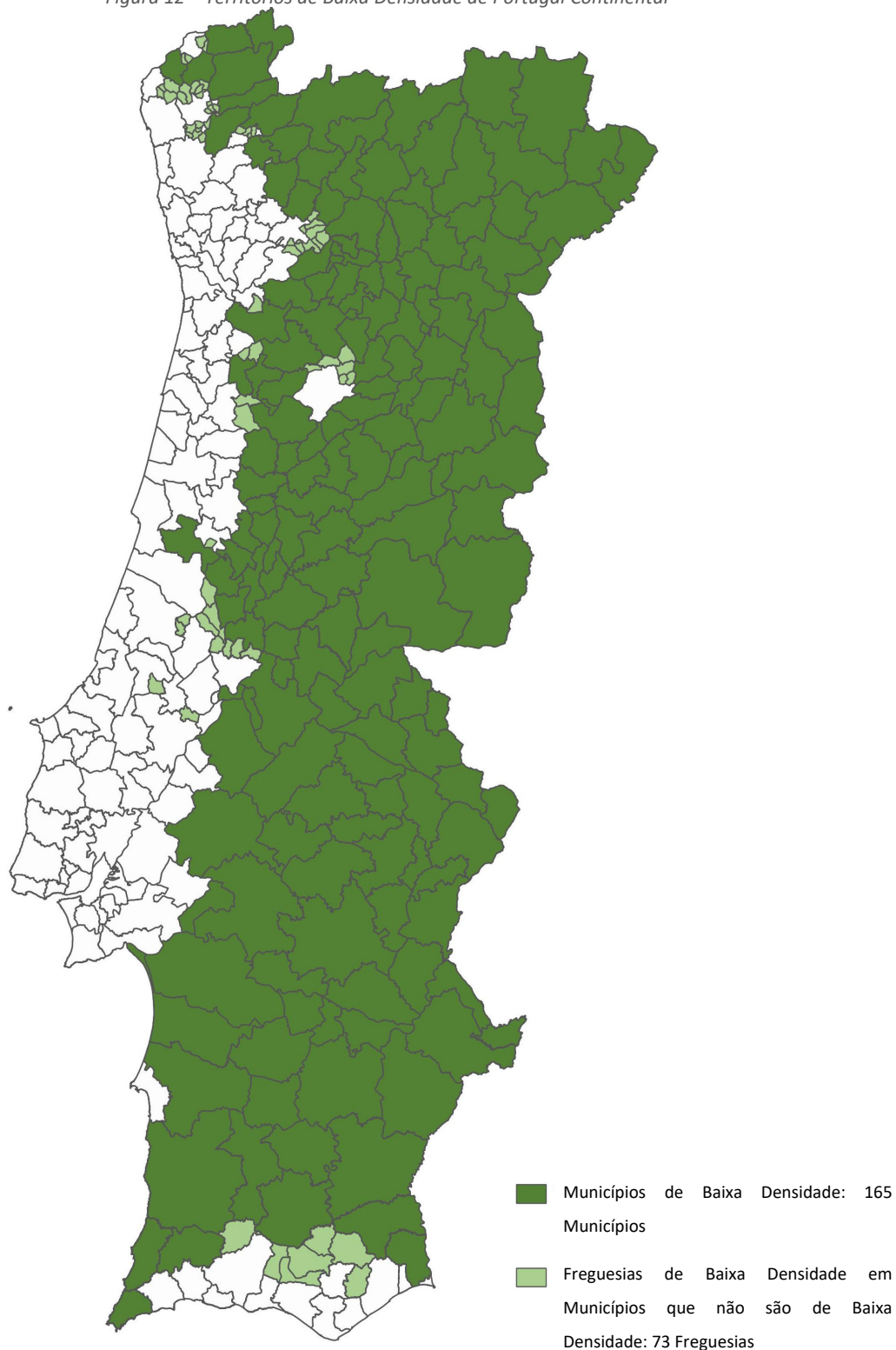
De acordo com a Comissão Interministerial de Coordenação (CIC) estão classificados, em Portugal, 165 municípios e 73 freguesias como territórios de baixa densidade. Para esta definição foi utilizada uma abordagem multicritério que considera a densidade populacional, a demografia, o povoamento, as características físicas do território, as características socioeconómicas e as acessibilidades. Neste sentido, estes territórios são caracterizados por apresentarem fortes ameaças de despovoamento, resultando:

- na desertificação física provocada pelo abandono de terras e das atividades produtivas conexas;
- no declínio das atividades económicas e a perda de massa crítica;
- no acréscimo significativo dos custos de provimento de infraestruturas e equipamentos de uso coletivo;

- na redução de serviços públicos fundamentais e a correspondente degradação da igualdade de oportunidades e de condições de vida.

A lista dos territórios de baixa densidade pode ser consultada nos Anexos 1 e 2.

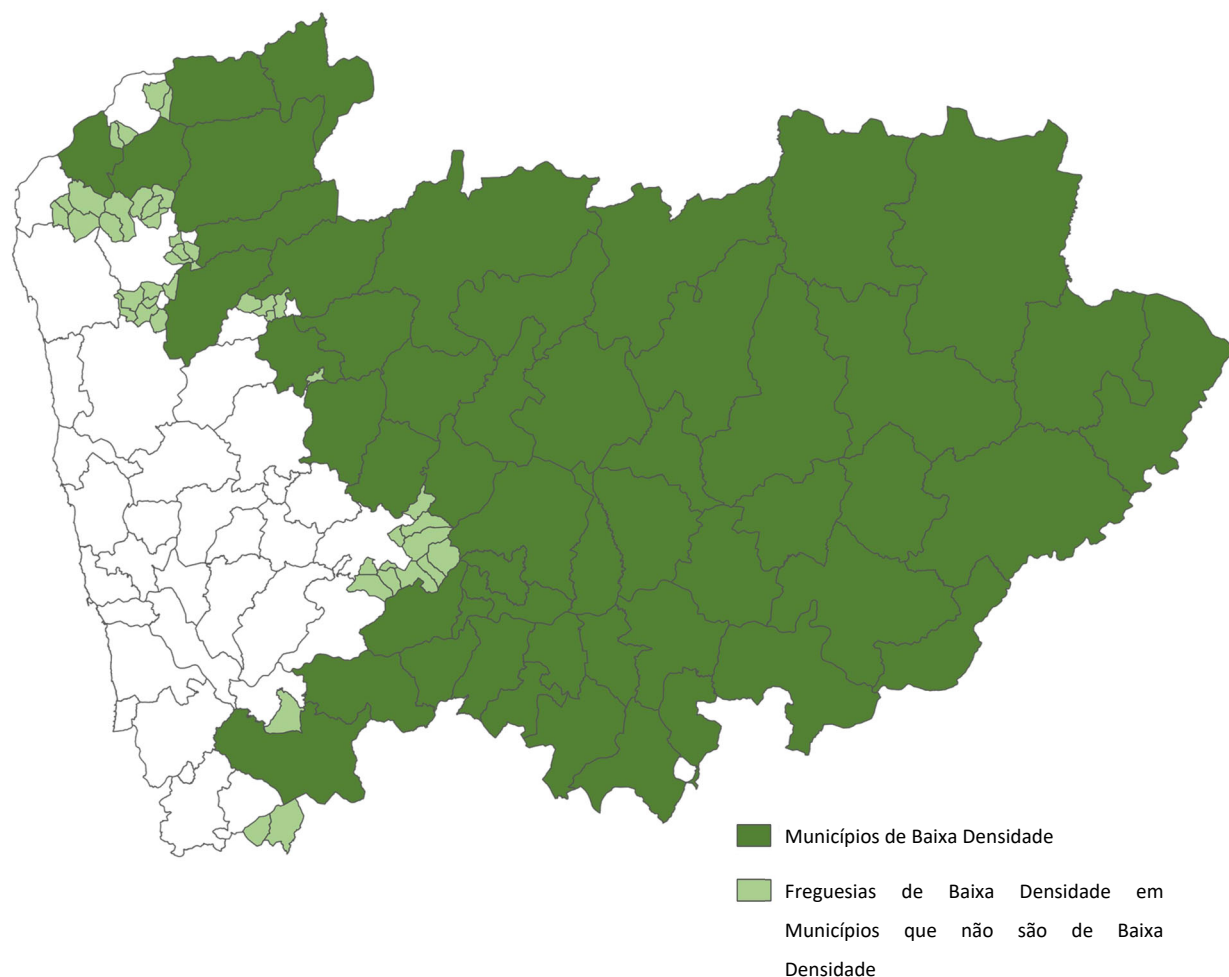
Figura 12 – Territórios de Baixa Densidade de Portugal Continental



Fonte: CIC Portugal 2020.

A Região Norte apresenta 52 municípios e 45 freguesias considerados como territórios de baixa densidade.

Figura 13 – Territórios de Baixa Densidade na Região Norte



Fonte: CIC Portugal 2020.

Neste sentido, importa analisar e focalizar as estatísticas sobre empreendedorismo na Região Norte e nas zonas de baixa densidade.



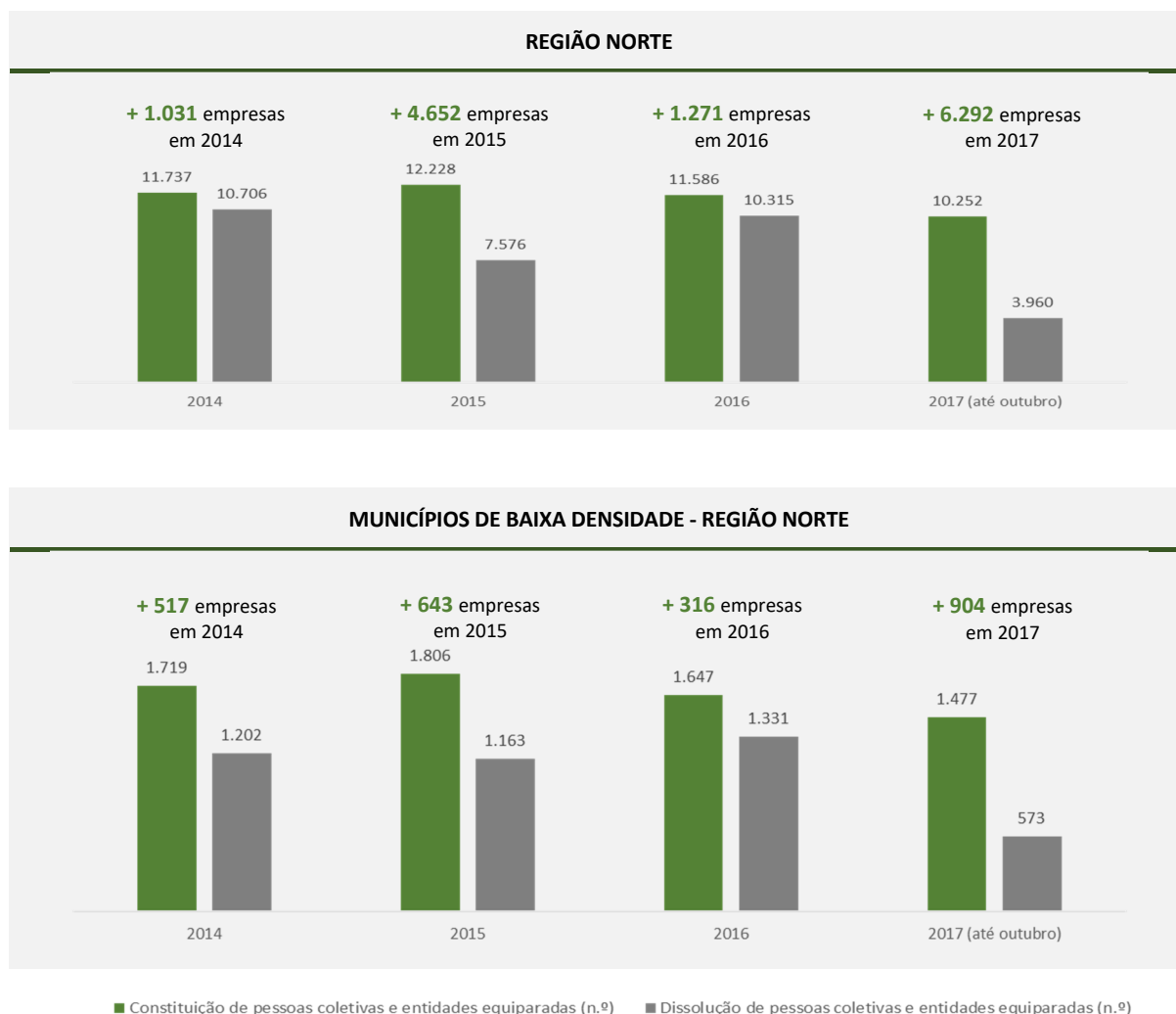
Indicadores sobre Empresas

Em 2015, 396.653 empresas em Portugal, cerca de 34,10%, localizavam-se na Região Norte. Destas, 95.530 empresas localizam-se em Municípios de Baixa Densidade (24,08% do total de empresas da Região Norte).

Relativamente à criação líquida de empresas (constituição menos dissolução de empresas), verifica-se um crescimento constante quer na Região Norte, quer nos Municípios de Baixa Densidade, ou

seja, desde 2014 e até outubro de 2017, a constituição de empresas é superior à sua dissolução nos territórios em análise.

Figura 14 – Constituição e Dissolução de empresas na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

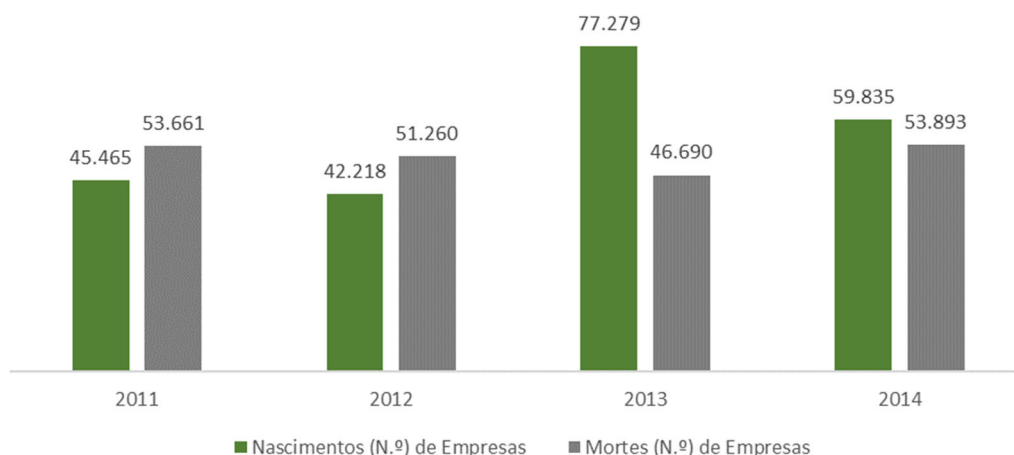


Fonte: INE, outubro 2017.

Quanto aos nascimentos e mortes das empresas na Região Norte, os dados mais recentes são do INE e reportam a 2014. De referir que esta informação não está disponível ao nível municipal.

Neste contexto, em 2014, iniciaram atividade 59.835 empresas na Região Norte, representando 33,89% do número de empresas que iniciaram atividade em Portugal e correspondendo a uma taxa de natalidade de 15,47% (em 2015 esta taxa foi de 13,98%). No mesmo ano, cessaram atividade 53.893 empresas, correspondendo a 31,23% do número total de empresas que cessaram atividade no país e traduzindo-se numa taxa de mortalidade de 13,94%.

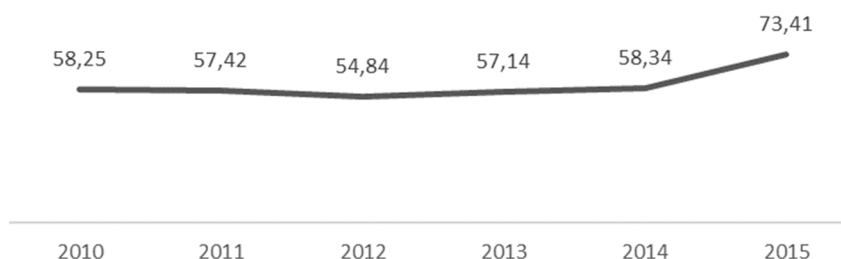
Figura 15 – Nascimentos e Mortes de empresas na Região Norte



Fonte: INE, 2014.

Em 2015 a taxa de sobrevivência das empresas nascidas 2 anos antes na Região Norte foi de 66,39%, uma percentagem superior à média nacional de 60,55%. Analisando apenas os Municípios de Baixa Densidade da Região Norte e efetuando-se uma média das taxas de sobrevivência de todos os municípios, verifica-se que esta taxa aumenta para 73,41%, tendo aumentado exponencialmente no último ano:

Figura 16 – Taxa de sobrevivência média (%) das Empresas nascidas 2 anos antes, dos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte



Fonte: INE, 2015.



Indicadores sobre Emprego

Em 2016 residiam na Região Norte 3.584.575 habitantes, representando 34,78% dos residentes em Portugal. Destes, apenas 715.911 habitantes residiam em territórios de baixa densidade³, sendo

³ Considerando que os dados estatísticos mais recentes apenas estão disponíveis ao nível municipal, não se considera, nesta análise, as freguesias de baixa densidade em Municípios que não são de baixa densidade.

que, em termos de superfície, os Municípios de Baixa Densidade representam 76,86% da área total da Região Norte.

Por sua vez, e através da análise do número de habitantes e a densidade populacional, facilmente se verificam as significativas disparidades entre territórios:

Figura 17 – Dados demográficos e territoriais da Região Norte e dos Territórios de Baixa Densidade da Região Norte

REGIÃO NORTE	MUNICÍPIOS DE BAIXA DENSIDADE REGIÃO NORTE
3.584.575 habitantes	715.911 habitantes
21.285,86 km ²	16.360,57 km ²
168,40 residentes/km ²	43,76 residentes/km ²

Fonte: INE, 2016.

À semelhança do que se verifica no resto do país, a população residente na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade é predominantemente feminina:

Figura 18 – População residente na Região Norte e dos Territórios de Baixa Densidade da Região Norte, por sexo

REGIÃO NORTE	MUNICÍPIOS DE BAIXA DENSIDADE REGIÃO NORTE
 	 
1.699.787 homens 47,42%	339.367 homens 47,40%
1.884.788 mulheres 52,58%	376.544 mulheres 52,60%

Fonte: INE, 2016.

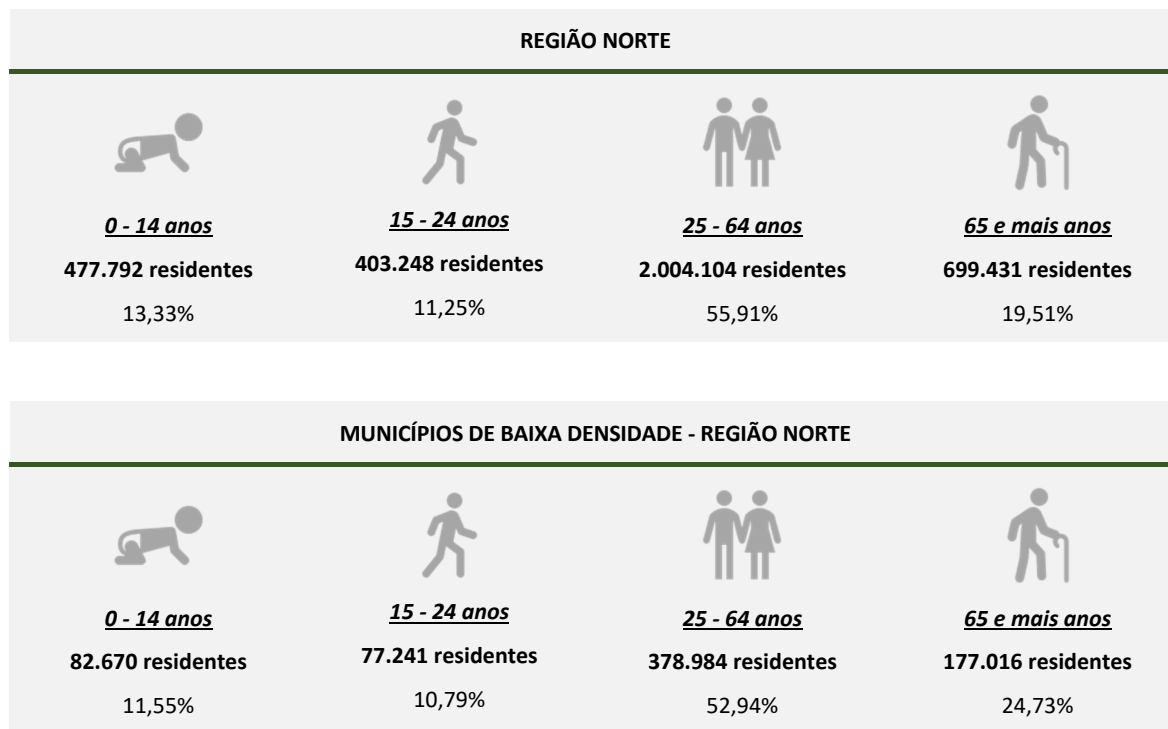
Ao nível da faixa etária, a Região Norte encontra-se extremamente envelhecida com 19,51% da população (699.431 habitantes) a apresentar 65 anos ou mais.

Esta realidade agrava-se quando se analisam os Municípios de Baixa Densidade da Região Norte, onde 177.016 dos habitantes, representando 24,73% da população, tem 65 anos ou mais.

Analisando a faixa etária mais jovem, verifica-se que, na Região Norte, apenas 477.792 dos residentes têm menos de 15 anos (13,33% da população). Por seu lado, nos Municípios de Baixa Densidade, o número de jovens com menos de 15 anos é de 82.670 residentes, representando 11,55% da população nestes territórios.

Estes dados traduzem num índice de envelhecimento de 146,39 e 214,12 na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade, respetivamente.

Figura 19 – População residente por grupo etário na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte



Fonte: INE, 2016.

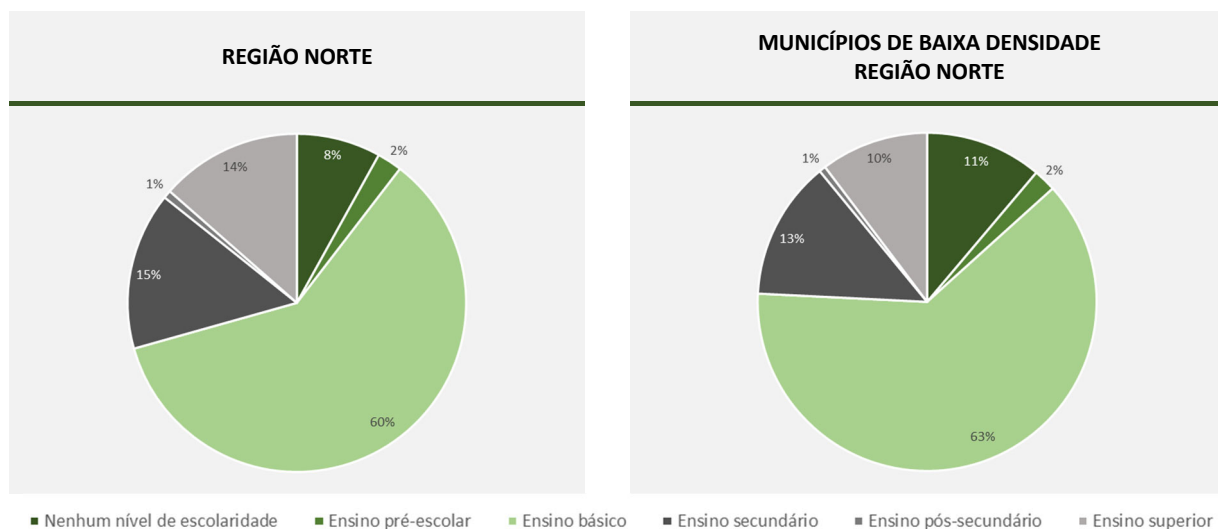
Relativamente às habilitações literárias, os dados mais recentes remetem aos Censos de 2011, verificando-se um agravamento das tendências verificadas a nível nacional.

De acordo com os dados do INE, a população residente que apenas possui Ensino Básico sobe para 60,21% na Região Norte, sendo que este valor ascende a 62,49% quando analisados os Municípios de Baixa Densidade.

Por outro lado, na Região Norte, a população residente que concluiu o Ensino Superior regista um aumento face à dinâmica nacional, verificando-se que 13,52% dos residentes concluíram este grau de ensino. Quanto aos Municípios de Baixa Densidade, esta percentagem decresce para os 10,30% da população.

A figura abaixo demonstra o ainda baixo nível de escolaridade nos territórios em análise onde mais de 70% da população possui um nível de escolaridade Básico ou inferior:

Figura 20 – População Residente na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte, por nível de escolaridade



Fonte: INE, 2011.

Analisando outros dados demográficos verifica-se que, na Região Norte, a taxa de atividade encontrava-se em linha com a média nacional, situando-se nos 47,59%. Por outro lado, a taxa de desemprego era de 14,47%, superior à média nacional.

Quanto aos Municípios de Baixa Densidade, estes apresentavam uma taxa de atividade inferior, de 40,17%, e uma taxa de desemprego de 12,78%.

Figura 21 – Dados demográficos da Região Norte e dos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

INDICADORES	REGIÃO NORTE	MUNICÍPIOS DE BAIXA DENSIDADE REGIÃO NORTE
População Inativa	1.933.617 habitantes	453.701 habitantes
População Ativa	1.756.065 habitantes	304.558 habitantes
Taxa de Atividade	47,59%	40,17%
População Desempregada	254.182 habitantes	38.933 habitantes
Taxa de Desemprego	14,47%	12,78%

Fonte: INE, 2011.

Como referido, a nível nacional verifica-se uma taxa de desemprego jovem (habitantes com idade entre 25 e 34 anos) de 8,7%, de acordo com os dados do INE de 2016.

Relativamente à Região Norte, este valor agrava-se, registando-se uma taxa de desemprego jovem de 9,6%, sendo a NUTS III Douro a que apresenta um valor mais elevado (13,3%), seguida das Terras de Trás-os-Montes (12%) e do Alto Tâmega (11,2%).

Figura 22 – Taxa desemprego jovem

Local de Residência	Desemprego jovem registado por 100 habitantes com idade entre 25 e 34 anos
Alto Minho	6,7%
Cávado	7,2%
Ave	7,9%
Área Metropolitana do Porto	10,6%
Alto Tâmega	11,2%
Tâmega e Sousa	8,7%
Douro	13,3%
Terras de Trás-os-Montes	12%
Região Norte	9,6%

Fonte: INE, 2016.

Atualmente, e ao nível da atividade económica, verifica-se que o setor primário apresenta uma representatividade, bastante reduzida, a nível nacional, sendo que apenas 3,06% da população empregada trabalha neste setor (INE, Censos 2011). Já o setor terciário emprega 70,46% da população.

Estas tendências mantêm-se na Região Norte, onde o setor primário representa 2,86% da população empregada (43.023 pessoas), o setor secundário emprega 35,55% da população (533.848 pessoas) e o setor terciário representa 61,59% (925.012 pessoas) da população empregada.

Da população empregue no setor terciário, 41,06% das pessoas trabalham em setores “de natureza social” e as restantes 58,94% das pessoas desempenham funções “relacionadas com a atividade económica”.

Analisando apenas os Municípios de Baixa Densidade, estas dinâmicas sofrem ligeiras alterações. O setor primário aumenta o seu peso em detrimento do setor secundário que regista uma menor percentagem de população empregue:



24.906 pessoas empregues no setor primário (9,38%);



77.094 pessoas empregues no setor secundário (29,02%);



163.625 pessoas empregues no setor terciário (61,60%).

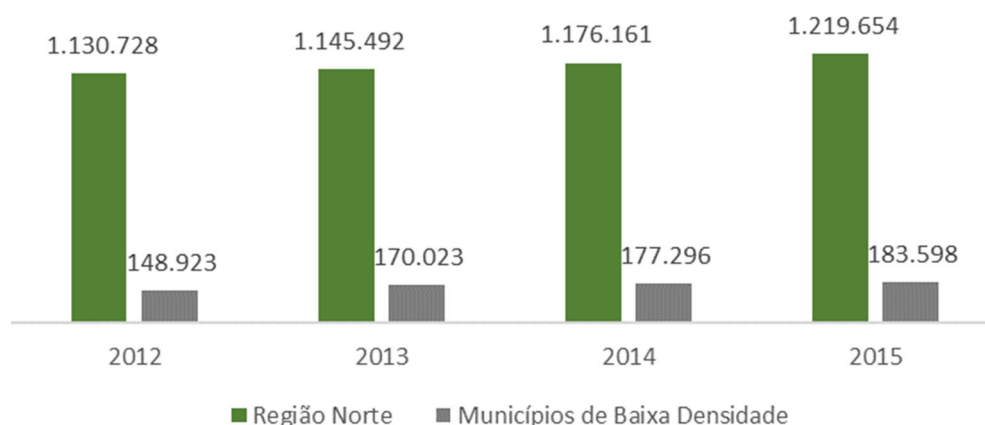
Fonte: INE, 2011.

Relativamente ao setor terciário, nos Municípios de Baixa Densidade, as atividades “de natureza social” ganham relevância, em comparação com a média nacional e a média da Região Norte. Neste sentido, 50,16% das pessoas trabalham em setores “de natureza social” e as restantes 49,84% das pessoas desempenham funções “relacionadas com a atividade económica”.

Estes dados estatísticos permitem aferir a importância do setor primário para o desenvolvimento económico e social dos Territórios de Baixa Densidade, através da criação de emprego e de sustento económico para as famílias.

À semelhança do que acontece a nível nacional, o número de pessoas empregadas em empresas tem apresentado uma tendência de crescimento ao longo dos últimos anos, quer na Região Norte, quer nos Municípios de Baixa Densidade, refletindo a diminuição das taxas de desemprego e o aumento do número de empresas.

Figura 23 – Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte



Fonte: INE, 2015.

Da análise da figura anterior podem efetuar-se duas conclusões basilares:

- Entre 2012 e 2015, o número de pessoas ao serviço de empresas aumentou significativamente nos Municípios de Baixa Densidade (+23,28%), registando um crescimento bastante superior ao verificado na Região Norte (+7,86%).
- No entanto, os Municípios de Baixa Densidade ainda têm uma baixa representatividade na Região Norte, no que concerne o pessoal ao serviço das empresas. A título de exemplo, em 2015 apenas 15,05% do pessoal ao serviço das empresas na Região Norte trabalhava em Municípios de Baixa Densidade.

Neste contexto, a Região Norte segue as tendências verificadas para Portugal, sendo caracterizada por uma população envelhecida, maioritariamente feminina e com baixos níveis de escolaridade.

Na Região Norte, tal como acontece a nível nacional, predominam as atividades do setor terciário, demonstrando o desenvolvimento do País.

Ao nível da taxa de desemprego, esta tem melhorado ao longo dos últimos anos, contudo, mantém-se elevada.

Comparando os Municípios de Baixa Densidade com a média da Região Norte, verificam-se algumas diferenças consideráveis. A densidade populacional é bastante inferior, a população encontra-se ainda mais envelhecida e o setor primário aumenta a sua representatividade na atividade económica.

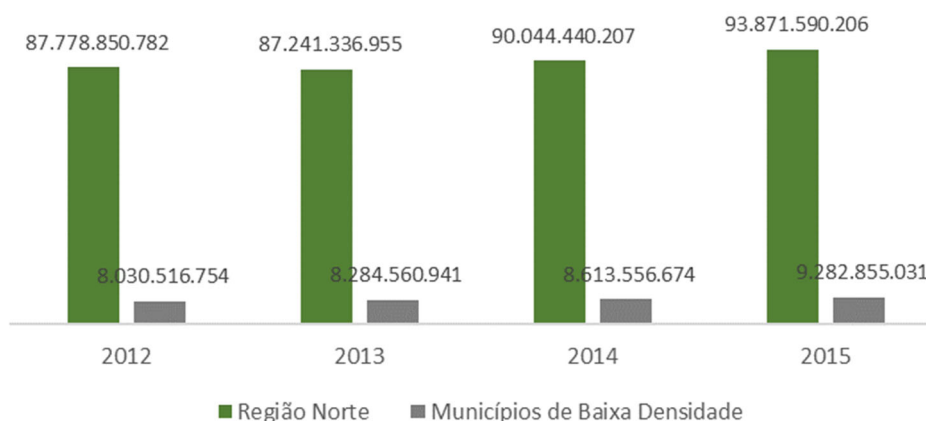
Deste modo, torna-se patente a necessidade de intervir e investir nestes territórios de forma a criar condições para a captação e retenção de pessoas e para o seu desenvolvimento, aproximando os seus indicadores demográficos, sociais e económicos da média da Região Norte e da média nacional.



Outros Indicadores

Ao longo dos últimos anos, o Volume de Negócios das empresas tem registado um aumento como consequência da melhoria da situação económica verificada em Portugal. Esta dinâmica verifica-se, também, quando se analisa, isoladamente, a Região Norte ou os Municípios de Baixa Densidade da Região Norte.

Figura 24 – Volume de negócios (€) das empresas na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte



Fonte: INE, 2015.

Em 2015, o volume de negócios das empresas na Região Norte registou um valor de 93.871.590.206 euros, 6,94% superior ao verificado em 2012.

Nos Municípios de Baixa Densidade, o volume de negócios tem, também, aumentado ao longo dos últimos anos. Contudo, apenas representa 9,89% do volume de negócios da Região Norte.

Pela análise efetuada verifica-se que na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade se tem acompanhado as dinâmicas verificadas a nível nacional, registando-se aumento do número de empresas, do número de pessoas ao serviço de empresas e do aumento do seu volume de negócios.

4. O SETOR AGRÍCOLA

4.1. União Europeia

De acordo com dados de 2016 disponibilizados pela Comissão Europeia, o setor agrícola europeu é caracterizado por:

- Cerca de **metade da população** da UE vive em zonas rurais.
- **44 milhões** de pessoas trabalham em toda a cadeia de abastecimento alimentar da UE.
- Existem cerca de **11 milhões** de explorações agrícolas na União Europeia.
- Os agricultores da UE possuem, em média, apenas **16 hectares de terras** e 66% das explorações têm menos de cinco hectares.
- A Europa é considerada **líder mundial** nos setores do azeite, dos laticínios, da carne, do vinho e das bebidas espirituosas.
- A União Europeia é o **maior importador mundial** de géneros alimentícios.
- A União Europeia apresenta sistematicamente um **excedente comercial dos produtos agrícolas** (25% do excedente comercial da UE é gerado pela exportação de produtos agrícolas).

Fonte: Comissão Europeia, “Compreender as Políticas da União Europeia - Agricultura”, 2016.

Na União Europeia a agricultura desempenha um papel de grande relevância ao nível do ambiente natural considerando que, cerca de metade do território da UE, são terras agrícolas. De facto, sem a agricultura, muitas terras seriam abandonadas conduzindo, ainda mais, à desertificação das regiões.

Neste contexto, é reconhecido pela União Europeia que a agricultura tem contribuído de forma ativa para criar e manter uma série de habitats seminaturais de grande valor e que os agricultores são atores económicos de grande importância estratégica, sendo o primeiro elo na cadeia de produção de alimentos.

No entanto, os agricultores com menos de 35 anos são pouco representativos na totalidade das explorações dirigidas por agricultores conforme informação seguinte:

6% das explorações eram dirigidas por agricultores com menos de 35 anos;

15% das explorações eram dirigidas por agricultores entre os 35 e os 44 anos;

23% das explorações eram dirigidas por agricultores entre os 45 e os 54 anos;

24% das explorações eram dirigidas por agricultores entre os 55 e os 64 anos;

31% das explorações eram dirigidas por agricultores com mais de 65 anos.

Fonte: Eurostat, 2013.

Como consequência da importância do setor e considerando o seu constante e crescente envelhecimento é urgente intervir de modo a incentivar os jovens agricultores e assegurar a continuidade entre as gerações, sendo este um desafio para o desenvolvimento rural da União Europeia.

Ao nível das importações e exportação de géneros alimentícios, verifica-se que a União Europeia apresenta, sistematicamente, um excedente comercial dos produtos agrícolas sendo, ao mesmo tempo, o maior importador mundial de géneros alimentícios e o maior exportador de produtos agrícolas.

A União Europeia tem desempenhado um papel ativo

na promoção de relações comerciais e de cooperação com países terceiros e blocos comerciais regionais, tendo celebrado ou encontrando-se a negociar acordos comerciais bilaterais com os países vizinhos e outros países e acordos de parceria económica com países em desenvolvimento.

A União Europeia desenvolveu uma política de promoção do desenvolvimento, apoiando os países em desenvolvimento a venderem os seus produtos agrícolas na União Europeia. Como consequência da política, em 2015, as importações da União Europeia de produtos agroalimentares provenientes de países menos desenvolvidos totalizaram os 3,4 mil milhões de euros.

Figura 25 – Produção dos agricultores da União Europeia

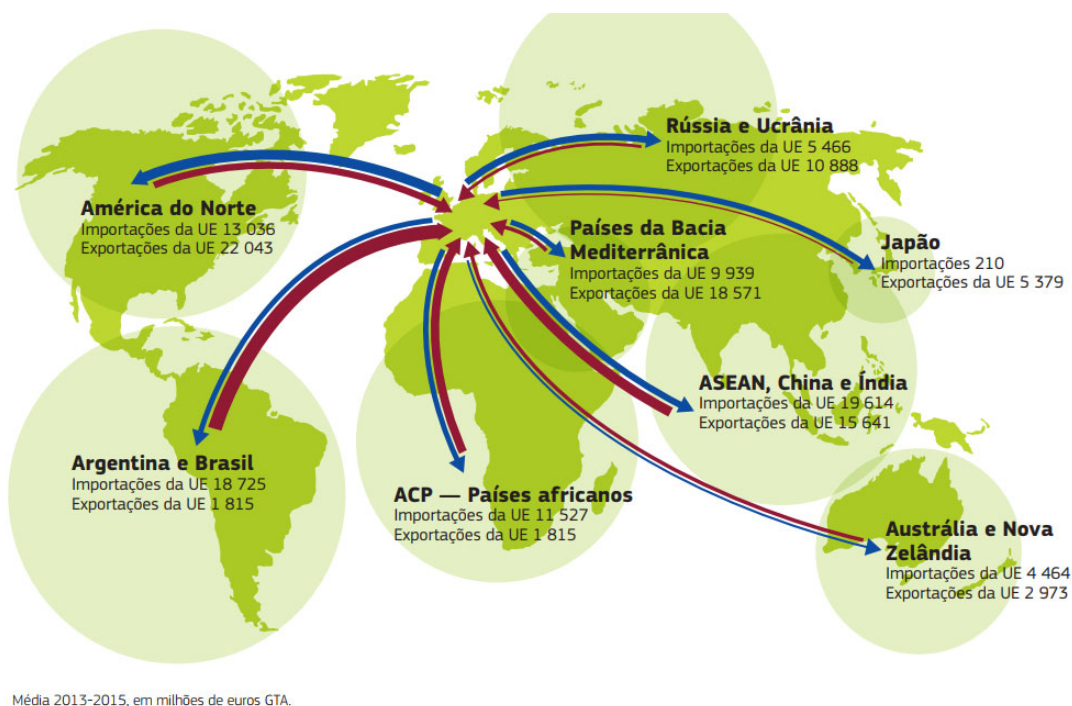


Fonte: Comissão Europeia, “Compreender as Políticas da União Europeia - Agricultura”, 2016.

Ao nível das exportações, a União Europeia é um dos principais exportadores mundiais, distinguindo-se dos restantes produtores agrícolas:

- pelo seu clima favorável;
- pela fertilidade dos seus solos;
- pelas competências técnicas dos seus agricultores.

Figura 26 – Comércio Agrícola da União Europeia



Fonte: Comissão Europeia, “Compreender as Políticas da União Europeia - Agricultura”, 2016.

4.2. Portugal, Região Norte e Territórios de Baixa Densidade

O envelhecimento demográfico traduz alterações na distribuição etária de uma população expressando uma maior proporção de população em idades mais avançadas. Esta dinâmica é consequência dos processos de declínio da natalidade e de aumento da longevidade e é entendida internacionalmente como uma das mais importantes tendências demográficas do século XXI.

De acordo com dados de 2015 do Instituto Nacional de Estatística (INE), após análise de alguns indicadores demográficos relativos ao envelhecimento da população em Portugal, e no contexto da União Europeia, verifica-se que Portugal apresenta no conjunto dos 28 Estados Membros:

- o 5º valor mais elevado do índice de envelhecimento;
- o 3º valor mais baixo do índice de renovação da população em idade ativa;
- o 3º maior aumento da idade mediana entre 2003 e 2013.

O fenómeno tem ainda um impacto maior se estivermos a falar do envelhecimento do espaço rural, dado que, isso implica o aumento do abandono das áreas e atividades, direta e indiretamente, ligadas à agricultura.

O “abandono do campo”, aliado ao crescente fluxo migratório para as zonas litorais e grandes centros urbanos por parte da população mais jovem, em busca de melhores condições de vida, tem graves consequências para as regiões do interior: desertificação acentuada e desvitalização do território, com diminuição do dinamismo social e económico.

Já em 2003, o Relatório Técnico “O Abandono da Atividade Agrícola” referia que “o fenómeno já é hoje uma realidade visível em quase todas as regiões do país, mas principalmente porque é previsível que atinja uma expressão significativamente maior a curto/ médio prazo”.

O grupo de trabalho, no seu relatório, desenvolveu um conjunto de previsões, e segundo os mesmos “é previsível que até ao ano 2010, cerca de 200.000 agricultores cessem, por razões naturais, a sua atividade agrícola”.

Por outro lado, indicavam também que “a maioria não tinha sucessor, pelo que era inevitável o abandono rural, dando origem a problemas cuja repercussão social, económica, cultural e ambiental não pode ser ignorada”.

Passados que foram mais alguns anos, o abandono rural atingiu uma expressão elevada, com consequências sérias ao nível da produção nacional de bens hortofrutícolas essenciais, do emprego em espaço rural, do ambiente e das paisagens rurais.

É neste contexto de necessidade urgente de “retorno à terra” e “regresso às origens”, que se devem fomentar iniciativas que apoiem os Jovens Agricultores e os Jovens Empresários Rurais, tendo em conta que as mesmas resultarão melhor se, for incutido nos novos ocupantes do território, não só o valor imaterial do espaço que vão ocupar (carregado de tradições, usos, costumes, lendas, gastronomia variada, monumentos, paisagem, etc.) como também, o respeito pela preservação dos recursos naturais e biodiversidade, dado que são estes os pilares que suportaram as suas atividades no Espaço Rural.

Há que ter em conta que as atividades que estejam, de uma forma direta ou indireta, ligadas à agricultura podem gerar produtos inovadores e atividades de prestação de bens e serviços, que vão trazer rejuvenescimento, coesão e sustentabilidade ao espaço rural.

Nas regiões com particular risco elevado de abandono rural existe a necessidade de implementar medidas que conduzam à viabilização/reconversão do espaço rural para atividades mais rentáveis, o que só é possível se a estratégia for abrangente e integrada de forma complementar no contexto regional e nacional.

Assim, é de grande importância:

- Repensar a estrutura empresarial das regiões;
- Incrementar as boas práticas dos negócios tradicionais, dando-lhes um toque de modernidade com o recurso às novas tecnologias;
- Valorizar as amenidades resultantes das atividades, direta e indiretamente, relacionadas com a agricultura que protejam o ambiente, a biodiversidade e as paisagens rurais;
- Reconhecer, através da distinção dos produtos tradicionais, da reorganização dos sistemas produtivos e da formação profissional dos jovens empresários rurais, o seu contributo para o desenvolvimento e sustentabilidade do mundo rural.

Neste sentido, importa agora analisar alguns dados estatísticos referentes ao setor agrícola de forma a melhor perceber e conhecer as dinâmicas do setor.

De referir que a informação estatística disponível está organizada por atividade económica sendo considerada a atividade económica “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”.

Deste modo, e seguindo a mesma estrutura utilizada nos capítulos anteriores, são apresentados os seguintes indicadores:



Indicadores sobre Empresas

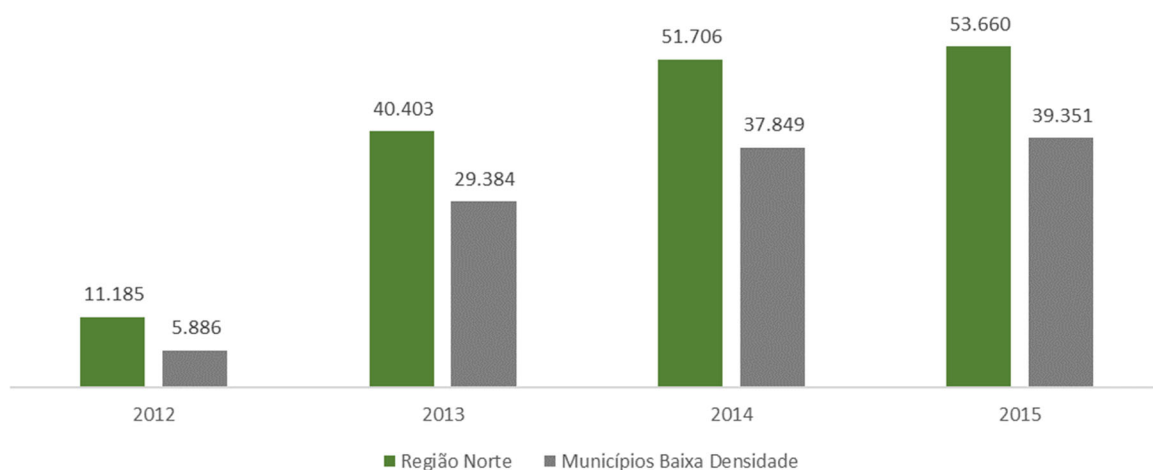
Conforme referido anteriormente, em 2015, existiam 1.163.082 empresas em Portugal das quais 396.653 localizam-se na Região Norte, sendo que 53.660 empresas enquadram-se no setor “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”, traduzindo-se num peso de 13,53% do total de empresas da Região Norte.

Ao nível dos Municípios de Baixa Densidade, o número total de empresas era de 95.530, em 2015, sendo que 39.351 empresas (41,19%) exerciam atividade no setor “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”.

Estes dados permitem constatar que o peso do setor no total do número de empresas é substancialmente superior nos Municípios de Baixa Densidade.

Importa, ainda, referir que o número de empresas do setor “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados” tem aumentado ao longo dos últimos anos, quer na Região Norte, quer nos Municípios de Baixa Densidade.

Figura 27 – Número de empresas com atividade económica “Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca”



Fonte: INE, 2015.

Analisando outras estatísticas do setor “Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca” na Região Norte obtém-se:

11,59%
Taxa Natalidade em 2015

12,30%
Taxa Mortalidade em 2014

77,86%
Taxa Sobrevivência em 2015
das Empresas nascidas 2 anos antes

Fonte: INE, 2015.

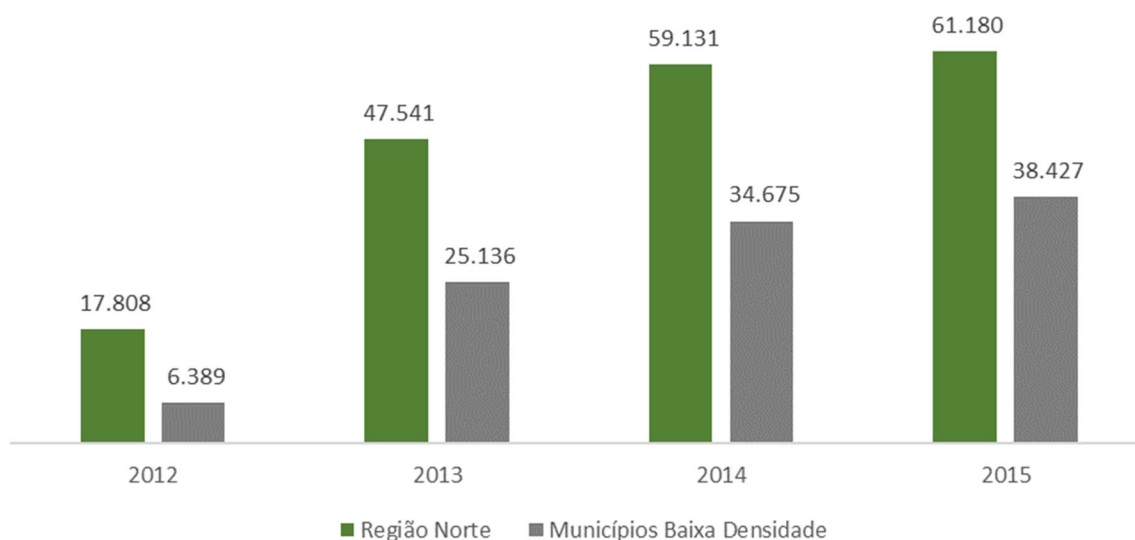


Indicadores sobre Emprego

Em 2015, na Região Norte, estavam empregues 61.180 pessoas em empresas que desenvolviam atividade económica em “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços

relacionados”. Destas, 62,81% pertenciam a Municípios de Baixa Densidade, demonstrando a relevância do setor primário e da agricultura nestas localidades.

Figura 28 – Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas na área económica “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”



Fonte: INE, 2015.

Analisando a figura anterior, verifica-se que o número de pessoas empregues na área económica “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados” tem aumentado ao longo dos últimos anos, acompanhando a tendência de crescimento do número de empresas no setor, na Região Norte e nos Municípios de Baixa Densidade.

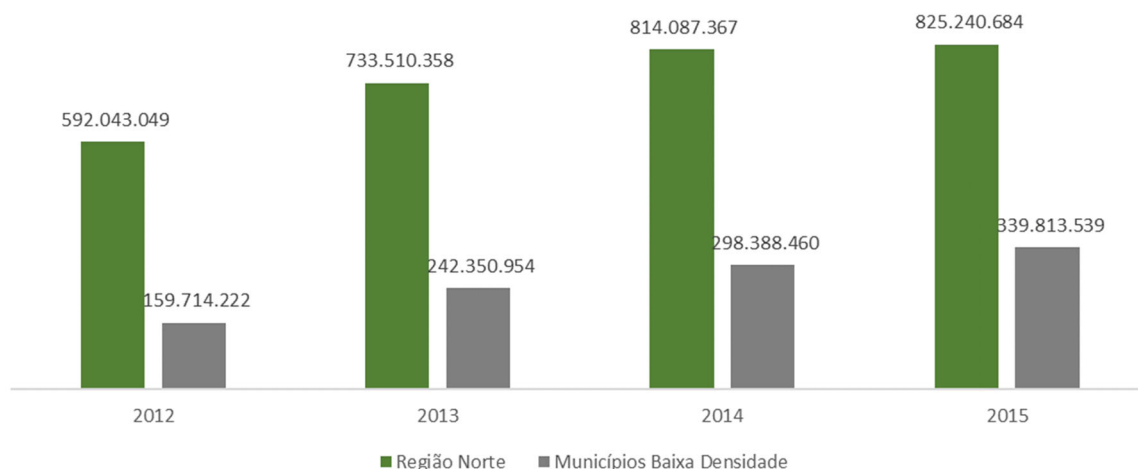


Outros Indicadores

A par do que se verifica a nível nacional, o volume de negócios das empresas na região e, mais especificamente, na área económica “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados” tem registado um aumento ao longo dos últimos anos.

Em 2015, o volume de negócios das empresas na Região Norte registou um valor de 93.871.590.206 euros sendo que, deste valor, apenas 825.240.684 euros estavam associados a atividades de “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”, refletindo um peso reduzido desta área económica no total do volume de negócios (0,88%).

Figura 29 – Volume de negócios (€) das empresas na área económica “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados”



Fonte: INE, 2015.

Nos Municípios de Baixa Densidade, o volume de negócios no setor “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados” também tem aumentado ao longo dos últimos anos, representando 3,66% do total de volume de receitas destas localidades.

Neste contexto, constata-se que o setor “Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados” tem maior representatividade nos Municípios de Baixa Densidade do que na totalidade da Região Norte.

Em 2009, foi efetuado o Recenseamento Agrícola, com o objetivo de analisar e estudar um conjunto de indicadores que permitem aferir a estrutura das explorações agrícolas e dos sistemas produtivos.

Através da análise dos dados disponibilizados pelo INE através do Recenseamento, foi possível identificar um conjunto de indicadores que importa analisar:

- Superfície agrícola utilizada (ha);
- Explorações agrícolas (N.º);
- Grupo etário, sexo e nível de escolaridade dos produtores agrícolas singulares (N.º);
- Razão de continuidade dos produtores agrícolas singulares (N.º).

Superfície agrícola utilizada (ha)

Portugal	Região Norte	Municípios Baixa Densidade
3.668.145 hectares	644.027 hectares 17,56% de Portugal	544.658 hectares 84,57% da Região Norte

Portugal possui 3.668.145 hectares de superfície agrícola utilizada, destes:

1.170.200 hectares (31,90%) são utilizados para “explorações especializadas - produções vegetais”;

1.668.044 hectares (45,47%) são utilizados para “explorações especializadas - produtos animais”;

829.900 hectares (22,62%) são utilizados para “explorações mistas”.

A **Região Norte** possui 644.027 hectares de superfície agrícola utilizada, destes:

355.150 hectares (55,15%) são utilizados para “explorações especializadas - produções vegetais”;

141.400 hectares (21,96%) são utilizados para “explorações especializadas - produtos animais”;

147.477 hectares (22,90%) são utilizados para “explorações mistas”.

Os **Municípios de Baixa Densidade** da Região Norte possuem 544.658 hectares de superfície agrícola utilizada, destes:

319.756 hectares (58,71%) são utilizados para “explorações especializadas - produções vegetais”;

104.958 hectares (19,27%) são utilizados para “explorações especializadas - produtos animais”;

119.945 hectares (22,02%) são utilizados para “explorações mistas”.

A nível nacional, as explorações especializadas em produtos animais são as mais representativas. Por outro lado, na Região Norte, as explorações agrícolas com maior peso são as explorações especializadas em produções vegetais, dinâmica que também se verifica nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte.

Estes dados estatísticos permitem aferir as diferenças territoriais ao nível do solo, do clima e do relevo.

Explorações agrícolas (N.º)

Portugal	Região Norte	Municípios Baixa Densidade
305.266 explorações agrícolas	110.841 explorações agrícolas 36,31% de Portugal	83.009 explorações agrícolas 74,89% da Região Norte

Figura 30 – Número de Explorações Agrícolas, em Portugal, por natureza jurídica

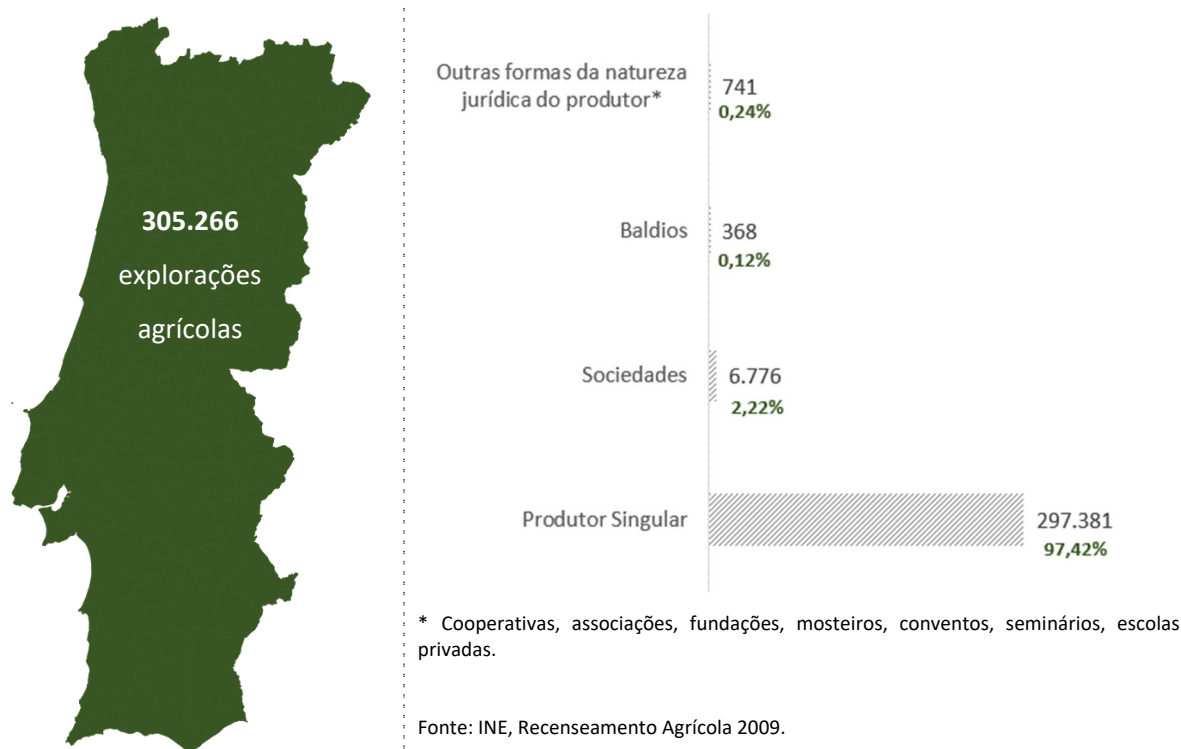


Figura 31 – Número de Explorações Agrícolas, na Região Norte, por natureza jurídica

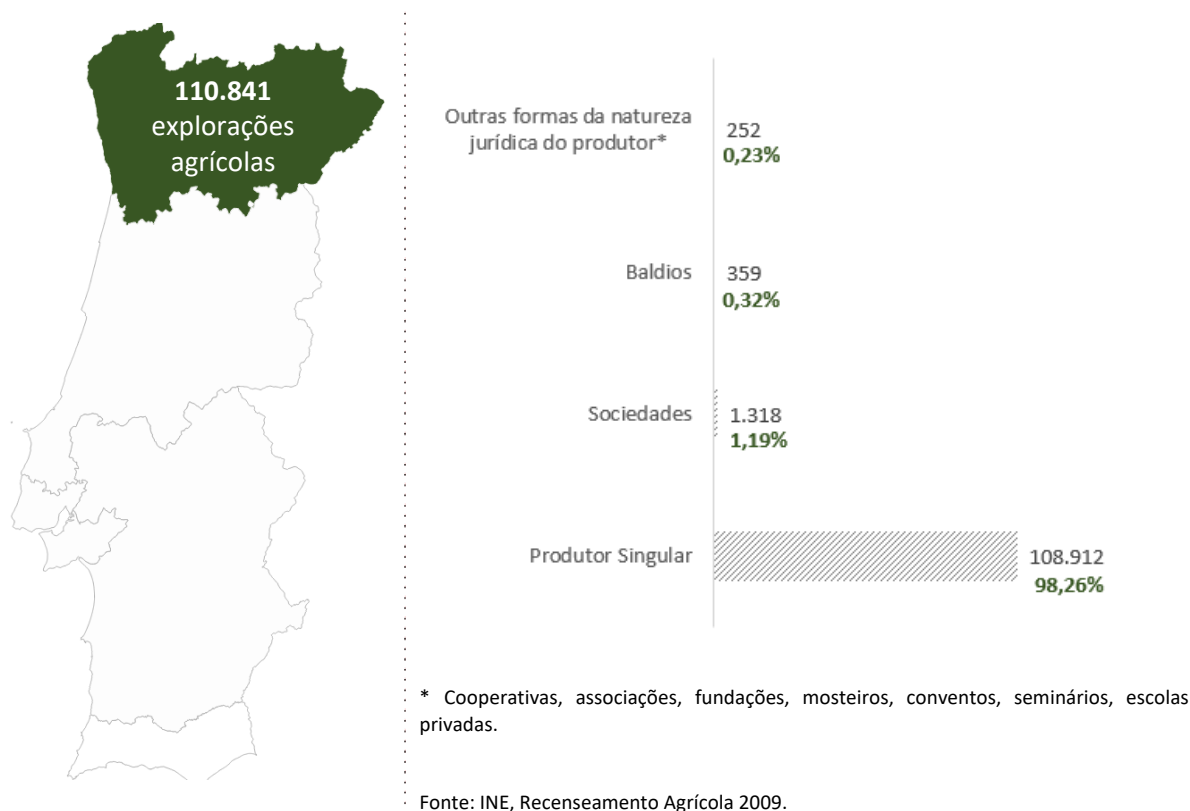
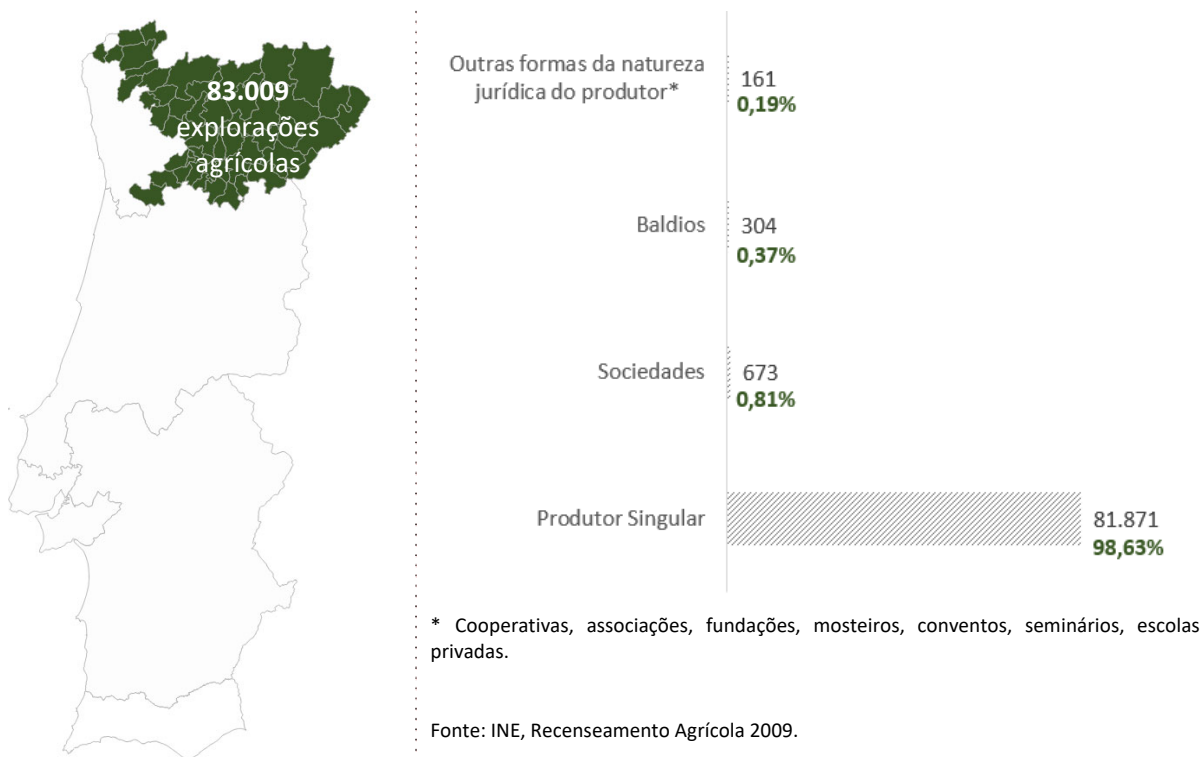


Figura 32 – Número de Explorações Agrícolas, nos Municípios de Baixa Densidade da Região Norte, por natureza jurídica



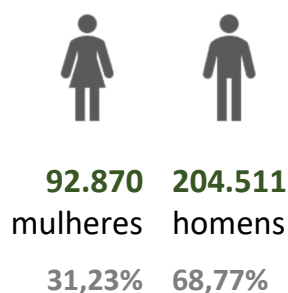
Quanto à natureza jurídica, a figura do “Produtor singular” é predominante no território nacional.

Grupo etário, sexo e nível de escolaridade dos produtores agrícolas singulares (N.º)

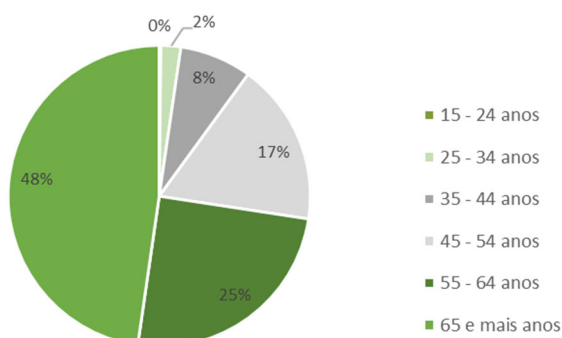
Figura 33 – Grupo etário, sexo e nível de escolaridade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Portugal

Portugal

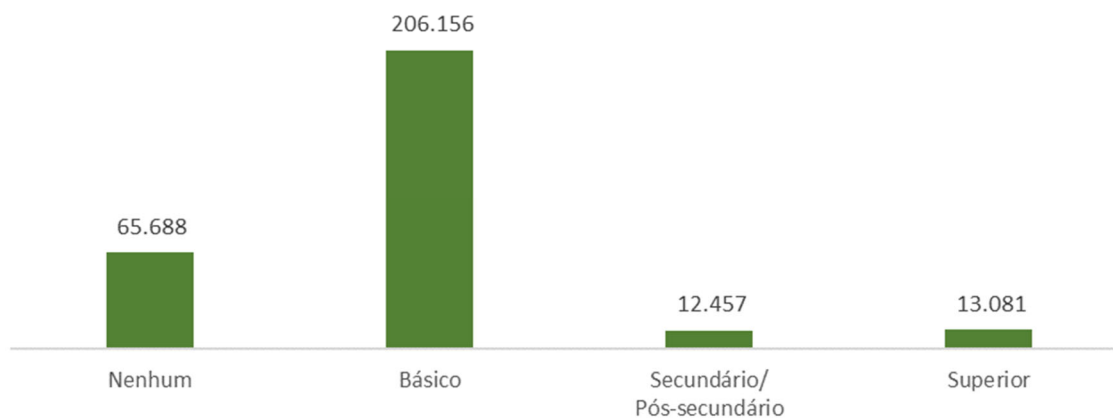
Sexo



Grupo etário



Nível de Escolaridade dos produtores agrícolas singulares (n.º)



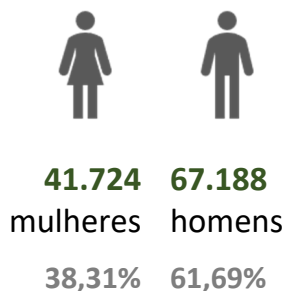
Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Em Portugal, os produtores agrícolas singulares são maioritariamente homens (68,77% do total), com mais de 65 anos, onde 91,41% dos produtores possuem um nível de escolaridade básico ou nulo.

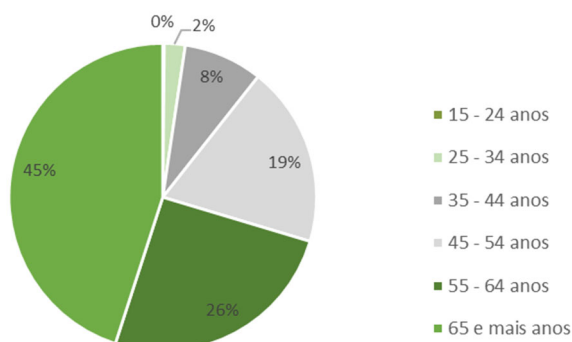
Figura 34 – Grupo etário, sexo e nível de escolaridade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Região Norte

Região Norte

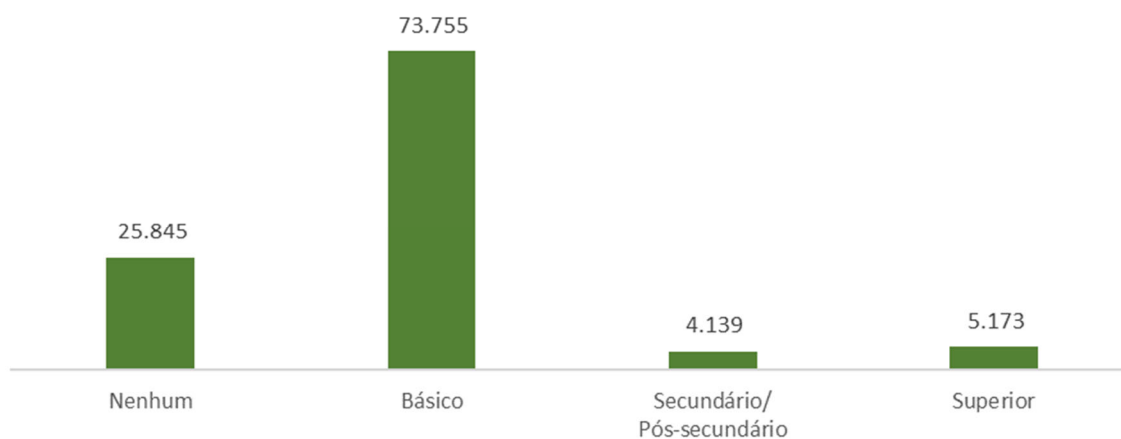
Sexo



Grupo etário



Nível de Escolaridade dos produtores agrícolas singulares (n.º)



Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Analisando a Região Norte, a caracterização do produtor agrícola singular mantém-se, ou seja, o sexo masculino é predominante (61,69% do total) embora apresente um peso inferior ao verificado a nível nacional.

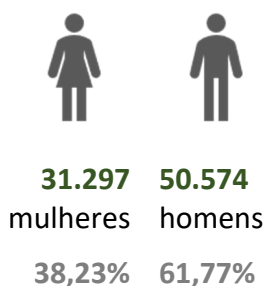
A classe etária com mais de 65 anos é a mais representativa (45,01%), seguida da classe etária dos 55 aos 64 anos (25,36%). Importa referir que os jovens, dos 15 aos 44 anos (a análise até aos 40 anos não é possível, considerando a divisão das classes etárias), representam apenas 10,65% do total dos produtores agrícolas singulares.

Relativamente ao nível de escolaridade, predominam os níveis baixos, sendo que 23,73% dos produtores não possui nenhum nível de escolaridade e 67,72% dos produtores apenas concluiu o Ensino Básico.

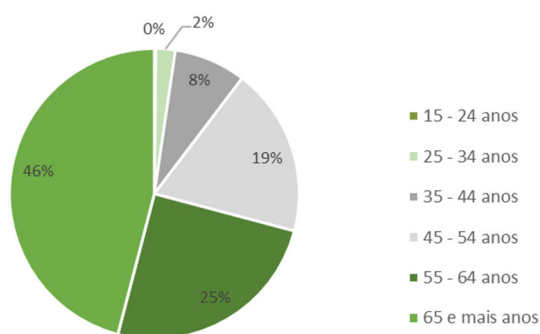
Figura 35 – Grupo etário, sexo e nível de escolaridade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

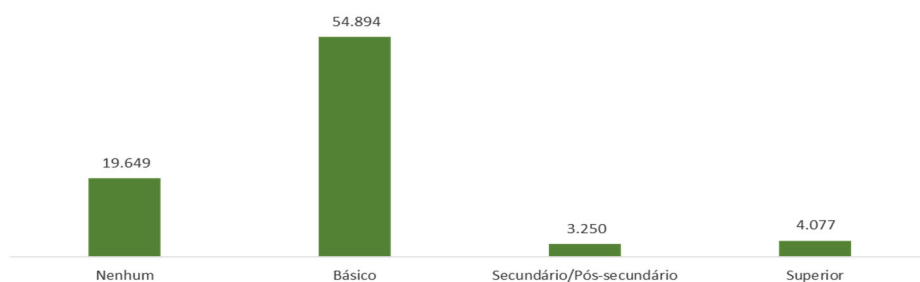
Sexo



Grupo etário



Nível de Escolaridade dos produtores agrícolas singulares (n.º)



Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Mais especificamente, analisando apenas os Municípios de Baixa Densidade da Região Norte, verifica-se que, à semelhança do que acontece a nível nacional, predomina o sexo masculino, com um peso de 61,77%.

Os jovens agricultores têm, ainda, uma baixa representatividade no setor onde predominam os produtores com mais de 65 anos (45,94%). A segunda classe etária mais representada é a dos 55 aos 64 anos que apresenta um peso de 24,94%. Estes dados demonstram o forte envelhecimento do setor agrícola.

Ao nível das habilitações literárias, 67,05% dos produtores agrícolas concluíram o Ensino Básico e 24,00% dos produtores não possuem nenhum nível de escolaridade.

Pela análise, verifica-se que o perfil dos produtores agrícolas singulares é constante ao longo do território nacional, sendo caracterizado por um forte envelhecimento, por baixos níveis de escolaridade e pelo predomínio do sexo masculino.

Razão de continuidade dos produtores agrícolas singulares (N.º)

No âmbito do Recenseamento Agrícola de 2009, foram identificados cinco motivos para os produtores agrícolas singulares continuarem a desenvolver a atividade agrícola:

1. Viabilidade económica
2. Complemento ao rendimento familiar
3. Valor afetivo
4. Sem outra alternativa profissional
5. Outros motivos

As respostas obtidas foram as seguintes:

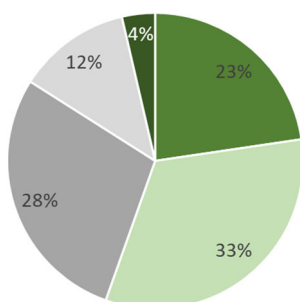
Portugal



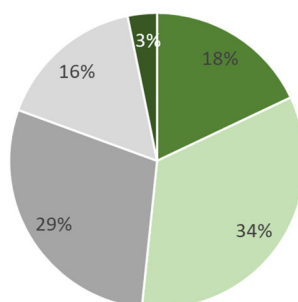
Respostas por classe etária:

Figura 36 – Razão de continuidade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Portugal

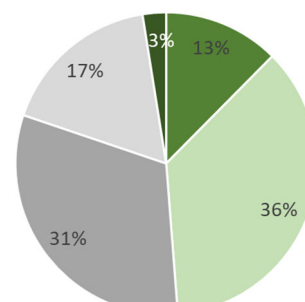
15 - 24 anos



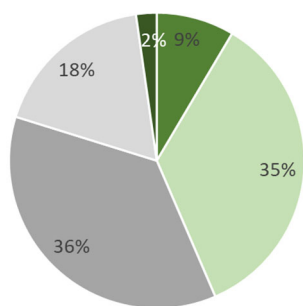
25 - 34 anos



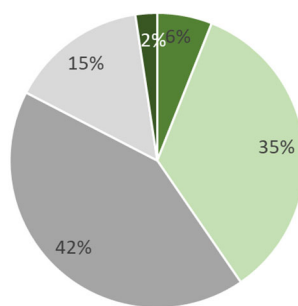
35 - 44 anos



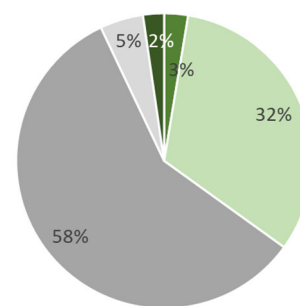
45 - 54 anos



55 - 64 anos



65 e mais anos



Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Como se verifica, a razão mais apontada como motivo para a continuidade da atividade é o “valor afetivo”, seguido do “complemento ao rendimento familiar”.

Analisando as respostas por classe etária constata-se que, para os mais jovens, a razão de continuidade mais importante é o “complemento ao rendimento familiar”, seguido pelo “valor afetivo”.

De referir que a “viabilidade económica” é o terceiro motivo mais referido, apresentando um peso significativo quando analisados os motivos de continuidade da população em idade ativa. Este facto demonstra a preocupação da população com a sustentabilidade do seu negócio.

Por outro lado, para a população mais envelhecida, a grande razão de continuidade é o “valor afetivo”, sendo que a “viabilidade económica” não representa um motivo relevante para a continuidade da atividade agrícola.

Desenvolvendo a mesma análise para a Região Norte e, mais especificamente, para os Municípios de Baixa Densidade da Região Norte, verifica-se que as dinâmicas e as conclusões em relação aos motivos de continuidade da atividade agrícola são semelhantes:

Região Norte

4,41%
responderam
“viabilidade
económica”

34,20%
responderam
“complemento ao
rendimento
familiar”

45,10%
responderam
“valor afetivo”

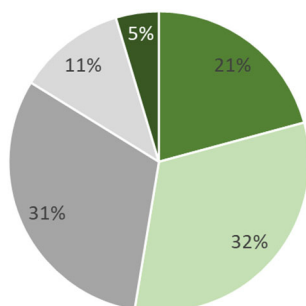
14,36%
responderam “sem
outra alternativa
profissional”

1,92%
responderam
“outros motivos”

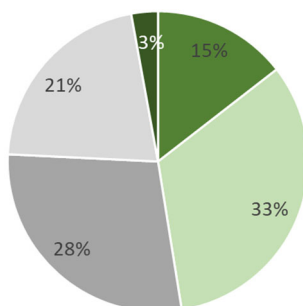
Respostas por classe etária:

Figura 37 – Razão de continuidade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Região Norte

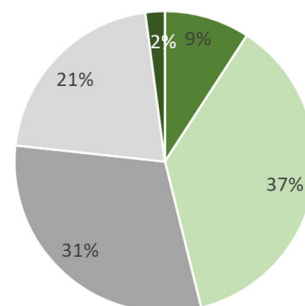
15 - 24 anos



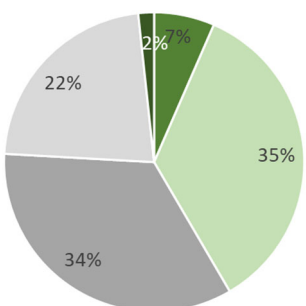
25 - 34 anos



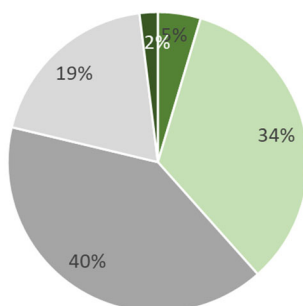
35 - 44 anos



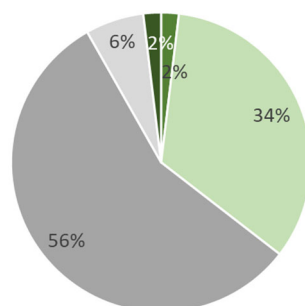
45 - 54 anos



55 - 64 anos



65 e mais anos



■ Viabilidade económica ■ Complemento ao rendimento familiar ■ Valor afectivo ■ Sem outra alternativa profissional ■ Outros motivos

Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

3,92%
responderam
“viabilidade
económica”

34,89%
responderam
“complemento ao
rendimento
familiar”

45,64%
responderam
“valor afectivo”

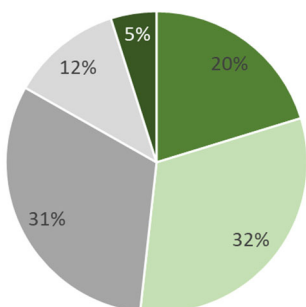
14,08%
responderam “sem
outra alternativa
profissional”

1,48%
responderam
“outros motivos”

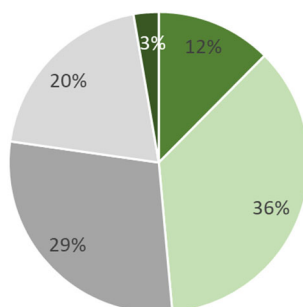
Respostas por classe etária:

Figura 38 – Razão de continuidade dos produtores agrícolas singulares (N.º), Municípios de Baixa Densidade da Região Norte

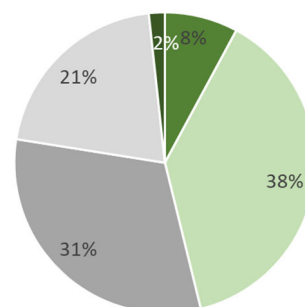
15 - 24 anos



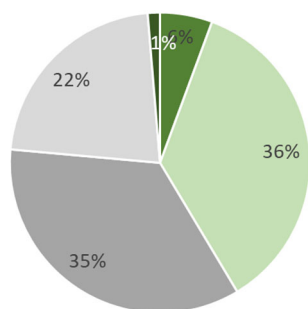
25 - 34 anos



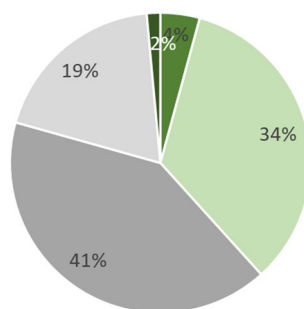
35 - 44 anos



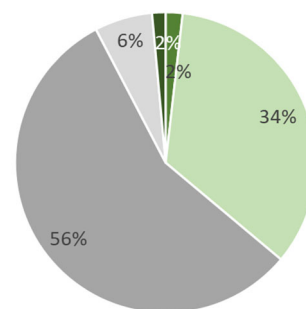
45 - 54 anos



55 - 64 anos



65 e mais anos



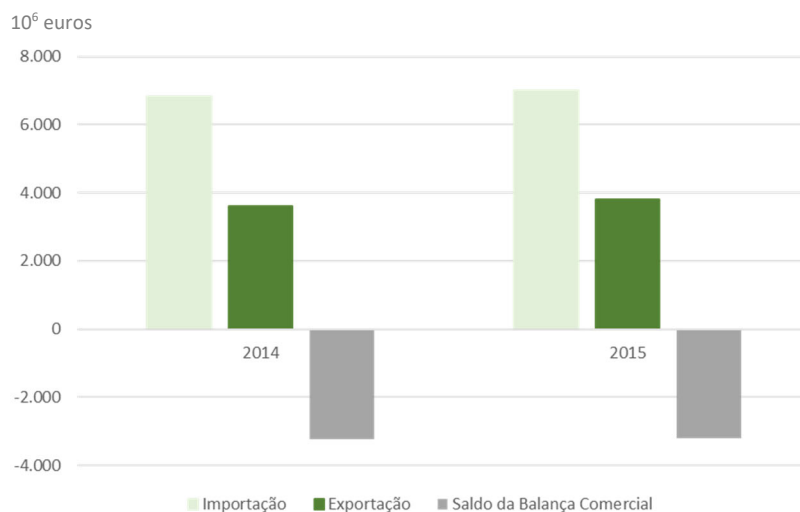
■ Viabilidade económica ■ Complemento ao rendimento familiar ■ Valor afectivo ■ Sem outra alternativa profissional ■ Outros motivos

Fonte: INE – Recenseamento Agrícola, 2009.

Importações e exportações dos produtores agrícolas singulares

Quando se analisa o setor agrícola e o empreendedorismo agrícola, outro indicador que interessa analisar é a Balança Comercial:

Figura 39 – Comércio Internacional dos produtos agrícolas e agroalimentares, Portugal



Fonte: INE – Estatísticas agrícolas, 2015.

Em 2015, as importações de produtos agrícolas e agroalimentares aumentaram 2,4% face ao ano anterior, registando um valor de 7,0 mil milhões de euros.

Por outro lado, as exportações totalizam 3,8 mil milhões de euros, correspondendo a um aumento de 5,3% em relação a 2014.

Neste sentido, entre 2014 e 2015, o saldo da Balança Comercial apresentou uma melhoria de 27 milhões de euros. Contudo, a Balança Comercial continua a apresentar défice.

Ao nível das importações, os principais fornecedores de produtos agrícolas e agroalimentares de Portugal são:

- Espanha (representa 48,1% do valor total das importações em 2015);
- França (apresenta um peso de 9,3%);
- Países Baixos (5,1%);
- Alemanha (5,0%).

Relativamente às exportações, os principais clientes de Portugal são:

- Espanha (peso de 36,6% em 2015);
- Angola (9,4%);
- França (9,2%);
- Reino Unido (5,8%).

Figura 40 – Principal grupo de produtos agrícolas e agroalimentares importados e exportados em 2015

Importações dos produtos agrícolas e agroalimentares (2015)	Exportações dos produtos agrícolas e agroalimentares (2015)
1. Carnes e miudezas, comestíveis;	1. Gorduras e óleos animais ou vegetais; produtos da sua dissociação;
2. Cereais;	2. Frutas; cascas de citrinos e de melões;
3. Sementes e frutos oleaginosos; grãos, sementes e frutos diversos;	3. Preparações de produtos hortícolas e de frutas;
4. Gorduras e óleos animais ou vegetais;	4. Leite e lacticínios; ovos de aves; mel natural;
5. Frutas; cascas de citrinos e de melões.	5. Preparações de carne, de peixes, de crustáceos e de moluscos.

5. BOAS PRÁTICAS DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO AGRÍCOLA

5.1. Enquadramento

A agricultura é determinante para o bem-estar das pessoas, tornando-se imperativo a criação de condições para o desenvolvimento do setor agrícola, cumprindo-se critérios cada vez mais conscientes em termos de segurança alimentar e de sustentabilidade económica, ambiental, social e cultural.

Nas zonas rurais, em que a Região Norte não é exceção, identificam-se algumas situações que tornam as perspetivas no setor agrícola menos atraentes:

- explorações de pequena dimensão;
- envelhecimento do tecido rural e empresarial;
- insuficiente nível de qualificação;
- conceito de agricultura/empresa familiar muito presente;
- dificuldade em aceder à informação, serviços, mercados e tecnologias;
- escassez de mão-de-obra;
- dificuldade em obter créditos ou outros recursos financeiros;
- rendimentos baixos e instáveis, face muitas das vezes, a fatores externos (como: clima, sobre utilização dos recursos naturais, flutuação de preços, ...).

Para tal, aferiram-se um conjunto de indicadores (INE, 2013) de suporte ao exposto:

- a comparação com os outros países da União Europeia revela ainda uma agricultura baseada em explorações de pequena dimensão económica (17,1 mil euros de Valor de Produção Padrão Total por exploração, face aos 25 mil euros da UE 28), geridas por produtores envelhecidos (os mais idosos da UE 28) e que, em larga medida, possuem apenas formação prática;
- as explorações agrícolas ocuparam metade da superfície do território nacional, representando a população agrícola familiar 6,5% da população residente;

- a população empregada com atividade económica na agricultura, produção animal, caça e silvicultura era de 120.230 indivíduos, o que representa cerca de 2,8% da população empregada em Portugal (INE, 2011). Em termos evolutivos, o emprego recuou 44,2% nesta atividade económica, o que significa que a atividade perdeu 95.368 efetivos durante a década. A maior parte da população empregada na atividade económica da agricultura, produção animal, caça e silvicultura, trabalhava por conta de outrem (51,9%), seguindo-se os trabalhadores por conta própria (23,1%) e os empregadores (18,1%);
- poucos produtores vivem exclusivamente da agricultura (6,2%), sendo que a maioria complementa o seu rendimento com pensões e reformas (65,3%).

Neste sentido, é necessário criar um novo paradigma, de modo a elevar este setor, posicionando-o de forma atrativa e competitiva para os mais jovens ou para os novos rurais.

Para tal, há que promover a atividade agrícola na perspetiva do “espírito empresarial”, que a Comissão Europeia refere no seu “Livro Verde” como sendo, “acima de tudo, uma atitude mental que engloba a motivação e capacidade de um indivíduo, isolado ou integrado num organismo, entidade ou empresa, para identificar uma oportunidade de negócio e para a concretizar com o objetivo de produzir um novo valor ou um resultado económico”.

[Dados do INE 2013: a empresarialização da agricultura, expressa pelo crescimento do número de sociedades agrícolas, tem contribuído para o aumento da eficiência do setor, devido à adoção de modelos de gestão mais profissionais e economias de escala. As cerca de 10 mil sociedades agrícolas, embora representem apenas 3,8% do total de explorações, gerem quase 1/3 da SAU (superfície agrícola útil)]

A mesma Comissão, refere ainda que:

- a criatividade ou a inovação são necessárias para entrar e competir num mercado já existente, para mudar ou até criar um novo mercado;
- para transformar uma ideia comercial numa experiência de sucesso é necessário possuir a capacidade de combinar a criatividade ou a inovação com uma gestão rigorosa, e de adaptar uma empresa de modo a otimizar o seu desenvolvimento ao longo de todas as fases da sua existência.

Mas tudo isto ultrapassa a simples gestão quotidiana prendendo-se antes, com as ambições e a estratégia que a empresa delinear.

Assim, entende-se como primordial a aposta na sensibilização, na (re)educação e na valorização das competências individuais, de modo a (re)construir-se a comunidade rural com uma atitude empreendedora, essencial para a revitalização do tecido económico em zonas de baixa densidade.

Desta forma, teremos empresas do setor agrícola:

- mais dinâmicas, inovadoras e criativas;
- melhor posicionadas em termos competitivos;
- mais eficientes em termos de escala.

devido ao aumento da sua competência, da melhoria da quantidade e qualidade dos produtos/serviços apresentados, tendo capacidade de crescimento quer no território nacional quer internacional, gerando riqueza e emprego.

De acordo com os autores de “Empreendedorismo e Plano de Negócio no Setor Agrícola” (2014), “o setor agrícola e agro-industrial representa, hoje, um vasto universo de oportunidades para Portugal e muitos portugueses”.

E não é necessário continuar a alimentar as condições aliadas quer às práticas quer aos negócios agrícolas e afins, que ainda estão muito associadas a uma vida difícil e a situações precárias tanto a nível social, económico, laboral, entre outros.

Existem outras formas de se aproveitar o potencial que o setor apresenta, aplicando-se novos conceitos a nível de empreendedorismo e adotando-se uma atitude de otimização de recursos, que é muito característica dos novos agricultores, que podem ser ou não jovens.

5.2. Novas abordagens ao empreendedorismo

O tecido empresarial em Portugal é constituído, em grande parte, por empresas de pequena ou média dimensão, geralmente com menores recursos financeiros, que têm assim, necessidade de adotar formas de gestão eficazes que promovam o seu crescimento e a sua viabilidade.

Sabendo que atualmente, o principal impulsionador do crescimento económico na União Europeia é a inovação, existe a clara necessidade de fomentar de forma mais eficaz o empreendedorismo e a dinâmica empresarial europeia, com o surgimento de novas empresas ou requalificação das existentes, de modo que:

- se destaquem pelo caráter inovador dos seus produtos/serviços;
- assumam riscos criativos;
- vão ao encontro da procura/gosto dos clientes;
- acrescentem valor aos mercados.

No entanto, é necessário, também, ter em conta, alguma descrença que existe em relação à atividade empreendedora que, segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM_2016), indica que a Europa:

- tem a menor crença no empreendedorismo, como uma boa carreira (58%);
- apresenta a menor taxa de publicidade dos *media* para esta atividade (55%).

Em contrapartida, existem evidências que estabelecem uma relação direta entre o empreendedorismo e o desenvolvimento de uma região, logo, fomentar o empreendedorismo agrícola será à partida um fator de desenvolvimento das zonas de baixa densidade, se as ideias inovadoras trazidas para o território forem bem aceites pelas populações locais.

Desta forma, podemos transpor para o empreendedorismo agrícola, algumas boas práticas gerais, suportadas quer pelos conceitos apresentados por Eric Ries (2011) no livro *The Lean Startup* quer pelo *Business Model Canvas* de Osterwalder & Pigneur, que deram origem ao método designado por *Lean Startup*.

Neste contexto, os empreendedores em vez de planearem e investigarem durante muito tempo, devem ter a perceção que tudo o que têm no dia em que começam este caminho são apenas bons palpites e hipóteses não testadas.

Esta nova abordagem assenta em três principais metodologias: Desenvolvimento Ágil, Desenvolvimento de Clientes e Tela do Modelo de Negócio:

- Desenvolvimento Ágil (*Agile Development*) - neste processo é dado grande ênfase à agilidade com que os empreendedores conseguem construir um “Produto Minimamente Viável (*MVP – Minimum Viable Product*)”, que é depois apresentado aos potenciais compradores;

- Desenvolvimento de Clientes (*Customer Development*) - nesta fase os empreendedores devem “ir para a rua” para saber junto de potenciais utilizadores, compradores ou parceiros, as suas opiniões sobre as características dos produtos (ou serviços) que querem colocar no mercado. Após esta abordagem, as suas hipóteses são revistas e mudadas ou validadas;
- Tela do Modelo de Negócio - promove a necessidade de se identificarem, por exemplo, os canais de distribuição (quais e que tipos), as relações com os clientes, entre outros fatores.

De referir, que existem cinco princípios base ligados a estas metodologias:

- 1.º Valor - é o ponto de partida essencial para o “pensamento *Lean*”. O valor só pode ser definido pelo cliente final e só é significativo quando expresso em termos de um produto específico (um bem, um serviço ou, muitas vezes, ambos) que atenda às necessidades do cliente a um preço específico e num momento específico. O valor é criado pelo produtor.
- 2.º Fluxo (cadeia) de Valor - é o conjunto de todas as ações específicas necessárias para se levar um produto específico a passar pelas três tarefas de gestão críticas em qualquer negócio: solução de problemas (que vai da conceção até o lançamento do produto); gestão da informação (que vai do recebimento do pedido até a entrega, seguindo um detalhado cronograma); transformação física (que vai da matéria-prima ao produto acabado nas mãos do cliente), com o objetivo final de se reduzir ao máximo os desperdícios. Ao mapear o fluxo de valor de um produto depara-se com diversas atividades que interferem direta ou indiretamente, ou estão associadas a custos de produção desse produto e que se dividem em três grupos:
 - atividades que agregam valor e que tornam o produto mais valioso para o cliente, sendo assim as atividades que realmente aumentam o quanto o cliente está disposto a pagar por aquele produto;
 - atividades que não agregam valor, sendo desempenhadas desnecessariamente. Para o cliente é indiferente a execução dessas atividades, sendo que elas são desempenhadas muitas vezes somente para nutrir o sistema da forma que foi desenhado.

- atividades que não agregam valor, sendo, porém, necessárias ao funcionamento da cadeia produtiva.
- 3.º Fluxo – após ter sido especificado com precisão o valor e se ter mapeado o fluxo de valor de determinado produto, é necessário fazer com que as etapas restantes, que criam valor, fluam.
- 4º “Puxar” - é o cliente que “puxa” um determinado produto da empresa, em vez de ser a empresa a empurrar os produtos, muitas vezes indesejados, para o cliente. Isto faz com que, os pedidos dos clientes se tornem muito mais estáveis pois eles sabem que podem conseguir o que querem com aquela entidade. “Puxar”, em termos simples, significa que um processo inicial não deve produzir um bem ou um serviço sem que o cliente de um processo posterior o solicite.
- 5.º Perfeição - deve ser o objetivo constante de todos envolvidos no Fluxo de Valor. A busca do aperfeiçoamento contínuo em direção a um estado ideal deve nortear todos os esforços da empresa, em processos transparentes nos quais todos os membros da cadeia (produtor, distribuidores e revendedores) tenham conhecimento profundo do processo como um todo, podendo dialogar e buscar continuamente melhores formas de criar valor.

Transpondo de modo efetivo, estes princípios para o empreendedorismo agrícola, é possível colocar algumas questões, como a seguir se exemplifica:

1.º Princípio - Especificação da cadeia de Valor:

- A empresa/empreendedor agrícola atua de forma a demonstrar que o seu produto tem valor agregado?
- Procura especificar as atividades que contribuem para que o produto atenda aos requisitos exigidos por quem está a adquiri-lo?
- A empresa/empreendedor agrícola atua no sentido de evitar desperdícios no processo e no produto?
- Procura eliminar aquilo que não agrega valor ao produto e evita gastos desnecessários?

2.º Princípio - Identificação da cadeia de Valor:

- Nas suas ações a empresa/empreendedor agrícola demonstra ter preocupação com a cadeia de valor?
 - no desenvolvimento do produto (da conceção até ao lançamento) o empreendedor procura interagir com todos os envolvidos para evitar erros e otimizar aquilo que o comprador espera?
 - na gestão da informação (do pedido à entrega) a empresa/empreendedor agrícola interage com todos os envolvidos para evitar erros e otimizar aquilo que o comprador espera?
 - na transformação física (da matéria-prima ao produto acabado) a empresa/empreendedor agrícola interage com todos os envolvidos para evitar erros e otimizar aquilo que o comprador espera?
- A empresa/empreendedor agrícola procura envolver os demais participantes da cadeia produtiva com a intenção de agregar valor ao produto e entregar o que o comprador está à procura?

3.º Princípio - Fluxo:

- A empresa/empreendedor agrícola tem mapeamento de processo nas etapas que envolvem o processo produtivo desde o recebimento das matérias-primas até à entrega ao comprador?
- Caso tenha mapeamento de processo, isto contribui para a eliminação de desperdícios e para que as atividades ocorram com fluidez?
- O mapeamento de processo contribui para a execução das tarefas, organizando e otimizando os tempos de produção?

4.º Princípio: produção “Puxada”

- O mapeamento de processo contribui para que produtos inúteis não continuem a ser produzidos?
- A empresa/empreendedor agrícola trabalha com produção “puxada” ou empurrada?

- A empresa/empreendedor agrícola produz aquilo que é solicitado pelo cliente?
- Qual é o prazo para entrega do produto a partir da compra efetuada?
- A empresa procura agir com rapidez para entregar os pedidos?

5.º Princípio: Perfeição

- Nas ações quotidianas, o empreendedor agrícola procura a redução de esforços, de tempo, dos espaços, de gastos, outros?
- Existem critérios específicos para identificação, seleção e resolução de problemas? Eles são aplicados?

As metodologias *Lean* são, assim, importantes para os empreendedores do setor agrícola, dado que ajudam a responder às questões anteriores e promovem a otimização do sistema de produção, pois com esta ferramenta, o empreendedor:

- tem uma perspetiva mais ampla da cadeia de valor;
- pode mais facilmente atuar sobre ela de forma a potenciar todas as suas componentes;
- tem uma forma de fazer cada vez mais com menos (menos esforço humano, menos equipamento, menos tempo e menos espaço);

aproxima-se cada vez mais do que o cliente deseja.

5.3. Casos de sucesso

1.º Caso - AMAP Gaia e Porto

O conceito hoje conhecido em Portugal como AMAP (Associação para a Manutenção da Agricultura de Proximidade) surgiu no Japão na década de 60 do século XX.

Na época, as mães das famílias japonesas estavam preocupadas com o facto da agricultura se tornar industrializada e com um uso massivo de produtos químicos (em 1957, são declaradas as primeiras vítimas envenenadas com mercúrio). Estas mães fundaram então em 1965 o primeiro *teikei* que significa "cooperação ou colaboração" em japonês.

O princípio consistia na troca da compra por subscrição da colheita do agricultor, e este comprometia-se a fornecer alimentos cultivados sem produtos químicos.

Este conceito assenta assim:

- numa estreita parceria entre grupos de consumidores e uma ou mais explorações agrícolas locais;
- num compromisso financeiro dos consumidores, que pagam antecipadamente todo o seu consumo ao longo de um período definido;
- no princípio da confiança e responsabilidade entre o agricultor e o consumidor, que pelo pagamento a um preço justo para ambos, recebe alimentos frescos, sazonais e de Produção em Modo Biológico (preferencialmente);
- num circuito direto de distribuição (sem intermediários), baseado na relação humana, onde os riscos, responsabilidades e recompensas inerentes à produção agrícola são partilhados através de uma ligação de longa duração.

Baseado nestes princípios, o conceito alargou-se a outros países ao longo dos anos:

- **Suíça** - também na década de 60, as *Food Guilds* (ou quintas comunitárias) desenvolveram a sua própria parceria com os consumidores locais, fornecendo produtos frescos a cada semana (vegetais, leite, ovos e queijos).
- **Estados Unidos** - em 1985, um fazendeiro que regressa da Suíça conhece Robyn Van Hen, um agricultor biológico de Massachusetts. Com a sua ajuda, de outros produtores e consumidores, funda a primeira *Community Supported Agriculture (CSA)*, isto é, uma quinta onde a agricultura é apoiada pela comunidade.

O princípio alargou-se, também, a outros países como o Canadá, o Reino Unido, a Austrália, a Dinamarca, a Holanda, a Alemanha, a Hungria, o Gana, a Nova Zelândia, estando associado a diferentes designações:

Community Supported Agriculture (CSA) nos países anglofonos;

Agriculture Soutenue par la Communauté (ASC) no Canadá;

Groupes d'Achats Solidaires de l'Agriculture Paysanne (GASAP) na Bélgica;

Pergola-associatie nos Países Baixos;

Solidarische Landwirtschaft na Alemanha;

Agriculture Contractuelle de Proximité (ACP) na Suíça;

Asociația pentru Sustinerea Agriculturii Taranesti (ASAT) na Roménia;

Gruppo di Acquisto Solidale (GAS) na Itália;

Agricultura Sostenida por la Comunidad (ASC) em Espanha.

De salientar que o termo "AMAP" foi registado em meados de 2003 no INPI pela associação *Alliance Provence*, como uma marca francesa. O uso desta marca envolve assim, o compromisso de respeitar a Carta da AMAP inspirada na Carta da Agricultura Camponesa, publicada em maio de 2003, pela mesma associação. Em 2014, a Carta AMAP foi atualizada, na sequência de um projeto e reflexão participativa inter-regional coordenada pelo Movimento Inter-Regional da AMAP (MIRAMAP).

Em 2012, mais de 1.600 AMAP's forneceram 50 mil famílias em França, ou seja, cerca de 200 mil pessoas.

Breve histórico da AMAP em Portugal

2003: Surge a primeira iniciativa de promoção e disseminação do conceito AMAP com o projeto designado Re.Ci.Pro.Co, que acabou por não obter os resultados desejados.

2013: Tentativa para implementar o conceito da AMAP, a Norte, nomeadamente no concelho de Gaia, sem grande adesão, face à inexperiência de alguns promotores da ideia.

2016: Com a revitalização da agricultura, através dos "novos rurais" e com a valorização por parte de consumidores mais exigentes e mais informados, dos produtos locais promovendo a sustentabilidade ambiental, nomeadamente através da Produção em Modo Biológico, este conceito começa a enraizar-se em Portugal.

2017: Considerando que o fornecimento de produtos é semanal e que o compromisso mínimo entre agricultor e consumidor é trimestral, existem neste momento duas AMAP's a funcionar em pleno, tendo como pontos de distribuição em Vila Nova de Gaia (Cantinho das Aromáticas) e no Porto (UPTEC – PINC).

Objetivos do projeto: Constituir uma associação informal de pessoas, geralmente um grupo de consumidores que ativamente e de forma direta apoiam um ou mais agricultores, assegurando a produção de uma época de colheitas.

Mais-valias do projeto:

- Ser uma alternativa ao modelo agrícola convencional, em que entre o produtor e o consumidor, se perdem mais-valias para as partes, devido à intervenção de vários intermediários;
- Apoiar a requalificação da agricultura, através de um pagamento justo pela produção, promovendo-se a economia solidária;

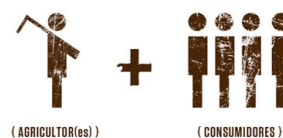


Imagem: Google / Site Entidade

- Apelar e motivar à mudança de mentalidades, quer a nível social, cultural ou ambiental, de modo a alterar-se a relação dos consumidores com os alimentos e a minimizarem-se problemas de segurança alimentar e de sustentabilidade;
- Informar os consumidores e envolve-los nos processos de produção e distribuição, desde a horta até ao prato, apelando nomeadamente: à escolha de alguns produtos a serem cultivados, à realização pontual de tarefas em grupo na exploração (mondas manuais, colheitas), ao apoio na logística da distribuição dos produtos no dia de entrega no local habitual;
- Promover a preservação da paisagem rural e da biodiversidade.

Potenciais interessados/parceiros: os agricultores locais e os consumidores que privilegiem produtos hortícolas de qualidade.

Questões que se colocam:

- sendo a agricultura um setor que depende muito das condições climáticas existentes, pode haver falhas e/ou quebras na produção de determinados produtos pré-estabelecidos no “contrato” com os consumidores, pelo que terá que haver alguma compreensão e flexibilidade da parte destes em relação a estas situações;
- havendo a necessidade de entreajuda, nomeadamente nas questões de logística aquando da distribuição e limpeza dos locais onde a mesma acontece, os consumidores devem estar à partida, imbuídos deste espírito.

2.º Caso - "Lettuce Grow"

Este conceito nasceu da decisão de dois jovens, um sueco (Daniel Lind, 26 anos) e um húngaro (Gabor Torok, 33 anos) unirem esforços para criar em Portugal, uma plataforma digital de transação de produtos alimentares (como vegetais, fruta, carne, mel, ovos ou vinho) que visa conectar os pequenos produtores aos negócios locais, com base na proximidade geográfica.

A empresa responsável pela implementação da ideia foi uma das 150 *startups* nacionais selecionadas para se apresentar no evento *Web Summit* que aconteceu entre 5 e 9 de novembro de 2017, em Lisboa.

Os responsáveis pelo desenvolvimento deste projeto escolheram Portugal para implantar esta ideia por ser um país onde existem inúmeras pequenas quintas e um grande potencial para a agricultura, que não está devidamente explorado.

Também constataram que:

- os pequenos agricultores muitas vezes não conseguem suportar a atividade e, por isso, desistem, dadas as condições de precaridade em que vivem;
- apesar da referida situação, Portugal importa muitos produtos de origem agrícola, sendo que 60% têm origem em Espanha;
- Portugal tem melhores produtos mas os pequenos agricultores não os conseguem escoar porque se torna economicamente mais atrativo para as grandes multinacionais, que dominam o mercado, importando em grandes quantidades, em vez de comprar localmente.

Objetivos do projeto:

- criar uma plataforma online, onde será possível fazer pesquisas por produtos e ver imagens dos mesmos, existindo um mapa que revela a localização das quintas e a proximidade a que estão dos clientes;
- dar uma utilização aos desperdícios dos produtores (como frutas para fazer compotas);
- tornar os processos de compra e venda mais ágeis, dado que a "Lettuce Grow" tem também a vantagem de incluir a distribuição do produto, através de um "ato de pagamento mais fácil", por ser tudo online.

Mais-valias do projeto:

- os empreendedores ficam com o valor de 5% das transações;
- por esta via, os agricultores podem ganhar três a quatro vezes mais pelos produtos.

Potenciais interessados/parceiros: Um pequeno restaurante 100% vegan em Loulé, pretende ser um dos primeiros clientes da plataforma.

Questões que se colocam:

- havendo o conhecimento da localização das quintas, poderá haver a tentação de os potenciais interessados, passarem a fazer o negócio diretamente;
- se a distribuição não for gratuita, como pretendiam os promotores, isto poder encarecer os custos da empresa.

3.º Caso - ZenCook® – A Healthy Way of Living

O **projecto ZenCook®** tem a mão e a alma da *Chef Catarina Sequeira*⁴ (*Healthy Vegan Chef*) que, apesar da sua juventude, apresenta trabalho reconhecido a nível nacional e internacional, tendo sido nomeada para o Top 10 dos “Vegan Awards 2017” (<http://zencook.pt/>).



Imagem: Google / Site Entidade

Objetivos do projeto:

A ZenCook® oferece uma ampla gama de serviços com o objetivo de proporcionar momentos maravilhosos, através da mais deliciosa, original e saudável alimentação, com ingredientes frescos, de origem 100% vegetal e, sempre que possível biológicos, cuidadosamente selecionados e confeccionados com presença e amor.

⁴ A Chef Catarina Sequeira tem uma formação ampla e diversificada, sendo licenciada em Ciências da Saúde pela Universidade de Lisboa e em Ciências da Nutrição pelo Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz tendo aprofundado os seus estudos em macrobiótica, no Instituto Macrobiótico de Portugal, nomeadamente no *Macrobiotic International Course*. Desde 2008 que participa em cursos de culinária vegetariana e vegana, dados por diferentes chefs. A sua formação em culinária vegetariana, vegana, macrobiótica e de dietética chinesa é extensa e além-fronteiras (Portugal, Espanha, França e Itália).

Atualmente, trabalha como *Healthy Vegan Chef* em retiros em Portugal e pelo Mundo, leciona *workshops* de culinária vegetariana saudável *one to one* e de grupo, organiza eventos onde coaduna atividades como *yoga* e *chikung* e a alimentação.

Mais valias do projeto:

- A **oferta de momentos de prazer através da comida** em *workshops*, eventos, retiros vivenciais, em sua casa através do serviço *home chef* ou através de encomendas das refeições ZenCook®;
- A **reeducação e sensibilização alimentar** através de ações de formação como *workshops*, *showcookings* e palestras de culinária vegetariana e vegana saudável, de inspiração macrobiótica, onde se ensina de uma maneira divertida e profissional não só as bases da culinária saudável, como a confeccionar refeições, lanches, brunches, pequenos-almoços, sobremesas e criações gourmet, sempre equilibradas, nutritivas e deliciosas.
- A **sustentabilidade e a consciência ecológica**, respeitando a Terra e optando, sempre que possível, por produtos obtidos em Modo de Produção Biológico.



Imagem: Google / Site Entidade

Potenciais interessados/parceiros:

O projeto ZenCook® já conta com alguns parceiros/patrocinadores, nomeadamente a Biovivos e a Iswari, fornecedores de produtos bio.

A estes podem juntar-se outros, como por exemplo, produtores de vegetais bio, outras marcas presentes no mercado dos produtos biológicos.

Quanto a potenciais interessados, pode considerar-se:

- público em geral;
- entidades públicas e privadas onde esta temática possa fazer sentido;

- locais como quintas, alojamentos locais, entre outros, onde se possam efetuar retiros vivenciais de ioga, biodanza, desenvolvimento pessoal, etc., em que o *catering* é geralmente fornecido com serviço completo que inclui, o desenho do menu, a preparação e confeção das refeições e o fornecimento das matérias primas para as mesmas;

Questões que se colocam:

- a população em geral, ainda não estar muito atenta a estas questões (embora se note uma crescente mudança de mentalidades);
- os produtos usados (nomeadamente os de origem biológica) ainda serem considerados caros, o que por sua vez, encarece o valor da prestação de serviços.

4.º Caso - “A AMIGO PLANTAS”

Gerard Van Langen nasceu em 1960, na Holanda em Heerhugowaard, uma pequena aldeia com cerca de 700 habitantes. O seu pai detinha uma pequena estufa onde plantava tomate e pepino. Esta estufa familiar ficou a seu cargo após a morte prematura do pai.

O negócio hortícola foi crescendo, tendo despertado em Gerard a vontade de cultivar outros produtos. Desde os 8 anos de idade que o seu hobby era plantar catos e plantas suculentas e o gosto por esse hobby era tão forte que Gerard resolveu torná-lo negócio.

Neste contexto, há 17 anos trocou a produção do tomate pelo cultivo de plantas suculentas. No entanto, o negócio era condicionado pelo clima, considerando que as plantas suculentas precisam de sol e o inverno Holandês é muito longo, o que o levou a procurar um país com um clima mais apropriado. Esta pesquisa passou pela Grécia, Itália e Espanha, tendo o país eleito sido Portugal.

Portugal satisfazia uma lista variada de indicadores que Gerard considerava fundamentais para se instalar e desenvolver o seu negócio, nomeadamente:

1. Quantidade diária de luz solar;
2. Temperatura durante o inverno;
3. Facilidade logística;

4. Contratação de colaboradores.

Depois de visitar vários lugares, foi no lugar de Cavaleiro, na freguesia de S. Teotónio Cavaleiro, concelho de Odemira, perto do oceano com noites frescas que a empresa encontrou o sítio ideal. A propriedade tem 20 hectares, dos quais apenas 3,5 hectares são usados para estufas.

O método utilizado pela empresa permite-lhe a utilização de uma área relativamente pequena, não sendo utilizado o solo porque as plantas são colocadas em placas de circuito fechado. O uso de alta tecnologia torna possível ter uma densidade considerável de plantas por metro quadrado, não sendo necessário usar muita água sendo raro o uso de fertilizantes e pesticidas químicos.

*“Aquilo que mais nos ajudou no nosso negócio na Holanda,
o nosso maior sucesso, foi termos vindo para Portugal”*

Gerard

Objetivo do projeto:

O negócio de Gerard consiste na compra do material no Quênia, importando-o para Portugal onde as plantas são colocadas em tabuleiros, ganhando raízes e forma. Posteriormente, as plantas são enviadas para a Holanda (3 a 4 camiões TIR por semana) onde crescem e são enviadas para o mercado retalhista, contando com clientes como o Aldi, o Lidl, o Carrefour, a Tesco e o Ikea, produzindo mais de 450 mil exemplares por semana.

Neste momento o volume de negócios na Holanda é de cerca 16 milhões de euros e, em Portugal, é de, aproximadamente, 2 milhões de euros.

Para Gerard, o futuro é continuar a trabalhar e a crescer no mercado de forma sustentável e desenvolver e melhorar a forma e o espaço onde se produz as plantas. À medida que o mercado cresce, a empresa vai crescendo também, mas sempre introduzindo novidades de forma a estimular mais os clientes e o mercado.

Mais-valias do projeto:

- Crescimento do mercado nacional e, consequentemente, crescimento das exportações, uma vez que todas as plantas são enviadas para a Holanda.
- Implementação de técnicas e conhecimentos nacionais na produção das plantas suculentas, bem como, incorporação de sistemas de rega e otimização dos meios como, por exemplo, a

rega é feita de noite de forma a evitar o fenómeno da evaporação e as estufas estão preparadas com sensores de forma a abrir ou fechar consoante a meteorologia.

- Desenvolvimento da economia local através da compra de material/produtos necessários à produção como, por exemplo, fertilizantes, turfa, material de rega, bem como a aquisição de serviços de reparação e serviços necessários ao funcionamento da estufa.
- Criação de novos postos de trabalho, a empresa tem de momento 38 colaboradores portugueses.
- Crescimento do mercado uma vez que, nos últimos dois anos, as suculentas ganharam grande importância na Europa Ocidental, América do Norte e noutros lugares do mundo.

5.º Caso – McDonald's lança programa de incentivo ao empreendedorismo na agricultura

A *McDonald's Business Initiative for Agriculture* (MBIA) é uma iniciativa que visa promover o desenvolvimento do setor agrícola nacional, procurando fazê-lo através da geração e partilha de conhecimento e da criação de uma relação de colaboração e proximidade entre os agricultores e o universo do empreendedorismo nacional.

A ideia surgiu da necessidade de avaliar os padrões de qualidade dos produtos fornecidos pelas quintas à McDonald's, considerando que é fundamental promover práticas agrícolas sustentáveis, que se aplicam em áreas como o uso do solo, a gestão da água e da energia, o bem-estar animal e a qualidade de vida dos seus colaboradores.

Deste modo, em 2001, surgiu o *McDonald's Agricultural Assurance Program* (MAAP), uma ferramenta interna que é utilizada para monitorizar e gerir a segurança alimentar, a qualidade e a sustentabilidade da matéria-prima através de uma série de metas, permitindo a identificação dos melhores fornecedores. Esta prática tem o intuito de seguir as práticas dos melhores fornecedores em cada uma das áreas específicas, partilhando-as com os restantes fornecedores.

Objetivo do projeto: Este projeto destina-se a todos os agricultores e produtores que tenham uma ideia de negócio e que queiram implementá-la mediante um modelo de negócio, bem como a agricultores e produtores que queiram aumentar a sua produção e/ou gerar produtos de maior valor ou que pretendam alargar a sua carteira de clientes, expandindo o seu negócio através da entrada em novos mercados e/ou através do lançamento de novos produtos.

Mais-valias do projeto:

- Gerar e transferir conhecimento essencial para os agricultores portugueses, de modo a reforçar as suas competências;
- Estabelecer a ligação entre os agricultores portugueses e a rede de agentes do empreendedorismo nacional para promover a aplicação do conhecimento, o desenvolvimento de inovação e o crescimento do negócio agrícola.

Potenciais interessados/ parceiros: Fornecedores e potenciais fornecedores da McDonald's Portugal e entidades de relevo da rede do empreendedorismo nacional e do setor agrícola.

6.º Caso – Bee Iellow (Sorbos Portugal)

No início de 2018, o Parlamento Europeu anunciou uma nova estratégia europeia para fazer a substituição de produtos de plástico, por materiais reutilizáveis, face à questão do consumo excessivo do plástico e à necessidade de se implementarem medidas.

Segundo dados oficiais, existem 150 milhões de toneladas de plástico a poluir mares e peixe, que contribuem tanto para o aquecimento global como todo o setor da aviação atualmente. E este desperdício que não para de aumentar consome, anualmente, 6% de toda a produção de petróleo.

Existe, assim, uma crescente consciencialização das populações para o desperdício zero e para a não utilização ou redução do consumo de plásticos como sacos, copos, pratos e talheres descartáveis, fibras e tintas sintéticas, eletrodomésticos, carros, esfoliantes de pele, resinas dentárias, seringas, bijuterias, verniz das unhas, entre outros, devido aos impactos ambientais causados: na sua produção, no consumo e na colocação no lixo.

Estes impactos traduzem-se na poluição gerada por substâncias indesejáveis emitidas para o ambiente e num gasto de energia suplementar e que é necessária ao processo da produção e distribuição. Neste sentido, começam a surgir novas oportunidades de negócio.

Das palhinhas descartáveis às palhinhas comestíveis e biodegradáveis:

Devido ao consumo cada vez maior de palhinhas de plástico e às consequências que isso tem para a degradação ambiental, situação que está a ser contestada no mundo inteiro devido ao movimento promovido por Jackie Nunez, que teve início numa esplanada da Califórnia e se estendeu ao resto dos E.U.A., pretende-se alertar as populações para este facto.

Estas palhinhas descartáveis não sendo biodegradáveis, vão-se decompondo na natureza ao longo de centenas de anos, ficando cada vez mais pequenas e acabando depois, por ser ingeridas por peixes, moluscos e tartarugas – “80% de todos os detritos encontrados nos oceanos têm origem na terra e 80% a 90% desses mesmos detritos são feitos de plástico”, explica Jackie.

Só nos EUA gastam-se 500 milhões de palhinhas/dia.

Uma simples atitude de recusa desse objeto aparentemente inofensivo, pode ajudar a salvar o meio ambiente.

Assim, e numa era digital, este movimento ganhou força através de diversas iniciativas, na maioria partindo de privados:



Imagem: Google / Site Entidade

- *hashtag #refusethestraw;*
- comemoração do “Plastic Free July”;
- Plastic Sun Days;
- Zero Waste Home;
- comemoração do “Dia Internacional sem Palhinha”, entre outras.

Neste contexto, as palhinhas comestíveis e biodegradáveis ganham adeptos e começam a ter expressão a nível mundial existindo, atualmente, diferentes marcas que oferecem este tipo de alternativas:

- **Celery Straws:** A Duda Farm Fresh Foods, com sede na Flórida, está a desenvolver através de processos de biotecnologia a possibilidade de se usar os talos de aipo e a sua própria forma natural, para se obterem palhinhas comestíveis que podem ser usadas, por exemplo, nos cocktails “Bloody Mary”.
- **Magic Straws:** A Magic Straws, LLC é uma empresa com sede em Minneapolis, que criou um produto exclusivo de palhinhas comestíveis para beber leite, tendo registado a marca Got Milk® e usando na sua publicidade frases como “uma maneira saudável e divertida das crianças beberem leite”. Tem crescido, aumentando não só a gama de produtos que cria e distribui (palhinhas para beber água com diversos sabores, produtos de beleza orgânicos a

preços acessíveis, ...), como fazendo parcerias estratégicas com grandes marcas como Disney, Marvel e Nickelodeon.

Complementarmente existem ofertas pontuais de alguns produtos que também pretendem substituir as palhinhas de plástico como, por exemplo:

- Froot Loops Cereal Straws – palhinhas feitas de cereais;
- Rainbow Cherry Candy Stick Straw – palhinhas feitas de açúcar, com as cores do arco-íris;
- Sour Punch Sip-N-Chew Straws – palhinhas feitas a partir da planta de alcaçuz, com sabor a maçã.



Imagens: Google / Site Entidade



Considerando esta nova tendência de palhinhas comestíveis e biodegradáveis, chegou recentemente a Portugal, através da empresa nacional **Bee Iellow**, a marca espanhola Sorbos que apresenta uma gama variada deste tipo de produto.

Segundo Pedro Caldeira, a pessoa responsável por esta iniciativa, apostou nesta marca “por ter uma oferta de excelência e com sabores diversos”. As palhinhas podem ser usadas em bebidas naturais e têm uma duração entre 15 e 40 minutos, dependendo da qualidade do gelo, do tipo de bebida e da temperatura, sendo que em bebidas mais frias e menos aguadas a duração é maior.



Imagens: Google / Site Entidade



Como é que isto se traduz numa potencial oportunidade na área agrícola, agroindustrial ou de biotecnologia agrícola?

As palhinhas são feitas essencialmente de açúcar e água (cada palhinha tem sete gramas, cerca de seis dos quais são açúcar puro), tendo também na sua composição amido de milho, gelatina bovina, entre outros componentes, como os aromas de lima, morango, limão, canela, gengibre e maçã verde.

Assim, entidades que possam:

- fornecer matérias-primas de qualidade para a execução das palhinhas;
- promover estudos/experiências para obter palhinhas biodegradáveis mais saudáveis (evitando por ex. o açúcar tradicional, as gelatinas animais, os corantes artificiais, ...);

podem encontrar aqui um nicho interessante para ser explorado de forma criativa.

Objetivos do projeto: A Bee Iellow coloca no mercado produtos saborosos e inovadores, não só pelo produto em si como pela sua forma de consumir.

Mais-valias do projeto:

- Apresentar uma alternativa de consumo, às palhinhas descartáveis de plástico;
- Apelar e motivar à mudança de mentalidades a nível ambiental, de modo a alterar-se a relação dos consumidores com alguns produtos e a promover-se a sustentabilidade.

Potenciais interessados/parceiros: Os consumidores que se preocupem com esta questão ambiental em particular e as entidades que apresentem um produto inovador, e que se enquadre no objetivo da Bee Iellow, podem ter nesta empresa, um parceiro de negócios que apoia a divulgação e comercialização dos produtos.

Questões que se colocam, não só para este projeto como para as outras marcas que apresentam produtos semelhantes:

- apesar das palhinhas comercializadas serem uma alternativa ao plástico, por serem biodegradáveis e comestíveis, promovem o consumo de açúcar e de outros componentes como as gelatinas animais, os corantes artificiais, entre outros, que trazem ao discurso outras questões pertinentes como o uso exaustivo dos recursos, as doenças;

- os exemplos apresentados, não referem se os materiais usados no fabrico das palhinhas provêm de agricultura biológica ou outra, que promova boas práticas ambientais;
- algumas das marcas comerciais ou parceiros envolvidos, podem não estar muito bem vistos a nível da opinião pública face a questões que podem ter a ver com política, economia, saúde, ambiente (por exemplo: um produto que venha dos E.U.A., país que deixou recentemente de estar representado no Acordo Climático assinado em Paris, em 2015, pode ser boicotado; um produto que seja vendido como biológico, mas que depois venha de países distantes ou seja comercializado em embalagens descartáveis, o que aumenta a pegada ecológica, pode ser preterido em prol de outra oferta).

7.º Caso – Oportunidades de negócio na Agricultura de Precisão

A Agricultura de Precisão é considerada como o presente e o futuro da agricultura e de muitas explorações agrícolas, dado que promove a utilização de diversas ferramentas como as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) e as TICE (TIC + Eletrónica) para ajudar a tomar decisões, a operacionalizar investimentos e aumentar a eficiência das explorações, contribuindo para o aumento da produção agrícola e a redução de custos no setor.

Segundo Ricardo Braga, docente do Instituto Superior de Agronomia em Lisboa e um dos maiores especialistas neste tipo de agricultura “a agricultura de precisão está a revolucionar profundamente a forma como o negócio agrícola se desenrola, por via da transformação digital”.

O mesmo dá um exemplo concreto da tecnologia aliada à agricultura – a deteção remota, quer através do uso de *drones* quer por via dos satélites, dado que permite observar o estado de uma cultura com elevada resolução espacial (dos 10 m a 1 cm de píxel) e temporal (quinzenalmente a diariamente).

Esta ferramenta permite assim:

- verificar o nível de conforto vegetativo da cultura;
- fazer estimativas de produtividade;
- detetar precocemente limitações ao crescimento;
- planear colheitas;

entre outras utilizações muito práticas, e cujo investimento tem um retorno elevado.

Por sua vez, o empresário brasileiro Leonardo Menegatti, também Diretor da Associação Brasileira de Agricultura de Precisão, e que criou a sua própria *startup* para apoiar os agricultores a utilizarem estas novas ferramentas, refere como exemplo: “Nas plantações tradicionais, as sementes, o adubo, o calcário, são distribuídos de forma igual no solo. No entanto, quando o produtor faz a colheita verifica que a produtividade não é igual em todas as parcelas do terreno. O motivo está na “variabilidade”, ou seja, na diferença de fertilidade do solo apresentada em cada zona do terreno. Com a agricultura de precisão, identificam-se estas diferenças e ao solo só é aplicada a quantidade necessária. Isto permite agir de maneira a aumentar o potencial produtivo e a fazer com que, o empresário produza mais e gaste menos onde não vale a pena investir”.

É do senso comum que a agricultura tem que ser cada vez mais competitiva e isso é possível se os empresários agrícolas basearem a sua estratégia de desenvolvimento no conhecimento tecnológico e científico, que lhes permite melhorar, tornar mais eficientes ou agilizar, alguns processos como:

- mecanização da produção;
- redução de consumos (água, luz, matérias primas);
- uso de fertilizantes em quantidades adequadas, quer diretamente no solo quer em fertirrigação promovendo a sustentabilidade ambiental;
- uso de fitofármacos, seguindo a mesma lógica de preservação do meio ambiente e da obtenção de produtos com elevada segurança alimentar;
- sistemas de irrigação das culturas;
- produções de maior quantidade e qualidade;
- capacidade de armazenamento de produtos;
- entre outros.

Como perfil ideal, a agricultura de precisão necessita não só que o empreendedor tenha conhecimento profundo do setor agrícola, como tenha experiência e domínio das novas tecnologias.

Mas esta realidade ainda não é a que existe e identifica-se a oportunidade de criação de negócios inovadores nesta área, que possam aliar o conhecimento prático dos agricultores, à preparação técnica

de empresas que ofereçam serviços que promovam tecnologia para suporte de decisão e gestão na agricultura.

8.º Caso - AGROOP – Semear Inovação...

A AGROOP, que foi destaque do “Prémio Inovação NOS 2015”, é o exemplo de uma *startup* nacional que oferece soluções de gestão agrícola, através de uma aplicação que, segundo o CEO Bruno Fonseca: “ajuda agricultores a monitorizar as atividades no campo e a fazerem contas às despesas com a produção”.

O jovem, hoje com cerca de 30 anos, estava a tirar o mestrado em *Design* de Comunicação quando começou a trabalhar no *rebranding* da marca de um agricultor e de uma conversa informal, nasceu a ideia deste projeto. O mesmo refere que “foi o agricultor que falou da possibilidade de desenvolverem um *software* de gestão operacional de campo que permitisse apontar as atividades que ia realizando, as despesas inerentes a cada uma das culturas e que possibilitasse monitorizar todos os custos de produção da sua atividade.”

Neste sentido, e de forma a desenvolver esta ideia, juntou-se a Bruno Rodrigues, seu sócio e com uma visão inovadora têm conquistado mercado, tendo recorrido a diferentes campanhas de *equity crowdfunding*, através da empresa Seedrs e assim concretizado os seus objetivos.

[Nota: A Seedrs, é ela própria uma *startup* que foi fundada em 2009 por Carlos Silva e Jeff Lynn, um português e um norte-americano, que criaram assim uma plataforma de *equity crowdfunding*. Esta empresa mantém boa parte da equipa em Portugal, mas é no Reino Unido, um dos mercados mais dinâmicos do mundo nesta área, em que desenvolve atividade ajudando a transformar indústrias. Dada a sua ascensão, em 2016 integrou a lista dos Business Innovators 2016 para a Bloomberg.]



Imagem: Google / Site Entidade

Objetivos do projeto: Disponibilizar aos utilizadores uma aplicação de gestão operacional na área agrícola que permite centralizar, gerir e analisar informação proveniente da exploração, de vários clientes ou associados.

Mais-valias do projeto:

- Apresentar uma *app*, que funciona de forma bastante intuitiva;
- Por ser uma ferramenta *web based*, logo com acesso à *cloud*, não obriga à instalação de um *software*;
- Dada a tecnologia usada, é possível o acesso fácil e rápido a diversa informação, a qualquer hora e em qualquer lugar.

Potenciais interessados/parceiros: Técnicos, empresas, associações e organizações de produtores.

Questões que se colocam:

- estando o setor tecnológico em constante avanço, é necessário que os promotores da iniciativa não percam o foco do seu projeto;
- a disponibilização de fundos comunitários para projetos IDT “Investigação e Desenvolvimento Tecnológico”, tem levado ao aparecimento de entidades que promovem ofertas semelhantes;
- a maioria dos agricultores ainda não está preparada para este tipo de iniciativas.

Existem muitos outros projetos de sucesso, uns já com marca consolidada outros a dar os primeiros passos, que partiram de ideias simples, que se concretizaram.

E há cada vez mais o reconhecimento destas iniciativas privadas ou em parcerias com outras entidades, como se pode verificar por exemplo, através da atribuição de prémios por entidades do setor e dos quais são identificados:

- *Categoria Produção e Transformação*
 - **Black Block:** um sistema solar híbrido que consome menos energia do que os equipamentos convencionais, na secagem agro-industrial de ervas aromáticas, fruta, cogumelos e cortiça, podendo ser controlado à distância (inclusivamente através de uma *app*);

- **Azeite em pó com ervas aromáticas:** da empresa MC Rabaçal & Aragão. Esta novidade que é utilizada por chefes de cozinha de renome resulta da desidratação do azeite de Trás-os-Montes com maltodextrina de tapioca e adição de ervas aromáticas da região.
- **Sistema Arge Ruris:** é uma aplicação móvel desenvolvida pela empresa GlobalBit e é usada no controlo remoto de explorações de produção extensiva para animais.
- *Categoria Comercialização e Internacionalização*
 - **“Lotes Reserva”:** do Cantinho das Aromáticas que permite uma experiência sensorial, promovida pela recolha seletiva das extremidades das espécies Limonete, Erva-príncipe, Hortelã-vulgar e Tomilho-limão nos dias mais compridos do ano.
- *Categoria Investigação e Desenvolvimento Tecnológico*
 - **BIOSUBSTRATPOT:** um projeto desenvolvido pelo “Horto da Cidade” que pretende substituir o uso de vasos de plástico na produção de plantas.
- *Categoria Desenvolvimento Rural*
 - **“Porta do Mezio”:** é uma iniciativa da Associação Regional de Desenvolvimento do Alto Lima (ARDAL), em parceria com a Câmara Municipal de Arcos de Valdevez e outras entidades. Com ela, pretende-se divulgar e promover o Parque Nacional da Peneda Gerês, enquanto infraestrutura potenciadora de negócios de operadores turísticos da região.
 - **Firerisk:** uma aplicação dirigida aos cidadãos e que reúne informação de diversas fontes sobre incêndios florestais, permitindo o acesso em tempo real ao nível de risco de incêndio.
 - **Quinta da Fornalha:** nesta exploração algarvia com 30 hectares, se apostar numa gestão agrícola ecológica e regenerativa, que promove o ecoturismo associando o aproveitamento inteligente de todos os recursos.

6. FATORES CRÍTICOS

De modo a criarem-se outras oportunidades de negócio no setor agrícola, é necessário **innovar, quer através da criação de novos produtos quer através da melhoria dos que já existem à disposição do consumidor.**

Mas inovar, implica também repensar, renovar, e requalificar os processos de produção, as estratégias de marketing e a própria organização da entidade.

Segundo John Kao, no seu livro *Innovation Nation* (2007), a inovação “é a capacidade de os indivíduos, as empresas e nações inteiras criarem, de forma contínua, o futuro que desejam”.

Nota-se que, muitas vezes, apesar de haver vontade empreendedora, esta não se traduz de forma eficaz na concretização de projetos sustentáveis.

O que diferencia as histórias de sucesso daquelas que fracassaram é essencialmente o fator humano/pessoal. Os empreendedores bem-sucedidos tiveram a capacidade, a persistência e a habilidade, usando as ferramentas ao seu dispor, de perceber que partes dos seus planos estavam a funcionar muito bem e que partes estavam mal orientadas, para em tempo útil, (re)adaptarem as suas estratégias de forma mais eficaz.

No entanto, existem outros fatores críticos que influenciam o sucesso das iniciativas empreendedoras e que estão relacionados com o ambiente externo que rodeia as empresas.

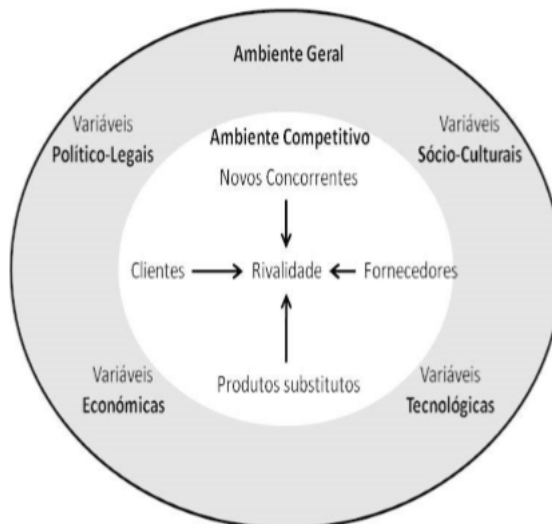
Nesse sentido, e de acordo com Teixeira nos seus livros “Gestão Estratégica” (2011) e “Gestão das Organizações” (2013), é necessário analisar o impacto que o conjunto de fatores:

- Políticos;
- Económicos;
- Sociais;
- Tecnológicos.

terão no setor de atividade (ambiente competitivo) no qual a empresa desenvolverá a sua própria atividade (Figura 38), e que externamente condicionam a sua atuação, nomeadamente em termos estratégicos. É de salientar que, nem todas as variáveis que constituem esses fatores influenciam

da mesma maneira, ou com a mesma intensidade a vida de uma empresa, e muito menos a vida de todas as empresas que atuam na mesma região ou área de influência.

Figura 41 – Análise dos fatores externos que influenciam as organizações



6.1 Análise PEST

Considerando que o ambiente externo se desdobra:

- no ambiente geral (macro-ambiente ou remoto);
- no ambiente competitivo – que corresponde ao setor ou indústria onde a empresa (o ambiente interno) exerce a sua atividade;

a análise PEST mostra-se um instrumento de grande utilidade, no estudo de um conjunto de fatores político-legais (P), económicos (E), socioculturais (S) e tecnológicos (T), que constituem o ambiente geral e onde existem diversas variáveis (ver quadro resumo – figura 39).

a) Político-legais

O Regulamento n.º 2011/0288 da União Europeia compreende as orientações relativas ao financiamento, à gestão e à vigilância da Política Agrícola Comum (PAC). Este regulamento delineou as opções gerais para responder aos futuros desafios com que a agricultura e as zonas rurais têm de cumprir, bem como os objetivos estabelecidos para a PAC, nomeadamente:

- 1) produção alimentar viável;
- 2) gestão sustentável dos recursos naturais e ações climáticas;

3) desenvolvimento territorial equilibrado.

Este regulamento estabelece também uma organização comum dos mercados dos produtos agrícolas, onde é criado um quadro orçamental e suas principais orientações para a PAC. Com base nesta proposta, a Comissão Europeia apresenta um conjunto de regulamentos que estabelecem o quadro legislativo da PAC, no período 2014-2020, juntamente com uma avaliação do impacto de cenários alternativos de evolução desta política.

Face a estes desafios, e pelo que foi sendo exposto ao longo deste guia, verifica-se que Portugal tem descurado os territórios de baixa densidade, facto que tem conduzido ao abandono do interior do país e da atividade agrícola.

b) Económicos

A conjuntura externa (e interna) de Portugal torna difícil a realização de uma previsão concreta de quais os melhores investimentos a realizar. O país continua a reestabelecer a credibilidade e reputação da sua economia perante os seus parceiros da União Europeia e o menor poder de compra dos consumidores, conduzindo à escolha de produtos agrícolas e agro-alimentares mais baratos e de menor qualidade.

c) Socioculturais

Portugal apresenta um histórico restrito em termos de empreendedorismo e/ou de criação de parcerias e sinergias para a implementação de projetos verificando-se:

- a falta de uma estratégia transversal a nível nacional de promoção do empreendedorismo desde as camadas mais jovens, o que potenciaria adultos mais empreendedores e melhor preparados;
- a existência de entidades que trabalham as questões do empreendedorismo nos diversos setores, mas cuja atuação acaba por não ser coordenada, quer a nível nacional/regional, o que dificulta o apoio ao empreendedor;
- uma falha no acompanhamento do empreendedor ao longo do ciclo de vida do seu projeto – costuma existir apoio no início do projeto, mas que diminui na fase mais crucial do

mesmo, isto é, aquando do arranque e pós-arranque da empresa, altura em que se surgem as dificuldades de consolidação da imagem/marca e de adaptação às exigências de um mercado competitivo;

- a tendência para uma maior concentração do apoio ao empreendedor nos territórios que são demográfica e economicamente mais dinâmicos.

Por outro lado, só agora os consumidores começam a ser mais informados, o que se traduz numa escolha mais selecionada dos produtos agro-alimentares que são consumidos e que muitas vezes também, dependem de “modas” – produtos sem glúten, bio e vegan, sem adição de açúcar, livres de embalagens de plástico (logo preferência por produtos a granel), entre outros.

Relacionado também com as questões socioculturais, verifica-se que Portugal atravessa um período em que a taxa de natalidade é muito reduzida, o que vai traduzir-se numa redução do crescimento da população e, por sua vez, num menor número de futuros consumidores. As previsões apontam para uma redução da população portuguesa, para 7 milhões de pessoas, daqui a cerca de 30 anos.

d) Tecnológicos

Pelo que foi exposto, como características do setor agrícola em Portugal ao longo dos capítulos anteriores, verifica-se que este setor ainda não está totalmente aderente aos aspetos tecnológicos.

Contudo, é importante referir que nos últimos anos, existe uma maior abertura do setor a estas questões, como referido no Ponto 5, considerando a necessidade de se tornar a agricultura uma atividade mais produtiva e assim também mais competitiva junto de outros mercados.

Neste sentido, o Governo Português tem vindo a desenvolver esforços para que Portugal retome as suas produções, incentivando os jovens a voltar às suas raízes rurais, criando desta forma o seu próprio emprego.

Figura 42 – Quadro resumo - Análise PEST

Variáveis político-legais	Variáveis económicas
– Estabilidade política e governamental. – Políticas e programas governamentais. – Produção alimentar viável.	– Produto interno bruto. – Balança comercial. – Intervenção da troika.

Variáveis político-legais	Variáveis económicas
– Gestão sustentável dos recursos naturais e ações climáticas. – Desenvolvimento territorial equilibrado. – Legislação comercial, fiscal e laboral. – Legislação ambiental. – <i>Lobbying</i>.	– Financiamento da economia. – Apoio às empresas. – Taxas de juro. – Taxa de inflação. – Taxa de desemprego. – Custo dos fatores de produção e comercialização.
Variáveis sócio-culturais	Variáveis tecnológicas
– Hábitos de consumo. – Clientes mais exigentes. – Distribuição do rendimento. – Distribuição e mobilidade geográfica da população. – Taxa de crescimento da população. – Taxa de natalidade. – Estrutura etária. – Envelhecimento da população. – Estilos de vida.	– Investimento público. – Transferência de resultados de investigação e desenvolvimento. – Proteção de direitos de propriedade intelectual (e.g. patentes e licenças). – Reforço da produtividade por via de inovação tecnológica.

Reforçando estes fatores, existem outros que têm sido identificados diretamente pela maioria dos produtores agrícolas, que se complementam e repercutem na competitividade do setor agrícola, que a seguir se enumeram:

- a agricultura é uma atividade mal remunerada e muito exigente, onde não há dias de folga e como tal, uma profissão pouco aliciante;
- o território rural estar ao abandono;

- as alterações climáticas trazerem uma nova realidade a este setor e para as quais existe a necessidade de adaptação;
- a baixa taxa de associativismo/cooperativismo;
- a falta de escala de mercado;
- a baixa capacidade de promoverem uma oferta de produtos a preços competitivos;
- a menor capacidade/facilidade que uma entidade, por si só, tem para dar visibilidade aos seus produtos/serviços, quer a nível nacional quer internacional;
- falta de conhecimento do mercado-alvo.

De forma a minimizar os riscos dos fatores críticos que levam ao sucesso ou insucesso dos projetos e considerando que alguns dependem de entidades e políticas governamentais, entre outras, é fundamental potenciar os que capacitam diretamente os agricultores:

- promovendo na entidade proponente dos projetos, uma capacidade de visão estratégica;
- apoiando a implementação de boas práticas de gestão e política de negócios;
- identificando mercados-alvo com potencial interesse;
- incrementando uma maior perceção das tendências de consumo e de comportamento dos consumidores;
- criando oportunidades, iniciando ou consolidando a divulgação dos seus produtos/serviços nos mercados nacionais e internacionais;
- promovendo a partilha do conhecimento, aos intervenientes deste setor;

considerando estes fatores como pontos-chave, se forem bem executados, vão definir e garantir o desenvolvimento e o crescimento das empresas e do seu negócio, atingindo os objetivos que tenham sido estipulados.

Esta visão, que potencia como a base do setor agrícola, o agricultor, permite consolidar uma visão mais abrangente e estratégica para um setor, que tem desafios constantes a superar.

7. CARACTERIZAÇÃO PRÁTICA DO SISTEMA DE SUPORTE AO EMPREENDEDOR E DAS MEDIDAS ATIVAS DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO RURAL

7.1. O Sistema de Suporte ao Agricultor

História da Política Agrícola Europeia

1957

O Tratado de Roma institui a Comunidade Económica Europeia (precursora da atual UE) entre seis países da Europa Ocidental.

1962

Início da política agrícola comum. A PAC é concebida como uma política comum, com o objetivo de fornecer alimentos a preços acessíveis aos cidadãos da UE e um nível de vida justo aos agricultores.

1984

A PAC é vítima do seu próprio êxito. As explorações agrícolas tornam-se tão produtivas que produzem mais alimentos do que os necessários. São introduzidas várias medidas destinadas a aproximar mais os níveis de produção das necessidades do mercado.

1992

A tónica do apoio da PAC passa do mercado para os produtores. O apoio aos preços diminui e é substituído por ajudas diretas aos agricultores, que são incentivados a adotar métodos mais respeitadores do ambiente - princípio do desenvolvimento sustentável.

2003

A PAC apoia o rendimento. Uma nova reforma da PAC põe termo à correlação entre subvenções e produção. Os agricultores recebem um apoio ao rendimento, desde que cuidem das terras agrícolas e preencham determinados requisitos em matéria de segurança dos alimentos, ambiente, saúde e bem-estar animal.

2013

A reforma da PAC visa reforçar a competitividade do setor, promover a agricultura sustentável e a inovação e apoiar o emprego e o crescimento nas zonas rurais, bem como deslocar a assistência financeira para a utilização produtiva das terras.

Fonte: "A política agrícola comum (PAC): para uma alimentação, um espaço rural e um ambiente de maior qualidade", da Comissão Europeia.

De acordo com os dados da União Europeia, cerca de 77% das terras da UE-25 destinam-se à agricultura e à silvicultura. Como tal, a definição de uma **Política Agrícola Comum (PAC)** é essencial para garantir a coerência entre as políticas de desenvolvimento rural e as prioridades da Comunidade.

Neste sentido, os objetivos associados à PAC da UE são os seguintes:

- ajudar os agricultores a produzir alimentos em quantidade suficiente para a Europa;
- garantir a segurança dos alimentos;
- proteger os agricultores contra a excessiva volatilidade dos preços e as crises do mercado;
- ajudar os agricultores a investir na modernização das suas explorações;
- apoiar comunidades rurais viáveis e a diversificação das economias rurais;
- criar e manter empregos nas indústrias alimentares;
- proteger o ambiente e o bem-estar dos animais.

Atualmente, o grande desafio da União Europeia é dar resposta ao crescimento demográfico e consequente aumento do consumo de produtos animais tendo em consideração as consequências das alterações climáticas, tais como perda de biodiversidade, deterioração da qualidade dos solos e da água.

Deste modo, a PAC privilegia, cada vez mais, o aconselhamento dos agricultores em matéria de **investimento e inovação**.

De referir que, a nível europeu, existe um conjunto de instituições e organismos que contribuem para o desenvolvimento e dinamização do setor agrícola:

- **Parlamento Europeu** - Comissão da Agricultura e do Desenvolvimento Rural;
- **Conselho da União Europeia** - Agricultura e pescas;
- **Comissão Europeia** - Agricultura e desenvolvimento rural;
- **Comité Económico e Social Europeu** - Secção da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Ambiente;
- **Comité das Regiões** - Comissão dos Recursos Naturais (NAT);
- **Agências da UE:**
 - Agência de Execução para os Consumidores, a Saúde, a Agricultura e a Alimentação (CHAFEA);
 - Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos;
 - Instituto Comunitário das Variedades Vegetais;
 - Agência Europeia do Ambiente (AEA).

Relativamente ao **financiamento da agricultura europeia**, verifica-se que, atualmente, as despesas agrícolas no orçamento da UE representam um peso de cerca de 38%. Esta percentagem baixou significativamente ao longo das últimas décadas – em 1970 atingiu um pico de quase 70% - como consequência do aumento das responsabilidades da UE noutros domínios e das economias resultantes das reformas da política agrícola.

A agricultura é um dos domínios cuja gestão se encontra centralizada na UE, não sendo, o apoio político e financeiro do setor, da responsabilidade direta de cada um dos países.

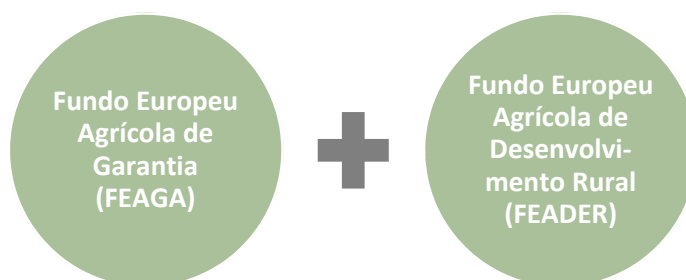
A União Europeia beneficia os agricultores através de apoios ao rendimento. Em contrapartida, os agricultores comprometem-se a desenvolver a atividade agrícola e a respeitar um conjunto de

normas em relação à segurança alimentar, proteção do ambiente, saúde e bem-estar animal e manutenção das terras em boas condições ambientais e agrícolas.

Neste contexto, os fundos de Desenvolvimento Rural contribuem para:

- Melhorar a competitividade da agricultura e da silvicultura;
- Proteger o meio ambiente e o campo;
- Melhorar a qualidade de vida dos agricultores e da população em geral;
- Diversificar a economia rural;
- Apoiar abordagens locais de desenvolvimento rural.

As despesas com agricultura são financiadas através de dois fundos que fazem parte do orçamento geral da União Europeia:



O **Fundo Europeu Agrícola de Garantia (FEAGA)** financia, primordialmente, os pagamentos diretos aos agricultores e as medidas para regular os mercados agrícolas.

O **Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER)** cofinancia os Programas de Desenvolvimento Rural dos estados-membros.

Ambos os fundos são implementados em parceria entre o estado-membro e a União Europeia, ou seja, a Comissão Europeia não efetua os pagamentos diretamente aos beneficiários, sendo esta tarefa delegada para cada um dos estados-membros.

A União Europeia prevê investir 95 mil milhões de euros nos estados-membros através das políticas de Desenvolvimento Rural 2014-2020, com o objetivo de:

- promover a competitividade da agricultura;
- assegurar a gestão sustentável dos recursos naturais;

- combater a mudança climática;
- alcançar um desenvolvimento territorial equilibrado das economias e das comunidades rurais, incluindo a criação e manutenção do emprego.

Cada um dos estados-membros desenvolveu o seu próprio programa conforme as necessidades dos seus territórios e com base em, pelo menos, quatro das seis prioridades comuns da União Europeia:

- promover a transferência de conhecimento e de inovação na agricultura, silvicultura e áreas rurais;
- reforçar a viabilidade e a competitividade de todos os tipos de agricultura e promover as tecnologias agrícolas inovadoras e a gestão sustentável das florestas;
- promover a organização da cadeia alimentar, bem-estar animal e gestão de riscos na agricultura;
- restaurar, preservar e melhorar os ecossistemas relacionados com a agricultura e a silvicultura;
- promover a eficiência dos recursos e apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono nos setores agrícola, alimentar e florestal;
- promoção da inclusão social, a redução da pobreza e o desenvolvimento económico nas áreas rurais.



PROGRAMA DE
DESENVOLVIMENTO
RURAL 2014-2020

O Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) gere os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento para o período 2014-2020 no âmbito dos Domínios Temáticos Agricultura, Empresas Agro-Industriais e Florestal.

Com o início de um novo ciclo da Política Agrícola Comum (PAC) da União Europeia, enquadrada na Estratégia 2020, Portugal apresentou a sua estratégia de adoção de soluções equilibradas que evitassem ruturas entre quadros de programação, mantivessem níveis de investimento e assegurassem períodos de adaptação compatíveis com as necessidades das explorações agrícolas e das empresas agroalimentares. Esta política visa assegurar condições para uma distribuição mais equilibrada de apoios.

Mediante um conjunto integrado de atuações, encontram-se criadas as condições para o desenvolvimento de forma sustentável a partir da iniciativa do setor, assegurando o Estado as

condições de contexto necessárias para uma boa operacionalização dos instrumentos e eficaz utilização dos recursos disponíveis.

Neste sentido, o PDR promove o apoio nas áreas de Investimento Agrícola, Investimento Agroindustriais, Jovens Agricultores, Gestão de Risco e Estabelecimento de Potencial Produtivo ou Manutenção da Atividade Agrícola em Zonas Desfavorecidas.

Tendo por princípio a visão da estratégia nacional de crescimento sustentável do setor agroflorestal em todo o território nacional, o PDR 2020 apresenta como objetivos:

- Aumentar o valor acrescentado do setor agroflorestal;
- Assegurar condições que permitam melhorar a gestão sustentável dos recursos, nomeadamente, através da utilização mais eficiente dos mesmos;
- Assegurar a proteção, dinamização económica e social do espaço rural;
- Aumentar a capacidade de inovação e transferência de conhecimento para o setor agroflorestal;
- Melhorar o nível de capacitação e de aconselhamento dos produtores agrícolas e florestais;
- Aumentar a concentração da oferta e a promover da gestão de riscos a que o setor é vulnerável.

Para a concretização da estratégia, os objetivos referidos são operacionalizados no PDR 2020, ao nível de medidas e ações integradas em quatro grandes áreas de intervenção:

- Inovação e conhecimento;
- Competitividade e organização da produção;
- Ambiente, eficiência no uso dos recursos e clima;
- Desenvolvimento local.

7.2. Medidas Ativas de Promoção do Empreendedorismo Rural

A nível nacional, existem diversas entidades que têm como objetivo apoiar os agricultores. Destas destacam-se:

- Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR);
- Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP);
- Associação dos Jovens Agricultores de Portugal (AJAP).

Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR)

“A DGADR é o serviço central do Ministério com atribuições específicas em matéria de formação profissional nas áreas da agricultura, das florestas, do agroalimentar e do desenvolvimento rural.

Em articulação com a Agência Nacional para a Qualificação, o Ensino Profissional, I. P. — ANQEP, I. P. e com os organismos da área agroalimentar e rural do Ministério da Agricultura e do Mar (MAM), a DGADR promove a regulamentação da formação e a definição e conceção dos programas de formação, destinados a agricultores, trabalhadores, técnicos e outros agentes rurais, exercendo ainda, atribuições como entidade certificadora de entidades formadoras e da formação realizada para técnicos”.

Fonte: site da DGADR, acedido em janeiro 2018.

Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP)

“O IEFP é o serviço público de emprego nacional. Tem por missão promover a criação e a qualidade do emprego e combater o desemprego, através da execução de políticas ativas de emprego, nomeadamente de formação profissional”.

Fonte: site do IEFP.

Associação dos Jovens Agricultores de Portugal (AJAP)

A Associação dos Jovens Agricultores de Portugal (AJAP), criada em 1983, é uma organização privada sem fins lucrativos, reconhecida como pessoa coletiva de utilidade pública, com o estatuto

de Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) e membro do Conselho Económico e Social (CES).

O intuito da sua criação foi dar resposta a duas questões fundamentais:

- Consciencializar os empresários agrícolas para a importância do movimento associativo; e
- Representar os Jovens Agricultores Portugueses a nível nacional e internacional.

Neste sentido, a AJAP é a única organização que representa a nível nacional, europeu e internacional, os Jovens Empresários Agrícolas Portugueses, com idades compreendidas entre os 18 e 40 anos. A ação da AJAP não se limita aos Jovens Empresários Agrícolas, centrando-se, também, na atividade dos Jovens Empresários Rurais.

Deste modo, a AJAP contribui para estimular a participação ativa na discussão, concertação e reflexão dos problemas dos Jovens Empresários Agrícolas e Rurais potenciando o desenvolvimento de atividade económica aliada à preservação do ambiente e à dinamização do espaço rural.

Neste sentido, a AJAP apresenta como Missão “Apoiar o rejuvenescimento do tecido empresarial agrícola e rural, a modernização do setor, a reconversão das explorações agrícolas e o reforço da imagem da agricultura e das atividades rurais”.

Após mais de 30 anos desde a sua constituição, a AJAP continua a prestar um vasto conjunto de serviços à agricultura nacional, desenvolvendo trabalhos de grande relevância e de divulgação totalmente aberta. Os trabalhos desenvolvidos têm como objetivo ajudar a compreender o passado e definir o futuro dos jovens agricultores e dos jovens empresários rurais.

Decorrente do trabalho e empenho de toda a sua equipa, a AJAP participa ativamente na discussão, concertação e reflexão dos problemas dos Jovens Agricultores e dos Jovens Empresários Rurais, conferindo um importante contributo para dinamizar o espaço rural, sendo a agricultura a sua atividade estruturante.

A AJAP enquanto Associação dinâmica, assente na sociedade, articula a sua atividade com um vasto conjunto de entidades estabelecendo protocolos de cooperação com instituições estatais, privadas, outras organizações e/ou empresas de todos os setores de atividade, sendo de destacar: o Ministério da Agricultura, através do Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP), da Direção Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR), e do Instituto do Vinho e da Vinha

(IVV) e a sua participação enquanto acionista no Centro Nacional de Exposições e Mercados Agrícolas – CNEMA.

Após mais de trinta anos de funcionamento, a AJAP continua a prestar um vasto conjunto de serviços à agricultura nacional, a par de uma intensa atividade ao nível da cooperação, que passa pela qualificação e ao nível da internacionalização das empresas agrícolas. Todavia, a sua atenção é dedicada essencial e prioritariamente às realidades locais e ao contacto direto com as pessoas.

O empenho da AJAP no trabalho que desenvolve diariamente é o reflexo de uma vontade intrínseca, de todos quantos colaboram com a entidade, para a melhoria das condições da qualidade de vida dos Jovens Agricultores, dos Jovens Empresários Rurais e de todos quantos vivem no Mundo Rural.

Apesar da AJAP representar, a nível nacional e internacional, os Jovens Empresários Agrícolas Portugueses, a sua ação não se limita aos jovens, dado que a ação de dinamização que a AJAP promove por todo o país contribui para a modernização da agricultura e para combater as tendências de desertificação que existem em várias regiões de Portugal.

Relativamente aos serviços desenvolvidos pela AJAP destacam-se os seguintes:

- Candidaturas IFAP: no âmbito do protocolo estabelecido com o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P. (IFAP), a AJAP assume responsabilidades na Receção de Candidaturas às ajudas financiadas pelo FEAGA contempladas no iDigital, bem como às Medidas Agro-Ambientais e Silvo-Ambientais e Manutenção da Atividade Agrícola em Zonas Desfavorecidas, enquadradas no PDR 2020.
- Parcelário: A criação do Sistema de Identificação Parcelar (SIP) teve como objetivo a atribuição de um único número a cada elemento da exploração agrícola (parcela, prédio, grupo de parcelas e/ou prédios), de forma a permitir a referenciação geográfica das explorações agrícolas de modo unificado e coerente e a simplificar os elementos gráficos que devem ser fornecidos pelos requerentes para fins de cálculo das Ajudas Comunitárias e para as ações de controlo.
- Declarações SNIRA: A AJAP através do protocolo com o IFAP, colabora desde o ano de 2002 na manutenção da Base de Dados do SNIRA (Sistema Nacional de Informação e Registo de Animais).

- Projetos de Investimento: tendo por base alcançar objetivos de fomentar a renovação e o rejuvenescimento das empresas agrícolas, bem como promover o processo de Instalação de Jovens Agricultores, a AJAP assume responsabilidades ao nível da conceção de projetos inerentes à Operação 3.1.1 “Jovens Agricultores”, de maior importância para a Associação e para o Mundo Rural e Agrícola. Não obstante, os técnicos da AJAP são igualmente responsáveis pela conceção de projetos no âmbito da Operação 3.2.1 do PDR2020 - Investimento na Exploração Agrícola; Operação 3.2.2 do PDR2020 - Pequenos Investimentos na Exploração Agrícola; VITIS (Regime de Apoio à Reestruturação e Reconversão da Vinha), REAP (Regime de Exercício da Atividade Pecuária); Ação 7.11 do PDR2020 - Investimentos não Produtivos.
- Assistência Técnica: A assistência técnica prestada pelos técnicos da AJAP, consiste no acompanhamento da evolução dos estados fenológicos da cultura e dos ciclos biológicos das pragas e doenças usando a prática da proteção integrada para as controlar.
- Serviço de Aconselhamento Agrícola e Florestal (SAAF): Serviço Técnico especializado prestado pela AJAP, que contempla as seguintes fases:
 - **Diagnóstico** consiste na descrição da exploração agrícola ou florestal, identificação das áreas temáticas aplicáveis, bem como as desconformidades detetadas.
 - Elaboração de um **Plano de Ação** com um conjunto de recomendações a implementar, de forma a corrigir as situações de não conformidade, identificadas em fase de diagnóstico.

Trata-se de um Serviço de implementação obrigatória pelos Estados-Membros, de adesão voluntária para os agricultores, quer sejam ou não beneficiários de apoios no âmbito da PAC. O SAAF comporta as seguintes áreas temáticas:

- Condicionalidade;
- Segurança no trabalho;
- Práticas agrícolas benéficas para o clima e o ambiente (*Greening*);
- Manutenção de superfície agrícola;
- Medidas de proteção à qualidade da água;
- Utilização sustentável de produtos fitofarmacêuticos;

- Medidas ao nível da exploração agrícola ou florestal;
 - Primeira instalação de jovens agricultores;
 - Requisitos mínimos das medidas agroambientais;
 - Plano de gestão florestal;
 - Defesa da floresta;
 - Certificação florestal;
 - Conservação da natureza.
-
- Declarações IVV: O Protocolo celebrado entre a AJAP e o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) foi estabelecido com o objetivo de criar um quadro de colaboração institucional entre as referidas entidades, de modo a possibilitar um adequado apoio técnico aos viticultores, através da divulgação, informação e apoio ao cumprimento das obrigações vitivinícolas aplicáveis.

ANEXO 1 – Lista de Municípios de Baixa Densidade

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1) Abrantes | 27) Borba |
| 2) Aguiar da Beira | 28) <u>Boticas</u> |
| 3) Alandroal | 29) <u>Bragança</u> |
| 4) Alcácer do Sal | 30) <u>Cabeceiras de Basto</u> |
| 5) Alcoutim | 31) Campo Maior |
| 6) <u>Alfândega da Fé</u> | 32) <u>Carraceda de Ansiães</u> |
| 7) <u>Alijó</u> | 33) Carregal do Sal |
| 8) Aljezur | 34) Castanheira de Pêra |
| 9) Aljustrel | 35) Castelo Branco |
| 10) Almeida | 36) Castelo de Vide |
| 11) Almodôvar | 37) Castro Daire |
| 12) Alter do Chão | 38) Castro Marim |
| 13) Alvaiázere | 39) Castro Verde |
| 14) Alvito | 40) Celorico da Beira |
| 15) Ansião | 41) <u>Celorico de Basto</u> |
| 16) <u>Arcos de Valdevez</u> | 42) Chamusca |
| 17) Arganil | 43) <u>Chaves</u> |
| 18) <u>Armamar</u> | 44) <u>Cinfães</u> |
| 19) <u>Arouca</u> | 45) Constância |
| 20) Arraiolos | 46) Coruche |
| 21) Arronches | 47) Covilhã |
| 22) Avis | 48) Crato |
| 23) <u>Baião</u> | 49) Cuba |
| 24) Barrancos | 50) Elvas |
| 25) Beja | 51) Estremoz |
| 26) Belmonte | 52) Évora |

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| 53) <u>Fafe</u> | 79) Miranda do Corvo |
| 54) Ferreira do Alentejo | 80) <u>Miranda do Douro</u> |
| 55) Ferreira do Zêzere | 81) <u>Mirandela</u> |
| 56) Figueira de Castelo Rodrigo | 82) <u>Mogadouro</u> |
| 57) Figueiró dos Vinhos | 83) <u>Moimenta da Beira</u> |
| 58) Fornos de Algodres | 84) <u>Monção</u> |
| 59) <u>Freixo de Espada à Cinta</u> | 85) Monchique |
| 60) Fronteira | 86) <u>Mondim de Basto</u> |
| 61) Fundão | 87) Monforte |
| 62) Gavião | 88) <u>Montalegre</u> |
| 63) Góis | 89) Montemor-o-Novo |
| 64) Gouveia | 90) Mora |
| 65) Grândola | 91) Mortágua |
| 66) Guarda | 92) Moura |
| 67) Idanha-a-Nova | 93) Mourão |
| 68) <u>Lamego</u> | 94) <u>Murça</u> |
| 69) Lousã | 95) Nelas |
| 70) Mação | 96) Nisa |
| 71) <u>Macedo de Cavaleiros</u> | 97) Odemira |
| 72) Mangualde | 98) Oleiros |
| 73) Manteigas | 99) Oliveira de Frades |
| 74) Marvão | 100) Oliveira do Hospital |
| 75) Mêda | 101) Ourique |
| 76) <u>Melgaço</u> | 102) Pampilhosa da Serra |
| 77) Mértola | 103) <u>Paredes de Coura</u> |
| 78) <u>Mesão Frio</u> | 104) Pedrógão Grande |

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 105) Penacova | 131) Seia |
| 106) Penalva do Castelo | 132) <u>Sernancelhe</u> |
| 107) Penamacor | 133) Serpa |
| 108) <u>Penedono</u> | 134) Sertão |
| 109) Penela | 135) Sever do Vouga |
| 110) <u>Peso da Régua</u> | 136) Soure |
| 111) Pinhel | 137) Sousel |
| 112) <u>Ponte da Barca</u> | 138) Tábua |
| 113) Ponte de Sor | 139) <u>Tabuaço</u> |
| 114) Portalegre | 140) <u>Tarouca</u> |
| 115) Portel | 141) <u>Terras de Bouro</u> |
| 116) <u>Póvoa de Lanhoso</u> | 142) Tondela |
| 117) Proença-a-Nova | 143) <u>Torre de Moncorvo</u> |
| 118) Redondo | 144) Trancoso |
| 119) Reguengos de Monsaraz | 145) <u>Valpaços</u> |
| 120) <u>Resende</u> | 146) Vendas Novas |
| 121) <u>Ribeira de Pena</u> | 147) Viana do Alentejo |
| 122) <u>Sabrosa</u> | 148) Vidigueira |
| 123) Sabugal | 149) <u>Vieira do Minho</u> |
| 124) Santa Comba Dão | 150) Vila de Rei |
| 125) <u>Santa Marta de Penaguião</u> | 151) Vila do Bispo |
| 126) Santiago do Cacém | 152) <u>Vila Flor</u> |
| 127) <u>São João da Pesqueira</u> | 153) Vila Nova da Barquinha |
| 128) São Pedro do Sul | 154) <u>Vila Nova de Cerveira</u> |
| 129) Sardoal | 155) <u>Vila Nova de Foz Côa</u> |
| 130) Sátão | 156) Vila Nova de Paiva |

157) Vila Nova de Poiares

158) Vila Pouca de Aguiar

159) Vila Real

160) Vila Velha de Ródão

161) Vila Verde

162) Vila Viçosa

163) Vimioso

164) Vinhais

165) Vouzela

A sublinhado estão identificados os Municípios da Região Norte.

ANEXO 2 – Freguesias de Baixa Densidade em Municípios que não são de Baixa Densidade

Município	Freguesia
Águeda	União das freguesias de Belazaima do Chão, Castanheira do Vouga e Agadão União das freguesias do Préstimo e Madeira de Alcoba
Amarante	Ansiães Candemil Gouveia (São Simão) Jazente Rebordelo Salvador do Monte União das freguesias de Aboadela, Sanche e Várzea União das freguesias de Bustelo, Carneiro e Carvalho de Rei União das freguesias de Olo e Canadelo Vila Chã do Marão
Amares	Bouro (Santa Marta) Goães União das freguesias de Caldelas, Sequeiros e Paranhos União das freguesias de Vilela, Seramil e Paredes Secas
Caminha	Dem União das freguesias de Arga (Baixo, Cima e São João) União das freguesias de Gondar e Orbacém
Castelo de Paiva	Real
Condeixa-a-Nova	Furadouro
Guimarães	União das freguesias de Arosa e Castelões
Loulé	Alte Ameixial Salir União de freguesias de Querença, Tôr e Benafim
Marco de Canaveses	Várzea, Aliviada e Folhada
Ourém	Espite União das freguesias de Freixianda, Ribeira do Fárrio e Formigais União das freguesias de Matas e Cereal União das freguesias de Rio de Couros e Casal dos Bernardos

Município	Freguesia
Pombal	Abiul
Ponte de Lima	Anais Ardegão, Freixo e Mato Associação de freguesias do Vale do Neiva Bárrio e Cepões Beiral do Lima Boalhosa Cabaços e Fojo Lobal Cabração e Moreira do Lima Calheiros Estorãos Friastelas Gemieira Gondufe Labruja Labrujó, Rendufe e Vilar do Monte Navió e Vitorino dos Piães Poiares Serdedelo
Porto de Mós	São Bento
Santarém	União das freguesias de Casével e Vaqueiros
Silves	São Marcos da Serra
Tavira	Cachopo Santa Catarina da Fonte do Bispo
Tomar	Olalhas Sabacheira União das freguesias de Além da Ribeira e Pedreira União das freguesias de Casais e Alviobeira
Vale de Cambra	Arões Junqueira
Valença	Boivão Fontoura União das freguesias de Gondomil e Safins União das freguesias de São Julião e Silva
Viana do Castelo	Montaria

Município	Freguesia
Viseu	Calde
	Cavernães
	Cota
	Ribafeita
	São Pedro de France
	União das freguesias de Barreiros e Cepões

8. BIBLIOGRAFIA

AJAP – Associação dos Jovens Agricultores de Portugal (2013). Revista Trimestral #95. Julho, Agosto e Setembro. ACOMPANHAMENTO TÉCNICO, O SUCESSO DA INSTALAÇÃO DOS JOVENS AGRICULTORES!

CICPortugal2020 – Comissão Interministerial de Coordenação (2015). Alteração da Deliberação relativa à classificação de territórios de baixa densidade para aplicação de medidas de diferenciação positiva dos territórios.

Comissão Europeia (2016). Agricultura, Uma parceria entre a Europa e os agricultores (Coleção: Compreender as Políticas da União Europeia). ISBN 978-92-79-59602-5 (em PDF, acedido em Maio de 2018).

Costa, F; Soares, A.; Bonfim, D. (2009). Fatores de Influência no Interesse Empreendedor: Uma análise junto de estudantes de contabilidade. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Lista Paulista, v.2, n.3, p. 35-50.

DRAPN – Direção Regional de Agricultura e Pescas do Norte (2016). Relatório Anual de Atividades e Autoavaliação.

European Commission - DG Enterprise and Industry (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*.

European Commission - DG Agriculture and Rural Development (2017). *Land cover and land use. Unit Farm Economics*.

European Commission (2017). *Statistical Factsheet European Union. Agriculture and Rural Development*.

Fatturi, K. (2013). Análise Histórica do Empreendedorismo: Estudo das Principais Características que Definem um Empreendedor de Sucesso (tese de final de Curso em Engenharia de Produção, da UEZO - Centro Universitário Estadual da Zona Oeste).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2017). Global Report 2016/17.

Hoffman, A.; Ahmad, N. (2007). *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship (Entrepreneurship Indicators Steering Group)*. Publicação OECD.

IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, I.P. (2016). Manual do Empreendedor (Abril).

INE (2009). Demografia das Empresas (2004-2007). O Empreendedorismo em Portugal - Indicadores sobre a Demografia das Empresas.

INE (2011). Recenseamento agrícola - análise dos principais resultados: 2009.

INE (2012). Censos - Resultados definitivos. Portugal – 2011.

INE (2014). Estatísticas do Empreendedorismo (2009-2012). Sociedades de elevado crescimento: maiores e mais exportadoras.

INE (2016). Estatísticas Agrícolas 2015. Edição INE – Instituto Nacional de Estatística (ISSN 0079-4139).

INE (2015 e 2017). PRINCIPAIS INDICADORES ECONÓMICOS E PATRIMONIAIS DAS EMPRESAS EM PORTUGAL, 2008-2017.

Kao, J. (2007). *Innovation Nation: How America Is Losing Its Innovation Edge, Why It Matters, and What We Can Do to Get It Back*.

MADRP - Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas (2003). O ABANDONO DA ACTIVIDADE AGRÍCOLA. Grupo de Trabalho Agro – Ambiental. Lisboa – Janeiro de 2003.

Marques, R. (2014). O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO CRESCIMENTO ECONÓMICO: UM ESTUDO EMPÍRICO PARA OS PAÍSES DA OCDE (Tese de Mestrado em Economia, FEUP – Faculdade de Economia da Universidade do Porto).

OECD (2005). *Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd Edition*. Publicação conjunta de OECD e Eurostat.

Ries, E. (2012). *A Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas* (traduzido por Carlos Szlak, do original *The Lean Startup*). São Paulo. Edição: Texto Editores Ltda..

Ramos, L. (2014). Territórios de Baixa Densidade, Territórios de Elevado Potencial. Acelerar o crescimento duradouro e a criação de emprego qualificado. Relatório Final / Setembro 2014.

Rodrigues, S. (2008). Manual Técnico do Formando: “Empreendedorismo”. Coleção: Ferramentas para o Empreendedor. Edição: ANJE e EduWeb.

Rua, O. L. ; Pinto, J. S. (2014). Empreendedorismo e Plano de Negócio no Setor Agrícola. Edição Vida Económica.

Schumpeter, J. (1976). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. George Allen & Unwin (Publishers) Ltd.. ISBN 0-203-26611-0 (Adobe eReader Format).

Schumpeter, J. (s/ data). *Economic Theory and Entrepreneurial History*. Apresentado por Tamás Szmrecsányi in Revista Brasileira de Inovação, Vol. 1, Número 2, Julho/Dezembro (2002).

Teixeira, S. (2013). Gestão das Organizações (3ª Edição). Escolar Editora (novembro de 2013).

Teixeira, S. (2015). Gestão Estratégica. Escolar Editora (dezembro 2015).

Tibério, B. (2016). Empreendedorismo Rural e Pobreza das Regiões: uma análise exploratória (Tese de Mestrado em Economia e Gestão da Inovação, FEUP – Faculdade de Economia da Universidade do Porto).

UFRGS (2011). A Modernização da Agricultura (Curso de Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural). Edição: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1ª Edição.

Vieira, C. (2003). Fatores Determinantes do Comportamento Empreendedor (Monografia para conclusão de curso em Ciências Econômicas). UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia.

Zoltán, A.; László S.; Erkkó A.; Ainsley L. (2017). *The 2017 Global Entrepreneurship Index powered by GEDI - The Global Entrepreneurship and Development Institute*.

