

Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea
Cofinanciado pela
União Europeia



España – Portugal

AGROSOCIAL

emprendimiento, innovación, formación

**PLAN INTEGRAL DE IMPULSO DEL ECOSISTEMA
TRANSFRONTERIZO DE ECONOMÍA SOCIAL
EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO**

**PLANO INTEGRAL DE IMPULSO DO ECOSISTEMA
TRANSFRONTEIRIÇO DE ECONOMIA SOCIAL
NO SETOR AGROALIMENTAR**

ÁREA DE COOPERACIÓN; ALENTEJO-ALGARVE-ANDALUCÍA

ÁREA DE COOPERAÇÃO ALENTEJO-ALGARVE-ANDALUZIA



1. INTRODUÇÃO

No âmbito do espaço transfronteiriço Espanha-Portugal, o projeto **Interreg-POCTEP Agrosocial** impulsionou a elaboração de Planos Integrados de Impulso (PII) orientados para o fortalecimento das cooperativas agroalimentares e das entidades da economia social que operam em zonas rurais. Esta iniciativa foi liderada pela Diputación Provincial de Córdoba, e foi desenvolvida com a participação ativa e os conhecimentos técnicos de uma ampla parceria transfronteiriça composta pela Diputación Provincial de Cáceres, pelo IEDT da Diputación de Cádiz, pelo Município do Fundão, pela CIM Alto Minho, pela ODIANA, pela CONFAGRI, pelo INTEC, pelas Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, pelas Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura e pela Diputación Provincial de Lugo.

Aportando perspectivas complementares de diferentes territórios e domínios de atuação — administração local, desenvolvimento rural, investigação aplicada, representação cooperativa e diversas entidades sociais —, este consórcio permitiu construir planos sólidos e ajustados à realidade do setor. Os Planos Integrados respondem assim à necessidade de dotar as cooperativas e as entidades da economia social de ferramentas estratégicas que lhes permitam enfrentar, de forma coordenada e planeada, desafios estruturais como a renovação geracional, a igualdade, a perda da população ativa, a competitividade do setor agroalimentar e a melhoria da cooperação entre territórios vizinhos.

Os Planos Integrados foram o resultado de um processo de trabalho colaborativo e participativo, no qual as entidades associadas proporcionaram espaços de diálogo, análise conjunta e confronto de experiências. Através deste trabalho partilhado, foram identificadas necessidades reais do setor, detetadas oportunidades de melhoria e definidas linhas estratégicas comuns que podem servir de referência para futuras ações no âmbito transfronteiriço.

Fruto deste processo, foram configurados três planos territoriais diferenciados, adaptados a diferentes áreas do espaço Espanha-Portugal, que refletem prioridades partilhadas, orientações de ação e propostas alinhadas com as características económicas e sociais de cada zona. Estes planos não pretendem ser documentos fechados, mas sim quadros de referência úteis para orientar iniciativas, facilitar a

colaboração e entre entidades e promover um planeamento mais coerente de projetos e investimentos no âmbito da economia social agroalimentar.

Em conjunto, os Planos Integrados de Impulso constituem um guia de trabalho sólido e estruturado para reforçar o papel das cooperativas como atores-chave do desenvolvimento rural, contribuir para a dinamização económica dos seus territórios e melhorar a sua capacidade de adaptação às mudanças do contexto, sempre numa perspetiva de cooperação transfronteiriça e de interesse comum.

2. QUADRO DE EIXOS ESTRATÉGICOS, LINHAS DE AÇÃO E AÇÕES

Os eixos estratégicos serão os pilares temáticos de ação que orientam as ações relacionadas para a obtenção dos objetivos propostos neste programa. Estes eixos funcionarão como quadro de referência para agrupar as metas comuns para a sustentabilidade e a relevância do plano. Além disso, os eixos servirão para orientar o planeamento das ações e abordar as necessidades a satisfazer de forma agrupada, apresentando-se assim quatro eixos estratégicos:

Eixo estratégico 1 – Valorização dos produtos agroalimentares

O perfil atual de comercialização baseia-se, na sua maioria, e em especial nas empresas da economia social com menor capital, em canais de mercados locais com pouca diversificação, devido à dificuldade de acesso a mercados amplos ou ao cliente final. Ao mesmo tempo, existe um claro potencial nos produtos diferenciados (denominações de origem: vinhos de Jerez, azeites andaluzes, vinhos do Alentejo, hortaliças de Almería, frutas do Algarve, etc.). Estes pontos fortes de qualidade e tradição podem ser capitalizados com melhores eixos estratégicos de valor acrescentado. Além disso, as economias locais são heterogêneas: algumas explorações sofrem de sazonalidade, enquanto surgem iniciativas de agroindústria, bem como de turismo agrícola e gastronómico. Em resposta a esta heterogeneidade, pretende-se a integração através da colaboração e da transferência de conhecimento para incentivar o crescimento interno do setor e gerar oportunidades integradoras nos diferentes níveis, promovendo também a diversificação dos canais de comercialização.

Objetivo: Impulsionar a competitividade do setor agroalimentar (AAA) através da

valorização e de produtos com identidade territorial e da promoção de eixos estratégicos colaborativos que integrem o conhecimento, a inovação e o desenvolvimento local, reforçando tanto o acesso a novos mercados como a geração de valor acrescentado na origem.

Eixo estratégico 2 – Digitalização

Os efeitos adversos das alterações climáticas afetam os territórios de cultivo, pastoreio e pesca em todas as suas fases, bem como os da produção alimentar. As secas recorrentes, as ondas de calor e as restrições hídricas reduzem os rendimentos agroalimentares. A Andaluzia, o Alentejo e o Algarve são especialmente vulneráveis devido ao seu clima mediterrânico e semiárido. A escassa infraestrutura tecnológica e digital (regadio ineficiente, baixa implantação de energias renováveis) constitui uma grave limitação. Por outro lado, existem pontos fortes e oportunidades: solos férteis e conhecimentos locais que facilitam a transição para modelos sustentáveis; e iniciativas europeias que financiam a agroecologia e a eficiência. Por isso, contempla-se a oportunidade de promover ações para dotar o setor de conhecimentos em eixos estratégicos que abordem essas necessidades.

Objetivo: Acelerar a adoção de tecnologias e a digitalização das práticas agroalimentares para tornar o setor resiliente.

Eixo estratégico 3 – Sustentabilidade

Pelas mesmas razões que no eixo estratégico anterior, procura-se inovar em produtos e serviços e avançar em práticas como a certificação ecológica, a economia circular e novos mercados de proximidade.

Objetivo: Adaptar a produção e a comercialização à nova realidade para promover a sustentabilidade do setor.

Eixo estratégico 4 – Governação e capacitação.

No que diz respeito à unificação do setor agroalimentar, a AAA caracteriza-se por estruturas dispersas e heterogéneas, sem um órgão transfronteiriço setorial. No mesmo sentido, existe uma fraqueza na governação interna devido à falta de

participação de jovens e mulheres nos órgãos de decisão. Esta fragmentação dificulta a coordenação de políticas comuns e a representação conjunta perante oportunidades de investimento, comercialização e internacionalização do produto. Além disso, as empresas da economia social (cooperativas, PME, empreendedorismo social, entre outras) operam, em alguns casos, de forma isolada ou em diferentes agrupamentos. Por isso, o objetivo é unir as sinergias para gerar uma cooperação setorial, unificando os esforços conjuntos.

No que diz respeito ao capital humano, o desafio demográfico do meio rural AAA é crítico. O setor agroalimentar sofre um envelhecimento acentuado: no Alentejo, 22,9% da população tem mais de 65 anos e a Andaluzia apresenta uma população ativa madura. A «falta de renovação geracional» é uma fraqueza, agravada pela migração de jovens para centros urbanos ou para o estrangeiro. Paralelamente, existe um défice de formação profissional: algumas empresas agroalimentares carecem de formação em gestão empresarial, marketing ou tecnologias emergentes. Além disso, a dimensão de género: embora a visibilidade da presença das mulheres tenha aumentado, a participação das mulheres agricultoras em cargos de liderança é ainda limitada. O desequilíbrio territorial manifesta-se em zonas rurais despovoadas (particularmente no interior do Alentejo) que perdem dinamismo económico e social. Por estas razões, é imprescindível garantir a preservação do setor agrícola, incentivando uma renovação geracional através da integração de jovens, profissionais e mulheres em condições de igualdade com os homens, para continuar a tornar o campo um local atraente.

Objetivo: Institucionalizar a cooperação transfronteiriça e promover modelos de governação inclusivos, aumentando a competitividade, a visibilidade e a comercialização em igualdade de oportunidades.

Além disso, garantir a sustentabilidade social e do território rural agroalimentar da zona AAA, promovendo a renovação geracional, a integração de jovens talentos e a inclusão feminina, para travar a migração populacional e reter o talento humano.

3. Linhas de ação e ações estratégicas

As seguintes linhas de ação respondem às necessidades do setor agroalimentar no Algarve, Alentejo e Andaluzia de **forma transversal**. Ou seja, estabelecer eixos

orientadores do Plano Integral que resolvam as necessidades prementes de acordo com os eixos estratégicos estabelecidos e que, ao mesmo tempo, sirvam como eixos estratégicos transversais para garantir a eficácia das ações propostas.

A seguir, estabelecem-se uma série de princípios comuns com o objetivo de assegurar a integração de temas prioritários observados no diagnóstico e nas mesas de trabalho do setor (DAFO e DAFO cruzado). Para que as diferentes ações tenham em conta a sinergia do setor, a competitividade, a igualdade de género e a renovação geracional, entre outros, estabelecem-se as seguintes linhas de ação, com uma série de ações estratégicas em cada uma delas.

As ações são orientadas pelos eixos propostos e delineadas pelos princípios orientadores do plano (linhas de ação), de modo a cumprir o objetivo do plano e gerar mudanças significativas no setor agroalimentar da zona AAA. São propostas ações conjuntas para abordar as problemáticas decorrentes da falta de profissionalização, do despovoamento da zona rural, da comercialização heterogénea e do défice de participação feminina. Essas ações terão de ser implementadas de acordo com o contexto específico de cada zona.

Eixo estratégico 1		VALORIZAÇÃO DOS PRODUTOS AGROALIMENTARES
LINHA 1.1		Sensibilização e promoção
Ação 1.1.1	-	Campanha de sensibilização dirigida aos produtores (agricultores e criadores de gado).
Ação 1.1.2	-	Campanha de sensibilização dirigida aos consumidores.
Ação 1.1.3	-	Campanha de sensibilização em estabelecimentos de ensino.
LINHA 1.2		Diferenciação do produto
Ação 1.2.1	-	Estabelecimento de controlos de qualidade dos produtos e da cadeia alimentar.
Ação 1.2.2	-	Criação de marcas locais e/ou transfronteiriças.
Ação 1.2.3	-	Distinção na rotulagem de marcas ecológicas e/ou de cooperativas.
LINHA 1.3		Desenvolvimento de marcas locais
Ação 1.3.1	-	Conceção de campanhas de marketing baseadas na ligação emocional com o consumidor (histórias de produtores).
Ação 1.3.2	-	Criação de um símbolo territorial único que identifique as

	empresas de economia social de uma região .
Ação 1.3.3	- Promoção em mercados internacionais através de plataformas especializadas em produtos regionais.
LINHA 1.4 Fortalecimento do meio rural	
Ação 1.4.1	- Melhoria do acesso à habitação e à tecnologia no meio rural: Promoção de investimentos públicos em infraestruturas (comunicações, telecomunicações, etc.). - Dinamização da prestação de serviços municipais básicos (limpeza, iluminação, abastecimento de água, esgotos, recolha de resíduos) para melhorar a sua qualidade, eficiência e acesso. - Dinamização da gestão de serviços supramunicipais (pontos de recolha seletiva, rede de faixas de gestão da biomassa) nos municípios pouco povoados, por parte das câmaras provinciais, para garantir uma prestação de serviços mais equitativa e de maior qualidade.
Ação 1.4.2	- Valorização das propriedades florestais coletivas como motor económico, especialmente em zonas com elevado risco de despovoamento (áreas para silvopastoreio, cogumelos, castanhas, nozes, mel, frutos silvestres, caça e pesca, uso recreativo).
Ação 1.4.3	- Valorização dos serviços ecossistémicos: de abastecimento (água, alimentos, madeira), de regulação (controlo da erosão do solo e do ciclo dos nutrientes, polinização, qualidade e regime hídrico, emissões de gases com efeito de estufa), culturais (lazer e ecoturismo) e de apoio (biodiversidade).

Eixo estratégico 2 DIGITALIZAÇÃO	
LINHA 2.1 Digitalização e tecnologia avançada nas empresas da economia social ligadas ao meio rural	
Ação 2.1.1	- Promoção da aprendizagem através de programas de formação contínua em digitalização e tecnologia.
Ação 2.1.2	- Reforço de competências através de workshops de capacitação em ferramentas digitais específicas (trâmites administrativos, gestão de inventários, comércio eletrónico, etc.).
Ação 2.1.3	- Desenvolvimento de um portal único de comercialização online para produtos agroalimentares da economia social.
Ação 2.1.4	- Implementação de sistemas de rastreabilidade dos produtos desde o campo até ao consumidor final e promoção da utilização do registo digital (<i>Blockchain</i>) para garantir essa rastreabilidade.
Ação 2.1.5	- Promoção da utilização de tecnologias de produção agrícola e pecuária (implementação da utilização de drones e sensores para

	monitorização de culturas e gestão da água).
Ação 2.1.6	- Integração de sistemas de inteligência artificial para prever a procura e otimizar a logística.
Ação 2.1.7	- Aumento de 40% na digitalização das empresas da economia social do setor
LINHA 2.2	- Digitalização do consumidor
Ação 2.2.1	- Criação de aplicações móveis onde os consumidores possam rastrear a origem e o impacto ambiental do produto que comprem.
Ação 2.2.2	- Utilização da realidade aumentada nas embalagens para apresentar informações adicionais sobre a cadeia produtiva.
Ação 2.2.3	- Criação de experiências virtuais imersivas para que os consumidores conheçam os processos produtivos das empresas.
Ação 2.2.4	- Desenvolvimento de uma plataforma de comércio eletrónico coletiva para expor os produtos do setor.
Ação 2.2.5	- Divulgação de serviços em plataformas globais, como a Expedia, as Experiências da Airbnb ou a Booking para serviços turísticos.
Ação 2.2.6	- Gerir serviços atrativos para o segmento de clientes, como mergulhos em produção.
LINHA 2.3	- Transformação digital e tecnologia avançada
Ação 2.3.1	- Promover a adoção de Blockchain, Big Data, Business Intelligence, Inteligência Artificial (IA) e sistemas de telecontrolo através de workshops de utilização.
LINHA 2.4	Adaptação às alterações climáticas e eficiência na utilização dos recursos
Ação 2.4.1	- Implementar eixos estratégicos para a utilização sustentável da água
Ação 2.4.2	- Impulsionar a I&D&I para liderar projetos que visem a otimização dos recursos

Eixo estratégico 3 SUSTENTABILIDADE

LINHA 3.1 Promoção da sustentabilidade

Ação 3.1.1	- Formação em práticas regenerativas e certificação ecológica.
Ação 3.1.2	- Implementação de soluções para a redução de resíduos na origem (aproveitamento de excedentes) e na cadeia de produção.
Ação 3.1.3	- Promoção e comercialização da economia circular (fecho dos ciclos produtivos), através da criação de um programa de compostagem comunitária para resíduos agrícolas, da geração de energia renovável a partir da biomassa produzida pelas empresas

	agroalimentares, do desenvolvimento de cooperativas energéticas que reduzam os custos de operação, etc.
Ação 3.1.4	- Promoção do consumo de produtos de proximidade (Km 0).
Ação 3.1.5	- Promoção das 5 R da reciclagem (recusar, reduzir, reutilizar, reutilizar, reciclar) com o objetivo de diminuir o impacto ambiental.
Ação 3.1.6	- Estabelecimento de indicadores de sustentabilidade (pegada de carbono, pegada hídrica, etc.).
Ação 3.1.7	- Conseguir que pelo menos 60% das empresas adotem práticas agrícolas sustentáveis certificadas.
LINHA 3.2 Inovação em produtos e serviços	
Ação 3.2.1	- Criação de produtos a partir de subprodutos agrícolas, como farinhas de caroços de frutas ou fibras vegetais.
Ação 3.2.2	- Desenvolvimento de alimentos enriquecidos com nutrientes específicos.
Ação 3.2.3	- Conceção de embalagens biodegradáveis inovadoras que reforcem a sustentabilidade da marca.
Ação 3.2.4	- Introdução de novas culturas ou variedades resilientes às alterações climáticas.
LINHA 3.3 Promoção de alianças estratégicas para a adaptação às normas ambientais	
Ação 3.3.1	- Criação de consórcios locais para fomentar a cooperação entre entidades.
Ação 3.3.2	- Parcerias com universidades e centros tecnológicos de I+D+i
Ação 3.3.3	- Participação em projetos conjuntos.
LINHA 3.4 Promover a diversificação através da economia circular	
Ação 3.4.1	- Aproveitamento sustentável dos recursos, reduzindo o desperdício e gerando receitas adicionais a partir de materiais que anteriormente eram descartados de forma sustentável.
Ação 3.4.2	- Criar redes e cadeias de valor de crowdsourcing para utilizar produtos ou subprodutos de outras entidades que cumpram os perfis desejados.
Ação 3.4.3	- O acesso a novos mercados, a inovação em produtos e processos, juntamente com a digitalização, permitirão alcançar mercados mais amplos, incluindo nichos especializados.

Eixo estratégico 4 GOVERNANÇA E FORMAÇÃO

LINHA 4.1 Implementação da renovação geracional (atração e retenção de jovens talentos), igualdade de género e inclusão

Ação 4.1.1	- Formação em competências sociais (<i>soft skills</i>) e liderança coletiva em empresas da economia social.
Ação 4.1.2	- Implementação de programas específicos de mentoria e apoio técnico para jovens, mulheres e pessoas em situação ou em risco de e u exclusão social no meio rural.
Ação 4.1.3	- Promoção de modelos de negócio inclusivos, nos quais cada membro participe na tomada de decisões.
Ação 4.1.3	- Aconselhamento para a obtenção de financiamento em condições favoráveis (créditos bonificados, microcréditos) e apoio na tramitação administrativa aos empreendedores destes coletivos.
Ação 4.1.4	- Fomento da participação em bancos de terras que fazem a mediação entre proprietários de terrenos rurais e agricultores.
Ação 4.1.5	- Promoção da criação de escolas de formação que ajudem a formar os jovens em ofícios e técnicas empresariais.
LINHA 4.2 Redução da disparidade de género	
Ação 4.2.1	- Promoção do acesso das mulheres a cargos de decisão e de direção.
Ação 4.2.2	- Promoção da igualdade salarial.
Ação 4.2.3	- Redução da disparidade de género em cargos de decisão e operacionais em 50%.
LINHA 4.3 Impulsionar a articulação através de redes e clusters da economia social agroalimentar e circular, promovendo cadeias de valor conjuntas	
Ação 4.3.1	- Criação de um cluster agroalimentar AAA.
Ação 4.3.2	- Criação de um Órgão Diretor Setorial AAA da Agroalimentação
LINHA 4.4 Reforçar a governação nas entidades da economia social agroalimentar (associações, cooperativas, PME, entre outras), garantindo a participação ativa dos sócios através de incentivos	
Ação 4.4.1	- Estabelecer uma normativa conjunta que sirva de base para a elaboração ou alteração dos estatutos internos dos organismos da economia social agroalimentar que tenham como objetivo consolidar políticas de igualdade de género com incentivos à paridade e à integração de jovens.
LINHA 4.5 Estabelecer alianças estratégicas entre as entidades da economia social agroalimentar e o meio académico, empresas, centros de tecnologia, juntas comunais, câmaras de comércio, entre outros.	
Ação 4.5.1	- Criação de redes e sinergias; estas alianças estratégicas servem para - potenciar a sustentabilidade, a inovação, a competitividade e o impacto social das - entidades da economia social agroalimentar, estabelecendo ligações com atores - -chave que contribuem com conhecimento, recursos e

oportunidades de mercado.

LINHA 4.6 Formação contínua e profissionalização

- Ação 4.6.1
- Realizar workshops intergeracionais para partilhar conhecimentos entre
 - diferentes faixas etárias de destinatários

- Ação 4.6.2
- Oferecer formações em desenvolvimento pessoal no âmbito laboral, Atendimento
 - ao cliente, gestão de redes sociais (RR.SS.), entre outros.

LINHA 4.7 Promoção da renovação geracional e da inclusão

- Ação 4.7.1
- Realizar workshops, palestras e networking sobre o empoderamento feminino no setor rural e a igualdade de género, com ênfase em trabalhos colaborativos que garantam a participação paritária

- Ação 4.7.2
- Facilitar a integração de jovens e mulheres a longo prazo, apresentando o setor como atraente para eles e reduzindo a disparidade de género e de idade

LINHA 4.8 Atração e retenção de talentos

- Ação 4.8.1
- Criar programas de atração de talentos especializados, como o «O meu primeiro emprego», para jovens sem experiência.

- Ação 4.8.2
- Implementar um «Voluntariado rural» como uma primeira abordagem e para a valorização do setor

4. INDICADORES DO PLANO INTEGRAL DE IMPULSO

Estabelecem-se indicadores que avaliarão a eficácia e, consequentemente, o impacto das ações a realizar:

Emprego	Participação de Género
Número de postos de trabalho criados, mantidos e estáveis.	Inclusão social das mulheres em diferentes funções: presidentas de cooperativas, representantes, membros de conselhos de administração, trabalhadoras assalariadas, proprietárias de terras... (Pode ser feito por faixa etária, uma vez que servirá também para o indicador de participação dos jovens)
Rendimentos e meios de subsistência do agricultor	Participação dos jovens (renovação geracional)
Mede o impacto direto na redução da pobreza e avalia o bem-estar económico direto e a estabilidade financeira	Integração de jovens em diferentes funções: presidências de cooperativas, representantes, membros de conselhos de

do agricultor.

administração, atividades profissionais...
(Pode ser feito por sexo, uma vez que
servirá também para os indicadores de
participação de género)

Acesso à formação e à educação

Equidade na remuneração

Disponibilidade e aproveitamento de
formações e desenvolvimento de
competências no setor.
(Para calcular: número de pessoas que
participaram num workshop e que
incorporaram os conhecimentos nas suas
atividades no setor)

Remuneração e distribuição equitativa de
rendimentos, seja por género, idade e/ou
serviços.

Saúde do solo

Utilização e qualidade da água

Teor de matéria orgânica, risco de erosão,
níveis de pH.

Eficiência da irrigação, fontes de água,
impacto nos corpos de água.
(Para avaliar como a incorporação de
tecnologia na irrigação contribui)

Tecnologia na Irrigação

Boa liderança

Incorporação de tecnologia na irrigação.

Enfatiza a boa vontade e a elevada
competência dos agentes agrícolas.

Parcerias

Transparência

Número de alianças criadas no setor:
cocriação, cadeia de valor...

Informação adequada entre os agentes
agrícolas e os órgãos governamentais
(cluster).
Garantir que os processos de tomada de
decisão sejam abertos e estejam em
conformidade com as expectativas do
público.