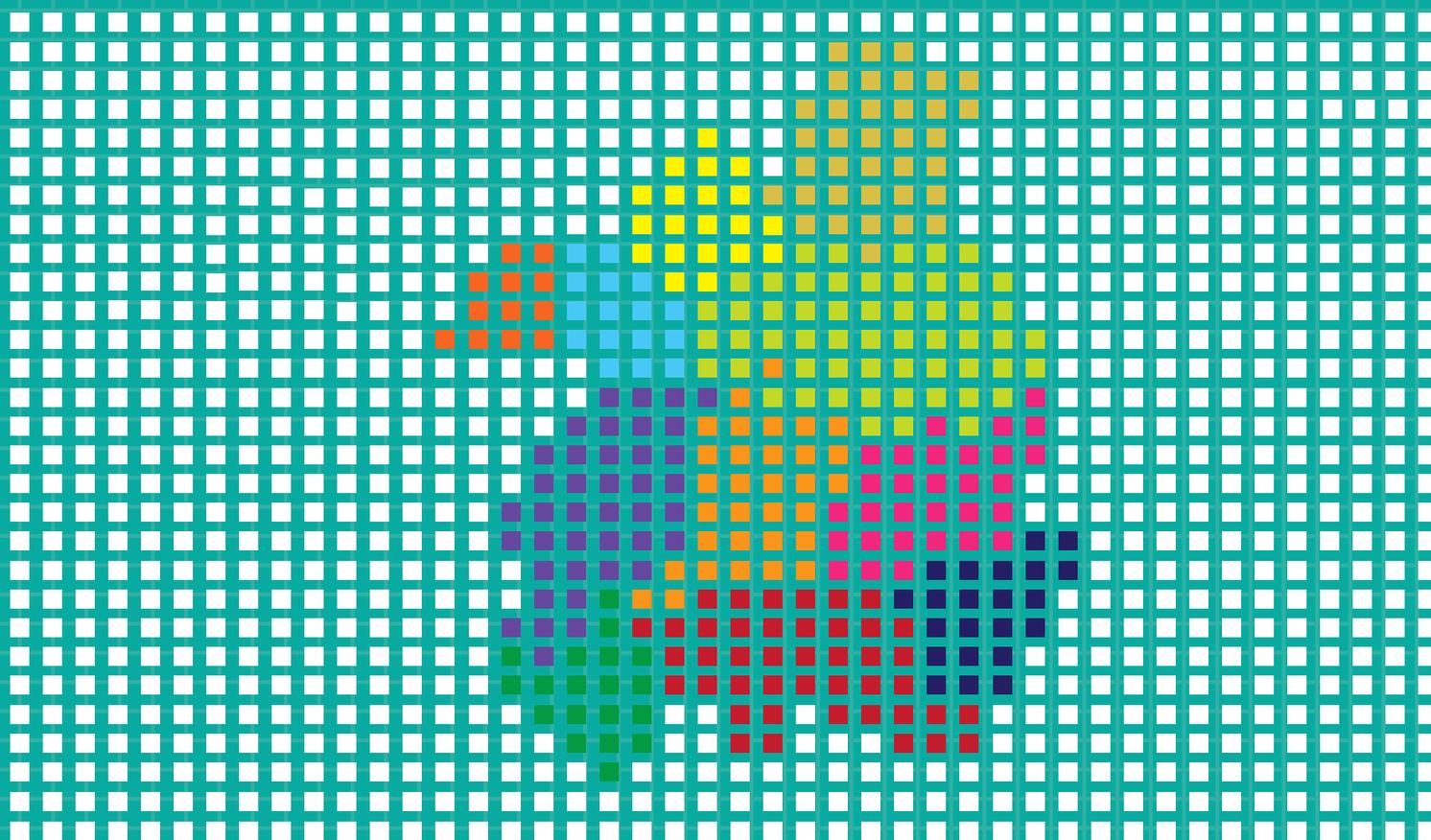


.....

PLANO DE MARKETING TERRITORIAL

.....

TÂMEGA E SOUSA



No Plano Estratégico aprovado em 2014 pela Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa, por-
que acreditamos que a riqueza pode nascer da diversidade e queremos por isso continuar a afir-
mar as nossas diferenças, transformando-as, no entanto, em verdadeiros ativos económicos, ficou
claro o desígnio: que este seja um território que reforce a sua coesão, atenuando heterogeneidades.

Somos uma região que se orgulha da sua história, que enfrenta com força as adversidades e valo-
riza a capacidade empreendedora da sua gente. Garantimos a firmeza neste objetivo comum – que-
remos que este continue a ser um território ambientalmente exemplar, economicamente dinâmico e
onde todos se sintam bem. A implementação deste Plano de Ação de Marketing Territorial insere-se
nesta clara determinação em, de forma empenhada, promovermos a nossa região como um todo
cheio de diferenças, mas com uma única identidade.



Gonçalo Fernando da Rocha de Jesus

*Presidente da C.M. de Castelo de Paiva
Presidente do Conselho Intermunicipal*

.....

José Inácio Cardoso Ribeiro

*Presidente da C.M. de Felgueiras
Vice-Presidente do Conselho Intermunicipal*

Armando Silva Mourisco

*Presidente da C.M. de Cinfães
Vice-Presidente do Conselho Intermunicipal*

José Luis Gaspar Jorge

Presidente da C.M. de Amarante

.....

Joaquim Paulo de Sousa Pereira

Presidente da C.M. de Baião

.....

Joaquim Monteiro da Mota e Silva

Presidente da C.M. de Celorico de Basto

.....

Pedro Daniel Machado Gomes

Presidente da C.M. de Lousada

.....

Manuel Maria Moreira

Presidente da C.M. de Marco de Canaveses

.....

Humberto Fernando Leão Pacheco de Brito

Presidente da C.M. de Paços de Ferreira

.....

Antonino Aurélio Vieira de Sousa

Presidente da C.M. de Penafiel

.....

Manuel Joaquim Garcez Trindade

Presidente da C.M. de Resende

.....

O Plano de Ação de Marketing Territorial que agora vos apresentamos indica-nos um caminho e orienta-nos os esforços de valorização deste território.

Estão agora devidamente identificadas as marcas que nos diferenciam e valorizam. Temos plena consciência da importância estratégica da nossa localização geográfica – temos os rios que nos embelezam o território, que mais do que nos separar, nos ligam.

Estamos perto de tudo, mas conseguimos ficar longe quando a paz apetece.

Tudo faremos para que esta que é ainda hoje uma zona de transição, se assuma, de forma clara, como de crucial importância para o desenvolvimento socioeconómico da região norte e do país.

Temos todas as condições naturais, temos gente e sabemos como fazer.

Só assim a riqueza ambiental, a diversidade cultural e as suas gentes, serão valorizadas.

Com este Plano de Ação de Marketing Territorial, a sub-região do Douro Tâmega e Sousa, um território Único, passará a ser o que há muito merece – um destino turístico de alta qualidade e verdadeiramente autónomo.

.....
Alírio Costa

Primeiro Secretário da Comunidade Intermunicipal

.....
Paulo Ferreira

Segundo Secretário da Comunidade Intermunicipal

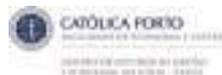


Promotor:



Autores:

Susana Costa e Silva (coordenadora);
Joana César Machado; Vítor Teixeira; Carla Carvalho;
Martins; João Moreira de Campos;
Mafalda Roxo; Sofia Graça; Susana Pinto;



Ficha Técnica:

Design: Daniel Ribeiro - CM Comunicação
Produção: CM Comunicação
Impressão: Papel Branco Artes Gráficas
Depósito Legal: 402488/15

6	Introdução
8	Diagnóstico
10	Atores do Território
12	Estudo do Território
12	Análise Socioeconómica
26	Análise do Património
54	Aspetos mais relevantes
86	Comunicação do território
86	Comunicação Institucional
92	Comunicação Não Institucional
96	Análise de Concorrência
100	Benchmarking
100	Minho IN
102	Douro – Região Vinhateira
104	Pinhal Litoral
106	Galicia e Norte de Portugal
108	Øresund
109	Síntese do benchmarking
110	Análise SWOT
112	Planeamento
114	Segmentação e Identificação dos Segmentos Alvo

	Definição da Estratégia de Marca	121
	Implementação	130
	Definição do Plano de Ação	132
	As medidas	132
	As ações	146
	Anexos	168
	Património Cultural Imóvel	170
	Vinho Verde	176
	Festividades e Associações Culturais e Recreativas	180
	Infraestruturas de desporto de apoio a residentes e para possível utilização de eventos	184
	Identificação de Atores do Território	186
	Listagens – Turismo	190
	Ligações dos Caminhos de Santiago no Tâmega e Sousa	208
	Quadro resumo – Entrevistas	212
	Guiões de Entrevista	226
	Inquéritos a Residentes	230
	Inquérito a Empresas	248
	Bibliografia e Webgrafia	252

Introdução

No atual contexto de crescente concorrência entre cidades, regiões e países, é cada vez mais importante planejar e gerir cada território de uma forma concertada e racional, promovendo-o e valorizando-o.



Dado o atual contexto de crescente concorrência entre cidades, regiões e países, é cada vez mais importante planejar e gerir cada território de uma forma concertada e racional, promovendo-o e valorizando-o. É neste contexto que faz sentido falar de marketing territorial, cuja aplicação permite conhecer com maior pormenor a realidade territorial, criar novas atrações, nalguns casos com base em elementos existentes, noutros em elementos novos, contribuir para dinamizar o tecido económico e produtivo local, promover o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, melhorar a autoestima e a identidade local, intermunicipal, regional ou nacional, desenvolver um conjunto de imagens coerentes acerca do território, desenvolver e posicionar uma marca territorial; e projetar o território, procurando assegurar a satisfação de cidadãos, investidores e visitantes, procurando ainda atrair novos públicos.

Tendo em conta este potencial, o presente plano de marketing territorial visa ir além da simples criação de um logótipo, slogan ou campanha. Pretende antes apresentar um conjunto de ações concretas, práticas e completamente adaptadas à realidade dos municípios do Tâmega e Sousa, o que implica uma visão profunda e comum às diferentes partes interessadas do território.

Desta forma, de modo a poder desenvolver um plano para a Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa (CIM-TS), foi necessário desenvolver, em primeiro lugar, um diagnóstico completo, com recurso à recolha e tratamento de dados, quer primários quer secundários. Foram considerados os estudos e dados existentes acerca do território mas foram essencialmente realizadas entrevistas (cerca de 125) e inquéritos (cerca de 60) aos principais stakeholders do território, desde atores regionais e municipais, a residentes, investidores e empresários, passando ainda por turistas e visitantes. O resultado deste plano é pois ancorado na visão destes agentes e é com base nela que assenta a estratégia proposta e as medidas de ação definidas.

Com base nas análises realizadas aos dados recolhidos, foi assim desenvolvido o presente plano e sugeridas medidas de intervenção, vertidas num programa

Figura 1
Processo seguido
no desenvolvimento deste trabalho

Fonte: Elaboração própria

Análise

Planeamento

Implementação

de ações de vária natureza, para uma adequada posterior implementação. Dada a natureza de determinados tipos de ações que se julgaram necessárias ao desenvolvimento do território, enquanto destino de investimento, destino turístico e de qualidade de vida e bem-estar para os residentes, foram estabelecidas medidas para atuações, quer a curto, quer a longo prazo. Estas medidas tiveram em consideração os elementos diferenciadores e vantagens comparativas do Tâmega e Sousa, assim como os constrangimentos identificados no território e que, não sendo de pequena monta, foram abordados neste plano. De facto, pelo que entendemos e apesar de mais-valias para explorar, há dificuldades notórias decorrentes de interesses conflitantes entre os diferentes agentes dos diferentes municípios, a que é necessário dar resposta. De forma a melhor conhecermos o contexto de implementação deste plano, decidiu-se conduzir um diagnóstico situacional (análise), que será a matéria-prima fundamental para o desenvolvimento estratégico (planeamento), que por sua vez se verterá em ações a operacionalizar (implementação) (ver Figura 1 - Processo seguido no desenvolvimento deste trabalho).

O processo de implementação do plano de marketing territorial deve idealmente promover a capacitação dos seus intervenientes, elevar a sua interação e o desenvolvimento de práticas de cooperação e articulação, que se revelaram de crucial importância na articulação dos diferentes municípios que compõem esta Comunidade Intermunicipal (CIM). Neste seguimento, convém antes de mais identificar as unidades de análise que nos pareceram relevantes neste estudo. Assim, temos entidades individuais e coletivas (ver Figura 2 - Agentes auscultados no desenvolvimento deste trabalho), que nos pareceram fundamentais auscultar.

Figura 2
Agentes auscultados
no desenvolvimento deste trabalho

Fonte: Elaboração própria



A scenic view of a river with autumn trees and buildings reflected in the water. The scene is captured in a warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning. The trees have vibrant orange and yellow leaves, and their reflections are clearly visible in the calm water. Buildings are visible in the background, also reflected in the water. The overall atmosphere is peaceful and picturesque.

Diagnóstico

O diagnóstico do passado,
é um simples sorriso no futuro.



ATORES DO TERRITÓRIO

De forma a dar início ao diagnóstico, torna-se imperativa a apresentação das principais entidades, tais como instituições públicas e organismos de carácter local e intermunicipal responsáveis pelo desenvolvimento estratégico da região, do seu património, da sua população e das suas empresas.

A Comunidade Intermunicipal de Tâmega e Sousa (CIM-TS) é uma pessoa coletiva de direito público de natureza associativa e âmbito territorial que visa a realização de interesses comuns aos municípios que a integram: Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Penafiel e Resende.

Na tabela seguinte (ver Tabela 1) encontram-se as instituições públicas e organismos de carácter local e intermunicipal. A leitura desta lista permite, de imediato, concluir que subsistem sobreposições institucionais ao nível da organização e do desenvolvimento intermunicipal e local. Tal facto dificulta a afirmação de uma identidade comum na região.

À semelhança da CIM-TS, têm vindo a surgir outras entidades que articulam os atores dos onze concelhos do Tâmega e Sousa, como é o caso do Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa e do Centro de Informação Europe Direct do Tâmega e Sousa, que incluem também o concelho de Paredes, anteriormente integrante da CIM-TS. A Rota do Românico é outro exemplo que une os onze concelhos. Criada em 1998, através da Associação de Municípios do Vale do Sousa (AMVS), englobava inicialmente os concelhos de Castelo de Paiva, Felgueiras, Lousada, Paços de Ferreira, Paredes e Penafiel. Em 2010, os restantes concelhos da Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa passaram igualmente a integrá-la.

ENTIDADES

Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa (CIM-TS)*Municípios integrantes:*

Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Penafiel, Resende

CAMARAS MUNICIPAIS

Câmara Municipal de Amarante
Câmara Municipal de Baião
Câmara Municipal de Castelo de Paiva
Câmara Municipal de Celorico de Basto
Câmara Municipal de Cinfães
Câmara Municipal de Felgueiras
Câmara Municipal de Lousada
Câmara Municipal de Marco de Canaveses
Câmara Municipal de Paços de Ferreira
Câmara Municipal de Penafiel
Câmara Municipal de Resende

GRUPOS DE AÇÃO LOCAL (GAL)

DOLMEN, Cooperativa de Formação, Educação e Desenvolvimento do Baixo Tâmega Municípios: Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses, Penafiel, Resende

ADER – SOUSA, Associação de Desenvolvimento Rural das Terras do Sousa Municípios: Felgueiras, Paços de Ferreira, Lousada, Paredes, Penafiel

ADRIMAG, Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras do Montemuro Arada e Gralheira Municípios: Arouca, Castro Daire, Castelo de Paiva, São Pedro do Sul, Sever do Vouga, Vale de Cambra

PROBASTO, Associação de Desenvolvimento Rural de Basto Municípios: Cabeceiras de Basto, Celorico de Basto, Mondim de Basto, Ribeira de Pena

ASSOCIAÇÕES DE MUNICÍPIOS

AMVS – Associação de Municípios do Vale do Sousa

Municípios: Castelo de Paiva, Felgueiras, Lousada, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel

AMBT – Associação de Municípios do Baixo Tâmega

Municípios: Amarante, Baião, Celorico de Basto, Marco de Canaveses

AMVDS – Associação de Municípios do Vale do Douro Sul

Municípios: Armamar, Cinfães, Lamego, Moimenta da Beira, Penedono, Resende, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca

OUTRAS ENTIDADES RELEVANTES

Rota do Românico – AMVS

Municípios: Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel, Resende

Conselho empresarial do Tâmega e Sousa (CE TS)

Associações comerciais, empresariais e industriais dos concelhos de Amarante (Vila Meã), Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel, Resende

Centro de Informação Europe Direct do Tâmega e Sousa

Municípios: Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel, Resende

Tabela 1
Principais instituições públicas e organismos de carácter local e intermunicipal do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

ESTUDO DO TERRITÓRIO

A análise apresentada neste ponto, com base em diversos indicadores, permite perceber que o modelo territorial do Tâmega e Sousa é fortemente dual, denotando-se uma separação natural entre dois grupos de concelhos: os de maior e os de menor densidade. Esta heterogeneidade fica patente em diversos indicadores (ex.: estrutura etária, taxa de desemprego, percentagem da população servida por sistemas de águas residuais, peso da indústria transformadora na atividade económica).

A somar às disparidades verificadas, também as ausências de ligações históricas e culturais, bem como de referências espaciais e de organização intermunicipal, fazem com que estes onze concelhos, pertencentes a quatro distritos distintos (Aveiro, Braga, Porto e Viseu), sintam dificuldade em desenvolver uma identidade comum. O que representa um enorme desafio para a relativamente recente CIM-TS (constituída em 2008, de acordo com a Lei nº 45/2008 de 27 de Agosto, tendo sido alterada pela Lei nº 75/2013, de 12 de Setembro – aquando da saída de Paredes) e, por conseguinte, constitui-se como uma problemática efetiva que é trabalhada até ao final do relatório (ver Figura 3 – Tâmega e Sousa).

Além de se denotar a ausência de uma identidade partilhada pelos diferentes concelhos que constituem a região, a comunidade do Tâmega e Sousa debate-se com outros desafios prementes. Desde logo, pela sua localização singular. As ligações rodoviárias existentes fazem com que o Tâmega e Sousa se encontre próximo de várias capitais de distrito, como é o caso do Porto, Braga, Vila Real e Aveiro. Tal proximidade permite que diferentes agentes beneficiem de infraestruturas como o aeroporto Francisco Sá Carneiro, o porto marítimo de Leixões ou o porto marítimo de Aveiro. A centralidade da região, relativamente às cinco

Figura 3
Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria



capitais de distrito, leva a que o Tâmega e Sousa se constitua como um elo entre o litoral e o interior. O que, apesar das inúmeras vantagens que daí podem decorrer, tem tornado a região numa espécie de “território de passagem”. Além deste problema, a proximidade às cinco capitais de distrito tem propiciado o êxodo de agentes económicos e residentes, que procuram polos mais dinâmicos.

No interior do território, é possível identificar diversas limitações em termos de acessibilidades. Existem infraestruturas rodoviárias por concluir, assim como fortes discrepâncias entre concelhos. Por outro lado, a oferta existente, a nível de transportes públicos, é insuficiente, havendo ainda alguma descoordenação na definição dos trajetos que estes percorrem. Uma parte dos concelhos do Tâmega e Sousa dispõe de condições de acessibilidade e navegação fluvial, embora se verifiquem lacunas na manutenção de alguns portos e cais fluviais.

A nível ambiental, o território do Tâmega e Sousa também apresenta algumas debilidades. Nomeadamente, ao nível do ordenamento do território (especialmente, nos concelhos mais industrializados), da prevenção do risco de fogos florestais, da prevenção do risco de cheias e dos serviços ambientais. Os aspetos relacionados com a prevenção de riscos assumem particular relevância, na medida em que dizem respeito à preservação do património natural e das atividades agrícolas, florestais e de produção animal.

2012	Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca			Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca / Total de atividades		
	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/ Norte	Tâmega e Sousa/ Portugal	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Total de Empresas (nº)	1 190	9,42%	2,11%	3,65%	3,63%	5,30%
Pessoas ao serviço (nº)	1 934	8,57%	1,82%	1,53%	1,94%	3,02%
Volume de negócios (€)	41 726 445	5,22%	0,79%	0,69%	0,90%	1,62%
VAB (M€)	10 047 467	4,83%	0,89%	0,61%	1,00%	1,49%

Tabela 2
Dados relativos à Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca

Fonte: INE; Elaboração própria

Caracterização por setor de atividade económica

Passamos agora a uma breve caracterização do território, tendo como base os setores de atividade económica mais relevantes para a região.

Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca

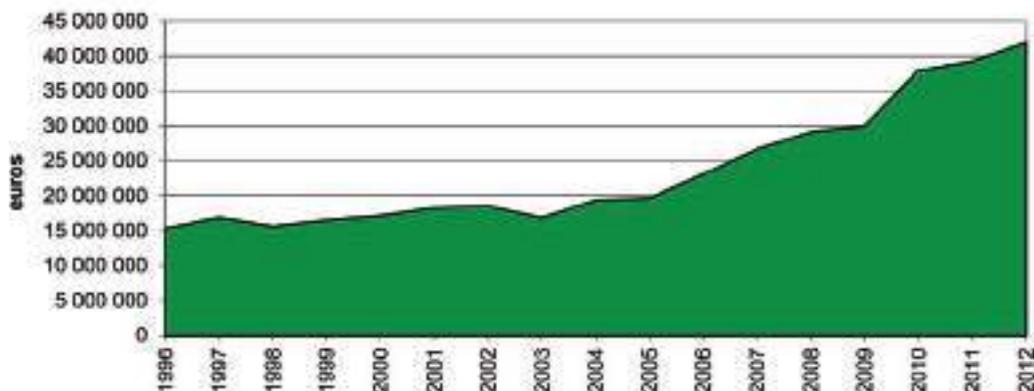
A elevada dimensão agroflorestal do território, nomeadamente da floresta (mais de um terço), faz com que as atividades agrícolas e florestais assumam especial relevância no Tâmega e Sousa. Além do peso que representam na atualidade, estas indústrias revelam um enorme potencial, seja no desenvolvimento dos negócios tradicionais, seja no lançamento de negócios inovadores (ex.: aproveitamento energético de biomassa). Ainda que o sector agrícola só constitua 0,61% do Valor Acrescentado Bruto (VAB) gerado no território (dados referentes ao ano de 2012), a sua importância é vital em alguns concelhos da região (ex.: 20,1% do emprego total de Resende) (ver Tabela 2 - Dados relativos à Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca).

Vinho verde

Relativamente ao sector agroflorestal, há ainda a relevar um dos baluartes do território do Tâmega e Sousa, o vinho verde. Embora não seja produzido em

Figura 4
Exportações de Vinho Verde
1996-2012

Fonte: CVRVV,
www.vinhoverde.pt



todos os concelhos, este é indubitavelmente um dos elementos distintivos da região. As suas exportações têm vindo a aumentar, tanto em litros como em valor (Figura 4 - Exportações de Vinho Verde 1996-2012), o que torna este sector mais próspero e com um grande potencial para ser explorado no futuro.

Indústria

O setor económico com maior peso na sub-região é a indústria.

Em 2012, esta representava 42,87% do VAB gerado no território (vs. 33,75% na Região Norte e 21,13% no país). Os principais clusters encontrados no Tâmega e Sousa são as indústrias do couro e produtos de couro, calçado, vestuário, têxtil e vestuário, mobiliário e colchões, produtos metálicos e extração de pedra natural. Contudo, esta realidade agregada esconde uma realidade intrarregional muito heterogénea, dado que o contributo das indústrias situadas em Felgueiras, Paços de Ferreira e Lousada para o VAB total do sector é superior a 50%, enquanto concelhos como Baião, Cinfães e Resende apenas representam 15%. Assim, é de realçar o desequilíbrio interconcelhio existente (ver Tabela 3 - Dados relativos à Indústria).

As especializações industriais variam, naturalmente, de concelho para concelho. Enquanto em Felgueiras os setores do têxtil e vestuário e do calçado têm maior expressão, em Lousada há maior preponderância por parte do sector

Tabela 3
Dados relativos à Indústria

Fonte: INE, Elaboração própria

2012	Indústria			Indústria/Total de atividades		
	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/ Norte	Tâmega e Sousa/ Portugal	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Total de Empresas (nº)	4 616	13,90%	6,68%	14,16%	9,55%	6,50%
Pessoas ao serviço (nº)	52 233	15,53%	8,08%	41,40%	28,94%	18,41%
Volume de negócios (€)	2 324 396 777	8,27%	2,94%	38,28%	31,49%	24,25%
VAB (€)	705 960 378	10,03%	4,40%	42,87%	33,75%	21,13%

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Socioeconómica

têxtil e do vestuário. Em Paços de Ferreira domina o sector mobiliário, seguido do vestuário. Já em Penafiel, há um peso substancial do vestuário e da extração de pedra, esta última com igual relevância no Marco de Canaveses, onde se destaca ainda a indústria alimentar. Por último, em Amarante predominam as indústrias de produtos metálicos e a metalomecânica (ver Tabela 4 - Principais Clusters do Tâmega e Sousa).

É possível identificar, tendo como base o número de colaboradores das empresas, os principais clusters do Tâmega e Sousa. O cluster onde existe o maior número de empresas com mais de 50 trabalhadores (123) é o do fabrico de têxteis e da indústria de vestuário. Seguem-se os clusters do fabrico do calçado (101 empresas) e da extração de pedra (39 empresas). Por último, existe ainda o cluster do fabrico de mobiliário e colchões, o qual é composto por 16 empresas.

Uma análise ao VAB da indústria transformadora permite conclusões semelhantes às que foram anteriormente elencadas. Com base nos dados do ano de 2011, verifica-se que 80% do VAB desta é gerado pela indústria do couro e produtos de couro (30,27%), pela indústria do vestuário (21,44%), pelo fabrico de mobiliário e colchões (11,92%), pela fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos (8,79%), pelas indústrias alimentares (3,83%) e ainda pela fabricação de outros produtos minerais não metálicos, como a pedra natural (3,69%) (Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, 2013) (ver Tabela 5 - Principais Clusters do Tâmega e Sousa). No território do Tâmega e Sousa, verifica-se uma concentração da atividade económica relativamente elevada. No ano de 2012, em média, 19% do volume de negócios era conseguido por quatro empresas de um dado concelho. Neste domínio, a situação de Castelo de Paiva (35% do volume de negócios obtido por quatro empresas) contrastava com a de Felgueiras (5,81%), de acordo com os dados do Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa (2013).

Clusters	Concelhos	Empresas com mais de 50 colaboradores
Fabrico de Têxteis e Indústria do Vestuário	Lousada, Paços de Ferreira e Penafiel	123
Fabrico de Calçado	Felgueiras	101
Extração de Pedra; Construção e Atividades Especializadas de Construção	Marco de Canaveses e Penafiel	39
Fabrico de Mobiliário e Colchões	Felgueiras e Paços de Ferreira	16

Tabela 4
Principais Clusters do Tâmega e Sousa (empresas com mais de 50 colaboradores)

Fonte: SABI; Elaboração própria.

Porcentagem do VAB gerado pela indústria	Dados de 2011 (em %)
Couro e produtos do couro	30,27
Indústria do vestuário	21,44
Fabrico de mobiliário e colchões	11,92
Fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos	8,79
Indústrias alimentares	3,83
Fabricação de outros produtos minerais não metálicos	3,69
Total	80

Tabela 5
Principais Clusters do Tâmega e Sousa (percentagem do VAB gerado)

Fonte: Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, 2013; Elaboração própria.

2012	Construção			Construção/Total de Atividades		
	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/Norte	Tâmega e Sousa/Portugal	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Total de Empresas (nº)	4 028	13,62%	4,54%	12,35%	8,50%	8,36%
Pessoal ao serviço (nº)	23 814	18,17%	6,92%	18,87%	11,28%	9,80%
Volume de negócios (€)	788 035 359	8,83%	3,52%	12,98%	10,00%	6,86%
VAB (€)	322 722 858	14,49%	5,35%	19,60%	10,68%	7,94%

Tabela 6
Dados relativos ao setor da Construção

Fonte: INE; Elaboração própria.

Construção

Outro sector com importância significativa na região do Tâmega e Sousa é o da construção.

Em 2012, contribuiu em cerca de 19,60% para o VAB criado no território (vs. 10,68% na Região Norte e 7,94% no país). A relevância do sector da construção fica igualmente patente aquando da análise do VAB gerado no território comparativamente ao VAB gerado na região Norte, o qual correspondeu a 14,49% (ver Tabela 6 - Dados relativos ao sector da Construção). Este valor não pode passar despercebido, até porque a sua grandeza se tem mantido estável ao longo dos anos, conferindo um carácter de relevo a esta atividade nesta área do território português. Obviamente que pese embora tenhamos destacado o sector da construção, há setores de atividade que, seja pelo seu VAB, pela sua taxa de empregabilidade ou pela sua importância estratégica na região não podem deixar de ser referidos. É o caso do mobiliário, do calçado, dos têxteis, da pedra e da metalomecânica. Ao longo deste trabalho apontaremos situações em que são notórias as referências a estes setores.

Serviços

Relativamente ao sector dos serviços, excluindo-se da análise as atividades turísticas, o VAB gerado pelo sector foi de 33,71% no total das atividades da sub-região, também para o ano de 2012 (vs. 49,69% na Região Norte e 61,60% em Portugal) (ver Tabela 7 - Dados relativos ao sector Serviços).

Tabela 7
Dados relativos
ao sector Serviços

Fonte: INE; Elaboração própria.

2012	Serviços			Serviços/Total de Atividades		
	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/Norte	Tâmega e Sousa/Portugal	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Total de Empresas (nº)	22 624	8,33%	2,68%	69,38%	78,02%	79,54%
Pessoal ao serviço (nº)	46 529	7,05%	1,97%	36,88%	56,78%	67,35%
Volume de negócios (€)	2 797 030 357	5,73%	1,42%	46,06%	54,77%	60,31%
VAB (€)	555 127 673	5,36%	1,19%	33,71%	49,69%	61,60%

Turismo

Dentro do sector dos serviços, é importante destacar o papel do turismo. Embora, em 2012, ainda só representasse 2,5% do VAB total da sub-região (ver Tabela 8), este é um sector de onde se espera que provenham inúmeras oportunidades. A tendência, a nível nacional, é crescente e é expectável que a região do Tâmega e Sousa a possa seguir. Desde logo, pelo fenómeno observado no Grande Porto, decorrente, entre outros, do acréscimo considerável de rotas aéreas e da instalação no Aeroporto Sá Carneiro de operadores de relevo, nomeadamente a nível das transportadoras aéreas low cost, onde destacamos o importante papel da Ryanair que fez do Porto o seu hub em Portugal, há dez anos atrás.

De referir ainda a relevância que pode ter neste contexto a abertura do novo terminal marítimo de passageiros de Leixões, inaugurado no passado dia 23 de Julho, que, com um investimento de 50 milhões de euros, tem perspectivas de trazer à cidade do Porto cerca de 130.000 passageiros em 2018 e cerca de 83.000 já no ano corrente¹. E pese embora este investimento redunde em visitas que se podem ficar apenas pela cidade do Porto e arredores, até pelo curto espaço de tempo destinado à paragem que alguns cruzeiros planeiam efetuar, a verdade é que, em paragens de maior dimensão, pode antever-se aqui um potencial digno de relevo para a região da CIM-TS que, como se sabe, dista a cerca de meia hora do Porto e pode em muito beneficiar do turismo prioritariamente direcionado àquela região.

Uma antecipação deste potencial é a própria referência no jornal Expresso aos ganhos que se anteveem para a fileira do Turismo sendo, antecipando-se

¹ Em
<http://expresso.sapo.pt/economia/2015-07-23-Leixoes.-Terminal-de-cruzeiros-com-inauguracao-tripla>,
 consultado em 29/7/2015.

2012	Turismo			Turismo/Total de Atividades		
	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/ Norte	Tâmega e Sousa/ Portugal	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Total de Empresas (nº)	2 732	10,13%	3,20%	8,38%	7,75%	8,04%
Pessoal ao serviço (nº)	5 282	7,42%	1,89%	4,19%	6,12%	7,97%
Volume de negócios (€)	112 381 468	4,67%	1,09%	1,85%	2,70%	3,17%
VAB (€)	40 733 938	5,86%	1,22%	2,47%	3,33%	4,40%

Tabela 8
 Dados relativos
 ao setor do Turismo

Fonte: INE; Elaboração própria.

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Socioeconómica

inclusivamente um proveito para as empresas do Grupo Douro Azul. De referir a este respeito que, no que diz respeito à CIM-TS, se antes os cruzeiros no Douro atracavam em diferentes pontos da comunidade, aportando assim algum benefício em termos de compras a alguns concelhos da CIM-TS, mais tarde, a empresa decidiu deixar de o fazer, passando o comércio de produtos tradicionais locais para dentro das próprias embarcações. Ainda assim, a presença dos cruzeiros desta insígnia no Douro, teve o efeito de aumentar o apetite a outros operadores concorrentes deste grupo que passaram a possibilitar a obtenção de maiores ganhos aos operadores nas margens do Douro.

Na tabela seguinte (ver Tabela 9), são apresentados os produtos do Porto e Norte oferecidos no âmbito do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT, 2013-2015). Em concordância com o que foi definido neste plano para a região Porto e Norte, o Tâmega e Sousa apresenta potencialidades que devem ser exploradas, nomeadamente no âmbito do turismo de natureza, turismo fluvial, turismo de negócios, turismo de saúde e bem-estar, gastronomia e vinhos, tirando partido das suas montanhas, rios, portos náuticos, águas termais e forte indústria, mas também dos vinhos verdes, da doçaria regional e conventual, dos fumeiros e dos assados. Já no âmbito do turismo cultural e religioso ou touring, esta região dispõe de património milenar, românico e até contemporâneo. O gráfico seguinte (ver Figura 5 - Grupos de atividades mais procuradas) complementa o que foi supramencionado. Através da análise dos grupos de atividades mais procurados por turistas, é possível compreender a preponderância do turismo de ar livre, de natureza e aventura, em ambos os anos considerados (2012 e 2013). O peso do turismo cultural/touring paisagístico e cultural, embora tenha aumentado, ainda não é muito significativo, assim como o da exploração de instalações fixas.

No quadro seguinte (ver Tabela 10) apresentam-se os dados para a unidade territorial NUT III do Tâmega, por incapacidade de se recolherem dados para

Porto e Norte	Produtos prioritários
Produtos estratégicos	- Touring – Turismo Cultural e Religioso - City break (Porto)
Produtos em desenvolvimento	- Turismo de Natureza - Turismo de Negócios (Porto) - Saúde e Bem-estar - Gastronomia e Vinhos

Tabela 9
Produtos prioritários estabelecidos no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT 2013-2015)

Fonte: INE, Elaboração própria.

GRUPOS DE ATIVIDADES MAIS PROCURADAS

- Turismo cultural/Touring paisagístico e cultural
- Turismo de ar livre/Turismo de natureza e aventura
- Exploração de instalações fixas
- Outro

Fonte: TP – Inquérito caracterização dos agentes de animação turística 2014

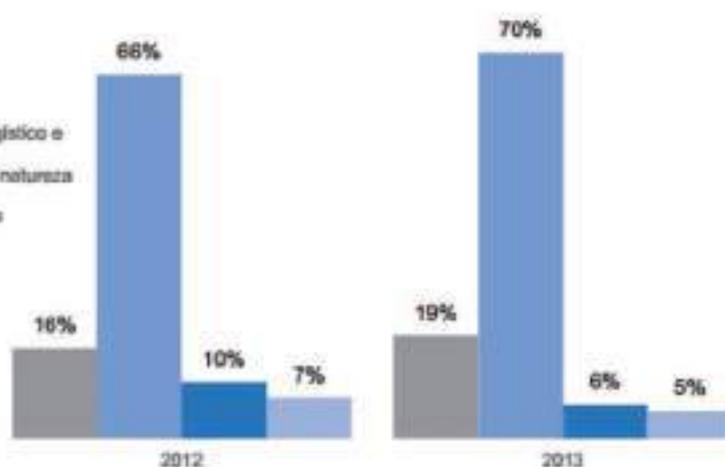


Figura 5
Grupos de atividades mais procuradas

Fonte: Turismo de Portugal, I.P. (2013)

Indicadores 2013	Unidades Territoriais						
	Portugal	Norte	NUT III Tâmega	Amarante	Felgueiras	Pernafiel	Porto
Capacidade de alojamento por 1000 habitantes	28,6	11,4	3,4	5,1	2,5	5,4	54,6
Hóspedes por habitante	1,4	0,8	0,2	0,3	0,04	0,2	4,4
Taxa líquida de ocupação cama	41,2	32,9	27,4	27,4	9,9	22,1	45,9
Estada média	2,9	1,8	1,7	1,8	2	1,6	1,9
Proporção de hóspedes estrangeiros	57,8	42,2	19,7	41,3	51,6	13,3	66,0

Tabela 10
Dados relativos ao setor do Turismo

Fonte: INE, Elaboração própria.

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Socioeconómica

cada concelho. Os indicadores apresentados revelam que o Tâmega, enquanto destino turístico, se encontra significativamente abaixo da média nacional e da Região Norte, apesar de 2013 ter sido um ótimo ano para o país.

É possível ainda afirmar que o Tâmega foi a sub-região do Norte onde menos pessoas se hospedaram em 2013 e que, do Tâmega e Sousa, os concelhos de Amarante, Baião e Penafiel foram os que tiveram maior procura, sendo que este último é o que detém mais camas de entre as disponíveis no Tâmega. Para esta sub-região, os números das dormidas representavam, em 2013, 6,6 milhões de euros. Mesmo ficando distante dos valores obtidos no concelho do Porto, Amarante destaca-se em indicadores como a Capacidade de alojamento por 1000 habitantes, a Taxa líquida de ocupação cama e a Proporção de hóspedes estrangeiros. Outro facto de relevo diz respeito à proveniência dos turistas que visitam o Tâmega. A maioria é oriunda de Espanha, França e Reino Unido (<http://www.verdadeiroolhar.pt/materias.php?secao=destaque&id=30240>, em 18/2/2015).

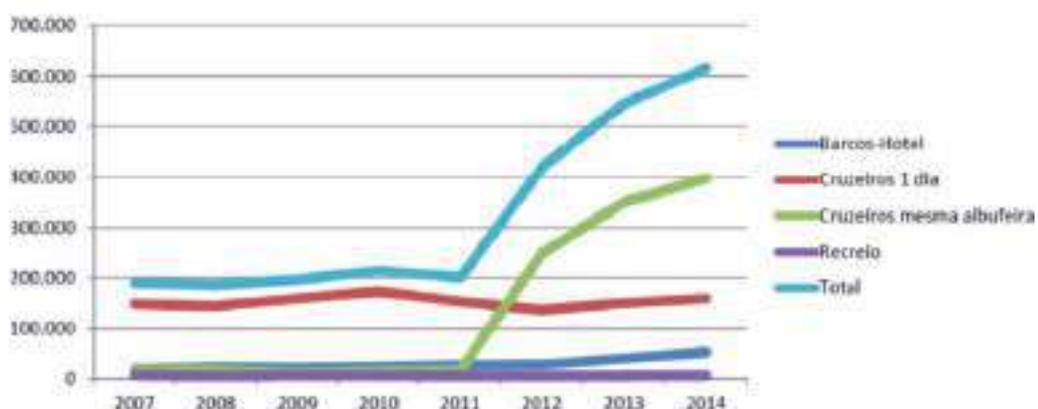
Além dos múltiplos elementos já referidos que diferenciam o Tâmega e Sousa, é de realçar o facto de seis concelhos que integram a comunidade serem banhados pelo rio Douro. Tal evidência contribui para a perceção de que existe um enorme potencial turístico na região. Como é possível observar na Figura 6, no ano de 2014, passaram pelo Douro cerca de 600.000 turistas. A juntar a esta marca impressionante, é ainda de realçar o crescimento sustentado que o turismo fluvial conheceu nos últimos quatro anos. Tal indica que, além das formas de turismo anteriormente mencionadas, há uma clara oportunidade para que a região do Tâmega e Sousa retire maior partido do turismo fluvial.

Ademais, é de referir o crescimento do turismo ferroviário, nomeadamente através do Comboio Histórico do Douro, cujo número de turistas/visitantes em 2014 aumentou cerca de 28% em relação ao ano anterior.²

Disponível em:
<http://observador.pt/2015/05/18/comboio-historico-do-douro-arranca-a-6-de-junho-e-com-mais-viagens-em-2015/>
 consultado a 21/08/2015

Figura 6
 Dados relativos ao número de turistas a navegar na Via Navegável do Douro

Fonte: IPTM, IMT, 2014



Comércio Internacional

Tendo por base a perspetiva da internacionalização, é importante olhar não só para os dados relativos ao sector turístico, mas também aos que se referem ao comércio internacional. Assim, compreende-se que o Tâmega e Sousa apresente uma taxa de cobertura relativamente elevada (280%). Tal contrasta com os valores registados para a região Norte (140%) e para o país (83,06%). Pese embora a taxa de cobertura seja bastante mais satisfatória do que quando se analisa sob o prisma de outras unidades territoriais, a verdade é que o peso das exportações realizadas no Tâmega e Sousa representa, apenas, 8,73% do total das exportações do Norte e 3,17% do total das exportações do país (ver Tabela 11 - Dados relativos ao Comércio Internacional).

No âmbito do apoio ao empreendedorismo e do desenvolvimento da atividade económica do Tâmega e Sousa têm sido desenvolvidas iniciativas importantes. Uma delas passa pelo desenvolvimento e implementação da Agenda para a Empregabilidade do Tâmega e Sousa, cujo objetivo é “promover a empregabilidade nos principais clusters regionais, consolidados ou emergentes do Tâmega e Sousa e reforçar os mecanismos de articulação, de concertação e de comunicação entre diferentes instituições que atuam no Tâmega e Sousa” (<http://www.cimtamegaesousa.pt/index.php/2011-11-04-16-44-02/pacto-territorial-para-a-empregabilidade>, em 21/1/2015). Outra iniciativa importante foi a que surgiu recentemente por iniciativa da CIM Tâmega e Sousa: o Pré-

Tabela 11
Dados relativos
ao Comércio Internacional

Fonte: INE; Elaboração própria.

Comércio Internacional	Tâmega e Sousa	Tâmega e Sousa/Norte (%)	Tâmega e Sousa/Portugal (%)
Exportações (2013)	1 496 476 473	8,73%	3,17%
Importações (2013)	536 078 115	4,42%	0,94%
	Tâmega e Sousa	Norte	Portugal
Taxa de Cobertura (X/M) (2013)	279,15%	141,22%	83,06%
Exportações intra-UE 27 no total das exportações (2013)	80,16%	77,56%	70,30%
Importações intra-UE 27 no total das importações (2013)	93,32%	83,39%	71,97%
	NUT III Tâmega	Norte	Portugal
Intensidade exportadora (X/PIB) (2012)	33,09%	35,40%	27,38%
Crau de abertura (X+I) / PIB (2012)	46%	60%	62%

mio Tâmega e Sousa Empreendedor (<http://empreendedor.cimtamegaesou-sa.pt/#!/home>, em 4/4/2015). Neste âmbito, deve ainda ser realçada a Rede de Apoio à Atividade Económica e ao Empreendedor do Tâmega e Sousa, que procura estimular o crescimento e a criação de emprego, e que possui postos de atendimento em todos os concelhos da região.

Caracterização sociodemográfica

Uma caracterização socioeconómica da região do Tâmega e Sousa implica, igualmente, o estudo da população residente e dos recursos humanos. No ano de 2011, o número de pessoas que residiam no território do Tâmega e Sousa rondava os 430.620 indivíduos. De acordo com os indicadores nacionais e regionais, num nível agregado, o Tâmega e Sousa destaca-se por ter uma população jovem e por se verificar um crescimento populacional. Porém, esta análise global esconde duas realidades bastante díspares. Se numa parte da região se observa o envelhecimento da população e a desertificação parcial do território, na outra regista-se o aumento da população, assim como o crescimento da população jovem. Exemplificando, enquanto na maior parte dos concelhos do Vale do Sousa o número de residentes tem crescido (onde se destaca Paços de Ferreira, com uma taxa de crescimento de 6,3% entre 2001 e 2011), na maior parte dos concelhos do Baixo Tâmega e Douro Sul tem acontecido o oposto (sobressai a situação de Cinfães, onde se registou uma quebra de 8,9% do ano de 2001 até 2011). Tal trajetória tem sido fortemente influenciada pela diminuição da taxa de natalidade e pelo nível superior de emigração. No que diz respeito aos recursos humanos, apesar de uma evolução recente favorável, é possível identificar no território um défice de qualificações, comparativamente ao resto do país. Um dos indicadores selecionados para explicitação deste aspeto é a percentagem de população entre os 15 e os 24 anos que completou o ensino secundário, a qual se encontra já muito próxima da média

nacional. A taxa de abandono escolar diminuiu também drasticamente entre 2001 e 2011, o que levou a que 6 concelhos do Tâmega e Sousa se encontrem já abaixo da média nacional (Amarante, Celorico de Basto, Castelo de Paiva, Marco de Canaveses, Lousada e Resende). Ainda assim, a realidade da sub-região está distante dos indicadores analisados para a Região Norte e para o país. No Tâmega e Sousa, quase 60% dos residentes com 15 ou mais anos, não completaram além do segundo ciclo do ensino básico (vs. 50% na região Norte vs. 46% em Portugal), sendo que apenas 9,6% dos residentes completaram estudos pós secundários ou superiores (vs. 16,8% Norte e 19,2% no país) e apenas 13% da população do Tâmega e Sousa, entre os 30 e 34 anos, completou o ensino secundário (vs. 26,1% em Portugal). Este é por isso um dos maiores desafios com o qual o território do Tâmega e Sousa se depara.

Estes elementos têm reflexo nos indicadores do mercado de trabalho do Tâmega e Sousa. Globalmente, os indicadores de emprego do Tâmega e Sousa não divergem significativamente das médias regionais ou nacionais (taxa de desemprego do Tâmega e Sousa 14%, Norte 14,5% e Portugal 13,2%, em 2011). Contudo, numa análise por concelho, observa-se uma elevada heterogeneidade. Segundo dados de 2011, Felgueiras apresentava uma taxa de desemprego de 10,3%, Cinfães uma taxa de 20,0% e Baião de 19,4%. Em termos absolutos, verifica-se que de 2011 para 2014, o número de desempregados decresceu para todos os concelhos, à exceção de Celorico de Basto, Felgueiras e Lousada. Por exemplo, para este período, o número de desempregados em Felgueiras aumentou de 2 406 para 3 079 e o de Cinfães diminuiu de 2 247 para 1 516 (IEFP, 2015).

Outro indicador que permite complementar esta breve análise ao mercado de trabalho do Tâmega e Sousa é a taxa de atividade. Esta taxa representa o peso da população ativa no total da população com 15 e mais anos e varia significativamente de concelho para concelho. Resende, por exemplo, apresenta uma reduzida taxa de atividade para o ano de 2011 (apenas 34%). Acresce ainda

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

que, em 4 dos concelhos com maior taxa de desemprego (Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto e Cinfães), cerca de 40% dos empregados, encontram-se empregados fora do concelho. Os restantes indicadores económicos analisados indicam que o nível de qualidade de vida do Tâmega e Sousa é menor, comparativamente às médias nacionais e da Região Norte. O índice de poder de compra retrata este aspeto. Celorico de Basto e Cinfães encontravam-se, em 2011, com os valores mais reduzidos (cerca de 50% do total nacional).

Análise do Património

Após recolha e tratamento da informação anteriormente apresentada, verificou-se a necessidade de recolha de informação adicional aos dados secundários disponibilizados. Assim, para o desenvolvimento de um diagnóstico completo e mais adaptado à elaboração da estratégia de marketing territorial para o Tâmega e Sousa, objetivo deste trabalho, é fundamental complementar aqueles dados com dados primários, especificamente recolhidos para dar resposta a este desiderato. Assim sendo, foram desenvolvidas sessões de trabalho com os principais grupos de atores do Tâmega e Sousa (residentes, emigrantes, visitantes, turistas, empresários e potenciais investidores), nas Câmaras Municipais dos onze municípios, e com atores de carácter regional e local, responsáveis pelo desenvolvimento estratégico da sub-região do Tâmega e Sousa. O objetivo era então o de obter informação em primeira mão que nos permitisse fundamentar decisões estratégicas referentes ao território. Será possível verificar que as principais conclusões retiradas a partir das entrevistas com os diferentes grupos de atores vão de encontro às conclusões obtidas na secção anterior.

Tabela 12
Estatísticas
dos atores entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Grupos de Atores	Número de Entrevistados	Número de Inquiridos
Regionais/Intermunicipais	6	-
Municipais	25	-
Residentes	25	-
Emigrantes	8	-
Turistas/Visitantes	21	-
Prescritores turísticos	2	-
Empresários	37	57
Total	124	57

Assim, no próximo subcapítulo apresentam-se os resultados da pesquisa de dados qualitativa desenvolvida com base nas informações recolhidas via entrevistas aos diversos atores e partes interessadas do Tâmega e Sousa e inquéritos aplicados (Ver Tabela 12 - Estatísticas dos atores entrevistados). As entrevistas foram conduzidas presencialmente e através de focus groups com atores de diferentes concelhos (e.g. grupo de residentes de determinado concelho) e, sempre que necessário, de forma individual. Foi também realizado um inquérito para uma abordagem menos aprofundada, conduzido online, à generalidade das empresas do Tâmega e Sousa.

O envolvimento e colaboração de atores municipais e intermunicipais foram, para este efeito, essenciais, nomeadamente pela intervenção e promoção dos encontros com os diferentes grupos de atores do território.

O presente subcapítulo engloba ainda uma análise de benchmarking a casos com elementos de interesse e/ou em comum ao Tâmega e Sousa e uma breve análise à comunicação institucional realizada online pelas entidades do Tâmega e Sousa. Os casos de benchmarking apresentados no final servem para conhecer o que outras regiões com paralelo ao território do Tâmega e Sousa fizeram de forma a melhorar o seu marketing. Os exemplos escolhidos e mais à frente apresentados incluem: Minho IN, Douro – Região Vinhateira, Pinhal Litoral, Galicia e Norte de Portugal e Øresund.

A estratégia de marketing territorial será apresentada à frente (Capítulo 2) e terá portanto como base este trabalho de recolha e tratamento de dados (primários e secundários), assim como o estudo de outros casos de regiões objeto de trabalho de marketing. Apresentam-se de seguida os resultados da pesquisa realizada nos territórios.

É importante proceder a uma análise às atrações, infraestruturas e demais fatores distintivos (e.g. gastronómicos) do Tâmega e Sousa, tendo como base as entrevistas realizadas junto dos diferentes públicos, nomeadamente, atores regionais, municipais, residentes, emigrantes, visitantes e turistas.

Primeiramente identificam-se os elementos do património natural, património cultural tangível imóvel e móvel do Tâmega e Sousa e, posteriormente os elementos do património cultural intangível, tais como as festividades e eventos, tradições e outras marcas da cultura imaterial, nas quais se inclui a gastronomia, a doçaria, as personalidades e as figuras históricas.

Património Natural

Um dos elementos do património natural mais importante na região são os cursos de água. Os cursos de água existentes no Tâmega e Sousa e respetivas praias fluviais apresentam características singulares e um imenso potencial de desenvolvimento. O Rio Douro, navegável, é um dos bons exemplos. Por exemplo, no ano de 2014, há a registar, como se disse antes, a passagem de cerca de 600.000 passageiros (como foi possível verificar através da Figura 6 - Dados relativos ao número de turistas a navegar na Via Navegável do Douro). O território do Tâmega e Sousa dispõe de cais para a paragem das embarcações que passam no Douro (ver Figura 9 - Via Navegável do Douro), dos quais são exemplos: o cais da Pala, em Baião, os cais de Escamarão e Porto Antigo, em Cinfães, o cais de Bitetos (ver Figura 7 - Cais de Bitetos), em Marco de Canaveses, e os cais de Caldas de Aregos e Porto de Rei, em Resende. Na Figura 9 - Via Navegável do Douro é possível encontrar todos os cais e portos presentes no Rio Douro, dos quais pode ser retirado um maior proveito, mediante maximização da sua utilização.

Figura 7
Cais de Bitetos

Fonte: www.dourovalley.eu



AMARANTE	Serra do Marão – Serra da Aboboreira – Rio Tâmega – Parque florestal de Amarante – Caldas das Murtas
BAIÃO	Rio Douro – Cais de Aregos em Santa Cruz do Douro, Serra de Matos, Carvalhal de Reixela – Cais da Pala – Cais de Ermida – Serra da Aboboreira – Serra do Marão – Rio Teixeira – Rio Ovil
CASTELO DE PAIVA	Rio Douro – Praia Fluvial de Pedorido – Rio Paiva – Ilha e Cais do Castelo Cais de Midões – Cais de Pedorido – Rio Arda – Rio Sardoura – Monte de S. Domingos – Aldeias de Xisto Midões e Gondarém – Monte S. Gens Praia da Várzea
CELORICO DE BASTO	Rio Tâmega – Serra da Senhora do Viso – Serra do Calvelo
CINFÃES	Rio Douro – Albufeira de Carrapatelo – Cais de Escamarão – Cais de Porto Antigo – Rio Bestança – Vale do Bestança – Serra de Montemuro – Rio Paiva – Rio Ardena – Ribeiro de Sampaio – Zona Fluvial da Granja
FELGUEIRAS	Monte de Santa Quitéria – Barrias, freguesia de Jugueiros – Aldeia de Burgo (Pombeiro) e de Codeçais – Rio Sousa – Seixoso – Senhor dos Perdidos – Penacova
LOUSADA	Rio Sousa – Rio Mesio: Parque de lazer de Casais – Jardim do Monte do Sr. Dos Aflitos – Área Florestal do Parque Urbano Dr. Mário Fonseca Miradouros de Sra. Aparecida e Sra. do Amparo – Rede Microreservas do Concelho Área de Paisagem Protegida do Sousa Superior
MARCO DE CANAVESES	Rio Tâmega – Rio Douro – Albufeira de Carrapatelo – Cais de Bitetos Serra da Aboboreira – Serra de Montedeiras – Serra do Ladário (Castro de Arados) – Caldas de Canavezes – Cais do Torrão – Porto Comercial de Sardoura e de Várzea do Douro – Cais do Vimieiro
PAÇOS DE FERREIRA	Monte do Pilar – Rio Ferreira
PENAFIEL	Freguesia Rio Mau – Cais de Rio Mau – Praia Fluvial de Luzim – Cais de Sebolido – Albufeira do Tâmega – Miradouro da Cividade – Terma de São Vicente – Termas de Entre-os-Rios – Cais de Entre-os-Rios Aldeia Preservada Quintandona e Cabroelo
RESENDE	Rio Douro – Termas das Caldas de Aregos – Cais de Caldas de Aregos Cais de Porto de Rei – Praia Fluvial da Ponte da Panchorra – Praia Fluvial da Ponte da Lagariça – Penedo de S. João – Serra de Montemuro

Tabela 13
Elementos do Património
Natural do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria.

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

A tabela apresentada de seguida (ver Tabela 13 - Elementos do Património Natural do Tâmega e Sousa) ilustra a variedade e reflete a complementaridade existente entre os diferentes concelhos do Tâmega e Sousa em termos do seu património natural.

Ainda que a presença do rio Douro seja um símbolo incontornável desta região, são os rios Tâmega e Sousa que lhe cedem o nome. Nestes rios corre, naturalmente, uma parte da identidade da região. Não só ao longo dos seus cursos se estabeleceram e desenvolveram diferentes comunidades, como se criaram marcas que facilmente identificam e diferenciam o território. Porém, é ainda importante mencionar a presença do rio Paiva, que é considerado um dos rios menos poluídos da Europa³ e o melhor rio para a prática de rafting, em Portugal⁴. A propósito deste desporto, também o rio Tâmega merece ser identificado. O rio Bestança é também um dos ativos naturais do território. Embora já se tenham iniciado diversos processos de recuperação das margens dos rios, de despoluição e de repovoação dos mesmos, todos os esforços envolvidos serão fulcrais. Como foi supramencionado, nos rios habita uma parte importante da identidade do território. Além deste facto, os processos de recuperação das margens, despoluição e repovoamento permitirão a existência de melhores condições para a prática de atividades balneares ou de outras, como o pedestrianismo e a pesca desportiva.

No caso do pedestrianismo, têm sido desenvolvidas algumas iniciativas de âmbito alargado que abrangem o território do Tâmega e Sousa. Um exemplo é o do Plano de Salvaguarda do Vale do Bestança com os 50Kms de percursos pedestres, 150Km de BTT, três centros de BTT e o Centro Interpretativo do Vale, localizado no lugar das Pias. Outro exemplo interessante é o da Rota da Água e da Pedra (ver Figura 8 - Rota da Água e da Pedra), que envolve os concelhos de Castelo de Paiva, Cinfães, Arouca, Castro Daire, São Pedro do Sul, Sever do Vouga e Vale de Cambra. Esta rota, muito popular na Serra da Freita, concelho

3

Em:

www.naturlink.sapo.pt/Lazer/Turismo-na-Natureza/content/a-Descoberta-da-Rota-da-agua-e-da-%20Pedra?bl=1&viewall=true#Go_1 consultado a 30/07/2015.

4

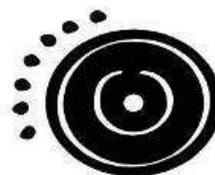
Em:

<http://boacamaboamesa.expresso.sapo.pt/boa-vida/experiencias/rafting-outono-radical-no-rio-7947531> consultado a 30/07/2015.

Figura 8

Rota da Água e da Pedra

Fonte: www.naturlink.sapo.pt



ROTA DA ÁGUA
E DA PEDRA

de Arouca, atrai muitos turistas locais. Assim, tem todo o interesse comunicar a parte da rota que envolve os concelhos de Castelo de Paiva e de Cinfães, por forma a desenvolver o turismo local. Ademais, esta Rota constitui-se como uma rede de observação da biodiversidade com mais de 100 painéis de interpretação, com um ponto de interesse central e três pontos de interesse complementar. No futuro, aquando da visita aos pontos de interesse da Rota da Água e da Pedra, será possível consultar um guia de campo, de modo a tomar conhecimento dos elementos naturais e culturais de interesse. É também de destacar o facto de os concelhos de Castelo de Paiva e Cinfães pertencerem às Montanhas Mágicas®⁵.

Além do pedestrianismo, outra das muitas atividades que podem ser desenvolvidas no Tâmega e Sousa é a caça. Segundo o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF), a 17 de Fevereiro de 2015, existiam 41 zonas de caça no território do Tâmega e Sousa: 9 zonas de caça (ZC) em Amarante, 6 ZC em Baião, 12 ZC em Castelo de Paiva, 3 ZC em Celorico de Basto, 5 ZC em Cinfães, 2 ZC em Felgueiras, 12 ZC em Lousada, 5 ZC no Marco de Canaveses, 2 ZC em Paços de Ferreira, 3 ZC em Penafiel e 4 ZC em Resende.

Por outro lado e que visto que, anteriormente, foram mencionados os principais rios existentes no território, devem ser referidos os locais onde é permitida a prática de pesca profissional. Tal atividade pode, então, ser praticada nos concelhos banhados pelo Douro, localizados a montante da barragem de Crestuma e Lever, designadamente: Baião, Castelo de Paiva, Cinfães, Marco de Canaveses, Penafiel e Resende.

Nem só da vertente profissional vive a pesca e, neste sentido, também as pessoas que se dedicam à pesca desportiva encontram no Tâmega e Sousa boas condições para a prática da modalidade. Nomeadamente em cinco concelhos: Amarante (rios Marão, Odres e Ovelha); Celorico de Basto (rios Freixieiro e Tâmega); Cinfães (rio Bestança); Paços de Ferreira (rio Ferreira); e em

5

Em
[http://montanhasmagicas.pt/Anexos/Brochuras/MontanhasMagicas_-_3a_Brochura%20\(PT-ES\).pdf](http://montanhasmagicas.pt/Anexos/Brochuras/MontanhasMagicas_-_3a_Brochura%20(PT-ES).pdf)
consultado a 30/07/2015.

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

Resende (ribeira de São Martinho). É ainda possível encontrar zonas de pesca reservada, por exemplo em Amarante, nos rios Olo e Tâmega. Todavia e apesar de previstas iniciativas de recuperação dos cursos de água do Tâmega e Sousa, na atualidade as condições para o exercício desta atividade são relativamente débeis, principalmente devido a uma menor quantidade de peixe disponível.

Se por um lado o território do Tâmega e Sousa se identifica pelos rios que o banham, por outro é fortemente marcado pelo seu relevo. As serras constituem-se como um dos ícones da região, caracterizando-se pela biodiversidade existente. São, igualmente, cenários ideais para a prática de observação de aves, de trail e de BTT (na Tabela 18 – pág. 45 – é possível encontrar dados relativos ao número de participantes em alguns eventos desportivos que ocorreram no território). As principais serras da região são a do Marão, que é um dos pontos mais altos da região Norte (1.415 metros), da Aboboreira, que se encontra em vias de classificação como Área Protegida de Âmbito Regional, bem como a serra de Montemuro. Apesar de, nos últimos anos, o território ter sido significativamente afetado por incêndios florestais, este continua a dispor de uma vasta área verde, o que se revela um facto essencial para a elevada qualidade ambiental referida por grande parte das pessoas entrevistadas.

No passado, além dos seus rios e serras, também as águas termais foram elementos identificadores do Tâmega e Sousa. Porém, atualmente, muitos são os complexos que não se encontram totalmente explorados ou reabilitados. São os casos das Caldas de Canavezes, no Marco de Canaveses, e das Caldas das Murtas, no concelho de Amarante. Em sentido inverso, as termas de São Vicente (Penafiel), as termas de Entre-os-Rios (Penafiel) e as termas das Caldas de Aregos (Resende) encontram-se em pleno funcionamento, ainda que, na maioria dos casos, a sua procura seja decrescente (ver Tabela 14). Analisando o número de inscrições nos estabelecimentos de termalismo clássico, entre

Tabela 14
Número de inscrições
nos Estabelecimentos
de Termalismo Clássico

Fonte: Turismo de Portugal, 2012,
em www.turismodeportugal.pt

Estabelecimentos termais	2008	2009	2010	2011	2012
Caldas de Aregos	604	713	866	755	742
Termas de Entre-os-Rios	1 063	742	748	525	514
Termas de S. Vicente	1 258	1 103	1 470	1 414	1 232
Total do Norte	57 738	52 854	56 163	45 365	38 476



Figura 9
Via Navegável do Douro

Fonte: Instituto da Mobilidade e dos Transportes, I.P. Delegação do Norte e Douro.

- Legenda**
- 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 Km no Rio
 - Clube Náutico
 - Parque de Campesinato
 - Parque Mundial
 - Gras Alagim
 - Estação
 - Parque Pastoral
 - Museu de Arte e Arqueologia
 - Informação Turística
 - Parque de Ilhéus
 - Café
 - Circuito Urbano
 - Monumento
 - Calçada Pedestre
 - Parque
 - Estação Particular
 - Estação Municipal
 - Estação Nacional
 - Margem Esquerda
 - Margem Direita
 - Caminho de Ferro
 - Parque Infantil
 - Restaurante
 - Teatros
 - Alcoz tradicional
 - Hotel ou Residência
 - Campesinato
 - Olarias
- INSTITUTO DA MOBILIDADE E DOS TRANSPORTES, I.P. DELOCAÇÃO DO NORTE E DOURO, S.A.

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

2008 e 2012, é possível compreender que, no global, só a procura pelas termas das Caldas de Aregos aumentou. Já nos outros dois estabelecimentos, a tendência foi semelhante à que se regista na região Norte. O último elemento do património cultural do Tâmega e Sousa que merece ser destacado são as aldeias preservadas. São exemplos as Aldeias de Xisto de Midões e Gondarém, a Aldeia de Vale de Papas (“Aldeia do Colmo”) a Aldeia da Gralheira (todas no concelho de Cinfães), a Aldeia de Fazamões (Resende) e a Aldeia Preservada de Quintandona e Cabroelo (Penafiel). Estas aldeias são, em geral, marcadas pela beleza das paisagens das serras (como a Serra de Montemuro e a Serra da Gralheira) e nelas é possível usufruir de vistas deslumbrantes (e.g. vistas sobre o Douro), bem como beneficiar dos seus elementos naturais e culturais.

Em jeito de balanço deste subcapítulo, é possível verificar a existência de um vasto património natural em praticamente todos os concelhos do Tâmega e Sousa, o qual, segundo a totalidade dos entrevistados, não se encontra suficientemente trabalhado/explorado. Tema que é mais aprofundado nos subcapítulos seguintes. Na próxima secção do documento, apresenta-se uma caracterização do património cultural tangível imóvel (edificado) do Tâmega e Sousa.

Património Cultural Tangível Imóvel – Edificado

Além da excelência do património natural do Tâmega e Sousa, também o património cultural imóvel constitui uma das principais marcas diferenciadoras do território. Desde logo, pelo inestimável valor da Rota do Românico. No anexo 1 (ver Tabela 33 – Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado) do Tâmega e Sousa identificados pelos entrevistados) é possível encontrar uma lista exhaustiva dos principais elementos patrimoniais identi-

Figura 10
Boassas, Aldeia de Portugal,
Cinfães; Aldeia de Fazamões,
Resende

Fonte: Turismo Rural do Douro,
Câmara Municipal de Resende



ficados pelos atores entrevistados. No cômputo geral, o património cultural imóvel do Tâmega e Sousa pode ser considerado variado, abundante e com um valor estético-artístico e histórico elevado. Toda a sub-região do Tâmega e Sousa engloba um arco temporal vasto, desde a Pré-História até à atualidade. Das estações arqueológicas pré-históricas, do Paleolítico ao Neolítico (datações até cerca de 15 mil anos atrás), com destaque para o património megalítico (Serra da Aboboreira), passando pelo período castrejo pré-romano (ex.: Sanfins, Monte Mozinho) (ver Figura 11 - Património Megalítico da Serra da Aboboreira, Citânia de Sanfins e Castro de Monte Mozinho) e pela Romanição (ex.: Tongóbriga, Sendim), o Pré-Românico (anterior ao ano Mil da Era Cristã), o Românico (materializado de forma superior na Rota do Românico e num conjunto de valores patrimoniais amplamente disseminados no território), o Gótico (séc. XIII-XV), o Renascimento e o Barroco (este assume particular destaque também, dos séc. XVII e XVIII) (ver Figura 12 - Centro Histórico de Amarante, Igreja do Mosteiro de Alpendorada/Igreja de S. João Baptista, Casa de Juste). Passando depois até ao Neoclássico, o Romântico, a era industrial e as sensibilidades estéticas contemporâneas, cujo porta-estandarte é sem dúvida a Igreja de Santa Maria, no Marco de Canaveses, do Arquiteto Siza Vieira. O livro “Paisagens Milenares do Douro Verde”, da autoria do historiador e arqueólogo Lino Tavares, apresentado em Outubro de 2014 (parte de um projeto integrado da DOLMEN) retrata muitos dos elementos (e respetivas paisagens) referidos.

Se na amplitude da cronologia é pois um património cultural imóvel multissecular e pluri-estético, significativo e impressionante no primor artístico de boa parte dos efetivos patrimoniais, é também digna de realce a diversidade dos tipos e funcionalidades desta rede patrimonial, no âmbito histórico, artístico, científico, arqueológico, técnico e social. Cruzando épocas e estilos,

Figura 11
Património Megalítico
da Serra da Aboboreira,
Citânia de Sanfins e Castro
de Monte Mozinho

Fonte: Câmara Municipal
de Baião, Castros do Noroeste, Câmara
Municipal de Penafiel



Diagnóstico

Estudo do Território

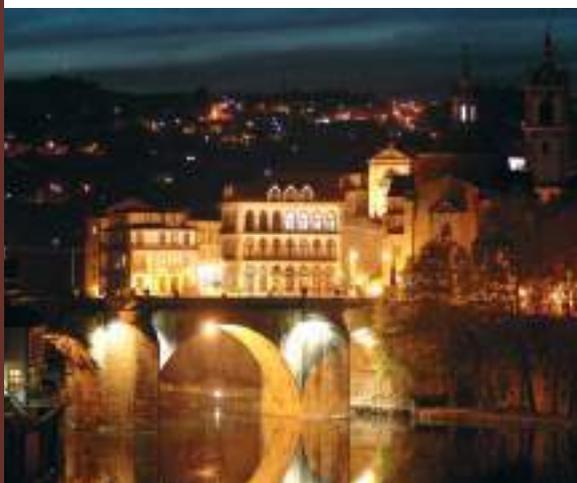
Análise Património

entre Monumentos Nacionais, Imóveis de Interesse Público e de Interesse Municipal (nas categorias Monumento, Conjunto, Sítio), temos assim o património edificado: vernacular/ “rústico” (estruturas agrárias e povoamento rural), religioso (expoente principal, dir-se-ia, visível em igrejas, capelas, ermidas, mosteiros, santuários), militar (castelos, fortalezas, torres...), civil e senhorial (solares, palácios, palacetes), público (estruturas ou equipamentos urbanos, viários, pontes), industrial e mineiro, entre os que mais se destacam. Ao conferirmos a lista anterior e ao adicionarmos os núcleos museológicos, podemos aferir do valor patrimonial da região em destaque, fator por si só de atração turística e de desenvolvimento económico.

A Rota do Românico (ver Figura 13 - Marmoiral de Sobrado, Castelo de Arnóia, Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro) é um exemplo, no conjunto dos imóveis que a constituem, do fator patrimonial como catalisador de mecanismos de promoção e desenvolvimento territorial. O Turismo tem no património edificado, cultural material e imaterial, uma alavanca de promoção e garantia de qualidade, além de formação de paisagens culturais e de dinâmicas territoriais e de empreendedorismo geradoras de proventos e progresso. Especificando um pouco mais, a Rota do Românico é um projeto de desenvolvimento regional que se iniciou em 1998. Apenas foi apresentada ao público em 2008, após recuperação do património e estruturação do produto. Surgiu assim como Rota do Românico do Vale do Sousa. Nesta fase, o românico foi identificado como o tema agregador para desenvolver a sub-região. Em 2010, a Rota do Românico foi alargada aos concelhos do Baixo Tâmega e Douro Sul, assumindo a configuração que tem hoje, 58 elementos patrimoniais trabalhados numa lógica global por 12 concelhos. Para além da componente de conservação de património e da componente turística, a Rota do Românico possui

Figura 12
Centro Histórico de Amarante,
Igreja do Mosteiro
de Alpendorada/Igreja de S. João
Baptista, Casa de Juste

Fonte: Associação de Municípios do Baixo Tâmega, Portal do Turismo de Marco de Canaveses, Casa de Juste



também uma componente de serviço educativo (para alunos do ensino básico) e um centro de estudos (com publicações científicas para especialistas).

Em entrevista com um ator da Rota do Românico foi possível perceber que, em termos turísticos, tem vindo a ser desenvolvido algum trabalho com vista a instigar a cooperação entre diferentes agentes económicos, sendo exemplo o Selo da Rota do Românico atribuível a restaurantes e estabelecimentos hoteleiros a integrar em pacotes turísticos, materiais de comunicação, etc. A necessidade de maior cooperação entre os diversos agentes visa, igualmente, evitar o perigo da “multiplicação de iniciativas”, o qual pode prejudicar o desenvolvimento de uma força identitária e diferenciadora. Este trabalho conjunto pode servir para maximizar a experiência turística no território do Tâmega e Sousa, a qual beneficiará, de igual modo, de intervenções a nível de infraestruturas, sinalética, formação, sensibilização, etc.

Importa ainda referir que o Românico do Tâmega e Sousa se encontra integrado na TRANSROMANICA (desde o ano de 2009). A TRANSROMANICA representa o património românico comum a 8 países da Europa, unindo: Alta Saxónia (Alemanha), Gurk, Caríntia (Áustria), Friesach, Caríntia (Áustria), Maria Wörth, Caríntia (Áustria), Sérvia, Alba Iulia (Roménia), Modena, Emília-Romagna (Itália), Pavia, Lombardia (Itália), Albugnano, Piemonte (Itália), Paray-Le-Monial (França), Santo Domingo de Silos (Espanha) e o Tâmega e Sousa.

No território é possível ainda encontrar a Rota dos Castros do Noroeste. Fazem parte deste projeto o Castro de Outeiro Lesenho (Boticas), o Castro de S. Caetano (Monção), a Citânia de Sanfins (Paços de Ferreira), o Castro de Monte Mozinho (Penafiel), a Cividade de Terroso (Póvoa de Varzim), o Castro de Monte Padrão (Santo Tirso), o Castro de Alvarelhos (Trofa), a Citânia de Santa Luzia

Figura 13
Marmoiral de Sobrado, Castelo de Arnóia, Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro

Fonte: Câmara Municipal de Castelo de Paiva, Câmara Municipal de Celorico de Basto, Câmara Municipal de Felgueiras



Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

(Viana do Castelo), a Cidade de Bagunte (Vila do Conde) e a Citânia de Briteiros (Guimarães). O protocolo de formalização da Rede de Castros do Noroeste foi assinado recentemente (em 12/03/2015). Poder-se-ia propor também uma “rota da transumância” pela sua importância histórica, mais concretamente na região do concelho de Cinfães.

Património Cultural Tangível Móvel – Produtos Regionais

Relativamente ao património cultural tangível móvel, podemos encontrar na tabela seguinte (ver Tabela 15 – Principais elementos do Património Cultural Tangível Móvel (Produtos Regionais) do Tâmega e Sousa identificados pelos entrevistados) os produtos regionais de maior relevância e notoriedade para os atores do território entrevistados.

Para o público externo (turistas e visitantes) os produtos regionais mais facilmente associados ao território foram: as bengalas de Gestaçô, a olaria negra de Gondar (ver Figura 14 – Bengalas de Gestaçô, Olaria negra de Gondar, Burel, Tamancaria), os bordados (sem especificação) e os chapéus de palha. Importa ainda salientar a iniciativa de certificação a ser desenvolvida pela Casa do Risco (ver Figura 15 – Bordados da Casa do Risco). Esta entidade regional, com sede em Felgueiras, está envolvida no processo de certificação das bordadeiras que trabalham o Bordado da Terra de Sousa.

Todo o património cultural intangível assume também características importantes no Tâmega e Sousa, enquanto conjunto de elementos sem substância física, ou formas de ação que procedem da antiga cultura tradicional e popular do território. Transmitida oralmente, através de gestos, modificou-se com decorrer do tempo, através de recreações coletivas visíveis nas diversas

Figura 14
Bengalas de Gestaçô,
Olaria negra de Gondar,
Burel, Tamancaria

Fonte: tamegasousa.pt;
Centro Paroquial de Gondar,
Público, PROBASTO



Concelho	Alguns dos Principais Destaques
Amarante	- Bordados da Lixa: Bordados de crivo, a branco e a ponto de cruz - Olaria negra de Gondar
Balão	- Bengalas de Gestaçõ - Cestas de Frende
Castelo de Paiva	- Trabalhos em cobre, latoaria
Celorico de Basto	- Bordados em fio de ouro - Cestaria - Tanoaria
Cinfães	- Cestaria - Breza - Lã - Linho - Burel
Felgueiras	- Rendas de Filé - Bordados de crivo, bordados a branco e a ponto de cruz - Bordados da Lixa (Bordados da Terra de Sousa) - Calçado manual - Instrumentos manuais de corda
Lousada	- Bordados (richelieu, matiz, bainhas abertas, crivo, etc.) - Cestaria
Marco de Canaveses	- Chapéus de palha - Cantaria
Paços de Ferreira	- Crossas - Cestaria e Esteiraria - Tamancaria
Penafiel	- Tecelagem e bordados em linho - Cestaria - Trabalhos em madeira - Trabalhos em granito
Resende	- Crossas e brezes - Sabonetes de Aregos - Licores e compotas de cereja

Tabela 15
Principais elementos do
Património Cultural Tangível
Móvel (Produtos Regionais) do
Tâmega e Sousa identificados
pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Figura 15
Bordados da Casa do Risco

Fonte: Casa do Risco
in CM-Felgueiras



Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

manifestações imateriais que emanam saberes, na vida quotidiana das comunidades, nas celebrações (e.g. rituais, festividades, práticas de vida social) e nas formas de expressão (e.g. manifestações literárias, musicais, plásticas, cénicas, lúdicas). Também neste âmbito, esta sub-região é rica, decorrendo um sem número de tradições e realizações humanas de base cultural intangível que permitem animar o quotidiano dos povos e lugares do Tâmega e Sousa. Algumas destas especificam-se nos subcapítulos seguintes.

Património Cultural Intangível – Gastronomia, Doçaria e Especificidades Agroalimentares

Nos subcapítulos anteriores, analisou-se o património cultural tangível, ora imóvel, ora móvel. Porém, o património cultural também é composto por costumes e tradições que emanam das raízes do Tâmega e Sousa. Para os descrever, optou-se por avaliar o património que se denominou como sendo intangível. Assim, numa primeira fase, enumeraram-se as especialidades e as especificidades gastronómicas de cada concelho (ver Tabela 16 – Principais elementos

Tabela 16
Principais elementos do Património Cultural Intangível (Especialidades e Especificidades Gastronómicas, de Doçaria e Agroalimentares) do Tâmega e Sousa identificados pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Especialidades e Especificidades
Amarante	Doces Conventuais (Papos de Anjo, Foguetes, Lérias, Brisas do Tâmega)
Baião	Anho Assado com Arroz de Forno, Biscoito da Teixeira, Laranja da Pala, Pratos preparados com Raça Arouquesa, funeiro e cozido à portuguesa, ementa queirosiana (arroz de favas e canja de galinha)
Castelo de Paiva	Pão-de-ló, Arroz de Cabidela, Arroz de Lampreia, Pratos preparados com Raça Arouquesa, melindres, fumeiros e enchidos e cabrito assado no forno com batatas.
Celorico de Basto	Doce das Camélias, Couves com Feijão, Pica no Chão, Vitela Assada
Cinfães	Posta Arouquesa, Cabrito Assado no Forno com Arroz de Forno, Arroz de Aba, Torresmos, Bolos de Manteiga (Matulos)
Felgueiras	Pão-de-ló de Margaride, Cozido à Portuguesa, Cabrito Assado, Lérias, Cavacas de Margaride
Lousada	Boijinhos de Amor, Bazulaque, Cabrito Assado
Marco de Canaveses	Fatias do Freixo, Anho Assado com Arroz de Forno
Paços de Ferreira	Capão à Freamunde, Brisas do Pilar
Penafiel	Bolinhos de Amor, Torta de São Martinho, Lampreia, Sopa Seca
Resende	Cerejas e Cavacas de Resende, Pratos preparados com Raça Arouquesa, Anho Assado com Arroz de Forno

do Património Cultural Intangível (Especialidades e Especificidades Gastronómicas, de Doçaria e Agroalimentares) do Tâmega e Sousa identificados pelos entrevistados).

De acordo com os entrevistados, as principais especificidades de cada concelho são: os doces conventuais, de Amarante; o biscoito da Teixeira e a laranja da Pala, de Baião; o pão-de-ló e os melindres de Castelo de Paiva; o doce das Camélias, de Celorico de Basto; os bolos de manteiga e os Matulos, de Cinfães; o pão-de-ló de Margaride, de Felgueiras; os Beijinhos de Amor e o Bazulaque, de Lousada; as Fatias do Freixo, de Marco de Canaveses; o capão à Freamunde, de Paços de Ferreira; os Bolinhos de Amor e a torta de São Martinho, de Penafiel; e ainda as cerejas e as cavacas, de Resende.

Um aspeto importante na avaliação da qualidade de qualquer especialidade gastronómica assenta na sua certificação. Das iguarias anteriormente mencionadas, várias obtiveram já um visto positivo. O capão de Freamunde é um dos exemplos, tendo conquistado a certificação de Indicação Geográfica Protegida (IGP), em Novembro de 2014. Outra das especialidades certificadas é a carne Arouquesa, que obteve o selo de Denominação de Origem Protegida, no ano de 1996. À semelhança do mel das Terras Altas do Minho, que embora não seja restrito à região do Tâmega e Sousa, pode ser encontrado em Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, parte do concelho de Felgueiras, Marco de Canaveses, parte do concelho de Penafiel, Resende e restantes concelhos não localizados no Tâmega e Sousa (http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm). Além das especialidades anteriormente mencionadas, também o cabrito das Terras Altas do Minho (ver

Figura 16
Raça arouquesa, Cabrito das
Terras Altas do Minho

Fonte: Baião TAL, Sociedade Portuguesa de Ovinotecnia e Caprinotecnia



Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

Figura 16), que se encontra em Amarante, Baião, parte do concelho de Felgueiras, Marco de Canaveses e Penafiel, é abrangido pela classificação IGP. Outros produtos típicos da região estão também a ser alvo do processo de candidatura para certificação, como é o caso dos doces conventuais de Amarante e da ceja de Resende.

Conotadas como os bastiões de defesa de muitos dos recursos endógenos da região, as confrarias têm contribuído para a promoção e valorização da gastronomia dos diferentes concelhos, podendo aqui surgir sinergias entre o vasto património gastronómico e enológico da região, através de ações conjuntas concertadas pelas entidades supramencionadas. No Tâmega e Sousa, encontram-se as seguintes confrarias: do Anho Assado com Arroz de Forno (Marco de Canaveses), do Capão (Paços de Ferreira), dos Doces Conventuais de Amarante, do Arroz de Aba (Cinfães), do Melão de Casca de Carvalho (Vale do Sousa), do Presunto e da Cebola do Vale do Sousa, do Vinho de Felgueiras e do Vinho Verde (ver Figura 17 - Confraria do Vinho Verde; Confraria dos Doces Conventuais de Amarante; Confraria do Capão; Confraria do Anho Assado com Arroz de Forno). Ainda no âmbito da proteção do património cultural foi identificada a Confraria Queirosiana, cujos objetivos são a divulgação, promoção e consolidação do renome mundial de Eça de Queiroz e da sua Obra, bem como do enriquecimento do Solar Condes de Resende.

O património gastronómico do Tâmega e Sousa vai para além das especialidades que já foram mencionadas, existindo algumas iguarias cuja confeção não é exclusiva desta região. Deste leque, é possível referir a posta arouquesa, o cabrito assado e o arroz de lampreia. De modo a sintetizar as especialidades que foram sendo enunciadas elaborou-se a tabela seguinte (ver Tabela 17 - Principais elementos do Património Cultural Intangível (Especialidades e Especificidades Gastronómicas, de Doçaria e Agroalimentares) comuns aos concelhos do Tâme-

Figura 17
Confraria do Vinho Verde;
Confraria do Capão; Confraria dos
Doces Conventuais de Amarante;
Confraria do Anho Assado
com Arroz de Forno

Fonte: Confraria do Vinho Verde; facebook.com/docesconventuaisamarante; gastronomias.com; facebook.com/Confrariadoanho



ga e Sousa), com o intuito de se perceber quais as iguarias comuns aos vários concelhos. Simultaneamente obtiveram-se algumas referências online sobre a gastronomia do Tâmega e Sousa.

A análise da tabela anterior permite compreender que a gastronomia comum aos onze concelhos assenta nos assados, nomeadamente o anho e o cabrito com arroz de forno, nos fumeiros e no vinho verde. No que diz respeito aos assados, é interessante perceber que o relevo influencia o tipo de carne mais característica de cada concelho. Nos concelhos de relevo montanhoso, o cabrito assado é mais característico, enquanto nos concelhos de relevo menor predomina o anho assado (Associação de Municípios do Baixo Tâmega, 2008). Mediante informação recolhida online, nomeadamente no Tripadvisor, é possível entender que, para alguns públicos estrangeiros, alguns concelhos do Tâmega e Sousa são mais facilmente conotados como a origem destas iguarias. Embora algumas destas especialidades gastronómicas também sejam preparadas noutras regiões do país, uma grande parte dos entrevistados salientou o modo de confeção que é característico do Tâmega e Sousa. Por exemplo, o arroz de forno é um caso em que tal é visível, já que não se prepara do mesmo modo como é feito noutras localidades.

É impossível abordar o património cultural intangível do Tâmega e Sousa sem uma referência detalhada ao vinho verde. A Região Demarcada dos Vinhos Verdes integra 35 concelhos, nos quais se incluem os 11 do Tâmega e Sousa. A Região Demarcada dos Vinhos Verdes é constituída por nove sub-regiões, que se distinguem por questões de ordem cultural, pelos microclimas, pelos tipos de vinho, pelos encepamentos e pelos modos de condução das vinhas, às quais pertencem os onze concelhos (é possível encontrar informação detalhada no Anexo 2 - Vinho Verde). Através da informação disponível em anexo é ainda possível conhecer todas as castas, características e especificidades.

A popularidade do vinho verde tem excedido as fronteiras nacionais. O aumento das exportações tem contribuído para uma cada vez maior importância estratégica deste produto para o Tâmega e Sousa. Porém, o aumento das exportações não tem acontecido só em valor, mas também em volume, como é possível constatar pela Figura 18 - Exportações de vinho verde totais (em litros).

Na página da CVRVV, é possível encontrar dados acerca dos principais países importadores de vinho verde. Verifica-se que, quer em litros, quer em euros, o principal país importador é os Estados Unidos da América. Seguem-se a Alemanha e a França. No geral, de 2008 a 2013, é possível verificar uma evolução positiva das exportações (em litros e em euros) para todos os principais mercados de destino do vinho verde, afigurando-se como países mais instáveis, a Angola, a Suécia, a Dinamarca e Espanha (CVRVV, disponível em: <http://www.vinhoverde.pt/pt/recursos/estatistica/>, em 18/2/2015). Na Tabela 37, no Anexo 2. Vinho Verde, são apresentadas algumas das empresas e respectivas marcas de Vinho Verde instaladas no Tâmega e Sousa, cuja importância e ligação ao território, contribuem para a divulgação do mesmo.

Outra forma importante de promover o vinho verde passa pela Rota dos Vinhos Verdes. Englobando 49 concelhos, incluindo os do Tâmega e Sousa e de todo o Noroeste de Portugal (ver Figura 19), esta rota permite que os turistas possam usufruir de diferentes experiências, que contemplem desde a praia à montanha, passando pelos vales e rios, e terminando no vinho e na cultura. A Rota dos Vinhos Verdes assume ainda um papel agregador, estimulando a cooperação entre quintas, colegas, estabelecimentos de restauração, unidades de alojamento e animadores turísticos da região. Esta rota possui um diretório digital próprio: <http://rota.vinhoverde.pt/index.php?lingua=1> (página de internet disponível em português, espanhol, inglês e francês), no qual são

Concelhos	Referências gastronómicas e enológicas (<i>online</i>) comuns ao Tâmega e Sousa*			
	Cabrito Assado com Arroz do Forno	Anho Assado com Arroz do Forno	Fumeiros e Enchidos	Vinho Verde
Amarante	X		X	X
Baião		X	X	X
Castelo de Paiva	X		X	X
Celorico de Basto	X		X	X
Cinfães	X		X	X
Felgueiras	X	X	X	X
Lousada	X	X		X
Marco de Canaveses		X		X
Paços de Ferreira	X	X		X
Penafiel	X			X
Resende	X	X	X	X
CIM Tâmega e Sousa	X			X
Destaques gastronómicos no http://www.tamegasousa.pt/	<ul style="list-style-type: none"> - Cabrito assado em destaque no fim de semana gastronómico em Celorico - Festival do pão-de-ló e Sabores In em Felgueiras - Gastronomia de Celorico de Basto apresentada em Barcelos - Amarante: Restaurantes mostram à mesa o melhor da gastronomia tradicional - 3000 Refeições servidas no Festival do Anho Assado de Baião - Baião acolhe mais uma edição do Festival do Anho Assado e do Arroz de Forno - Festivais do anho assado, em Baião, já venderam 26.000 refeições - Baião: Feiras do fumeiro e do anho assado já renderam 1,5 milhões de euros à economia local; Anho assado com arroz de forno é novamente motivo de visita ao concelho - Cinfães: Feira do fumeiro na Gralheira 			
Porto e Norte	<ul style="list-style-type: none"> - Fins de semana Gastronómicos Porto e Norte ocorreram e ocorrerão em Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira e Resende 			
Tripadvisor	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa por cabrito assado: destaque para Amarante, Penafiel (resultados dispersos por outros territórios) - Pesquisa por anho assado: destaque para Baião, Resende, Marco de Canaveses (resultados concentrados nestes territórios) - Pesquisa por fumeiro: referências a Baião (resultados dispersos por outros territórios) - Pesquisa por vinho verde: referências a Penafiel (resultados dispersos por outros territórios) 			

6

Referências encontradas nas páginas de internet das Câmaras Municipais dos municípios do Tâmega e Sousa, da CIM-TS, da Rota do Românico, do jornal tamegasousa.pt, dos fins-de-semana gastronómicos e do Tripadvisor.

-
Tabela 17
Principais elementos do Património Cultural Intangível (Especialidades e Especificidades Gastronómicas, de Doçaria e Agroalimentares) comuns aos concelhos do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

apresentadas quatro sugestões de itinerários: o itinerário por Lousada, o percurso pelo Douro Verde, o Por Terras do Vinho Verde Alvarinho e o Por Terras de Camilo Castelo Branco. Existe ainda a possibilidade do utilizador construir o seu próprio percurso, assim como são referenciadas diversas atividades que acontecem no âmbito da Rota (ex.: percursos pedestres).

Relativamente à atuação da CVRVV, com importantes sinergias a explorar neste domínio, é de notar que esta promove o Vinho Verde nacional e internacionalmente, através da organização de eventos como o “Vinho Verde Wine Fest”, a realização dos “Óscares do Vinho Verde”, bem como participação em feiras nacionais (ex.: “Wine and Flavour Seminar”) e internacionais (ex.: Prowein na Alemanha), entre outras ações envolvendo parcerias com marcas nacionais amplamente reconhecidas como a RFM (Music in the Bottle - Vinho Verde/RFM!!!! é para ti, é no Porto!).

O património cultural intangível não se baseia só na gastronomia, na doçaria ou nas especialidades agroalimentares, mas também nas festividades e em todos os principais eventos que acontecem numa região. Estes são os temas abordados no subcapítulo seguinte.

Património Cultural Intangível – Festividades e principais eventos

Como é possível verificar através da Tabela 38 - Principais festividades do Tâmega e Sousa identificadas pelos entrevistados no anexo 3, o Tâmega e Sousa dispõe de animação e festividades em todas as estações do ano. Nos meses de Março a Setembro, como expectável, existem festividades em quase todos os fins-de-semana de cada mês, sendo que algumas ocorrem em simultâneo. No geral, cada um dos acontecimentos tem pouca expressão, promoção e pequena dimensão. Os acontecimentos foram identificados tendo em consideração a relevância atribuída pelos entrevistados, a importância dos eventos para os

Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

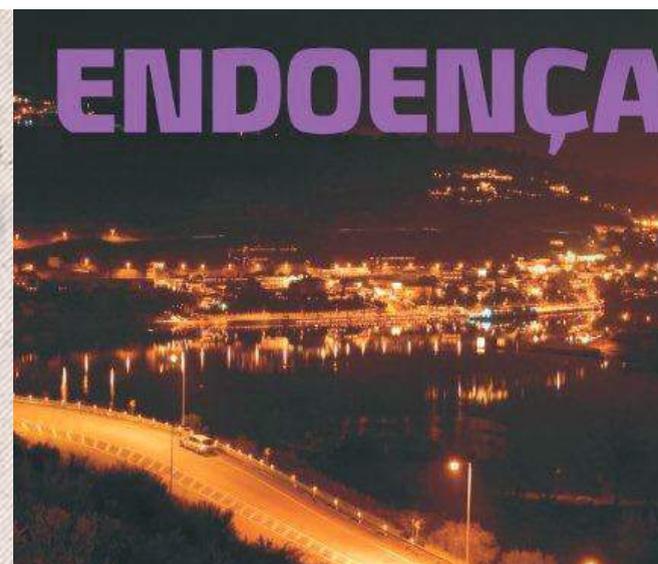
7
 “Notas positivas no desfecho do Vila 2015”, <<<http://vilafestival.com/notas-positivas-no-desfecho-do-vila-2015/>>>, em 24/09/2015

residentes, o volume de pessoas que neles participam e o potencial de atração de novos visitantes. Do conjunto de eventos que se destacam pelo número de pessoas que atraem, é de salientar o exemplo das Sebastianas (150.000 participantes em 2014). Já a Endoenças é uma festividade de grande importância para os residentes (ver Figura 20 – Sebastianas, Endoenças), ao contrário da AGRIVAL, da Bienal da Pedra, do Descalço (ver Figura 21 – AGRIVAL, Bienal da Pedra, Festival da Cereja de Resende) e da ExpoMontemuro, em Cinfães, que se destacam pelo grande potencial que têm para impulsionar a sub-região. De ressaltar ainda o potencial de captação de juventude do Vila, Festival da Juventude de Lousada, que este ano recebeu mais de duas mil pessoas, superando as expectativas previstas⁷. Por último, quer a Escritaria, quer o festival da Cereja destacam-se pelo carácter distintivo e único a nível nacional.

Existem ainda eventos temáticos cujos temas são associados ao território do Tâmega e Sousa e para os quais surgiram recentemente novos concorrentes. São exemplos o Festival Internacional das Camélias, em Lousada e a Festa Internacional das Camélias, em Celorico de Basto, cujo tema começou recentemente a ser utilizado e tratado com uma maior dimensão por parte da cidade do Porto, “Porto, Cidade das Camélias” (ver Figura 22 – Eventos concorrentes, “Porto, Cidade das Camélias”), através do desenvolvimento de diferentes iniciativas no âmbito da Semana das Camélias (ex.: exposições, conferências, visitas guiadas, artes performativas).

Figura 20
 Sebastianas, Endoenças

Fonte: www.destinoslusos.com, Câmara Municipal de Penafiel.



Um evento temático que tem trazido muitos visitantes à região é a iniciativa “Aldeia do Pai Natal” desenvolvida na aldeia da Gralheira, concelho de Cinfães.

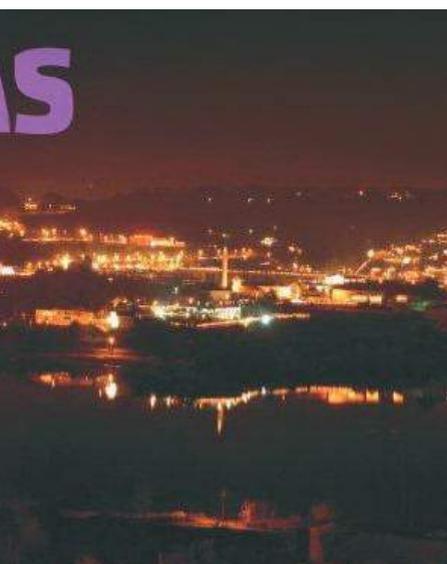
O Mote da iniciativa é “Venha viver a magia do Natal na serra” e tem lugar no período que vai de 20 a 28 de Dezembro. O número de visitas, bem como o envolvimento da população local tem permitido a continuação desta iniciativa onde algumas das casas da aldeia se transformam em oficinas de Natal, e onde é possível ver renas, duendes e até um presépio vivo. A entrada é gratuita e há várias iniciativas que permitem aos visitantes conhecer a gastronomia e o artesanato locais, entre outras particularidades locais.

Outra questão intimamente ligada ao tema das festividades são as artes performativas. O Tâmega e Sousa é rico, a título de exemplo, em grupos etnográficos, grupos musicais e grupos de teatro. Este tema foi valorizado nas entrevistas por alguns atores municipais, pelos residentes de todos os concelhos do Tâmega e Sousa e também por alguns dos emigrantes entrevistados. A sua importância prende-se, não só pelo envolvimento dos residentes e emigrantes que promovem com a comunidade e a tradição em geral, mas também com a visibilidade internacional e potencial de atração turística das diversas demonstrações (e.g. musicais e de teatro).

Um exemplo paradigmático assenta na grande relevância dada às bandas filarmónicas, principalmente pela sua antiguidade e história. Os músicos internacionais, cuja carreira se iniciou no Tâmega e Sousa, por formação em

Figura 21
AGRIVAL, Bienal da Pedra,
Festival da Cereja de Resende

Fonte: www.cmpenafiel.pt,
www.baixotamega.pt,
www.tamegasousa.pt



Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

conservatórios e escolas musicais da sub-região, também foram apontados como embaixadores da região no exterior. A Orquestra do Norte, localizada no Tâmega e Sousa (Amarante) foi também alvo de referências e destaque (informações disponíveis em: <http://www.orquestradonorte.com/>). Esta entidade apresenta diversos protocolos de colaboração com municípios e ainda outras instituições. No anexo 3 (Festividades e Associações Culturais e Recreativas) é possível encontrar algumas das Bandas Filarmónicas e as Associações Culturais e Recreativas do Tâmega e Sousa.

Neste âmbito, importam ainda ser referidos os eventos desportivos que atraem ao território não só os participantes nas diferentes tipologias de provas desportivas, mas também os seus acompanhantes representando estes um mercado com capacidade de potenciar e alavancar os setores hoteleiro e restauração. As tendências atuais permitem prever que no futuro o número de participantes neste tipo de eventos deverá crescer e consigo crescerão as visitas ao território do Tâmega e Sousa. **Este aspeto deverá ser tomado em consideração por parte de atividades e serviços prestados ao crescente número participantes e acompanhantes, sendo que estes eventos potenciam os setores da hotelaria e da restauração – os existentes e os que podem vir a surgir.** A tabela seguinte (ver Tabela 18) apresenta alguns exemplos de eventos desportivos desenvolvidos no território. Para além das competições, existem praticantes deste tipo de desportos que são atraídos para o território,

Figura 22
Eventos concorrentes, “Porto, Cidade das Camélias”

Fonte: Porto Lazer, www.portolazer.pt

PORTO. CIDADE DAS CAMÉLIAS
7 a 14 março 2015
SEMANA DAS CAMÉLIAS
ARTEFICIAIS | CONFEIÇÕES | BRANDELOS
OFICINA | EXIBIÇÃO | VESTUÁRIOS | MISSA
DANÇA | BOLA GIGANTE | TUDO AO SORRISO
Vários locais da cidade
Programa completo disponível em www.portolazer.pt

XX EXPOSIÇÃO DE CAMÉLIAS DO PORTO
7 e 8 março 2015
Claustros do Mosteiro S. Bento de Vitória

PARCEIROS:

APOIO:

ORGANIZAÇÃO:

pelas características propícias à prática desportiva (e.g. serras, rios), em períodos diferentes daqueles em que, habitualmente, se desenvolvem as competições/provas desportivas. Ademais, é de ressaltar as potencialidades dos rios Paiva e Tâmega – este último é considerado um dos raros percursos por si só dotado de uma morfologia geológica propícia para o rafting em cenário de leito de rio – como dois dos rios mais relevantes para a prática de rafting, entre outros desportos radicais aquáticos.

Património Cultural Intangível – Personalidades, Figuras Históricas e Lendas

De seguida é possível identificar as personalidades às quais foi atribuída uma maior importância por parte dos entrevistados (ver Tabela 19 – Personalidades e Figuras Históricas identificadas pelos entrevistados).

Esta seleção não se limitou ao nascimento das referidas personalidades nos concelhos do Tâmega e Sousa. Algumas figuras foram selecionadas pelo seu papel de destaque na sub-região em algum momento da sua vida ou pela presença ou influência forte que o Tâmega e Sousa teve/tem nas suas obras. Através destes (as) também é possível equacionar formas para promover o território.

Relativamente ao património cultural intangível é possível identificar, entre tantas outras, algumas lendas do território do Tâmega e Sousa que se relacionam intimamente com o património natural e cultural tangível. A título de exemplo apresentaram-se as seguintes: Lenda da Pena Fiel e do Zé do telhado (de Penafiel), Lendas

Figura 23
Gralheira
A Aldeia do Pai Natal

Fonte: Jornal Viseu Mais,
www.viseumais.com.



Diagnóstico

Estudo do Território

Análise Património

de Meinedo, de Cristelos, de Caíde de Rei; de Nossa Senhora de Silves (de Lousada), Lendas de S. Gonçalo e do Diabo e Diaba (de Amarante), Lenda de St^a Quitéria (de Felgueiras), Lenda da Justiça Popular (relativa ao Castelo de Arnóia, em Celorico de Basto), Lendas do Penedo do Meio Dia, e do Marco de Canaveses, Lendas do Mentiroso da Teixeira (habitualmente a freguesia muda de acordo com o interesse de cada um), a do Frade Comilão, a do Lobisomem e a de Ancede (de Baião), as Lendas de Santo António, do Penedo Cão, do Penedo e Lapa de El-Rei Garcia, do Gafo da Ladroeira e da Senhora das Amoras (de Castelo de Paiva), as Lendas da cura milagrosa de D. Afonso Henriques, de A Ponte dos Piores e o lagarto (de Resende) e Lenda da Ponte (de Cinfães).

Relativamente a todos os elementos do Tâmega e Sousa apresentados anteriormente, é possível afirmar que, no geral, estes são trabalhados numa escala pequena, pese embora possuam uma dimensão humana e afetiva forte. Para além disto, é visível que a genuinidade pauta a gastronomia da região e os seus produtos locais. De facto, a presença de bons recursos não significa, no imediato, a presença de bons produtos, nomeadamente em termos turísticos. O turismo é altamente complexo, profissional e competitivo. No

Tabela 18
Eventos desportivos desenvolvidos no Tâmega e Sousa

Fonte: Federação Portuguesa de Canoagem, 2015; Federação Portuguesa de Motonáutica, 2015; Federação Portuguesa de Ciclismo, 2015; Federação Portuguesa de Montanhismo e Escalada, 2015

Exemplos de Eventos Nacionais	Atividade	Concelho	Nº. Participantes 2014
XXI Slalom Internacional Fridão	Canoagem	Amarante	37 (≈ 100 em 2015)
IX Campeonato Nacional de Motonáutica, representando aqui - ação de formação / Camp. Nacional Fórmula Futuro	Motonáutica	Resende e Baião	48 (≈ 100 em 2015)
Rali de Baião	Automobilismo	Baião	21
Campeonato Regional Norte de Fundo	Canoagem	Marco de Canaveses	580
Taça de Portugal de Slalom I	Canoagem	Amarante	59
Circuito Nacional Slalom II	Canoagem	Amarante	35
Prova da Taça de Portugal de XCO (2ª)	BTT	Penafiel	73
Corrida das Vindimas de Castelo de Paiva (7ª)	Pedestrianismo	Castelo de Paiva	124
Ultra Douro-Paiva	Pedestrianismo	Cinfães	800

entanto, é possível afirmar pelas características inerentes ao Tâmega e Sousa, que existe potencial para uma maior proximidade entre clientes e prestadores de serviço turísticos e para uma coprodução de experiências, nomeadamente o desenvolvimento de novos pacotes de oferta turística, reforçados por uma melhoria e harmonização da comunicação da região do Tâmega e Sousa.

Aspectos mais relevantes

Na elaboração deste relatório, optou-se por estruturar a informação recolhida nas entrevistas em duas fases distintas. Numa primeira fase, organizaram-se as opiniões tendo em conta o tipo de património a que se referem. Numa segunda fase, classificaram-se as impressões segundo o conjunto de atores que as

Concelho	Destaques
Amarante	São Gonçalo, Amadeo de Souza-Cardoso, Teixeira de Pascoaes, Agustina Bessa-Luís, Ricardo Carvalho, Nuno Gomes, António Carneiro, António do Lago Cerqueira, António Cândido, Augusto Casimiro e Acácio Lino
Baião	Eça de Queiroz, António Mota (escritor), Soeiro Pereira Gomes, Visconde de Vila Moura, Alves Redol, Camilo Castelo Branco, Agustina Bessa-Luís, Manuel de Oliveira
Castelo de Paiva	Conde de Castelo de Paiva, João Pinto Ribeiro, Prof. Arquiteto Octávio Lixa Filgueiras, Dalila Santos (artista plástica), Paula Melo, António Capelo
Celorico de Basto	D. António Ribeiro, Frei Bernardo de Vasconcelos, Prof. Marcelo Rebelo de Sousa, Dr. Daniel Salgado
Cinfães	Serpa Pinto, Flávio Resende, Noronha Nascimento
Felgueiras	Leonardo Coimbra, Magalhães Lemos, Sarmento Pimentel, Nicolau Coelho
Lousada	Dr. Marnoco e Sousa, Dr. Mário Fonseca
Marco de Canaveses	Cármem Miranda, Adriano José de Carvalho e Melo, Belmiro de Azevedo
Paços de Ferreira	Dona Sílvia Cardoso, Dr. Leão Metreles,
Penafiel	António Nobre, Padre Américo, Prof. Dr. Barbosa de Melo, José Júlio, "Zé do Telhado", Fernanda Ribeiro
Resende	Egas Moniz, Eng.º Edgar Cardoso, Gonçalo Pires Bandeira

Tabela 19
Personalidades e Figuras
Históricas identificadas pelos
entrevistados

Fonte: Elaboração própria

transmitiram. Assim, surge este capítulo, suportado pelos resultados das entrevistas e dos inquéritos online, na qual se encontram retratadas as visões dos diferentes atores do território. Relembrando, o número de atores entrevistados e inquiridos encontra-se presente na Tabela 12, totalizando 124 entrevistas e 57 inquiridos, num total de 181 respondentes cujos contributos individuais foram importantes para o diagnóstico da situação da CIM TS.

Primeiramente apresenta-se o ponto de vista dos atores municipais; posteriormente o ponto de vista dos residentes e emigrantes, seguindo-se o de empresários e investidores potenciais e o de visitantes, turistas e prescritores turísticos. De acordo com o tema em cada ponto tratado, serão introduzidas ainda as menções dos atores regionais entrevistados (APICCAPS, Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, Entidade Regional Turismo do Porto e Norte de Portugal e Rota do Românico). O subcapítulo finaliza com um quadro que sistematiza toda a informação, e no qual se identificam os pontos comuns nas opiniões dos diferentes atores.

Atores Municipais

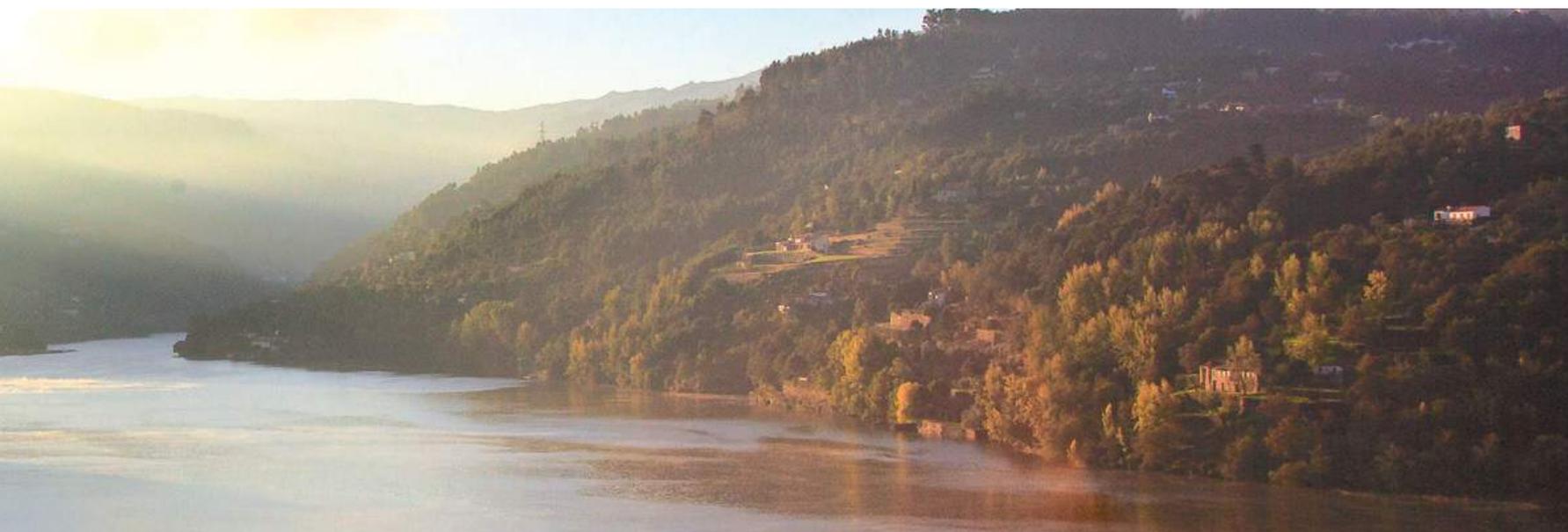
Do conjunto de atores municipais entrevistados, destacam-se os Presidentes de Câmara, Vereadores e elementos do Corpo Técnico das Câmaras Municipais. No total, entrevistaram-se 25 atores municipais. As entrevistas tiveram um carácter aberto, tendo-se seguido o guião que pode ser encontrado no Anexo 5. Os vários guiões de entrevista tinham questões base que pretendiam identificar os aspetos mais marcantes, distintivos e positivos, os aspetos menos positivos, os aspetos com elevado potencial (e subaproveitados) e os principais constrangimentos ao desenvolvimento, segundo a lógica de concelho e a lógica agregada e integrada do Tâmega e Sousa.



Tendo em consideração os aspetos referidos pelos diversos atores, como principais pontos positivos foram destacados: a beleza natural e paisagística, envolvendo os diversos rios e serras; a proximidade ao Porto, e consequente proximidade do Aeroporto do Porto e Porto de Leixões; as boas acessibilidades (apenas para os concelhos de Amarante, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira e Penafiel), sendo que a este respeito foram indicados ainda alguns constrangimentos.

Foram ainda referidas como forças da região as seguintes: gastronomia e o vinho verde (dois elementos que por si só podem gerar sinergias extremamente proveitosas para a Comunidade Intermunicipal); a força da indústria no Tâmega e Sousa, nomeadamente nos setores do calçado, mobiliário, pedra, produtos metálicos, têxtil e vestuário; a agricultura, apesar de ainda se encontrar insuficientemente desenvolvida; os investimentos já realizados na promoção de produtos desenvolvidos no Tâmega e Sousa (ex.: calçado via APICCAPS); a cooperação, ainda que incipiente entre concelhos (ex.: colaboração entre os concelhos de Cinfães e Felgueiras ao nível da formação para o calçado); e ao nível cultural, a história, o património, a música (nomeadamente a clássica, executada por alunos dos conservatórios e academias de música do Tâmega e Sousa, além das orquestras sinfónicas e a dos grupos etnográficos, como a Orquestra do Norte, sediada em Amarante) e o teatro.

Ainda relativamente aos fatores mais distintivos do Tâmega e Sousa, foram salientados ao nível histórico e cultural, as paisagens milenares, património que retrata a evolução do território e a Rota do Românico. Relativamente à força industrial do Tâmega e Sousa, um dos entrevistados revelou que o território se podia afirmar como detentor do “Triatlo Industrial”: forte no calçado e no têxtil e vestuário (nomeadamente em Felgueiras, Lousada e um pouco por todos os concelhos do Tâmega e Sousa), forte na pedra (nomeadamente



Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

no Marco de Canaveses, em Penafiel e Amarante) e forte no mobiliário (principalmente em Paços de Ferreira). Destaca-se ainda que todos os entrevistados consideram que a promoção do território deverá ser realizada realçando a reduzida distância do Tâmega e Sousa à Área Metropolitana do Porto (AMP).

Todavia, nem só de aspetos positivos se fizeram as entrevistas. No que diz respeito às críticas apresentadas destacam-se: as que são relativas ao espaço público e à sua falta de limpeza; ao ordenamento do território e inexistência de uma identidade urbanística comum; às acessibilidades (para os concelhos de Baião, Celorico de Basto, Cinfães e Resende); à mobilidade intermunicipal; aos investimentos escassos em infraestruturas (ex.: infraestruturas para a criação de condições de entrada no território a partir do Rio Douro); à sinalética fraca ou inexistente (quer para atores locais, quer para externos); e à falta de estabelecimentos hoteleiros e de restauração de qualidade ou de dimensão satisfatória. Os aspetos negativos apontados referem-se não só a questões materiais, mas também a fenómenos como o desemprego, a diminuição da população e o envelhecimento, bem como a proliferação de diversas entidades e organismos, as quais se sobrepõem territorialmente e em alguns termos de atuação (ex.: existência de 5 Grupos de Ação Local no Tâmega e Sousa).

No que diz respeito ao potencial do território, muitos dos elementos identificados pelos entrevistados encontram-se ligados ao turismo (ver Figura 25 – Elementos de elevado potencial, referidos pelos entrevistados do Tâmega e Sousa). Desde logo, a presença de um conjunto alargado e riquíssimo de elementos do património natural – que revela um elevado potencial para o desenvolvimento do turismo fluvial, do turismo ativo e do “turismo verde”.

Figura 24
Alguns pontos positivos referidos pelos entrevistados do Tâmega e Sousa

Fonte: Associação de Turismo do Porto; tamegasousa.pt



Por outro lado, a força industrial existente permite explorar oportunidades a nível do turismo de negócios, uma vez que a região tem um tecido industrial dinâmico que atrai empresários e gestores à região que poderão estender a estadia no Tâmega e Sousa, podendo beneficiar dos serviços turísticos locais, nomeadamente a restauração e hotelaria. Já os diversos elementos gastronómicos e o vinho verde de qualidade abrem um amplo campo de oportunidades para o desenvolvimento do turismo gastronómico e do enoturismo. A existência de um património singular para recuperação revela potencial para o crescimento da oferta hoteleira de qualidade, após alguns investimentos (ex.: recuperação de solares). Por outro lado, existe um vasto trabalho que pode ser feito na definição de pacotes integrados e na criação de rotas que interliguem diferentes domínios (ex.: patrimonial e gastronómico na Fundação Eça de Queiroz), o que vai de encontro às tendências evidenciadas pela procura turística. A existência de cais e plataformas para a entrada dos passageiros que navegam nos cruzeiros do rio Douro e que passam no território do Tâmega e Sousa tornam possível a apresentação de experiências diferenciadoras a esta tipologia de visitantes (e.g. desenvolvimento turístico através de uma maior ligação aos operadores turísticos do Douro). Por último, a elevada riqueza em termos de património religioso pode contribuir para o desenvolvimento do turismo religioso na sub-região e, em particular, para atrair turismo sénior ou turismo de escolas (e.g. maior promoção da Rota do Românico junto de operadores turísticos).

Foram ainda identificadas outras potencialidades, ligadas aos restantes setores. A nível global, o território é muito heterogéneo e tem uma grande



Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

expressão (e.g. em termos de população residente), o que revela possibilidades de um maior crescimento (e.g. económico). A disponibilidade de espaços no Tâmega e Sousa, nomeadamente abandonados, pode revelar recetividade para projetos agrorurais. Em termos industriais, foi identificado potencial para crescimento e convergência intermunicipal, principalmente devido à complementaridade existente entre concelhos, nomeadamente em termos de mão-de-obra e de espaço disponível em zonas industriais.

Quanto aos principais constrangimentos identificados pelos entrevistados, estes prenderam-se principalmente com as seguintes questões: mentalidades pouco formatadas para a integração e cooperação entre municípios; fraca sensibilização da população em geral para as questões ambientais, o que é um fator de extrema importância para manutenção da qualidade ambiental sentida no território e para a atração de visitantes e turistas; e, desconhecimento geral, principalmente por parte de não locais, mas também por parte dos seus próprios moradores, do Tâmega e Sousa enquanto território e enquanto marca.

Residentes e Emigrantes

No presente subcapítulo apresentam-se as principais conclusões que derivam do conhecimento transmitido por residentes e por emigrantes do Tâmega e Sousa. À exceção das questões específicas para emigrantes, as respostas obtidas para as questões colocadas a ambos os grupos foram semelhantes. No total foram entrevistados 25 residentes e 8 emigrantes/ex-emigrantes.

À semelhança dos atores municipais, as entrevistas decorreram de forma aberta e as principais questões colocadas incidiram sobre temas como a perceção da

Figura 25
Elementos de elevado potencial,
referidos pelos entrevistados
do Tâmega e Sousa

Fonte: Eurostars Rio Douro Hotel and Spa; RTP;
Tâmegasousa.pt

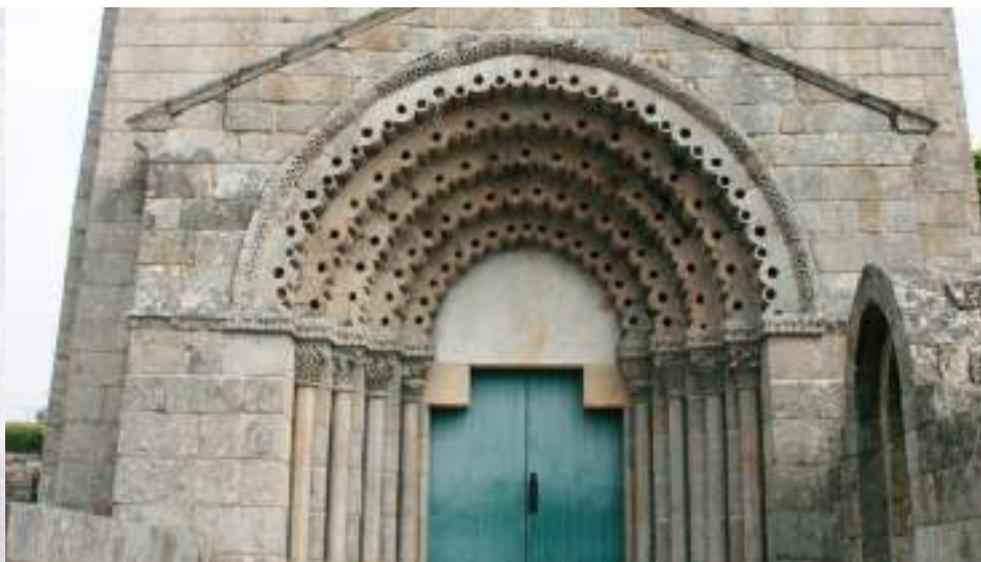


atividade desenvolvida pela CIM- TS; o conhecimento sobre os concelhos que a compõem; a identificação dos aspetos mais e menos apreciados; a identificação dos principais ícones e fatores distintivos; e, por último, a identificação dos principais elementos que, segundo o ponto de vista de residentes e emigrantes, contribuem ou contribuiriam para uma maior qualidade de vida no território e principais desafios para o mesmo.

As questões específicas para as entrevistas a emigrantes abordaram temas como o motivo de saída do território do Tâmega e Sousa, hábitos de consumo de produtos da sub-região e a existência ou a possibilidade de se realizarem ações de promoção do território no país de destino.

Relativamente ao primeiro ponto, denota-se um desconhecimento geral da CIM-TS, sendo que apenas 10 residentes em 25 entrevistados e apenas 2 emigrantes/ex-emigrantes em 8 entrevistados a conhecem. Em ambos os casos a taxa de conhecimento da CIM-TS não ultrapassa portanto os 25%. Nos casos das pessoas que conhecem a CIM-TS, os entrevistados, na generalidade, não têm noção das atividades que desenvolve. Relativamente ao conhecimento dos restantes concelhos do Tâmega e Sousa, os entrevistados afirmaram conhecer e visitar, embora, na maioria das vezes, de forma superficial. Este facto, deve-se à existência de “relações naturais” com concelhos que não os do Tâmega e Sousa (ex.: Celorico de Basto com os restantes concelhos de Terras de Basto; Resende com Lamego).

Os aspetos que residentes e emigrantes afirmaram mais valorizar foram: a qualidade de vida, nomeadamente ambiental, também proporcionada pela proximidade à cidade e ao campo; as pessoas prestáveis, humildes, simpáticas e detentoras da “arte do bem receber”; a gastronomia; o património natural do território, “As paisagens!”; o património cultural tangível imóvel, em par-



Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

ricular o religioso; as festividades, que promovem o envolvimento da comunidade, os grupos musicais e etnográficos; as tradições e os produtos regionais (ex.: bordados); e a força da indústria, nomeadamente do setor do calçado, têxtil, vestuário e mobiliário.

A este nível e, como já referido, é relevante destacar a importância da certificação dos produtos locais evidenciada pelos residentes entrevistados. Neste âmbito, foi dado destaque à certificação recente do Capão à Freamunde e à necessidade de certificação da Cereja de Resende (ver Figura 26 – Importância da certificação referida por residentes do Tâmega e Sousa entrevistados).

Relativamente aos emigrantes entrevistados, tendo em consideração as questões colocadas, estes referiram que, sempre que possível, levavam para o seu país de destino produtos regionais para consumo e para oferta a locais e não locais, fazendo por esta via promoção dos produtos locais ou da sub-região. No entanto, 3 dos entrevistados referiram que a sua ação enquanto embaixadores do país e, do Tâmega e Sousa em específico, é maior, nomeadamente através da participação em feiras e festivais de divulgação dos produtos regionais e do território.

Já no que toca aos aspetos menos apreciados, os entrevistados referiram as acessibilidades (nos concelhos de Baião, Celorico de Basto, Cinfães e Resende); a fraca rede de transportes públicos municipal e intermunicipal; o mau estado de conservação das estradas secundárias e alternativas às anteriores SCUT's; a ausência de regras urbanísticas e organização urbana; os fracos hábitos de limpeza e civismo; a sinalética insuficiente ou impercetível; a pouca animação noturna e a falta de dinâmica do comércio local.

Figura 26
Importância da certificação referida por residentes do Tâmega e Sousa entrevistados

Fonte: ADER-SOUSA; Mais Norte



Os principais desafios identificados por residentes, emigrantes/ex-emigrantes vão de encontro aos revelados por atores municipais: desemprego, perda populacional (e.g. por emigração) e envelhecimento populacional (nos concelhos de menor densidade); consequências que derivem do concelho se tornar meramente um dormitório (nos concelhos mais próximos do concelho do Porto); baixa diversificação industrial ou forte dependência de poucas áreas de atividade económica; mentalidades pouco formatadas para a partilha, para a cooperação e para a aposta na agricultura. Relativamente a este último tema, existem afirmações que retratam as preocupações dos entrevistados:

“A maioria dos políticos e dos empresários ainda consideram que o segredo é a alma do negócio, quando o segredo é a partilha e criação de dimensão!”

“Existe ainda algum preconceito em relação à aposta na agricultura”

Os emigrantes entrevistados revelaram que o principal motivo de abandono do Tâmega e Sousa foi o desemprego ou a procura de melhores oportunidades. Dos entrevistados, 3 referiram que uma melhoria das condições económicas e disponibilidade de emprego de qualidade poderia fazê-los regressar ao país. Também os elementos identificados como tendo potencial de desenvolvimento são semelhantes aos identificados por atores municipais. Enumerando, foi referido o potencial do turismo fluvial, tendo em conta que “O Tâmega e Sou-



Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

sa é uma das portas do Douro”, do turismo de natureza, do turismo religioso, do turismo gastronómico e do turismo de negócios, da criação de pacotes e rotas turísticas com integração dos diversos produtos, da agricultura e da disponibilidade de mão-de-obra para completar necessidades das empresas de concelhos como Felgueiras. Para este último aspeto foi salientado que a aposta numa qualificação e formação adequada às necessidades das empresas do Tâmega e Sousa poderia resultar num acréscimo de qualidade significativo (aplicável também à restauração e estabelecimentos hoteleiros). No que diz respeito ao turismo de natureza e desporto de aventura, foi ainda referido que os poucos operadores que existem na sub-região são maioritariamente não locais, o que poderá significar que existe espaço para exploração por parte de atores locais. Este grupo de entrevistados referiu ainda que existe necessidade de criação e divulgação de uma marca única “que represente o Tâmega e Sousa, quer para fins industriais, quer para fins turísticos”, uma marca que revele qualidade e que tire partido da proximidade do território ao Porto ou ao Rio Douro.

“O Tâmega e Sousa é uma das portas do Douro”

“É necessária uma marca única, genuína, que seja símbolo de qualidade e que aproveite a ligação ao Porto e ao Douro”

Empresários e Investidores Potenciais

O presente subcapítulo foi desenvolvido tendo em consideração duas categorias: a dos empresários atualmente instalados no território e a dos potenciais

investidores. À semelhança dos restantes atores, para empresários, foram promovidas sessões de trabalho no formato de focus groups, tendo sido estas complementadas por inquéritos online. Os focus groups foram desenvolvidos com a presença de 37 empresários. Os inquéritos foram enviados para 1012 empresas e foram obtidas apenas 57 respostas, o que representa uma taxa de resposta total de 5,63%.

Empresários Atuais – Tecido Empresarial do Tâmega e Sousa

No anexo 5 – Identificação de Atores do Território (Tabela 41 e Tabela 42) – é possível encontrar os principais atores que operam de forma agregada, que têm contribuído para o crescimento e desenvolvimento económico da sub-região. O Tâmega e Sousa dispõe do Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa que agrega as Associações Empresariais, Industriais e Comerciais dos onze concelhos do Tâmega e Sousa, abrangendo ainda a Associação Empresarial de Paredes e as empresas dos concelhos de Fafe e Cabeceiras de Basto (integradas na Associação Empresarial de Fafe, Cabeceiras de Basto e Celorico de Basto). No território do Tâmega e Sousa marcam ainda presença Centros Tecnológicos, Centros de Investigação e Incubadoras de Empresas. A única instituição de ensino superior existente na sub-região é a Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras. Existe ainda parque industrial disponível no Tâmega e Sousa para ocupação por parte de potenciais investidores. A este nível, tal como já referido, os concelhos complementam-se.

É relevante ainda ser referido que, no âmbito do apoio ao empreendedorismo e do desenvolvimento da atividade económica do Tâmega e Sousa, têm sido desenvolvidas iniciativas interessantes. Têm vindo a ser desenvolvida e implementada a Agenda para a Empregabilidade do Tâmega e Sousa, cujo

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

objetivo é “promover a empregabilidade nos principais clusters regionais, consolidados ou emergentes do Tâmega e Sousa e reforçar os mecanismos de articulação, de concertação e de comunicação entre diferentes instituições que atuam no Tâmega e Sousa” (<http://www.cimtamegaesousa.pt/index.php/2011-11-04-16-44-02/pacto-territorial-para-a-empregabilidade>); surgiu, recentemente, o Prémio Tâmega e Sousa Empreendedor (<http://empreendedor.cimtamegaesousa.pt/#!/home>) (ver Figura 27 - Iniciativas no Tâmega e Sousa) e, de forma complementar, a Rede de Apoio à Atividade Económica e ao Empreendedor do Tâmega e Sousa, com postos de atendimento em todos os concelhos do Tâmega e Sousa, tendo esta como fim estimular o crescimento e a criação de emprego. Assim sendo, surgiram parcerias com diversos atores, a título de exemplo refira-se a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) e o Instituto Politécnico do Porto, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras (ESTGF.IPP). A lista completa de parceiros pode ser consultada em: <http://empreendedor.cimtamegaesousa.pt/#!/network>.

O anexo 5 – Identificação de Atores do Território, Tabela 42 – permite verificar a diversidade de cooperativas e associações agrícolas existentes no Tâmega e Sousa. Alguns dos empresários entrevistados afirmaram veementemente a necessidade de uma atuação comum, por forma a melhorar a situação financeira de algumas, em situação desfavorável na atualidade.

O anexo 5 – Identificação de Atores do Território, Tabela 43 – apresenta as maiores empresas do Tâmega e Sousa, segundo dois critérios: o número de colaboradores e o volume de proveitos operacionais. Como critérios para seleção das empresas foram estabelecidos: um número de colaboradores superior a 250 e proveitos operacionais superiores a 20 milhões de euros. Segundo o primeiro critério estabelecido, foram encontradas 11 empresas no Tâmega e

Figura 27
Iniciativas no Tâmega e Sousa

Fonte: CIM do Tâmega e Sousa



Sousa e, segundo o segundo critério estabelecido, foram encontradas mais 15 empresas na sub-região.

A presença destas empresas no território, pela sua preponderância e até reconhecimento internacional, pode incentivar potenciais investidores a fazerem as suas apostas no território. Esta possibilidade é mais forte para as principais indústrias do Tâmega e Sousa, lembrando: mobiliário, calçado, extração de pedra, produtos metálicos, têxtil e vestuário.

Apresentam-se, de seguida, os principais resultados que derivam das entrevistas realizadas a empresários do Tâmega e Sousa. Como já referido, foram entrevistados 37 empresários. Destes,

24 conheciam a CIM-TS o que aponta já para uma percentagem superior (65%) à que anteriormente referimos no que diz respeito a residentes e emigrantes (25%), ganhando peso a tese de que são essencialmente os empresários quem sabe que a CIM existe e a de que não existe comunicação por parte desta entidade essencialmente dirigida a indivíduos.

Mais uma vez, os temas abordados nas entrevistas envolveram a identificação dos principais aspetos positivos e negativos, nomeadamente, os principais fatores que poderiam ser alterados para a maximização das vantagens competitivas das empresas da sub-região, para a atração de investimento para a mesma e para a identificação dos principais desafios futuros. Os resultados obtidos foram de encontro aos revelados pelas partes anteriormente apresentadas.

Como principais fatores positivos foram identificados os elementos do património natural, do património cultural tangível imóvel, religioso e cultural, a gastronomia com as suas “doses generosas”, o vinho verde, as águas termais, a música clássica e a etnografia. A este respeito, alguns empresários do ramo

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

turístico afirmaram que o público internacional possui um especial “fascínio por procissões e demonstrações etnográficas, como os ranchos”. Foi possível denotar, através das afirmações de alguns empresários, a alteração de mentalidades no sentido da cooperação. Ilustrando, um empresário do setor do turismo referiu “quando temos muito para aproveitar, para desenvolver, mais vale reunir forças e aproveitar sinergias”. Especificando, em termos industriais foi salientada a força das empresas do calçado, do mobiliário e da pedra e a grande presença de empresas da área têxtil e vestuário. Em relação à agricultura, as condições climáticas são o grande fator distintivo de alguns pontos específicos do território do Tâmega e Sousa. Assim sendo, o grande fator distintivo do Tâmega e Sousa, segundo os entrevistados, é a presença de massa crítica e dimensão, ainda que a cooperação necessite de ser trabalhada.

**“Quando temos muito para aproveitar, para desenvolver,
mais vale reunir forças e aproveitar sinergias”**

No que concerne à promoção, foi ainda destacado, por vários empresários, o desempenho da CIM-TS e parceiros na Feira Portugal Agro 2014, tendo sido evidente o envolvimento e cooperação conseguidos entre os participantes na mesma. A este nível, alguns empresários de setores específicos, como o calçado e o vinho verde, afirmaram a importância da concertação de iniciativas de comunicação, devido à existência prévia de um trabalho de sucesso desenvolvido por entidades setoriais, como a APICCAPS e a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes. Contudo, segundo os entrevistados, no mobiliário a comunicação aparenta ter sido menos eficaz. Este é um dos fatores indicado pelos entrevistados como razão para, na atualidade, o título de Capital do Móvel de Paços de Ferreira já não ter tanta força.

Como fatores negativos foram também identificados aspetos gerais e aspetos mais relacionados com a vertente empresarial. À semelhança dos grupos apresentados anteriormente, os empresários apontaram a questão da insuficiência da sinalética e as falhas ou falta de planeamento urbanístico. Os aspetos negativos de contexto mais empresarial indicados foram: a inexistência ou insuficiência de infraestruturas industriais (nomeadamente, empresários dos concelhos de Celorico de Basto, Felgueiras, Lousada e Marco de Canaveses); a falta de infraestruturas/estabelecimentos para receber turistas, nomeadamente ao nível da restauração: “Vem um barco e não há local onde os visitantes ou turistas possam almoçar/jantar todos juntos”; a falta de mão-de-obra qualificada e falta de condições para receber essa mão-de-obra qualificada; a existência de pouca formação orientada para as necessidades das empresas da sub-região; a fraca dinâmica do comércio tradicional; a existência de grandes entraves administrativos e burocracia para desenvolvimento de projetos; e a multiplicidade de eventos, de iniciativas e de entidades.

“Na atualidade o título de Capital do Móvel de Paços de Ferreira
já não tem tanta força”

De uma forma geral e tendo em conta todos os fatores positivos previamente identificados, os empresários entrevistados vêem potencial de crescimento, mediante criação de condições, no turismo fluvial (como já referido a região do Tâmega e Sousa é uma das, “Portas do Douro”), turismo de natureza, enoturismo, turismo religioso, turismo de negócios, turismo industrial, turismo de compras, turismo rural e de experiência; potencial para a criação de rotas e pacotes turísticos perante a disponibilidade de valores turísticos diversificados e a integração dos mesmos (e.g. através do storytelling, através da integração de

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

outros meios de deslocação com o ferroviário); e, como consequência destes aspetos, indicam potencial para surgimento de estabelecimentos hoteleiros com maior orientação para a qualidade da oferta e de operadores de animação turística (e.g. no desporto aventura). Deve ainda ser destacado que os entrevistados referiram que é notória a necessidade de articulação com operadores turísticos para a colocação da oferta.

Relativamente ao agroflorestal, como referido no início da secção, foi identificado pelos entrevistados, potencial na integração de cooperativas, na certificação de produtos locais e na criação de uma marca única para o vinho verde, nomeadamente para uma maior força exportadora. Neste âmbito, foi também referido que existem oportunidades ao nível da produção animal, por disponibilidade de terrenos e procura. Os entrevistados revelaram ainda que a questão da certificação também é aplicável a outros elementos gastronómicos (e.g. “Pica no Chão” de Celorico de Basto e as Cavacas de Resende). Esta valorização pela via institucional poderá ser feita via DOP (Denominação de Origem Protegida), IGP (Indicação Geográfica Protegida) ou ainda ETG (Especialidade Tradicional Garantida).

Acrescentando, os entrevistados referiram ainda como exemplos de iniciativas para maximizar as suas vantagens competitivas: a criação de um outlet com lojas de fábrica dos diversos produtos industriais, regionais e tradicionais da sub-região (através de um show room permanente, físico e online); e a realização de dias de “portas abertas” das empresas ao público e visitas a algumas unidades produtivas da sub-região. Acrescentando, a questão da cooperação e das parcerias foi novamente abordada, nomeadamente entre setores (e.g. agrícola e industrial), entre concelhos, “aproximando empresas

tão próximas, mas tão dispersas” e com parceiros internacionais. Os entrevistados acreditam que a dimensão que por esta via pode ser criada contribuirá para o alcance de uma maior diversidade de mercados e para um maior desenvolvimento do Tâmega e Sousa. No geral, destacaram ainda que deve ser tirado maior partido da proximidade à AMP: “...no fundo, estamos tão longe e tão perto”.

Entre os desafios que os entrevistados identificaram para o futuro destacam-se: a adequação do tipo de formação oferecida e a alteração de mentalidades de formandos (e.g. maior abertura para receber formação para profissional na área do calçado ou do vinho); a alteração de mentalidades de políticos e empresários, refletida, por exemplo, na frase “Têm de entender que o turista não é de Amarante, é da Região”; e a preparação das empresas para a internacionalização. Muitos entrevistados afirmaram que o mercado nacional não é apetecível, devido “ao esmagamento de preços e dificuldades ao nível dos recebimentos”. A um nível mais geral foi identificada a concertação de estratégias, prejudicada pelas mentalidades mais fechadas; o decréscimo de dinâmica que deriva da desertificação, da emigração e do envelhecimento populacional em alguns concelhos.

“No fundo, estamos tão longe e tão perto”

“Os empresários têm de entender que o turista não é de Amarante, é da Região”

Investidores Potenciais – Polos de Atração de Investimento e Oportunidades de Empreendedorismo

Neste contexto importa voltar a referir as iniciativas que têm vindo a ser trabalhadas no seio da CIM-TS e cujo objetivo é contribuir para a atração de investimento, criação de riqueza e de emprego no território: Agenda para a Empregabilidade do Tâmega e Sousa, o Prémio Tâmega e Sousa Empreendedor e a Rede de Apoio a Todo o Tecido Económico da Sub-região.

De uma forma geral, as empresas tendem a permanecer no Tâmega e Sousa. Relativamente ao ano de 2012, foi possível verificar que por cada 10 empresas criadas no território, 7 foram dissolvidas, valor inferior ao encontrado para a Região Norte (8 empresas) e para Portugal (9). A taxa de sobrevivência das empresas do Tâmega e Sousa a 2 anos corresponde a 56,21%, valor superior também superior ao encontrado para o país (INE, 2012 in Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, 2013). Desta forma, através dos inquéritos tentaram identificar-se os fatores que contribuem para estes indicadores e as vantagens competitivas presentes no território.

Dada a importância da atividade de investigação e desenvolvimento para a criação de novos negócios e atração de investimento para um território, é de extrema importância referir-se que das 32 602 empresas existentes (em 2012) no Tâmega e Sousa, apenas 14 tinham atividade registada de Investigação e Desenvolvimento, encontrando-se localizadas em Amarante (1), em Baião (1), em Felgueiras (4), em Paços de Ferreira (5), em Penafiel (2) e em Castelo de

Figura 28
Localização de respondentes

Fonte: Elaboração própria



Paiva (1) (Base de Dados DGEEC in Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, 2013; INE, 2014).

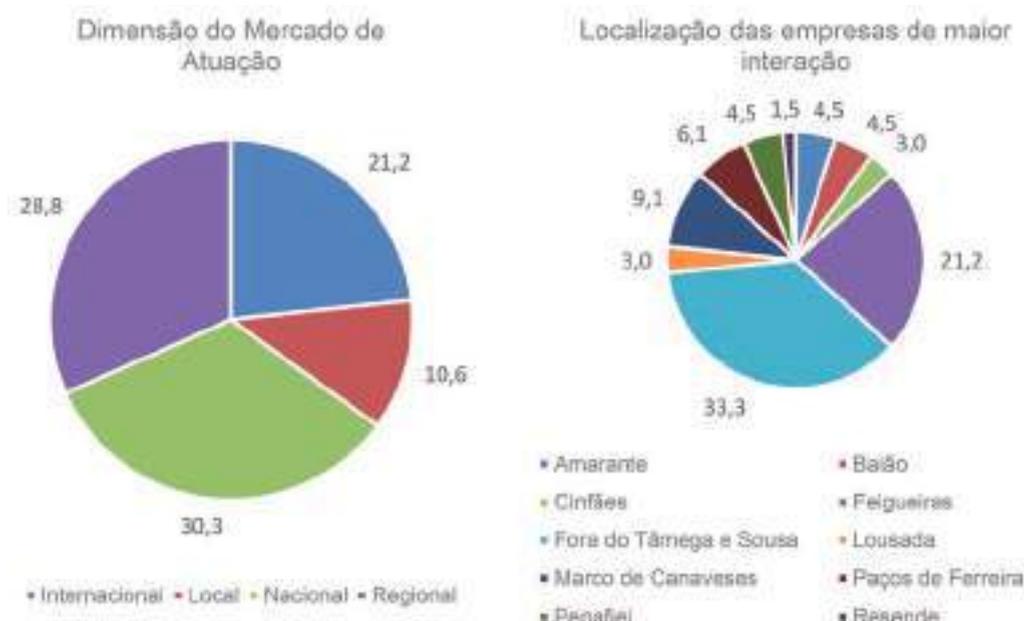
Os resultados dos inquéritos aplicados às empresas do Tâmega e Sousa permitem também esclarecer alguns aspetos neste âmbito. Primeiramente será apresentada uma breve caracterização dos respondentes, de forma a contextualizar as respostas obtidas e de seguida os principais resultados.

Através dos gráficos seguintes é possível verificar que cerca de 25% das empresas respondentes se localizam em Felgueiras, cerca de 14% se localizam em Marco de Canaveses e Penafiel e cerca de 12% se localizam em Paços de Ferreira. Acrescentando, cerca de 68% do total de respondentes localiza-se no tipo de zona urbano, 20% no tipo de zona industrial e apenas 12% se localiza no tipo de zona rural (ver Figura 28 - Localização de respondentes).

Relativamente à dimensão do mercado no qual as empresas respondentes atuam, verifica-se que cerca de 30% das mesmas atuam no mercado nacional e no mercado regional, cerca de 20% atuam internacionalmente e cerca de 10% atuam localmente. Relativamente à localização das empresas com as quais os respondentes interagem mais, verifica-se uma maior percentagem para empresas fora do território do Tâmega e Sousa, seguindo-se as empresas do concelho de Felgueiras e de Marco de Canaveses (ver Figura 29 - Mercado de atuação dos respondentes).

A pequena dimensão das empresas predomina nos resultados dos inquéritos, quer em termos de colaboradores (mais notável), quer em termos de volu-

Figura 29
Mercado de atuação
dos respondentes
Fonte: Elaboração própria



Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

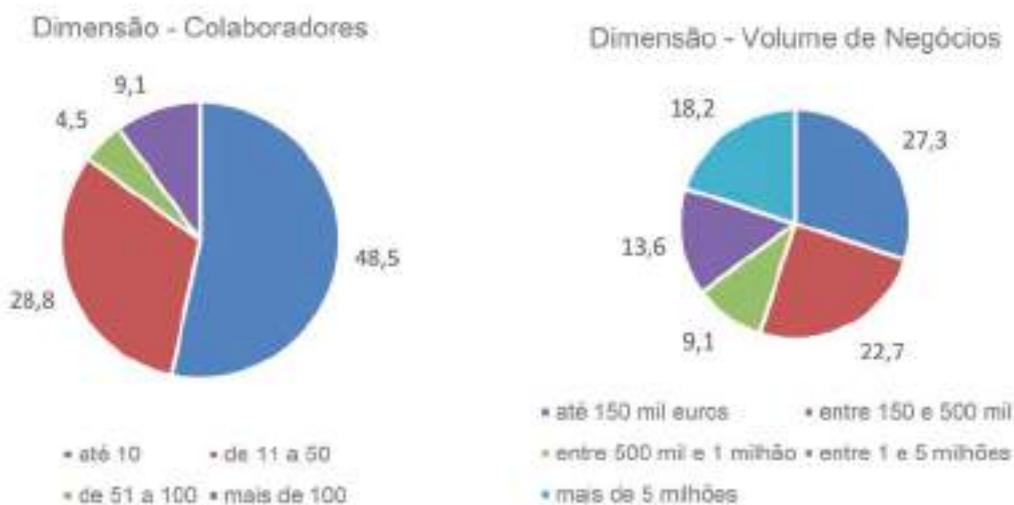
me de negócios. Cerca de 75% das empresas respondentes têm um número de colaboradores entre 0 e 50 (ver Figura 30 - Dimensão dos respondentes).

No gráfico seguinte (ver Figura 31 - Fatores presentes no território do Tâmega e Sousa) apresentam-se os resultados dos respondentes para a questão que relaciona a presença dos fatores apresentados no eixo horizontal no território do Tâmega e Sousa. Os fatores cuja média de respostas é mais elevada são: a Acessibilidade a partir do exterior ao Tâmega e Sousa, Mobilidade no interior do Tâmega e Sousa, Disponibilidade de serviços de infraestruturas e telecomunicações e Baixos custos da mão-de-obra. Contudo, os fatores Acessibilidade a partir do exterior ao Tâmega e Sousa, Mobilidade no interior do Tâmega e Sousa e Disponibilidade de serviços de infraestruturas e telecomunicações apresentam também os maiores desvios-padrão, significando que para estes fatores, a dispersão das respostas foi maior.

Quando questionados acerca das principais vantagens competitivas do território do Tâmega e Sousa para o desenvolvimento da sua empresa, denota-se um maior número de respondentes a selecionar os fatores: Disponibilidade de força de trabalho, Presença de recursos humanos qualificados/especializados, Proximidade de fornecedores, Acessibilidade a grandes clientes e Disponibilidade de infraestruturas de transporte e centros intermodais. Os fatores menos selecionados pelos respondentes são: Existência de empresas multinacionais,

Figura 30
Dimensão dos respondentes

Fonte: Elaboração própria



Desenvolvimento de iniciativas de networking e encontros entre empresários, Acessibilidade a Universidades e Parques Tecnológicos e Serviços de apoio (e.g. apoio legal por parte de Associações Empresariais, Industriais ou Comerciais) (ver Figura 32 – Vantagens competitivas do território do Tâmega e Sousa).

As respostas obtidas principalmente para estes dois últimos grupos de questões permitem complementar a identificação das principais forças e fraquezas do território, em termos de infraestruturas e serviços de suporte empresariais, segundo o ponto de vista dos inquiridos. Estas são essenciais para a seleção de fatores diferenciadores do Tâmega e Sousa a comunicar a potenciais investidores e seleção de áreas de melhoria sobre as quais as entidades responsáveis devem agir.

Visitantes, Turistas e Prescritores Turísticos

Na presente secção é possível encontrar os principais resultados das entrevistas realizadas a visitantes, turistas, potenciais visitantes/turistas e prescritores turísticos do Tâmega e Sousa. A secção encontra-se subdividida em dois grandes grupos: o de visitantes, turistas e turistas/visitantes prospetivos e o de prescritores turísticos.

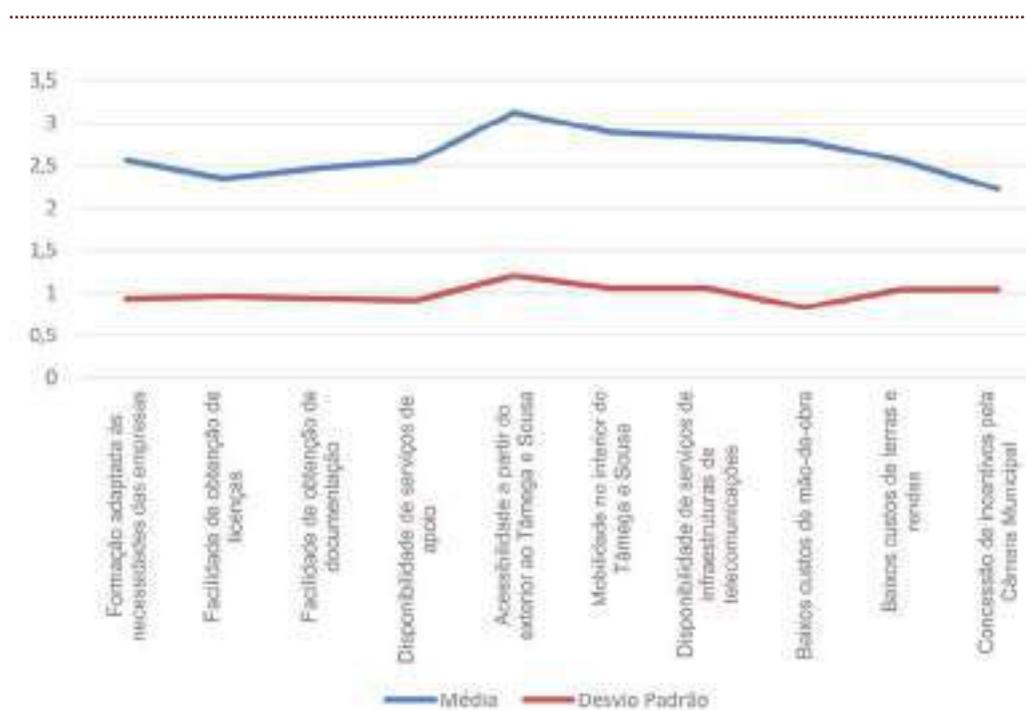


Figura 31
Fatores presentes no território do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Turistas, Visitantes e Turistas Prospetivos

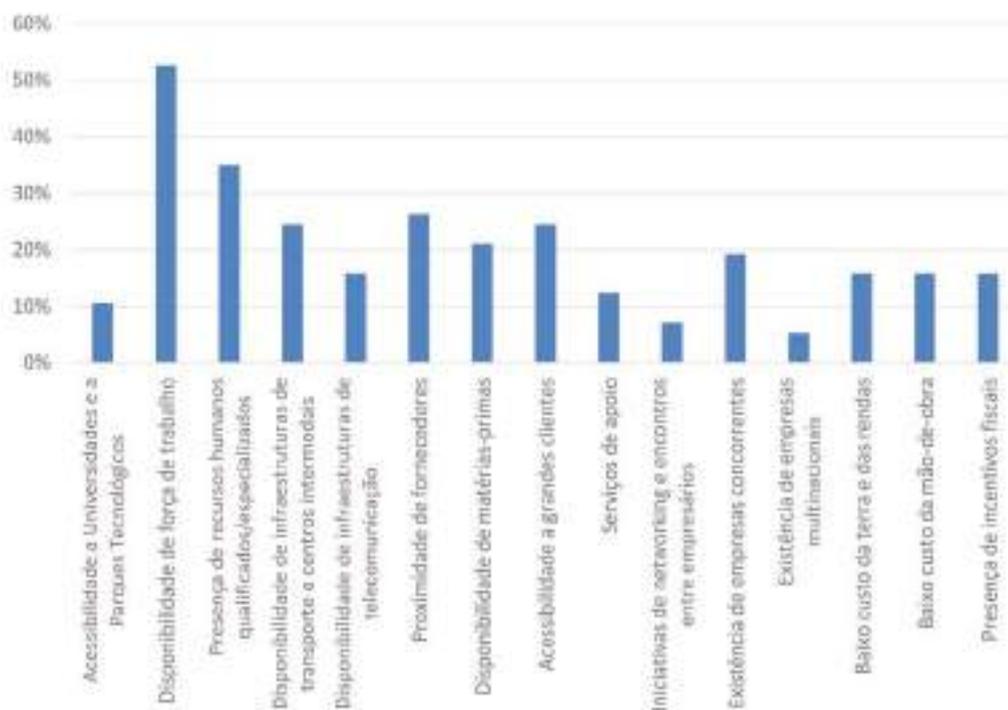
No total foram entrevistados 21 turistas, visitantes e turistas prospetivos e foram entrevistados 2 prescritores turísticos (guias). Primeiramente apresentam-se os resultados que derivam das entrevistas a turistas, visitantes e turistas prospetivos.

Para este grupo de entrevistados, as questões colocadas abordaram temas como o conhecimento e visita dos concelhos do Tâmega e Sousa, dos seus principais atrativos e, no caso de o entrevistado ainda não ter ido enquanto turista/visitante ao Tâmega e Sousa, as razões que o justificam. Pretendeu-se ainda que os entrevistados identificassem os aspetos que influenciariam uma futura visita ao Tâmega e Sousa (e.g. atrativos e atividades a praticar) e os territórios envolventes ao Tâmega e Sousa aos quais já dedicaram uma visita.

Como principais atrativos dos concelhos, os entrevistados identificaram a beleza natural, os desportos radicais (e.g. montanhismo), os cruzeiros no Rio Douro, as praias fluviais, a gastronomia, algumas lojas de fábrica, nomeadamente de calçado (apenas 5 entrevistados) e a Rota do Românico (apenas 3 entrevistados). Em específico para cada concelho, os entrevistados identifica-

Figura 32
Vantagens competitivas do território do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria



ram as associações presentes na seguinte tabela (ver Tabela 20 - Associações ao território realizadas pelos entrevistados).

Os entrevistados apontaram como principais explicações para a não visita aos concelhos do Tâmega e Sousa a fraca divulgação ou divulgação pouco apelativa do território/atividades a praticar/atrações a visitar; o fraco conhecimento e pouca informação disponível acerca do que ver ou fazer no território; o destino nunca ter sido recomendado por operadores turísticos; os fracos acessos aos concelhos mais periféricos; a oferta hoteleira reduzida, nomeadamente ao nível dos “hotéis de charme”; a grande diversidade de oferta de outros destinos/concorrência. Foi ainda referido por 2 entrevistados que o património natural e edificado do território deveria ser alvo de um maior cuidado, quer ao nível da preservação, quer ao nível do planeamento territorial. Relativamente à reduzida dimensão da oferta hoteleira, deve ser referido, que no caso do desenvolvimento e construção da barragem de Fridão, parece existir interesse de investimento em estabelecimentos hoteleiros por parte de (dois) investidores privados entrevistados. As alterações introduzidas pela construção desta barragem levam à alteração da paisagem e potencia a criação de polos de atração turística.

Concelhos	Associações
Amarante	Centro histórico, Igreja de São Gonçalo, rio Tâmega, Casa da Calçada, parque aquático
Baião	Antas, dolmens, “Casa do Eça” e Doces da Teixeira
Castelo de Paiva	Rio Paiva, Rio Douro, acidente de Entre-Os-Rios
Celorico de Basto	Japoneiras/camélias
Cinfães	Rio e ski
Felgueiras	Sapatos, Fátima Felgueiras
Lousada	Igreja Românica de Meinedo
Marco de Canaveses	Igreja do Siza, vinho verde, jet ski
Paços de Ferreira	Mobiliário
Penafiel	AGRIVAL, Restaurante Sapo
Resende	Cerejas, Rio Douro, cavacas
Genericamente	Monumentos, setor têxtil e vestuário, vinhos, turismo rural, “ideal para escapadelas de fim de semana”

Tabela 20
Associações ao território
realizadas pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

Quanto a territórios envolventes visitados, os entrevistados indicaram: Braga, Guimarães, Gerês, Douro, Régua, Vila Real, Lamego, Castro Daire, Arouca, Póvoa de Lanhoso, Mondim de Basto, Cabeceiras de Basto e Vila Nova de Famalicão. No geral, verifica-se que os entrevistados visitaram os concelhos por motivos profissionais ou “de passagem,” mas poucos os fizeram por motivos de lazer/turismo.

Tendo em atenção a importância atribuída à oferta hoteleira reduzida – que foi referida por 8 dos entrevistados; a atenção à questão do turismo de natureza – conferida por 6 dos entrevistados; a fragilidade identificada relativa ao desconhecimento da região – referida pela generalidade do público entrevistado; e ainda a importância reconhecida às infraestruturas e atividades disponíveis para prática no Tâmega e Sousa – também reconhecidas por todos, produziram-se três listagens não exaustivas relacionadas com estes temas (Tabela 44, Tabela 45 e Tabela 46). Estas são relevantes não só para turistas e visitantes, mas também para os restantes atores do território, nomeadamente atores locais, empresários da área turística (locais e não locais), restauração e residentes.

“Não existem pacotes turísticos construídos ou informação para construí-los”

“Devo já ter passado em quase todos os concelhos, mas só parei em dois”

A análise destes elementos permite confirmar o referido por turistas e visitantes entrevistados e concluir que a comunicação é realizada de forma desintegrada e que existe dificuldade em aceder à informação de forma imediata. Este é talvez um dos pontos que mais consenso obteve: a ausência de coordenação e integração entre a informação disponibilizada pelos vários municípios que compõem a CIM. Esta conclusão é, em nosso entender, muito importante e deve ser prioritária na forma como é atendida, até porque não

só muitas pessoas não conhecem a CIM ou reconhecem a sua atuação, como acabam por construir uma imagem eventualmente agregadora apenas em torno do elemento Rota do Românico que, sendo importante nalgumas atividades da região, não é obviamente noutros domínios, como é o caso da atração de investimento para a região ou capacidade de projeção das suas atividades criadoras de valor.

Na Tabela 44 é possível encontrar uma listagem com alguns dos estabelecimentos hoteleiros presentes no Tâmega e Sousa. Foi elaborada uma análise à sua presença online e verifica-se que apesar de uma presença online significativa, esta é pouco ativa e individual, não existindo uma estratégia de promoção online conjunta.

Relativamente ao pedestrianismo (ver anexo 6. Listagens – Turismo, Tabela 45), verifica-se que, dos 13 percursos pedestres apresentados, apenas 6 se encontram homologados pela Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal (Registo Nacional de Percursos Pedestres, versão de 14/10/2013). Os percursos homologados são: a Rota do Maracinho e a Rota de São Bento em Amarante, os Caminhos Medievais e os Caminhos Verdes em Felgueiras, o Percurso Pedestre das Pedras, Moinhos e Aromas de Santiago no Marco de Canaveses e o Caminho dos Moinhos em Penafiel. Relacionado com este tema e com o turismo religioso encontram-se as Ligações dos Caminhos de Santiago, alvo de elevada procura na atualidade. A ADER-SOUSA identifica ainda 22 Caminhos Antigos e de Peregrinação no Vale do Sousa, Tabela 47 em anexo e Figura 33.

Na Tabela 46 é possível encontrar alguns dos operadores de turismo de natureza do Tâmega e Sousa. Consultando o Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), empresas de Animação Turística e Operadores Marítimo-Turísticos, organizada pelo Turismo de Portugal, com informações atualizadas acerca das empresas, foi possível

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

8

De acordo com o Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho. Quando apenas organizam e comercializam atividades em meio aquático, estas denominam-se por Operadores Marítimo-Turísticos. Nos casos em que estas atividades se desenvolvem em áreas classificadas ou outras com valores naturais designam-se por “atividades de turismo de natureza”. Este tipo de atividades tem de ser reconhecido pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P. e encontram-se sujeitas a requisitos mais exigentes.

encontrar 10 empresas, 2 em cada um dos seguintes concelhos: Castelo de Paiva, Lousada, Marco de Canaveses, Penafiel e Resende. Estas entidades apresentadas denominam-se como Empresas de Animação Turística⁸ e desenvolvem atividades lúdicas de natureza recreativa, desportiva ou cultural, que se configuram como atividades de turismo de ar livre ou turismo cultural e têm interesse turístico para a região em que se desenvolvem.

No âmbito da divulgação e disponibilização de informação para o utilizador, importa ainda referir que o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido pela Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal, em específico o desenvolvimento das lojas interativas de turismo, tem como objetivo combater estas lacunas e contribuir ainda para a divulgação dos produtos regionais de cada concelho. Nos concelhos do Tâmega e Sousa as lojas interativas já se encontram disponíveis em Amarante, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Penafiel e Resende. O concelho de Baião e Paços de Ferreira ainda não dispõem desta infraestrutura (<http://www.portoenorte.pt/client/skins/categoria.php?cat=151&top=1>).

No âmbito do presente diagnóstico foi contactada a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal. Desta forma, transcrevem-se de seguida os principais elementos destacados pelo ator contactado. Em termos de desenvolvimento e consolidação turística, o entrevistado considera que a Rota do Românico é um produto consistente, bem desenvolvido e integrador. Contudo, considera que o produto desenvolvido pela Rota do Românico, ainda carece de ser colocado junto de operadores turísticos e mercados estratégicos.

Cumulativamente, na entrevista, foram ainda identificadas outras questões a serem trabalhadas: o desenvolvimento de infraestruturas para o apoio à atividade turística, o envolvimento da população e a sua responsabilização por projetos na área do turismo, a importância da comunidade emigrante en-

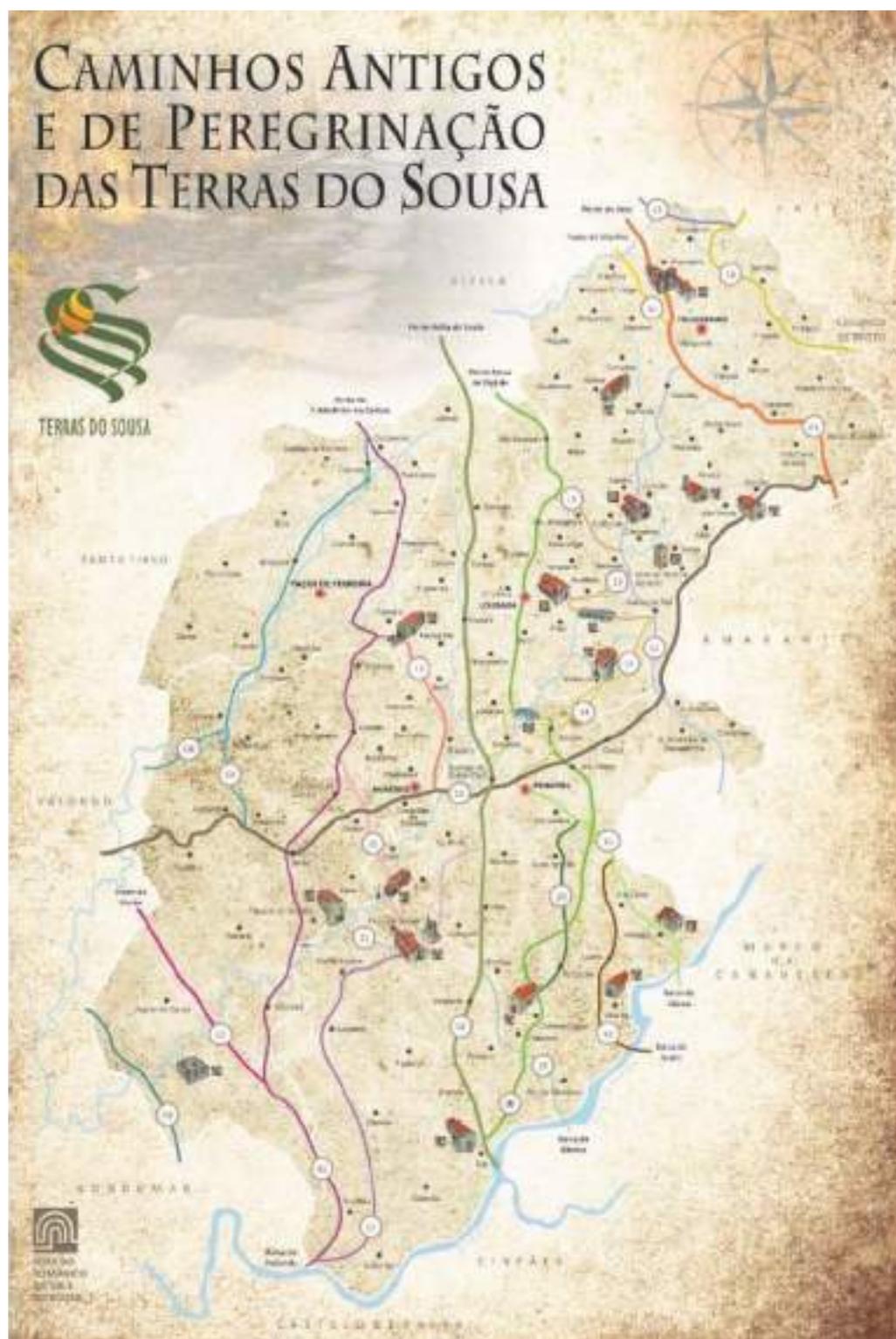


Figura 33
Ligações dos Caminhos
de Santiago

Fonte: ADER-SOUSA,
Estudo "Caminhos Antigos
e de Peregrinação",
disponível em: www.adersousa.pt

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

quanto embaixadora do Tâmega e Sousa e de Portugal, a necessidade de sensibilização e formação para todos os agentes do território e a concertação de todos os responsáveis políticos, de forma a ser evitada a duplicação/sobreposição de iniciativas e a comunicação de elementos divergentes.

Para o ator entrevistado, o envolvimento da população assume aqui especial relevância, por “não existir no Tâmega e Sousa o bairrismo, por exemplo, de Guimarães”, significando que é necessário criar o sentimento de pertença ao Tâmega e Sousa na população.

“É necessário criar o sentimento de pertença ao Tâmega e Sousa na população”

Também com trabalho desenvolvido na área da promoção do território a nível turístico é possível encontrar a DOLMEN, Cooperativa de Formação, Educação e Desenvolvimento do Baixo Tâmega que envolve os municípios de Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses e Resende. Nos seus centros de promoção de produtos locais, disponíveis nos concelhos de Amarante, de Baião e Marco de Canaveses, é possível encontrar informação sobre os principais atrativos dos concelhos e é possível adquirir produtos regionais.

Outra iniciativa referida por um dos empresários entrevistados e identificada facilmente online, que pretende fazer face a esta lacuna ao nível da informação disponível para turistas e visitantes, embora que parcialmente e ainda não operacional, é a Living Douro (<http://www.livingdouro.com/>). Trata-se de uma plataforma interativa, lançada por três empresários do ramo turístico de Amarante, que pretende promover o território, facilitar reservas, promover e dinamizar a atividade das pequenas empresas de grande qualidade (em especial, das áreas do turismo de natureza, turismo rural, gastro-

nomia, vinicultura e passeios todo-o-terreno) do Tâmega e Sousa (Tâmega, Sousa e Douro Sul).

Prescritores Turísticos

Os principais resultados das entrevistas a prescritores turísticos encontram-se sumariados de seguida. As principais questões colocadas são semelhantes às colocadas ao grupo de atores de turistas, visitantes e turistas prospetivos, foram também abordados os seguintes temas: conhecimento e visitação dos concelhos do Tâmega e Sousa, conhecimento dos seus principais atrativos, incluindo elementos de potencial subaproveitado e fatores essenciais para a promoção do território enquanto destino turístico.

Relativamente aos principais atrativos dos concelhos do Tâmega e Sousa, a tabela seguinte (ver Tabela 21) apresenta o indicado pelos guias turísticos entrevistados.

“Nunca tive um grupo de turistas a pedir especificamente para ver a Rota do Românico ou para ir ao Tâmega e Sousa”

Como fatores essenciais para a promoção do território os entrevistados referiram: os maus acessos a alguns dos concelhos; os reduzidos níveis reabilitação urbana/recuperação de edifícios (e.g. de solares); a falta de oferta hoteleira de qualidade; as iniciativas culturais com pouco destaque, planeamento/programação; fraca promoção e divulgação “Nunca tive um grupo de turistas a pedir especificamente para ver a Rota do Românico ou ir ao Tâmega e Sousa”; e a falta de ofertas programadas para grupos de turistas, nomeadamente oferta voltada

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

para nichos. Ambos os entrevistados consideram que a aposta da sub-região enquanto destino turístico deveria ser primeiramente para o público nacional.

A figura seguinte (ver Figura 34 – Quatro destinos turísticos da Região Norte) demonstra os quatro destinos turísticos segundo os quais a Região Norte se divide. O Tâmega e Sousa encontra-se entre o Porto e o Douro (polo turístico prioritário), não se distinguindo destes.

Em suma, a sub-região debate-se com várias dificuldades em afirmar-se enquanto destino turístico, designadamente:

- O Tâmega e Sousa tem, atualmente, baixa notoriedade junto de potenciais visitantes e turistas nacionais;

Tabela 21
Associações de prescritores turísticos relativas ao Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Associações feitas a cada concelho
Amarante	Museu Amadeu de Sousa Cardoso; Igreja de S. Gonçalo; Doçaria Conventual; Ponte sobre o Tâmega e Centro Histórico; Golfe; Parque Aquático de Amarante; Casa da Calçada (hotel de charme e restaurante)
Baião	Casa do Eça (Fundação)
Castelo de Paiva	Desportos radicais no Paiva
Celorico de Basto	Camélias; Topiaria (arte de podar as árvores/flores – como podar japoneiras); Biblioteca de Marcelo Rebelo de Sousa; Casa de Campo (solar)
Cinfães	Rio Douro
Felgueiras	“Pão-de-ló Margaridense”; Indústria do Calçado
Lousada	Vinho; Casas de turismo de habitação; Casa de Juste – visitas guiadas e janela Manuelina
Marco de Canaveses	Igreja do Siza; Convento de Alpendurada
Paços de Ferreira	“Capital do Móvel”
Penafiel	Santuário do Sameiro; Vinho verde; Quinta da Avelada; Igreja da Misericórdia; Festas de S. Martinho; A Cidade dos Mortos (ruínas arqueológicas); Escola construída pelo Siza; Mosteiro de S. Miguel do Bustelo; Mosteiro de Paços de Sousa (onde está enterrado Egas Moniz)
Resende	Igreja de Cárquere
Genericamente	Rota do Românico (com marcação)

- Não existem associações fortes ou distintivas à sub-região ao nível turístico;
- A oferta turística da região não se encontra suficientemente organizada, articulada e alinhada. Existem um conjunto de iniciativas de entidades públicas e privadas que globalmente estão pouco articuladas e são desenvolvidas de forma isolada;
- Ao nível da distribuição de oferta turística, é essencial trabalhar junto dos operadores turísticos, quer via online, reconhecendo que, hoje, os turistas optam muito por “construir” o seu próprio pacote de viagem, mas também via offline, reconhecendo que, ao nível das viagens de grupo organizadas, este continua a ser o canal mais procurado;
- O Tâmega e Sousa encontra-se envolvido por dois fortes polos de atração turística, o Porto e o Douro Vinhateiro, com grande notoriedade histórica e estratégias/planos de ação fortes e sustentados.

Assim sendo, da análise da presente subsecção decorre que, de forma a capitalizar e rentabilizar positivamente o potencial do turismo na sub-região, nomeadamente ao nível da diversificação económica e sobretudo para os concelhos de menor densidade (onde se encontram, atualmente, os principais ativos ligados à natureza e paisagem), é essencial trabalhar ao nível da:



Figura 34
Quatro destinos turísticos
da Região Norte

Fonte: Plano Regional
de Ordenamento do Território (PROT)
da Região Norte

Diagnóstico

Estudo do Território

Aspetos mais relevantes

- Notoriedade e desenvolvimento de associações positivas relevantes junto de potenciais turistas nacionais e internacionais;
- Qualidade, articulação e estruturação da oferta;
- Distribuição e ligação a operadores turísticos;
- Articulação intermunicipal e entre o Tâmega e Sousa e as regiões vizinhas.

Todas estas intervenções sem perder de vista o elemento transversal presente em todos os municípios que é a Rota do Românico, a qual mais à frente será abordada.

Apresentadas as principais valências e características do Tâmega e Sousa, com base nas estatísticas disponíveis e nas entrevistas desenvolvidas no âmbito do diagnóstico ao território, as principais conclusões podem ser encontradas na tabela seguinte e na Tabela 48 com uma maior especificação e pormenor.

Síntese

Na tabela seguinte (ver Tabela 22 - Síntese das entrevistas com os atores do Tâmega e Sousa) é possível encontrar uma síntese global das entrevistas. Tal como anteriormente, a verde podem encontrar-se os aspetos do território mais evidenciados enquanto fatores positivos pelos entrevistados, a vermelho os aspetos negativos mais referidos e a amarelo os aspetos que requerem um maior incentivo, melhorias e trabalho futuro, tendo em conta o potencial do território (ver Anexo 8. Quadro resumo - Entrevistas).

	Aspetos positivos		Aspetos positivos com necessidade de melhoria e maior trabalho		Aspetos negativos
---	-------------------	---	--	---	-------------------

Tabela 22
Síntese das entrevistas com os atores do Tâmega e Sousa
Fonte: Elaboração própria

Património natural e edificado de grande valor e potencial	
Património cultural rico com figuras de relevo nas artes e literatura	
Turismo de natureza, religioso e bem-estar	
Dinâmica industrial muito relevante, com elevado potencial de afirmação	
Oferta formativa desajustada da realidade industrial/empresarial	
Potencial de crescimento da articulação com o Grande Porto	
Agricultura e floresta com margem de progressão/novos negócios	
Gastronomia e doçaria autêntica e diversificada	
Vinho Verde (único)	
Artesanato	
Modelo territorial fortemente dual	
Assimetria do nível de serviço de acessibilidade, mobilidade e transportes	
Desemprego elevado e assimétrico	
Envelhecimento da população e desertificação (em parte do território) vs. Crescimento populacional e redução da idade média (no restante)	
Oferta turística desintegrada	
Fracas relações comerciais com operadores turísticos	
Desintegração e desconcertação de iniciativas	
Sinalética toponímica, confusa ou deficiente	
Desintegração no planeamento urbano (à escala intermunicipal)	

COMUNICAÇÃO DO TERRITÓRIO DO TÂMEGA E SOUSA

Sendo a comunicação uma área de capital importância na promoção do território, nesta secção apresentam-se os resultados de uma análise aprofundada da comunicação realizada sobre o território da CIM. A análise começa pela comunicação institucional, levada a cabo pelas onze Câmaras Municipais do Tâmega e Sousa, pela Comunidade Intermunicipal e por outras entidades de relevo da sub-região. Posteriormente fez-se também uma análise da comunicação não institucional, dando destaque ao único jornal online da sub-região – o www.tamegasousa.pt. Os resultados apresentados referem-se à 51ª semana de 2014.

Comunicação Institucional

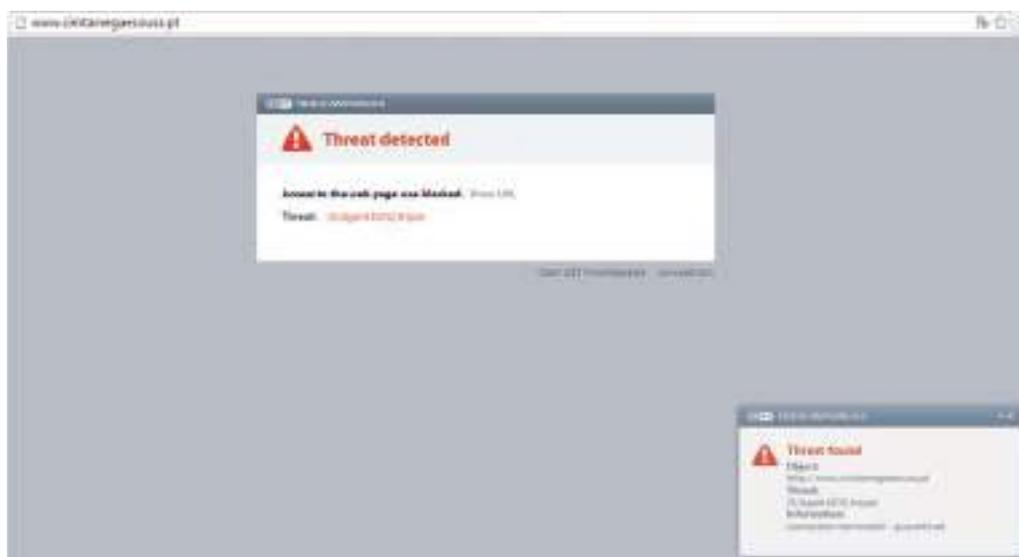
CIM T&S

Nos dias de hoje, procurar saber mais sobre uma entidade ou lugar implica, quase obrigatoriamente, consultar a sua página online. Ainda que a CIM-TS disponha de um website (www.cimtamegaesousa.pt), verificou-se que este apresenta alguns problemas de carácter técnico. Em alguns computadores, que tenham instalado determinado tipo de antivírus, este é ativado e surge a webpage “Não está disponível” (ver Figura 35 – Print Screen do erro da webpage da CIM Tâmega e Sousa), o que não só se apresenta como um entrave a uma tentativa de se ficar mais informado acerca da Comunidade Intermunicipal como transmite uma imagem desfavorável da entidade.

Quando se consegue aceder à página, é possível observar, na página inicial, um banner animado que vai apresentando em looping imagens dos concelhos que compõem a CIM do Tâmega e Sousa. Mas o conteúdo da página é menos interessante do que aquilo que parece prometer à primeira vista. Para além

Figura 35
Print Screen do erro da webpage da
CIM Tâmega e Sousa

Fonte: www.cimtamegaesousa.pt



da apresentação da entidade CIM-TS e da apresentação de documentos e concursos públicos, pouco mais há para consultar. Existe uma zona reservada, protegida por password, que o website não especifica a quem e a que se destina. Por fim, apresenta também ligações a páginas dos municípios integrantes e de outras entidades da sub-região, como o VALSOUSA, o Baixo Tâmega, a Associação de Municípios do Vale do Douro Sul, a Rota do Românico e o Tâmega Sousa Empreendedor. Ao mesmo tempo, verifica-se que a CIM-TS tem uma fraca presença digital nos social media, não se encontrando presente nas principais redes sociais como o Facebook ou o Twitter, o que, nos dias de hoje, é considerado uma limitação, dada a proeminência das redes sociais como os websites mais visitados pelos internautas e também com mais potencial de participação.

Municípios

Todos os municípios do Tâmega e Sousa dispõem de páginas online que oferecem informação a visitantes, residentes e a empresas. A análise dos websites dos vários municípios denota muita heterogeneidade no design e na estrutura, como se pode ver no apanhado geral da comunicação online dos 11 municípios do Tâmega e Sousa apresentado na Tabela 23. Em nenhum existem marcas claras da ligação do município à CIM-TS. Para além disso, observa-se que a maioria ainda não tem versão em inglês, uma lacuna que deve ser preenchida o mais rapidamente possível. A única exceção é Penafiel, cuja página tem

Tabela 23
Comunicação online dos municípios do Tâmega e Sousa (análise desenvolvida de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Secções da página do Município	Informação detalhada da página	Páginas de internet associadas	Presença nas redes sociais	"Falam sobre isto" e "Gostos"
Amarante	Conhecer Amarante, Viver em Amarante, Autarquia, Comunicação, Serviços e Urbanismo; Notícias; Contactos, Agenda e Arquivo Municipal	Locais a visitar, onde dormir, empresas da região, incentivos às empresas e eventos na região	Portal do Turismo: http://www.amarante.pt/turismo/ Língua Portuguesa e Portal do Cidadão	Facebook: 1 a 2 publicações diárias, mas períodos sem publicações Google+: apenas informação de contacto e localização	527 5 704, com aumento de 5,8% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Baião	Órgãos Autárquicos, Descobrir Baião,	Locais a visitar, onde dormir,	Atendimento Online, Recursos Humanos, Baião Ilustrado, AMBT, ISCIA, Lusíada, UFP, Rede de Albergues, Trabalhos	Facebook: 2 a 5 publicações diárias	299 6 714, com aumento de 0,2%

Diagnóstico

Comunicação do Território

Comunicação Institucional

Tabela 23
Comunicação online dos municípios do Tâmega e Sousa (análise desenvolvida de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Secções da página do Município	Informação detalhada da página	Páginas de internet associadas	Presença nas redes sociais	"Falarem sobre isto" e "Gostos"
	Diretório e Serviços e Info; Notícias, Arquivo de notícias e Contactos; Calendário de eventos, localização	incentivos às empresas e eventos na região	Internacionais, Candidaturas, Prémio Boas Práticas no Sector Público, Fundação Eça de Queiroz, ANOGOG, IPMA, CIAC e Portal do Cidadão		(de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Castelo de Paiva	VIVER: Notícias, Vídeos, Ambiente, Cultura, Desporto, Educação, Ação social, Urbanismo, Município, Mensagem do Presidente, Contactos, VISITAR: Cultura e Identidade, Onde comer, Onde ficar, O que visitar, Agenda, Festas e Romarias, Galeria	Locais a visitar, onde dormir, empresas da região, incentivos às empresas e eventos na região	Agenda Cultural, Balcão do Município, Balcão Empreendedor, Rede Social, Trilhos Verdes BTT, 15 anos do SOS Rio Paiva, GIP, Farmácias, Bombeiros e Veterinário	Facebook: 2 publicações diárias, mas sem publicações	177 1 913, com aumento de 0,2% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Celorico de Basto	Autarquia, Turismo, É Bom Viver em Celorico, Gestão Urbanística/ Ambiente e Planeamento Territorial; Notícias;	Locais a visitar, onde dormir, empresas da região, incentivos às empresas e	Programa Leonardo Da Vinci, A Ila Ensiña, Autárquicas 2013, Editais, Património e História, Plano Diretor Municipal, QREN, Resultado Eleições, Zona Caça Municipal; Ecopista, GIP, Balcão do Empreendedor, Agenda da Empregabilidade do TS, Linha Imigrante, Balcão Multisserviços, CLDS+, Celorico+Social,	Facebook: 2 publicações diárias, mas sem publicações Twitter: Tem 529 tweets	410 6 907, com aumento de 0,2% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Tabela 23
Comunicação online
dos municípios do Tâmega
e Sousa (análise desenvolvida
de 12 a 19 de Dezembro
de 2014)

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Secções da página do Município	Informação detalhada da página	Páginas de internet associadas	Presença nas redes sociais	"Talam sobre isto" e "Gostos"
	Agenda, Galeria, Órgãos de Comunicação Social, Publicações, Notícias, Contratação Pública; calendário de eventos; inquérito sobre qualidade de vida	eventos na região	Desporto, GAPE, GAE, Erasmus e Câmara Amiga	Google+: apenas informação de contacto e localização	
Cinfães	Município, Apoio ao Município, Ação Municipal; Cultura, Ação Social, Economia; Últimas, Multimédia; Revista Municipal e Eventos; Contactos; Sugestões/ Reclamações, Termos e Condições, Correio e Repositório de Notícias	Locais a visitar e incentivos às empresas.	GIP, Editais/avisos, Ementas escolares, Município, Obras Particulares, Impressos, QREN, Recursos humanos, Regulamentos, Ambiente, Nascer em Cinfães, Consulta Pública, Qualidade, Rota do Românico e ON.2, Atendimento Digital de Cinfães, o Balcão Eletrónico CCDR-N.pt, DOLMEN, ADRIMAG, Vortal.org, PMATEZ5 e Gestão Documental	Facebook: pelo menos uma publicação diária, mas períodos sem publicações	283 2121, com aumento de 0,6% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Felgueiras	Município, Visitar, Viver, Serviços e Proteção Civil; Notícias; Ambiente, Desporto, Turismo, Ação Social,	Locais a visitar, onde dormir, empresas da região, incentivos às empresas e	Journal – Semanário de Felgueiras WEBSIG, Ondas de Calor, Débitos Diretos – SEPA	Facebook: publicações diárias, mas períodos sem publicações	647 5390, com aumento de 0,4% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Diagnóstico

Comunicação do Território

Comunicação Institucional

Tabela 23
Comunicação online dos municípios do Tâmega e Sousa (análise desenvolvida de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Secções da página do Município	Informação detalhada da página	Páginas de internet associadas	Presença nas redes sociais	"Falam sobre isto" e "Gostos"
	Municipais, Notícias	eventos na região			
Penafiel	Tradução para inglês e espanhol; Pesquisa, Newsletter; Contactos; Câmara Municipal, Assembleia Municipal, Juntas de Freguesia, Serviços Autárquicos, Documentos Online, Eventos, Notícias, Visitar Penafiel, Como Chegar, Informações Úteis, Fale Conosco, Dúvidas Frequentes; Agenda, Notícias	Locais a visitar, onde dormir e eventos na região	Portais da Região (Vale do Sousa) SiNErGIC, CCDR-N, Inventário da documentação <i>online</i> , Catálogo Coletivo e Palcos do Românico, Gabinete de Mobilidade, Portal de Informação Geográfica, Ambiente, Educação, Desporto, Inclusão Social, Turismo, Cultura e Jovens Agricultores	Facebook: publicações diárias, mas períodos sem publicações Google+: 358 visualizações Youtube: não dispõe de qualquer atividade.	389 11 683, com aumento de 0,1% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Resende	Município, Turismo, Serviços Online e Multimédia; Newsletter; Destaques, Avisos, Notícias, Executivo Municipal e Assembleia Municipal; Contactos	Locais a visitar, onde dormir, empresas da região, incentivos às empresas e eventos na região	500 Anos do Foral de Resende, Palcos do Românico, Balcão do Empreendedor, Barca d'Arejos, Termas Caldas de Arejos, Museu Municipal	Facebook: publicações diárias, mas períodos sem publicações Twitter: publicações esporádicas, 180 tweets Google+ e Youtube: publicações muito esporádicas e antigas	119 5 642, com aumento de 0,1% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Tabela 24
Comunicação online entidades
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Página de internet	Páginas de internet associadas	Presença nas redes sociais	"Falamos sobre isto" e "Gostos"
Vale do Sousa TV	Videos de atividades dos concelhos do Vale do Sousa, com 858 videos e 25 <i>playlists</i> ; Contactos e Ficha Técnica	Blog, Emissão em Direto	Facebook: publicações diárias, mas períodos sem publicações Twitter: 3 262 tweets Youtube: 1 video por dia, mas poucas visualizações	34 4 400, com aumento de 0,3% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa	CETS, Notícias, Eventos, Media Center, Campanhas, Região, Contactos; <i>Newsletter</i> , Área reservada a utilizadores registados	Associações Empresariais/ Industriais ou Comerciais	Facebook: publicações diárias	647 5 390, com aumento de 0,4% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Europe Direct do Tâmega e Sousa	Europe Direct, Notícias, <i>Newsletter</i> , Parcerias Erasmus+, FAQ'S, Quiz, Contactos; Notícias; Conheça a Europa, Cronologia da UE e Como funciona a UE.	eu2013.ie, EU Bookshop	Facebook: publicações regulares, mas períodos sem publicações Twitter: Tem 539 tweets	5 622, com aumento de 0,2% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)
Incubadora do Tâmega e Sousa	ITSA, Serviços, Formação, Empresas, Notícias, Pesquisa; Serviços – incubação, formação e eventos; Ficha Técnica – termos e condições; Contactos, <i>Newsletter</i>	-	Facebook: publicações regulares, mas períodos sem publicações	30 1 546, com aumento de 0,1% (de 12 a 19 de Dezembro de 2014)

Diagnóstico

Comunicação do Território

Comunicação

não Institucional

versão inglesa e castelhana. No que respeita à usabilidade, as páginas de internet do Município de Felgueiras e de Celorico de Basto destacam-se, pelo dinamismo do website, bastante user-friendly.

Para além das páginas online, todos os municípios marcam presença em pelo menos uma rede social, o Facebook. Alguns estão ainda presentes no YouTube, Google+ e Twitter. Os municípios da CIM distribuem ainda, periodicamente, revistas ou boletins municipais em papel, que têm ainda grande importância dado o cariz rural de parte do território da CIM, em que há ainda uma proporção significativa de pessoas que não utiliza as novas tecnologias.

Outras entidades

Existem outras entidades de relevo na CIM-TS cuja comunicação online também foi analisada (Tabela 24) de forma a melhor compreender o cenário atual da comunicação digital deste organismo.

Comunicação Não Institucional

www.tamegasousa.pt – Notícias sobre o Tâmega e Sousa

O tamegasousa.pt apresenta-se como um jornal online com atualização permanente dos grandes temas noticiosos da região.

A página de internet apresenta as secções visíveis na Figura 36 – Print Screen da webpage do tamegasousa.pt: Sociedade, Política, Nacional, Economia, Desporto, Cultura, Autarquias e Rota do Românico. Existe também um destaque “Últimas”, onde é possível encontrar as notícias do dia nas diferentes secções.

Figura 36
Print Screen da webpage do tamegasousa.pt

Fonte: www.tamegasousa.pt



Existe também uma parte dedicada a publicidade dos concelhos integrantes e permite a subscrição a sua newsletter. É possível encontrar ainda referências aos meios onde este pode ser encontrado (Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Instagram e FeedBurner), bem como onde se pode descarregar a App. Dispõe de uma secção de vídeo, arquivo, e no fim é apresentado o seu QR Code. O tãmegasousa.pt tem uma presença ativa nas redes sociais, nomeadamente:

- Facebook: no qual tem uma média de 4 a 9 publicações por dia, abordando temas pertinentes e relacionados com os concelhos do Tâmega e Sousa, bem como notícias generalistas (meteorologia, desporto, política nacional, entre outras). Apresenta 631 “Pessoas que falam sobre isto”, 7 726 é o “Número total de Gostos da Página,” tendo aumentado 5,8% na semana de 12 a 19 de Dezembro.
- O Twitter do tãmegasousa.pt tem 3 269 tweets, segue apenas a Agência Lusa, e tem 34 seguidores. Neste, foram publicadas 3 252 fotos e vídeos. O número de publicações é semelhante ao número do Facebook e o conteúdo é o mesmo (ver Figura 37 – Print Screen do Twitter do tãmegasousa.pt).
- No Youtube é possível encontrar no início um vídeo de apresentação da página de internet do tãmegasousa.pt, com 298 visualizações. São publicados em média 2 a 3 vídeos por semana com um mínimo de 24 e um máximo de cerca de 2000 visualizações. Os temas abordados são eventos dos onze concelhos, visitas e entrevistas nos mesmos.

Figura 37
Print Screen do Twitter
do tãmegasousa.pt

Fonte: www.twitter.com/tãmegasousa



Diagnóstico

Comunicação do Território

Comunicação

não Institucional

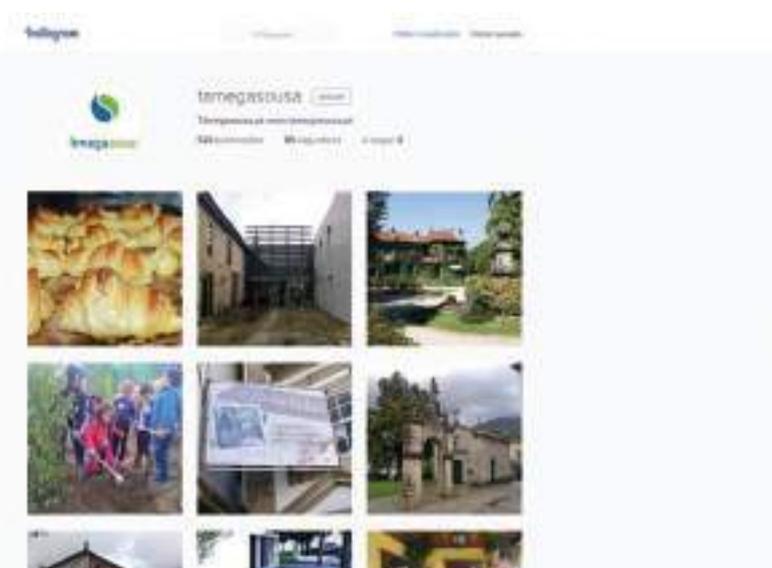
- No Google+ encontram-se 7 seguidores e 33 650 visualizações. São apresentados apenas vídeos, sendo que a frequência de partilha é, à semelhança do Youtube, menor que no Facebook e Twitter (cujas publicações são diárias). Os temas das partilhas são os mesmos que os do Youtube.
- Encontra-se presente ainda no Instagram, onde tem 340 posts, e 38 seguidores. As publicações são praticamente diárias (Figura 38 - Print Screen do Instagram do tãmegasousa.pt).
- Quanto à App, esta está disponível para IOS (iTunes Store), Android (Play Store) e Windows Phone.
- O FeedBurner contém as notícias do dia que saem sobre o Tâmega e Sousa (ver Figura 39 - Print Screen do FeedBurner do tãmegasousa.pt).

Não existe nenhuma publicação em papel dedicada às problemáticas do Tâmega e Sousa enquanto comunidade. Contrariamente, todos os concelhos que formam a Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa têm os seus jornais em papel (muitas vezes, também com versão online) e, muitos deles têm também jornais exclusivamente online. Existem ainda jornais que cobrem vários concelhos da CIM, como o Terras de Vale do Sousa.

Em suma, a análise realizada demonstra a inexistência de uma abordagem única, consensual e organizada da comunicação dos atores do território do Tâmega e Sousa analisados, sendo que cada ator comunica da forma que pretende, aquilo que pretende, não capitalizando em cima de uma imagem comum – que

Figura 38
Print Screen do Instagram
do tãmegasousa.pt

Fonte: www.instagram.com/tãmegasousa



não há – e sem beneficiar de eventuais aproveitamentos de sinergias. A comunicação do território do Tâmega e Sousa como um todo está a cargo da própria CIM-TS e do jornal online tãmegasousa.pt, o que se traduz em muito pouco, dado que, cada concelho tem um conjunto de meios de comunicação institucionais e não institucionais centrados nos seus próprios interesses individuais e não nos do Tâmega e Sousa como comunidade.

A comunicação institucional é realizada de forma heterogénea, havendo uma notória falta de integração entre os websites municipais e entre estes e o website da CIM-TS. Acresce também mencionar que na maioria dos websites não existe uma comunicação bilingue, o que pode constituir um obstáculo a investidores e visitantes.

A comunicação não institucional é feita através de inúmeros meios, mas muito poucos apelam a uma identidade única do Tâmega e Sousa. Cada concelho tem os seus agentes noticiosos cujo foco são os próprios concelhos. Além disso, a comunicação a um nível mais alargado tem por base outras unidades territoriais que não a CIM-TS, o que em nada contribuiu para o desenvolvimento de uma identidade ancorada à região Tâmega e Sousa.

No que diz respeito ao meio digital, também nesta área se denota a existência de cooperação entre territórios. Importa aqui referir o exemplo recente de colaboração ao nível do marketing digital: o acordo de cooperação no âmbito das ferramentas de marketing digital entre Portugal e Espanha. Este, apesar de voltado apenas para a atração turística, representa uma estratégia integrada, baseada na cooperação entre territórios para a criação de dimensão/escala e sucesso, neste caso, dos destinos turísticos (http://fugas.publico.pt/Noticias/344194_portugal-e-espanha-unem-forcas-online-para-conquistarem-mais-turistas, em 29/1/2015).

Figura 39
Print Screen do FeedBurner do
tãmegasousa.pt

Fonte: www.feeds.feedburner.com/tãmegasousa-pt



ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

Dado que os territórios competem pela atração de residentes, trabalhadores, empresas, investimento, turistas e visitantes, torna-se relevante a realização de uma avaliação que tenha em conta as principais características do território, os elementos presentes no mesmo e os seus principais concorrentes. Com esta análise é possível compreender de que forma o Tâmega e Sousa se pode demarcar da sua concorrência, privilegiando produtos, serviços, conceitos ou ideias ainda não desenvolvidas, ou com potencial de desenvolvimento.

Dado o contexto atual global, o âmbito de concorrência para o território do Tâmega e Sousa é bastante alargado. Desta forma, foram selecionados apenas alguns exemplos, organizados segundo a lógica de concorrentes diretos e concorrentes indiretos, tendo em consideração as características em termos globais do território, os diferentes públicos pelos quais os territórios concorrem e as características mais procuradas por estes públicos num território.

Classificaram-se ainda os diversos itens presentes no território do Tâmega e Sousa segundo os seguintes critérios:

Como é possível verificar na Tabela 25 - Análise de concorrência, o Tâmega e Sousa, na sua totalidade, apresenta os elementos procurados pelos diferentes públicos.

Figura 40
Região Norte

Fonte: CCDR-N, 2014, www.ccdr-n.pt



Tendo em consideração a tipologia de território abrangida pelo Tâmega e Sousa, optou-se por uma comparação por sub-regiões da Região Norte, utilizando a divisão territorial constante na figura seguinte. Como é possível verificar na Figura 40 - Região Norte, existem sub-regiões com uma oferta (a diferentes níveis) comparável à do Tâmega e Sousa. Em alguns casos, verifica-se que para além de concorrência, existe complementaridade entre territórios. Em termos turísticos é possível encontrar exemplos flagrantes. A oferta de um pacote turístico que envolva o Tâmega e Sousa e o Grande Porto ou o Cávado permite que um turista possa usufruir de todas os elementos e vantagens inerentes ao Tâmega e Sousa, complementando a experiência com a experiência de praia, por exemplo. Assim, é fundamental que mais do que uma perspectiva de competição, se use, a este respeito, uma abordagem de cooperação.

As sub-regiões classificadas como concorrentes do Tâmega e Sousa na atração de residentes foram as envolventes, dado que à partida a mobilidade destes atores para aquelas sub-regiões é facilitada. Para a atração de empresas e investimento, considerou-se o total da Região Norte. No entanto, a concorrência para o Tâmega e Sousa a este nível envolve, no mínimo, toda a Península Ibérica, sendo que os seus concorrentes diretos correspondem aos territórios cuja especialização e clusters predominantes mais se assemelham (e.g. territórios especializados em produção de calçado) ou territórios que disponham de empresas cuja área de atuação se encontre a montante e/ou a jusante relativamente à área de atuação do investidor/decisor. Assim sendo, também as regiões espanholas podem ser consideradas concorrentes do Tâmega e Sousa na atra-

Análise de Concorrência

ção de investimento, nomeadamente as mais próximas territorialmente ou em termos de características/especialização. Para turistas, a questão é semelhante e, no limite, todas as cidades/regiões do mundo são concorrentes indiretos. Importa no entanto referir que o PENT (2013-2015) identifica destinos em países como Espanha, França e Itália como principais concorrentes em termos turísticos a nível nacional.

Existe ainda outra questão que merece ser considerada em termos de concorrência. De facto pode dizer-se que a concorrência também pode existir entre os concelhos do Tâmega e Sousa e a própria CIM-TS, por exemplo, caso existam diferentes fontes a comunicar diferentes elementos de atração. Daqui pode resultar o efeito contrário ao desejado Acrescentando, o mesmo acontece entre o Tâmega e Sousa e, por exemplo a Região Norte. De uma forma geral, relativamente ao turismo de natureza, o Tâmega e Sousa concorre pela atração de turistas com as Terras de Trás-os-Montes, mas também com projetos como o Minho IN. Neste contexto, importa considerar os elementos diferenciadores, para que fosse possível tirar o melhor partido dos mesmos (ex.: Rio Douro).

Esta análise pode contribuir para a definição da estratégia de marketing a apresentar posteriormente neste documento. Daqui podem resultar três tipos de estratégias possíveis para o Tâmega e Sousa: reproduzir/copiar a concorrência que apresenta melhores resultados em aspetos pré-estabelecidos, inspirar-se na concorrência ou distinguir-se da concorrência, sendo que esta última deverá acarretar resultados mais duradouros.

Tabela 25
Análise de concorrência

Fonte: Elaboração própria

	Aspetos positivos		Aspetos positivos com necessidade de melhoria e maior trabalho		Aspetos negativos
---	-------------------	--	--	---	-------------------

Tabela 25
Análise de concorrência

Fonte: Elaboração própria

Concorrência por	Principais Elementos Procurados	Presença no território	Exemplos de Concorrentes Diretos
Residentes, Emigrantes (e Capital humano)	Serviços (culturais, de saúde, educação, etc.)		Área Metropolitana do Porto (AMP), Cávado, Ave
	Segurança		Ave
	Emprego e Condições Económicas		AMP, Cávado, Ave
	Qualidade Ambiental		Cávado, Ave
	Acessibilidade e Mobilidade		AMP, Cávado, Ave
	Diversidade Social e Cultural		AMP, Cávado, Ave
	Envolvimento e Participação Pública, Governação		AMP, Ave
Empresas e Investimento	Capital Humano, Competência e Produtividade		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho
	Flexibilidade do Mercado de Trabalho		-
	Especialização		AMP, Cávado, Ave
	Conetividade e Redes de Cooperação		AMP, Cávado, Ave
	Ambiente de Inovação		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho
	Financiamento e Incentivos		AMP, Cávado, Ave
	Acessibilidade e Mobilidade		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho
	Experiências		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho, Douro, Terras de Trás-os-Montes, Alto Tâmega
Turistas e Visitantes	Atrações		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho, Douro, Terras de Trás-os-Montes
	Hospitalidade (Idiomas)		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho
	Diversidade Social e Cultural		AMP, Cávado, Ave, Alto Minho, Douro, Terras de Trás-os-Montes, Alto Tâmega
	Segurança		Ave, Douro, Alto Tâmega
	Acessibilidade e Mobilidade		AMP, Ave, Cávado, Alto Minho
	Qualidade Ambiental		Cávado, Ave, Alto Minho, Douro, Terras de Trás-os-Montes, Alto Tâmega

BENCHMARKING

No presente capítulo apresenta-se o resultado de um processo de procura das melhores práticas na área do marketing territorial, que conduziram a uma afirmação pela positiva, quer pelo lado das boas práticas, quer pelos erros cometidos, que devem futuramente ser evitados.

Como tal selecionaram-se os exemplos do Minho IN (escolhido dado o potencial turístico do Tâmega e Sousa, relacionado com os mesmos aspetos trabalhados no Minho), do Douro Vinhateiro (uma vez que este colaborou na afirmação da região ao nível mundial), o Pinhal Litoral (relevante para o caso em apreço dado o potencial ao nível do património natural ainda não explorado e pela sua força industrial), a Galicia e Norte de Portugal (que é um dos melhores exemplos a nível europeu de cooperação territorial) e o caso de Øresund (considerado relevante pois partilha com o Tâmega e Sousa a característica da heterogeneidade).

Minho IN

Enquadramento

O projeto envolve a região do Minho, através de um consórcio entre as Comunidades Intermunicipais do Alto Minho, Ave e Cávado, sendo que o líder do consórcio é a CIM do Alto Minho. Marcam presença ainda outros intervenientes. Como principais podem ser referidos: a Entidade Regional de Turismo Porto e Norte de Portugal, a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes, o Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, a ADRIL, a ADRIMINHO, a ATAHCA, a Sol Ave, a PROBASTO e a Associação de Golf do Norte de Portugal. Este corresponde a uma estratégia de Eficiência Coletiva do Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos, do QREN (PROVERE). O seu principal objetivo é contribuir para o aumento da atratividade e competitividade do território, através da valorização económica dos

Figura 41
Amar o Minho

Fonte: Minho IN



“recursos únicos e diferenciadores do Minho de baixa densidade em valor e em emprego” (Minho IN, disponível em: <http://www.minhoin.com/fotos/editor2/tripticominhoii.pdf>, em 25/01/2015).

O território abrangido pelo projeto detém mais de um 1 100 000 residentes, mais de 100 000 empresas e 570 000 trabalhadores.

Principais elementos em que assenta a proposta de valor

Tendo em consideração o vasto património material e imaterial presente no Minho, os principais elementos sobre os quais assenta a proposta de valor do projeto Minho IN são: o Parque Nacional da Peneda do Gerês, toda a paisagem rural do Minho, verde e fortemente humanizada, os produtos tradicionais (e.g. fumeiros, broa de milho), o vinho verde e as aldeias serranas. Sintetizando, as quatro áreas temáticas base são: o ambiente, o turismo, a agroalimentar e a cultura/património.

Neste seguimento surgiram dez projetos âncora: 1. Golfe Minho IN (Estruturação, Promoção e Apoio Técnico), 2. Aldeias, Solares e Jardins, 3. Reforço da Governação, Infraestruturas e Animação da Rota dos Vinhos Verdes, 4. Promoção do Turismo de Natureza Minho IN (Estruturação, Promoção e Apoio Técnico), 5. Artes e Produtos Tradicionais (Estruturação, Promoção e Apoio Técnico), 6. Novos Negócios da Terra (Estruturação, Promoção e Apoio Técnico), 7. Produto Saúde e Bem-estar (Estruturação, Promoção e Apoio Técnico), 8. Competitividade e Empreendedorismo em Baixa Densidade, 9. Minho IN Porto e Norte de Portugal, 10. Coordenação e Gestão da Parceria.

Neste âmbito surgiu também uma nova imagem e o slogan “Amar o Minho” (ver Figura 41 - Amar o Minho). O booklet também é um produto interessan-

te, pois reúne os diferentes projetos, transcrito em 3 línguas (disponível em: http://www.minhoin.com/fotos/gca/minhoin_1339145963.pdf). Foram produzidos ainda miniguias de percursos pedestres, que interligam e percorrem toda a região.

Como principais resultados devem ser evidenciados: a cooperação entre Comunidades Intermunicipais e respetivos municípios, a cooperação com outras entidades públicas, a cooperação entre entidades públicas e atores privados, a cooperação transfronteiriça, a definição de prioridades em termos setoriais e temáticos, facilitando a concentração dos investimentos, o fator dimensão – Minho como agregador e a estratégia forte que criou elevadas expectativas junto de empreendedores e potenciais investidores, alavancando 600 projetos complementares.

Foi devido ao potencial turístico existente no Tâmega e Sousa e intimamente ligado às áreas temáticas trabalhadas pelo Minho IN que se considerou de extrema relevância a apresentação do presente caso.

Douro – Região Vinhateira *Enquadramento*

O projeto envolve a paisagem vinhateira do Douro e insere-se numa Estratégia de Eficiência Coletiva (PROVERE). Como enquadramento deverão ser referidas as características desafiantes do território: existe uma natureza conflituante entre divisões administrativas, marcas e eventos, uma oferta turística desintegrada e sazonalidade da procura turística, baixa densidade e consequentes baixos níveis de massa crítica, afastamento dos residentes das novas oportunidades no setor do turismo. Como principais intervenientes do consórcio devem ser identificados: os Municípios de Sabrosa, São João da Pes-

Figura 42
Eixos trabalhados
pelo Douro-Turismo

Fonte: Douro-Turismo



queira, Freixo de Espada à Cinta, São João da Pesqueira, Torre de Moncorvo, Vila Real, Lamego, Tabuaço, Vila Flor, Santa Marta de Penaguião, Vila Nova de Foz Coa, Mesão Frio, Mogadouro, Alijó, a CIM Douro, a Douro Alliance – Eixo Urbano do Douro, outras entidades públicas e privadas. O líder do consórcio é Estrutura de Missão do Douro.

Principais elementos em que assenta a proposta de valor

Os principais elementos sobre os quais assenta a proposta de valor do projeto Douro Vinhateiro são: o património natural, a paisagem e a classificação do Alto Douro Vinhateiro como Património da Humanidade da UNESCO, a força da marca Vinho do Porto, o rio navegável, o património cultural e histórico, a gastronomia, as pessoas, a qualidade de vida e a tranquilidade.

Assim sendo, o projeto pretendeu atingir a valorização económica da paisagem vinhateira do Douro através do trabalho sobre seis eixos estratégicos: Enoturismo, Corredor fluvial do Douro; Touring cultural, Paisagístico e de Natureza, Produtos da Terra e Gastronomia, Território e Ambiente, e Governance (ver Figura 42 – Eixos trabalhados pelo Douro-Turismo).

Neste âmbito surgiu também uma nova imagem, voltada apenas para o turismo da região (ver Figura 43 – Turismo do Douro).

Resultados

Como principais resultados do projeto devem ser evidenciados: a sensibilização dos diversos agentes para os benefícios da cooperação, nomeadamente junto de privados, a realização e participação em seminários para o desenvolvimento sustentável da região e a criação de um novo portal de turismo,

Figura 43
Turismo do Douro
Fonte: Douro-Turismo



9

Quando consultado o link acima transcrito, em Junho de 2015, não foi possível entrar no site.

disponível em: <http://www.douro-turismo.pt/index.php>⁹. Este website apesar de bastante completo e organizado (e.g. com informações acerca do que visitar, com roteiros definidos, com informação acerca de onde ficar) encontra-se apenas desenvolvido na língua portuguesa, o que constitui uma limitação significativa à atração de público turístico estrangeiro.

Existem, no entanto, algumas críticas mencionadas ao projeto: a falta de uma liderança forte, a inexistência de uma verdadeira estratégia de marketing e consequentes falhas de comunicação externas e internas e a exclusão do desenvolvimento do projeto de alguns agentes locais relevantes.

À semelhança do exemplo apresentado anteriormente, o presente caso considerou-se um caso relevante para o Tâmega e Sousa pela identificação de elementos em comum entre ambos. No entanto, aqui, deve ser dirigida mais atenção aos elementos que falharam na implementação do projeto Douro – Região Vinhateira, de forma a não serem repetidos.

Pinhal Litoral

Enquadramento

A Região de Pinhal Litoral (que envolve os concelhos da Batalha, Leiria, Marinha Grande, Pombal e Porto de Mós) desenvolveu em 2011 uma estratégia de marketing territorial. A análise que se segue debruça-se sobre as apresentações disponíveis online sobre a mesma (disponíveis em: http://ruci.cimregiaodeleiria.pt/docs/apresentacao_cm_cimpl_19jul.pdf, em 12/2/2015, e http://ruci.cimregiaodeleiria.pt/docs/PAINEL1_Abertura_PlanoMkt_SPI.pdf, em 12/2/2015).

Também para este território é possível afirmar que existiam características desafiantes, nomeadamente a natureza conflituante entre divisões administrativas, marcas e eventos, uma comunicação desintegrada e a nível turístico uma oferta desintegrada e sazonalidade da procura.

Principais elementos em que assenta a proposta de valor

Os principais elementos sobre os quais assenta a proposta de valor do Pinhal Litoral são: a presença de três das maravilhas de Portugal: Mosteiro da Batalha, Grutas de Mira de Aire e Arroz de Marisco da Praia da Vieira; de património cultural e histórico relevante, da ligação à história de Portugal – o Pinhal de Leiria e a Batalha de Aljubarrota; o património natural – Bacia hidrográfica (Liz), Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros e Serra de Sicó; e a forte especialização industrial e inovação tecnológica do território.

Assim sendo, foram estabelecidas duas vertentes de ação: “Pinhal Litoral enquanto destino turístico: uma maravilha de Portugal” e “Pinhal Litoral enquanto destino de investimento: uma das principais forças motrizes de Portugal”.

Resultados

Nesta pequena subsecção será realizada uma breve análise apenas à estratégia de marketing territorial definida, visto não ser possível encontrar resultados diretos da mesma. É então verificável que a estratégia identifica claramente os públicos-alvo para o turismo e para o investimento, que prevê a organização da oferta turística, ações de preparação, promoção e sensibilização interna, ações de sensibilização para a cooperação, uma estratégia de e-marketing bem delineada e indicadores de monitorização e avaliação dos resultados. Contudo e aparentemente, a estratégia parece atribuir uma menor atenção ao grupo de stakeholders dos residentes.

Tendo em consideração que o Tâmega e Sousa também se pode afirmar como destino turístico e destino de investimento, nomeadamente pelo potencial ao nível do património natural não explorado e pela sua força industrial, consi-

derou-se relevante a apresentação do exemplo do Pinhal Litoral. Acrescentando, tratando-se também de uma comunidade intermunicipal este é um exemplo mais “equivalente”, no qual se pode considerar que existem pontos comuns ao elo referido no caso da CIM do Tâmega e Sousa.

Galicia e Norte de Portugal

Enquadramento

A Comunidade de Trabalho Galiza-Norte de Portugal foi criada em 1991, ao abrigo do Convénio Marco Europeu sobre a Cooperação Transfronteiriça entre Comunidades e Autoridades Territoriais do Conselho da Europa de 1980 (ver Figura 44 - Galicia e Norte de Portugal).

O Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia-Norte de Portugal (GNP-AECT) é um agente dinamizador e de interligação para a Euro-região, surgiu em 2008. A sua criação resulta do trabalho conjunto da Xunta Galicia e da CCDR-N. Envolve a Comunidade Autónoma de Galicia (A Coruña, Lugo, Ourense e Pontevedra) e a Região Norte de Portugal (MinhoLima, Cávado, Alto TrásosMontes, Grande Porto, Ave, Tâmega, Douro, Entre Douro e Vouga). O GNP-AECT tem assumido o papel de estabelecer pontes de comunicação, de diálogo, de investimento e de convergência entre as regiões.

Do envolvimento entre os diferentes parceiros da Euro Região resultou também a constituição do Observatório Transfronteiriço Galiza-Norte de Portugal, que reiniciou em 2010 a edição do Anuário Estatístico Galiza Norte de Portugal.

Figura 44
Galicia e Norte de Portugal

Fonte: *Galicia e Norte de Portugal*



Principais elementos em que assenta a proposta de valor

O principal objetivo deste AECT é “promover e valorizar a competitividade do tecido empresarial através do conhecimento e da inovação, potenciar e racionalizar os equipamentos básicos transfronteiriços e aumentar a coesão social e institucional da Euro-região. A sua maior expectativa é a de promover interesses e objetivos comuns que criem maior valor do que o esperado individualmente pelos seus membros”. A proposta de valor assenta principalmente na cooperação e na união e concertação de esforços e iniciativas. É um exemplo recente o investimento previsto para o plano de ação na Biosfera Gerês-Xurê.

Resultados

Até à data, o principal resultado a destacar é a afirmação do GNP-AECT na Península Ibérica e na Europa, através do European Grouping of Territorial Cooperation (EGTC). A Euro-região Galiza-Norte de Portugal tem-se vindo a afirmar como um território de forte interação social, económica e cultural, repleto de oportunidades e com um elevado potencial de desenvolvimento futuro. Neste sentido, têm vindo a ser desenvolvidas inúmeras iniciativas conjuntas e a ser estabelecidos protocolos de cooperação, nomeadamente e, a título de exemplo, pode ser apontado o Plano Conjunto de Investimento para a Euroregião GNP 2014-2020 (JIP 14-20), um documento que assume como prioridades para o território a aposta na inovação e transferência de conhecimento científico para o setor produtivo, em novas oportunidades de emprego, no ambiente e património e na capacitação institucional.

De acordo com o Plano, para o presente programa quadro, a Euro-região pretende cooperar e investir no sentido de promover:

- Criação de emprego;
- Apoio às pequenas e médias empresas;
- Avanço da investigação, desenvolvimento e inovação;
- Melhoria dos recursos naturais da Península Ibérica.

Øresund

Enquadramento

O Estreito de Øresund separa a Dinamarca da Suécia. Os dois países lutaram várias vezes ao longo da história para controlar o estreito que é ponto de acesso ao Mar Báltico, razão pela qual, os habitantes de ambos os territórios se viram sempre como adversários. Com o fim da II Guerra Mundial, estes territórios deixaram de se ver como inimigos, passando a parceiros de negócios.

Principais elementos em que assenta a proposta de valor

O planeamento e construção de uma ponte para ligar as duas margens marcou o início de um processo estratégico, no sentido de fazer emergir naquele território uma região, a Região de Øresund, que incluía as cidades industriais de Malmo e Copenhaga. Para além da ponte, foram criadas infraestruturas de transportes, de saúde e de educação.

Para o desenvolvimento destas infraestruturas os fundos europeus e o comprometimento das autoridades locais foram essenciais. No entanto, foi detetada a necessidade de desenvolver uma identidade comum, que permitisse colocar a região no mapa, especialmente do ponto de vista do resto da

Figura 45
Øresund

Fonte: Øresund



Europa. A Consultora Wolff Olins, contratada para essa tarefa, comprometeu-se a encontrar e descrever os valores para formar a base de integração regional e definir uma estratégia de Marketing Territorial. O slogan com duplo sentido desenvolvido pela consultora – “Øresund – The Human Capital” – procurou enfatizar essencialmente a qualidade de vida e os elevados níveis educacionais e de avanço tecnológico e científico da região. Com base nas conclusões da análise, foi desenvolvida uma imagem (ver Figura 45 – Øresund) e um plano de atuação para os 5 anos seguintes, fornecendo aos agentes regionais ferramentas para levar a cabo as atividades de Marketing.

A região é hoje uma das mais prósperas da Europa, com baixos níveis de desemprego e uma população em crescimento. Ainda que grande parte do sucesso da estratégia possa ser atribuído ao desenvolvimento de infraestruturas, o papel do Plano de Marketing Territorial foi também fundamental. Este permitiu a criação de uma imagem única, com um contributo significativo para o reforço da capacidade de atração do investimento.

Importa, no entanto, referir uma das principais limitações do Plano. Este, por não ter tido em consideração a participação da população em geral, foi criada uma imagem forte para o exterior, que não corresponde à visão interna da população da região, o que dificulta o reforço da coesão territorial.

Dada a força industrial do Tâmega e Sousa, considerou-se de extrema relevância a apresentação do presente caso. Salienta-se ainda a importância atribuída por Øresund aos elevados níveis educacionais e ao avanço tecnológico e científico da região, aspetos que ainda estão longe dos níveis desejáveis no território do Tâmega e Sousa.

Síntese do benchmarking

Em seguida apresenta-se uma súmula das boas práticas e principais lições que se podem retirar do benchmarking realizado (ver Tabela 26 – Síntese do benchmarking).

ANÁLISE SWOT

A análise SWOT contempla forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa. Na tabela seguinte (ver Tabela 27 - Breve análise SWOT) podemos encontrar os aspetos previamente referidos, mas de forma sintetizada:

Tabela 26
Síntese do benchmarking

Fonte: Elaboração própria

BOAS PRÁTICAS	PRINCIPAIS LIÇÕES
<p>Boas práticas Estratégias baseadas na cooperação entre entidades públicas e privadas</p> <p>A definição de prioridades facilita a decisão e concentração de investimentos</p> <p>Importância da dimensão região (disponibilidade de massa crítica)</p> <p>Organização de informação acerca dos elementos presentes no território</p> <p>Identificação clara dos públicos-alvo</p>	<p>Necessidade:</p> <p>De uma marca com a qual todas as partes interessadas se identifiquem</p> <p>De uma liderança forte</p> <p>De uma comunicação concertada</p> <p>Da definição de instrumentos de monitorização política e de satisfação das partes interessadas</p> <p>De envolvimento da população nas oportunidades criadas e na própria criação de oportunidades</p> <p>De verificar a relevância de investimentos complementares (em infraestruturas, em educação, formação, etc.)</p>

Tabela 27
Breve análise SWOT
Fonte: Elaboração própria

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Proximidade e boas acessibilidades a diferentes polos da Região Norte e, destas, ao resto do mundo; • População jovem (apesar da heterogeneidade existente entre concelhos); • Forte dinâmica industrial e exportadora, com especializações por concelho diferenciadas e em setores com complementaridades; • Riqueza e diversidade do património natural, histórico, cultural, gastronómico e vinícola, suscetível de valorização turística; • Potencial económico da floresta, agricultura e de outros recursos endógenos, suscetíveis de valorização no âmbito da agroindústria, turismo e energia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo territorial fortemente dual e identidade regional difusa ou inexistente; • Sobreposição de modelos inconsistentes de organização espacial da administração, dos serviços públicos e da sociedade civil; • Acessos inadequados em concelhos de menor densidade; • Insuficiente mobilidade intra e intermunicipal devido a carências infraestruturais e na oferta e coordenação de serviços de transportes públicos; • Défice de qualificações da população; • Baixa produtividade, baixos níveis de utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e escassa incorporação de conhecimento e inovação; • Fraca articulação da oferta turística, dentro do Tâmega e Sousa e com as regiões vizinhas; • Carências nos serviços ambientais generalizadas a nível de resíduos e mais localizadas no abastecimento de água.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TS como instrumento de coordenação e maximização da eficiência das diversas iniciativas de intervenção no território; • Proximidade e acessibilidades permitem mobilizar competências e recursos existentes em regiões vizinhas em favor do Tâmega e Sousa; • Inserção das PME do Tâmega e Sousa em <i>clusters</i> com visibilidade internacional; • Tendências, motivações e novos padrões de consumo de turistas e visitantes que privilegiam experiências diversificadas, autênticas e destinos com elevada qualidade ambiental; • Comunidades de emigrantes portugueses no mundo (e.g. potenciais turistas, clientes, investidores, parceiros nos processos de internacionalização). 	<ul style="list-style-type: none"> • Perda de dinâmica populacional, fruto de quebras na natalidade, do abandono da região e mesmo de emigração; • Problemas de coesão social decorrentes dos elevados níveis de desemprego e da alteração da estrutura etária da população; • Incapacidade de fixação dos jovens mais qualificados; • Impacto dos fogos florestais sobre o potencial da floresta; • Modestas perspectivas de crescimento económico na UE27 - espaço em que se concentram as exportações do Tâmega e Sousa; • Reduzida compreensão das cadeias globais em que a produção industrial é crescentemente organizada; • Forte concorrência de regiões com oferta turística comparável.

Planeamento

É importante ter metas,
mas também é fundamental
planear cuidadosamente
cada passo para atingi-las.



Segmentação e Identificação dos Segmentos Alvo

SEGMENTAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DOS SEGMENTOS ALVO

Após o desenvolvimento do diagnóstico do território do Tâmega e Sousa, no presente capítulo e seguinte (Capítulos 3 e 4) percorrer-se-ão as restantes etapas apresentadas na figura seguinte (ver Figura 46).

A definição de objetivos materializa-se na segmentação, identificação de segmentos alvo, a que se segue a apresentação da estratégia de marca para o Tâmega e Sousa, incluindo a proposta de valor e o sistema de identidade nominal e visual da marca, bem como a definição de um plano de ação com medidas concretas e práticas para a implementação da estratégia estabelecida. Por último, são identificados os indicadores de controlo para a monitorização da implementação da estratégia e inerente plano de ação.

Segmentação

Tendo em consideração os capítulos anteriores e toda a análise realizada, de seguida apresenta-se a divisão do mercado do Tâmega e Sousa em público a impactar e a subdivisão dos mesmos (ver Figura 47, Figura 48 e Figura 49).

No grupo Particulares incluem-se os públicos: residentes, emigrantes e turistas/visitantes e respetivos critérios de segmentação a aplicar (ver Figura 48 – Segmento de Particulares).

No grupo Empresas e investidores, temos como públicos as empresas atuais e potenciais, e respetivos critérios de segmentação (Figura 49).

Identificação dos Segmentos e Targeting

De seguida identificam-se os públicos prioritários para o Tâmega e Sousa, tendo em consideração os critérios de segmentação anteriormente identificados e a sua atratividade, de acordo com o que se pretende promover e valorizar

Figura 46
Etapas do Processo de Marketing Territorial

Fonte: Elaboração própria

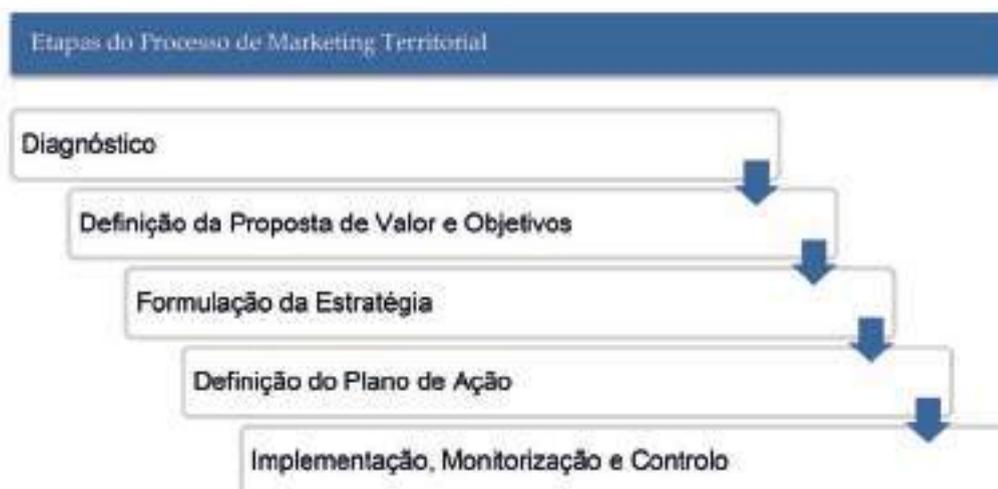




Figura 47
Públicos do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

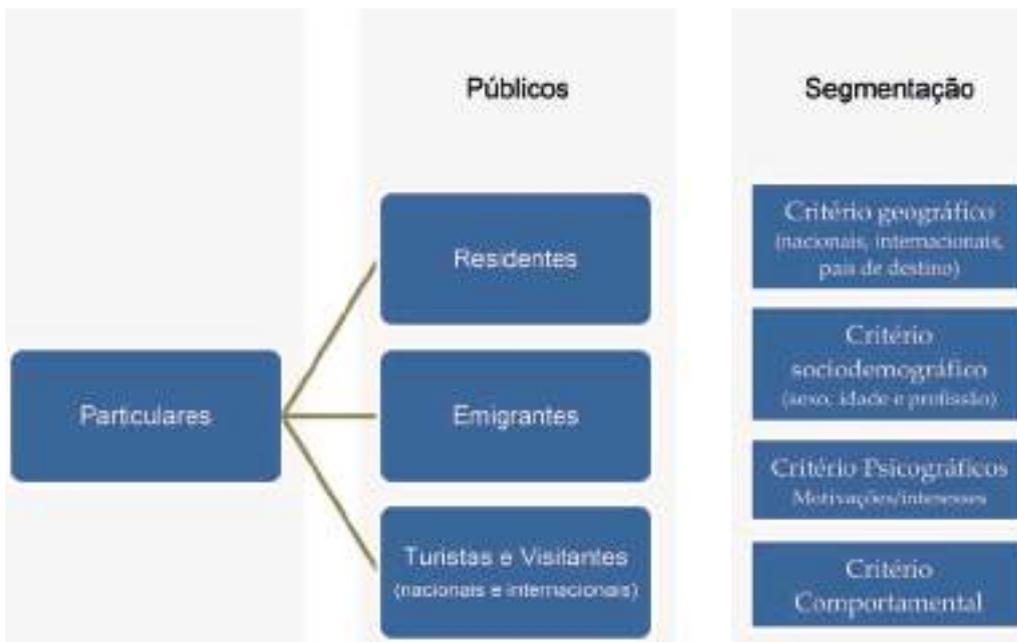


Figura 48
Segmento de Particulares

Fonte: Elaboração própria



Figura 49
Segmento das Empresas e Investidores

Fonte: Elaboração própria

Segmentação e Identificação dos Segmentos Alvo

no Tâmega e Sousa, nacional e internacionalmente e de acordo com as vantagens competitivas do próprio território.

Público Particulares

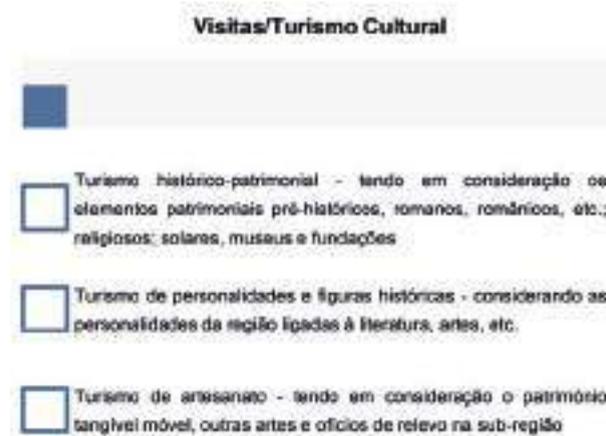
Assim, através do critério psicográfico, motivações, gostos e interesses, identificou-se para os públicos residentes, emigrantes e turistas e visitantes os seguintes segmentos a atingir (ver Figura 50 – Visitas/Turismo Cultural, Figura 51 – Visitas/Turismo Gastronómico, Enoturismo e de Festividades e Figura 52 – Visitas/Turismo de Bem-estar e de Natureza).

Tal como referido anteriormente, a segmentação segundo o critério psicográfico é aplicável a residentes, visitantes e turistas atuais e potenciais do Tâmega e Sousa. No entanto, importa ainda especificar, relativamente ao público turistas e visitantes internacionais, os principais países para os quais devem ser desenvolvidas ações em específico.

Para este efeito, foi possível identificar no PENT (2013–2015) os principais mercados emissores a nível nacional (ver Figura 53 – Mercados Internacionais Estratégicos segundo o PENT (2013–2015)). Estes devem ser considerados enquanto alvo de ações nesta área por parte do Tâmega e Sousa. As ações a implementar para a atração deste público podem ser complementadas por ações desenvolvidas por parte dos “embaixadores” do Tâmega e Sousa, sendo que estes se encontram significativamente representados em grande parte os países apresentados. Outros tipos de turismo por referir são o turismo-residência (proprietário que utiliza a casa em férias, fins de semana ou períodos de longa duração, principalmente no fim da sua vida ativa).

Figura 50
Visitas/Turismo Cultural

Fonte: Elaboração própria



Visitas/Turismo Gastronómico, Enoturismo e de Festividades

- Turismo gastronómico - considerando a riqueza e variedade da gastronomia regional, incluindo diversas especialidades locais, da doçaria regional e das especificidades locais agroalimentares
- Enoturismo - tendo em consideração a qualidade e relevância do vinho verde no Tâmega e Sousa, a presença dos onze concelhos na Rota do Vinho Verde, as Quintas, Solares e Adegas existentes
- Turismo de eventos e festividades - considerando, as inúmeras festividades e feiras de especialidade que o Tâmega e Sousa oferece ao longo de todo o ano

Figura 51
Visitas/Turismo Gastronómico,
Enoturismo
e de Festividades

Fonte: Elaboração própria

Visitas/Turismo de Bem-estar e de Natureza

- Turismo de saúde e termal - dada a qualidade das águas termais de vários concelhos da região
- Turismo de aventura e desportivo (pedestrianismo, BTT, rafting, hidrospeed, bridge jumping, rapel, remo, canoagem, caiaque, windsurf, ski, jetski, molonéutica) - dadas as condições e infraestruturas disponíveis para a prática destas atividades na sub-região
- Turismo fluvial - tendo em consideração o potencial de negócio da via navegável do Douro para a realização de cruzeiros turísticos e restantes rias de relevo regional

Figura 52
Visitas/Turismo de Bem-estar e
de Natureza

Fonte: Elaboração própria

3º Nível de Mercados de Diversificação	<ul style="list-style-type: none"> • Suíça • Canadá • Áustria • Polónia • Rússia
2º Nível de Mercados de Desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"> • Itália • Escandinávia • Holanda • EUA • Brasil • Irlanda • Bélgica • Japão
1º Nível de Mercados Estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Reino Unido • Espanha • Alemanha • França

Figura 53
Mercados Internacionais
Estratégicos segundo o PENT
(2013-2015)

Fonte: PENT (2013-2015)

Segmentação e Identificação dos Segmentos Alvo

Para esta tipologia em particular destacam-se os turistas provenientes do Reino Unido e da Alemanha, e ex-emigrantes.

É de extrema relevância referir ainda a necessidade de apostar primeiramente e consolidar o mercado nacional e o espanhol, especialmente territórios mais próximos, como a Galiza, promovendo férias de curta duração fora da época alta, enfatizando a proximidade e os fáceis acessos ao território.

Os residentes são um dos públicos de maior relevância. Para além de segmentados através do critério psicográfico, são ainda tratados de forma agregada, dada a necessidade de integração, articulação e criação de uma identidade comum aos onze concelhos do Tâmega e Sousa. Desta forma, devem ser informados e envolvidos acerca dos diversos temas intermunicipais e devem ser promovidas ações que criem a perceção de articulação intermunicipal (e.g. articulação de eventos entre concelhos). Contudo, o principal objetivo das ações estratégicas definidas neste âmbito deverá ser a fixação da população.

O público ‘emigrantes’ será tratado de forma semelhante, isto é, de forma agregada. A justificação para a presente opção prende-se com a amplitude do

Figura 54
Setores de atividade atuais
Nacionais e internacionais

Fonte: Elaboração própria



território que é abrangida quando um “embaixador” promove o seu território. Acrescentando, este público relaciona-se intimamente com o turismo de saúde, a ser considerado também na definição da estratégia para a sub-região.

Público Empresas e Investidores

Relativamente ao grupo das empresas e investidores, tendo em consideração o tecido empresarial do Tâmega e Sousa, os seus principais clusters e oportunidades identificadas no diagnóstico (Tabela 4 - Principais Clusters do Tâmega e Sousa e Tabela 5 - Principais Clusters do Tâmega e Sousa), optou-se pela realização de uma segmentação ao público empresas do Tâmega e Sousa cru-

Setores de Atividade Potenciais Nacionais e Internacionais

- Agro-alimentar
- Vitivinícola
- Florestal
- Turismo

Figura 55
Setores de atividade de potenciais

Fonte: Elaboração própria

Países Estratégicos de 2ª linha

- França
- Angola
- Luxemburgo
- Irlanda
- Itália
- Bélgica
- Suíça

Países Estratégicos de 1ª linha

- Países Baixos
- Espanha
- Alemanha
- Reino Unido
- Brasil
- EUA

Figura 56
Países Investidores

Fonte: Banco de Portugal, 2014 in AICEP

Definição da Estratégia da Marca

zando os três critérios – geográfico, demográfico e comportamental – resultando nos segmentos “setores de atividade atuais nacionais e internacionais” (ver Figura 54 – Setores de atividade atuais) e “setores de atividade potenciais nacionais e internacionais” (ver Figura 55 – Setores de atividade potenciais).

Relativamente ao subtarget do setor turístico importam atrair e manter as empresas de animação turística, mas também colocar o Tâmega e Sousa numa posição mais próxima do consumidor final, o que implica a definição de um conjunto de ações para atuação junto dos operadores turísticos, um aspeto bastante referido pelos entrevistados (Capítulo 2.2.).

A atração de investimento depende de outros fatores para além do fator especialização de determinado território. Desta forma, deverá ser tomada em consideração na definição e implementação da estratégia a necessidade de promoção de zonas e novas políticas de acolhimento empresarial. Esta questão é relevante não só para a atração de empresas e investimento para o território, mas também para evitar a saída das empresas estabelecidas no mesmo.

Tendo por base a informação relativa aos maiores países investidores em Portugal, dividiram-se os países investidores em Países Estratégicos de 1ª e 2ª linha, consoante o seu grau de importância (ver Figura 56 – Países Investidores).

Definição da Estratégia de Marca

Depois de identificados os segmentos alvo para o Tâmega e Sousa, é fundamental definir a estratégia de marca para a sub-região, tendo em conta a importância crítica da marca para a atração de turismo, investimento e fidelização da população residente. A marca territorial deve fazer uma proposta única e relevante e contribuir para alavancar as diversas marcas de bens e serviços produzidos no território, bem como as marcas territoriais já existentes, como, por exemplo, a Rota do Românico.

DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA DA MARCA

Posicionamento e proposta de valor da marca

Antes de mais, começamos por definir uma proposta de valor para a marca, que seja relevante para os seus públicos-alvo e distintiva face às regiões concorrentes. Assim sendo, definem-se de seguida os benefícios únicos e/ou diferenciadores da sub-região que devem orientar toda a sua estratégia de marketing.

Públicos Residentes, Emigrantes e Turistas e Visitantes

Para os públicos residentes, emigrantes e turistas e visitantes, dada a heterogeneidade do território e o desconhecimento que a população demonstrou em relação à entidade da Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa, decidiu-se que, após a segmentação feita, as principais valências a serem comunicadas na proposta de valor do território são (ver Figura 57 – Valências do Tâmega e Sousa para o público Particulares)):

Em específico para os públicos turistas e visitantes, nacionais e internacionais – sendo que para os últimos importa promover nos canais adequados – deve-se ter em consideração que estes procuram emoções e experiências únicas. Tendo em consideração os objetivos de fixação da população e redução do desemprego, é fundamental que o Tâmega e Sousa posicionar-se como um território coeso, próspero e sustentável, apresentando as características procuradas pelos residentes. Algumas das características procuradas pelos residentes são: serviços (culturais, de saúde, educação, etc.), segurança, emprego e condições económicas, qualidade ambiental, acessibilidade e mobilidade, diversidade social, cultural e animação, envolvimento e participação pública e uma governação transparente. A este respeito, devem ser salientados os apoios recentes ao empreendedorismo e à criação de emprego próprio (Prémio Tâmega e Sousa empreendedor e Rede de apoio à atividade económica).

Definição da Estratégia da Marca

Públicos Empresas do Tâmega e Sousa e Empresas Exteriores ao Tâmega e Sousa

No que toca aos públicos Empresas do Tâmega e Sousa e Empresas Exteriores ao Tâmega e Sousa (nacionais e internacionais), decidiu-se focar a lógica do posicionamento para as empresas já instaladas no Tâmega e Sousa e nas que se podem vir a instalar, independentemente da origem (ver Figura 58 - Empresas (do Tâmega e Sousa e do exterior)), o que será vertido mais adiante na implementação.

Tendo em consideração a análise anteriormente realizada, e os eixos de diferenciação que devem ser enfatizados junto dos diferentes targets, considera-se que a proposta de valor do Tâmega e Sousa deve assentar nas seguintes ideias, refletindo a diversidade e complementaridade existentes:

“Cultura, lazer e negócios, um território de oportunidades.”

“Uma região a explorar e para investir.”

Visão, missão e objetivos estratégicos

A visão estabelecida para a estratégia de marketing territorial encontra-se em concordância com a visão estabelecida previamente pelo Conselho Intermunicipal do Tâmega e Sousa. Esta é uma visão inclusiva e agregadora, que visa unir e tirar o máximo proveito das complementaridades existentes entre os diferentes concelhos do Tâmega e Sousa. A visão reflete ainda preocupações com o reforço da competitividade do território e de todos os seus elementos e com a excelência ambiental do mesmo.

Figura 57
Valências do Tâmega e Sousa
para o público Particulares)

Fonte: Elaboração própria

Público Particulares	Histórico-Patrimonial: Diversidade de monumentos históricos, existência de produtos estruturado (e.g. Rota do Românico)
	Personalidades e Figuras Históricas: Personalidades de relevo ligadas à cultura, disponibilidade de museus com as suas obras e iniciativas inspiradas nos mesmos
	Artesanato: Riqueza e originalidade de artes e ofícios, diversidade de produtos regionais
	Gastronomia: Riqueza, variedade e especificidades da gastronomia regional (e.g. Capão à Freamunde); Estrela Michelin (Casa da Calçada) e restaurantes amplamente reconhecidos
	Enoturismo: Qualidade e singularidade do Vinho Verde, diversidade de Quintas e Solares, presença da Rota do Vinho Verde
	Atividades de Natureza/ Ar livre: Disponibilidade de percursos pedestres e trilhos, enquadrados numa envolvente natural única, de locais únicos para a prática de desportos aquáticos e desportos radicais, história de prática da caça e pesca no território
	Eventos e Festividades: Variedade e quantidade de festividades, feiras e eventos desportivos ao longo de todo o ano no Tâmega e Sousa
	Turismo de Saúde e Termal: Qualidade e propriedades únicas das águas termais
	Turismo de Saudade: Elevado volume de pessoas do Tâmega e Sousa emigradas, emigrantes enquanto embaixadores do território no exterior
	Turismo Fluvial: Seis concelhos do Tâmega e Sousa na Via Navegável do Douro (interligação fundamental entre o rio, o enoturismo e a gastronomia), presença do Rio Paiva, o melhor rio nacional para a prática de <i>rafting</i> e desenvolvimento de atividades fluviais no Rio Tâmega
	Turismo de residência e turismo de investimento: Presença no território de qualidades procuradas por esta tipologia de turistas: qualidade de vida - descanso, qualidade ambiental, sol, boa gastronomia, doçaria e vinhos, etc.

Figura 58
Empresas (do Tâmega e Sousa e do exterior)

Fonte: Elaboração própria

Empresas (do Tâmega e Sousa e do exterior)	Empresas instaladas no território: Manutenção das condições de oferta, nomeadamente: da mão de obra qualificada, manutenção de incentivos fiscais, associações com empresas dos territórios vizinhos e projeção das empresas existentes, através do aumento da visibilidade do território do Tâmega e Sousa
	Atração de Novas Empresas: Território com objetivos de desenvolvimento de novas políticas de acolhimento empresarial, infraestruturas, de promoção da mobilidade e acessibilidade.

Definição da Estratégia da Marca

Tâmega e Sousa 2030: Um território ambientalmente exemplar, uma economia dinâmica e uma comunidade coesa.

Também do ponto de vista do marketing territorial se prevê trabalhar o território de forma integrada, tomando em consideração as três principais áreas de intervenção estabelecidas na visão – ambiente, economia e coesão social – e todos os diferentes públicos-alvo do Tâmega e Sousa. Esta visão será operacionalizada através do plano de ação (Capítulo 4).

Através da missão da estratégia de marketing territorial pretende-se tornar tangível a visão para o território de Tâmega e Sousa:

O Tâmega e Sousa tem como missão afirmar a sua qualidade ambiental, valorizar o seu património natural e cultural, afirmar o seu tecido económico enquanto motor do desenvolvimento do território, promover uma qualidade

Figura 59
Objetivos Estratégicos do marketing territorial para o Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria



de vida de excelência e envolver os seus residentes. Segundo este modelo de proximidade, o Tâmega e Sousa deve dar resposta às necessidades e exigências dos seus diferentes públicos-alvo, promovendo principalmente os seus elementos diferenciadores.

A estratégia de marketing propõe a maximização de oportunidades relacionadas com os elementos diferenciadores do Tâmega e Sousa, segundo uma lógica de inovação, conforme constante na Tabela 32. Nesse sentido, antes de mais, é fundamental identificar os objetivos estratégicos que irão orientar o desenvolvimento da estratégia de marketing para o Tâmega e Sousa, e, em concreto, a elaboração de um conjunto de planos de ação (ver Figura 59 - Objetivos Estratégicos do marketing territorial para o Tâmega e Sousa).

Definição da estrutura de identidade corporativa

É fundamental que a sub-região do Tâmega e Sousa se apresente de uma forma clara e compreensível aos seus públicos internos e externos, especificando o papel dos diversos concelhos e o relacionamento entre eles, bem como os diferentes contextos de mercado e de produto em que a marca territorial (que irá identificar o Tâmega e Sousa) será adotada. É importante criar um sistema de identidade que transmita a diversidade e a riqueza das diferentes unidades que compõem o território, tornando claro o seu papel, sem pôr em causa os valores e carácter da região aglutinadora.

Para que a globalidade das suas expressões projete com clareza e coerência a mesma realidade, o Tâmega e Sousa tem que adotar uma atitude consistente, no longo prazo, em relação a todas as formas de comunicação. O carácter único do território, aquilo que é central, distintivo e permanente, deve fornecer um quadro de coerência e continuidade, orientando a sua maneira de ser e a forma como comunica.

Definição da Estratégia da Marca

Neste momento, e de acordo com o diagnóstico, poucas são as associações espontâneas geradas pelo “Tâmega e Sousa”. Porém, os concelhos do Tâmega e Sousa geram associações, que nalguns casos são favoráveis e fortes. Por exemplo, e conforme foi apresentado anteriormente, aos concelhos de maior densidade está associada a força da indústria e aos concelhos de menor densidade as suas belíssimas paisagens. No entanto, nem todas as associações são positivas, a título de exemplo, as áreas rurais muitas vezes são vistas de forma negativa pelas fracas acessibilidades e baixos níveis de emprego. Assim sendo, conclui-se que é fundamental desenvolver uma marca com uma identidade nominal e visual forte e coerente, que diferencie claramente a sub-região do Tâmega e Sousa, e contribua para criação de uma marca regional forte e com valor.

Propõe-se, assim, uma marca única para o território do Tâmega e Sousa, que gere notoriedade para esta sub-região e transmita um conjunto de associações fortes, favoráveis e únicas. Essa marca deverá adotar um conjunto de sinais de identidade que expressem de forma consistente o carácter único da região, realçando os eixos diferenciadores anteriormente apresentados, e que sejam apelativos e pertinentes para os públicos-alvo do Tâmega e Sousa.

Tendo em consideração a relevância da marca Rota do Românico e o facto de ser um dos principais elementos que unificam a região do Tâmega e Sousa, sendo transversal a vários concelhos, consideremos que, no caso particular da Rota do Românico, deverá ser adotada uma estrutura de identidade híbrida (ou de cobertura). Assim, sugerimos que a marca Tâmega e Sousa cubra a submarca da Rota de Românico, e que toda a divulgação que seja feita pelo território da Rota do Românico inclua referência a ambas as marcas. No en-

tanto, a marca do território deverá ter sempre um papel de destaque em toda a comunicação.

A adoção desta estrutura de identidade, nesta situação em concreto, poderá resultar em algumas vantagens importantes e também em algumas desvantagens. Primeiramente, a cobertura de uma marca já conhecida é fundamental para criar notoriedade para a nova marca territorial. Ademais, a associação à Rota do Românico e ao seu o património cultural ajuda criar legibilidade temporal para a nova marca, conferindo-lhe um sentido de História e de lugar, o que é fundamental. Finalmente, a cobertura permitirá transferir um conjunto de associações positivas e fortes que são estabelecidas em relação à Rota do Românico para a nova marca do Tâmega e Sousa, fortalecendo a imagem desta marca territorial. A principal desvantagem da estrutura de identidade proposta prende-se com o facto de esta acrescentar complexidade ao processo de comunicação da marca territorial. Esta estrutura torna mais difícil a manutenção de uma aparência e uma voz consistente entre a marca de cobertura e as marcas cobertas, o que pode contribuir para alguma indefinição no posicionamento obtido, ou imagem da marca de cobertura. Contudo, essas desvantagens ocorrem quando a marca de cobertura cobre um conjunto alargado de marcas, com pouca relação explícita entre si, e esse não deverá ser o caso.

Definição do nome

O nome é a base para todos os esforços de comunicação da marca e para a criação de notoriedade. Nesse sentido, o nome deve ser simples, de pronúncia e leitura fácil, e ainda familiar e rico em significado. Por outro lado,

Definição da Estratégia da Marca

é fundamental que o nome escolhido transmita um conjunto de associações favoráveis, fortes e únicas, que sejam consistentes com o posicionamento desejado da marca. Apresentamos algumas sugestões de nomes que respeitam estes critérios:

1. “Verde Vivo”
2. “Verdes Rios”
3. “Terras Verdes”

Definição do logótipo

O logótipo, principal sinal de identificação visual da marca, tem um papel também nuclear na criação de notoriedade e na transmissão de associações, sendo ainda um elemento fundamental na relação dos públicos-alvo com a marca. Os logótipos que apresentem um elemento visual gráfico figurativo, ou seja, rico em significados associados ao mundo real sensível, facilitam a criação de notoriedade, bem como a transmissão de associações, e influenciam favoravelmente a resposta afetiva em relação à marca. Assim, sugere-se que as propostas para o logótipo apresentem elementos do património natural, tais como rios, montanhas, árvores, flores ou outros elementos ligados à natureza, que sejam identificativos do Tâmega e Sousa e consistentes com o nome escolhido.

Nome e logótipo devem ser suportados por uma assinatura de marca, que transmita a proposta de valor, e que poderá ser adaptada em função do público-alvo.

A título de exemplo apresentamos identidades visuais utilizadas por outros territórios que respeitam os critérios definidos (ver Figura 60 - Logótipo Canadá, Figura 61 - Logótipo Equador e Figura 62 - Logótipo Porto).

Figura 60
Logótipo Canadá

Fonte: <http://brandchannel.com>



Figura 61
Logótipo Equador

Fonte: www.brandsoftheworld.com



Figura 62
Logótipo Porto

Fonte: www.logotipo.pt



Implementação



Sonhos determinam
o que se quer.
Ação determina
o que se conquista.



Definição do Plano de Ação

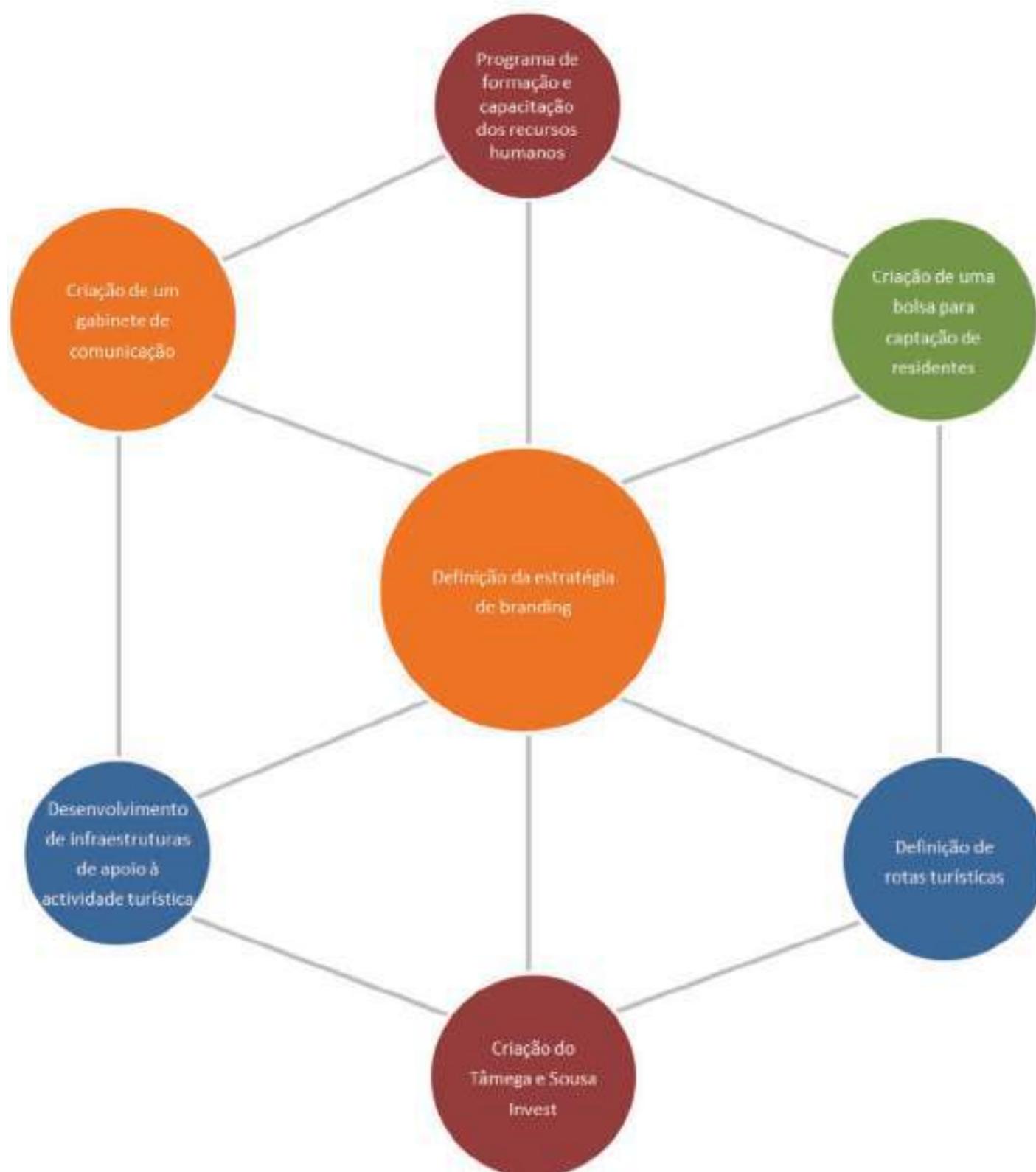
As Medidas

DEFINIÇÃO DO PLANO DE AÇÃO

Após uma extensa análise da situação atual e a definição da estratégia em que este plano se baseia, é importante concretizá-lo, apresentando medidas concretas. Deste modo, no capítulo da implementação apresenta-se o plano de ação que deve ser seguido pela Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa. Este plano funda-se em 7 medidas mais genéricas, mais igualmente mais importantes, e em 40 ações que podem ser realizadas no curto-prazo e que materializam o planeamento definido. A lógica subjacente a esta divisão diz respeito ao facto das medidas propostas serem essencialmente estruturais, implicando maior mobilização de recursos e maior complexidade na sua implementação, enquanto as ações sugeridas são mais pontuais, concretas e podem ser operacionalizadas de forma mais célere.

As medidas

O gráfico acima apresentado coloca em evidência as 7 medidas propostas que resultaram da análise desenvolvida e do planeamento delineado. Os círculos de maior dimensão representam as medidas que, no nosso entender, são mais importantes, enquanto os menores dizem respeito a medidas que, de certa forma, já têm vindo a ser colocadas em prática e que, por isso, não são inovações resultantes deste trabalho. As cores dos diferentes círculos dizem respeito a quatro temas. As medidas apresentadas nos círculos cor-de-laranja prendem-se com propostas na área da comunicação. A criação de uma bolsa para a captação de residentes enquadra-se no tema dos residentes. Já as medidas apresentadas a vermelho dirigem-se ao sector empresarial e à criação de emprego. Por últimos, as medidas que estão associadas aos círculos azuis inserem-se no tema do turismo. Assim sendo, interessa perceber melhor em que é que se baseia cada uma das medidas propostas.



Definição do Plano de Ação

As Medidas

Medida 1: Definição da estratégia de branding

Tal como foi apresentado no capítulo 3.4, uma das principais medidas que se sugere prende-se com a definição de uma estratégia de branding, que deve acautelar não só a definição da identidade nominal e visual, mas também a homogeneização de toda a comunicação feita pela Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa. Esta medida, dado o seu protagonismo, será merecedora de desenvolvimento em sede própria.

Medida 2: Criação de um gabinete de comunicação

A definição de uma estratégia de branding, tal como é proposta neste documento, exige a identificação e sobretudo o envolvimento dos cidadãos com a marca. Para que as pessoas reconheçam os valores subjacentes à marca como sendo parte integrante da cultura regional e dos seus estilos de vida, é necessário que ocorra um trabalho continuado, o qual não se pode esgotar no momento do lançamento da marca. Só assim será possível tangibilizar os valores referidos, o que será essencial para a construção de uma identidade que possa ser partilhada por todos os cidadãos do Tâmega e Sousa. Para que tal aconteça, será necessário que haja um conjunto de pessoas dedicadas à gestão da marca. Assim, torna-se pertinente a criação de um gabinete de comunicação que assuma, entre outras, esta funcionalidade.

Na teoria de marketing, mais propriamente na teoria da comunicação, utiliza-se com frequência o conceito de mix da comunicação. Esta expressão refere-se ao conjunto de ferramentas que se encontram à disposição das organizações e através das quais podem comunicar com os seus stakeholders. Numa versão contemporânea do conceito, o mix da vezes, os departamentos de marketing ou de comunicação das empresas encontram-se estruturados



segundo a lógica do mix da comunicação. Isto é, cada equipa corresponde a uma das ferramentas que a empresa utiliza. Tal acontece, por exemplo, na Sonae MC. Entende-se que este modelo é útil para inspirar a organização do gabinete de comunicação que se pretende criar.

Se anteriormente se frisou que seria importante ter uma equipa exclusivamente dedicada à gestão da marca, tendo em conta o que se afirma no parágrafo anterior, a esta equipa devem-se juntar outras. Deste modo, sugere-se que o gabinete de comunicação do Tâmega e Sousa tenha três valências, plasmadas em três departamentos distintos: gestão da marca, comunicação digital e relações públicas.

À equipa de gestão da marca caberão todas as funções anteriormente mencionadas, bem como a promoção de eventos já existentes ou de outros que se pretendam criar. É importante que, nestes eventos, a divulgação do Tâmega e Sousa seja feita de forma homogénea, a uma só voz, o que implica a concertação de esforços dos diferentes municípios.

O departamento de comunicação digital terá um papel fundamental na ligação da CIM T&S aos cidadãos da região, o que contribuirá para que estes se reconheçam na nova identidade, sentindo-a como sua, assim como será importante na promoção da região, quer a nível nacional quer no estrangeiro. Ou seja, esta vocação do gabinete de comunicação será essencial na estratégia que se pretende desenhar para servir turistas e visitantes, residentes e emigrantes. Para estes dois últimos públicos, o departamento de comunicação digital pode recorrer ao marketing directo, enviando conteúdos que despertem o interesse dos receptores, como por exemplo acontecimentos recentes ou memórias de outras épocas.

O último departamento que se propõe criar é o de relações públicas, o qual deve assegurar a relação institucional existente entre a marca e os órgãos de comunicação social. É fundamental que os media prestem atenção a todos



Definição do Plano de Ação

As Medidas

os acontecimentos positivos que ocorrem no território, para que um número crescente de pessoas sinta vontade de o visitar. Neste sentido, deve existir, pelo menos, uma pessoa no gabinete de comunicação que actue como elo de ligação aos órgãos de comunicação social, assegurando a elaboração e a divulgação de comunicados e press releases, de artigos assinados por elementos que trabalhem na CIM T&S, assim como deve assegurar a organização de conferências de imprensa ou entrevistas. Os media serão essenciais para aumentar a notoriedade da região e para que se criem associações positivas à mesma.

Embora já tenha sido frisado, nunca é demais mencionar que um dos principais objectivos do gabinete de comunicação passará por concertar os esforços desenvolvidos pelas diferentes Câmaras Municipais, de um modo isolado. Para tal, é essencial que o gabinete de comunicação procure o consenso com as diferentes sensibilidades existentes no território, assim como deve tentar encontrar o equilíbrio entre o que é a comunicação autónoma dos diversos concelhos e a estratégia comunicacional da CIM T&S. Quanto mais homogênea for a comunicação, maiores benefícios advirão para o território.

Além das orientações genéricas supramencionadas, a criação de um gabinete de comunicação será vital para a execução de várias acções que serão posteriormente apresentadas. Medidas como a revitalização do website, a promoção da região no aeroporto, no porto de Leixões ou nas estações da CP, assim como a criação de uma revista com o nome da marca territorial devem ser asseguradas por profissionais especializados nas diferentes áreas da comunicação.

Medida 3: Criação de uma bolsa para captação de residentes

Na medida anteriormente referida, abordou-se a importância que os meios de comunicação digital têm na estratégia que se pretende definir para o Tâmega e Sousa. Porém, a utilidade das plataformas digitais não se cinge ao domínio da promoção do território junto de potenciais turistas ou investidores. Estas podem



servir para difundir informações que suscitem o interesse de residentes e potenciais residentes. É com o intuito de contornar o êxodo da população do interior que se propõe a criação de uma bolsa digital, a qual se acredita que poderá ser fulcral na captação de residentes para a região.

A bolsa para captação de residentes deverá abranger áreas de intervenção distintas, embora o seu pilar central deva assentar num directório onde sejam divulgadas as oportunidades de emprego existentes no território. A criação deste directório servirá cinco propósitos essenciais: dar a conhecer de forma rápida os postos de trabalho existentes no território a pessoas que habitem regiões vizinhas, as quais podem dar um novo rumo à sua vida na região do Tâmega e Sousa; aumentar a probabilidade do regresso de emigrantes que ainda mantêm as suas raízes no território, mas que procuram geografias diferentes em busca de outras condições laborais; prestar um serviço ao cidadão local, evitando a dispersão de esforços que este tinha que desenvolver junto dos diversos serviços na procura de emprego; proporcionar às empresas da região uma fonte acessível de recrutamento de recursos humanos, com capacidade, qualidade e rapidez de resposta; e permitir a monitorização e o conhecimento das características do universo dos recursos humanos disponíveis no mercado de emprego regional.

Ainda que o emprego seja condição central para a escolha do local de habitação por parte da maioria das pessoas, há outros factores que condicionam esta decisão. E, como tal, devem ser considerados nesta bolsa de captação de residentes. Nestes factores, incluem-se, por exemplo, todo o tipo de taxas municipais ou o custo de serviços essenciais, como o abastecimento de água.

Para cidadãos que habitem em concelhos limítrofes relativamente à região do Tâmega e Sousa, estas informações poderão ser especialmente importantes. Neste directório, pode até ser disponibilizado um comparador de preços relativamente ao que é cobrado em municípios de outras regiões, que se localizem nas imediações do Tâmega e Sousa.



Definição do Plano de Ação

As Medidas

Além da inclusão de uma bolsa de emprego e de informação sobre o diferencial de impostos e custos comparativamente aos concelhos de regiões vizinhas, a bolsa para captação de residentes pode ainda conter um directório que permita que os utilizadores procurem imóveis que estejam disponíveis na região. Agregando informação de várias agências virtuais, a bolsa para captação de residentes permitiria assim fomentar a dinamização do mercado de habitação. As condições dos serviços de saúde e de educação, entre outros conteúdos relevantes, poderiam integrar a bolsa para captação de residentes.

Tendo existência virtual, a gestão deste directório poderia ser feita através do gabinete de comunicação. Todavia, mediante a necessidade da informação estar constantemente actualizada, propõe-se que haja uma ou duas pessoas totalmente dedicadas à gestão desta bolsa para a atracção de residentes.

Medida 4: Definição de rotas turísticas

Visto que a ausência de uma oferta integrada de serviços turísticos foi um dos pontos mais mencionados pelos atores da CIM, propõe-se a definição de diferentes rotas turísticas, as quais poderiam ser denominadas de “Rotas Verdes”. Uma destas rotas, a “Rota dos Escritores e outros Criadores”, englobaria itinerários onde estariam incluídas visitas a museus ou antigas habitações de escritores e outros artistas nascidos na região. A “Rota da Indústria” destinar-se-ia a públicos que tenham particular interesse em visitar antigas fábricas entretanto abandonadas ou as instalações de empresas atualmente em atividade das indústrias do calçado, têxtil e vestuário, mobiliário, metalomecânica e pedra. A terceira rota proposta, “Rota da Saúde”, incluiria espaços termais que ainda se encontrem em atividade e outros, a revitalizar, dado que se encontram nesta região muitos espaços reconhecidos pela qualidade das suas termas. A proposta desta rota ganha particu-



lar sentido, já que poderia potenciar a revitalização de alguns espaços como por exemplo as Termas do Marco de Canaveses. Outra rota de especial importância, a “Rota do Vinho Verde” basear-se-ia na definição de percursos que permitissem ao turista nacional ou estrangeiro conhecer e compreender o vinho verde que é produzido na região e as suas características únicas, bem como o que de melhor se faz na região, em termos gastronómicos. Adicionalmente, poderão ser sugeridas outras rotas de interesse. Uma proposta que aqui se engloba é a afirmação dos territórios do Tâmega e Sousa como parte integrantes dos Caminhos de Santiago, dando assim origem às “Ligações dos Caminhos de Santiago por terras do Tâmega e Sousa”. Por outro lado, e tendo em consideração em particular o património cultural tangível imóvel do território, poderão ser desenvolvidas rotas, tais como a “Rota do Barroco” – incluindo, entre outros elementos de realce, o Centro Histórico de Amarante e o Convento de São Gonçalo (Amarante), a Casa do Outeiro e a Casa da Gandarela (Celorico de Basto), o Mosteiro do Bustelo (Penafiel), ou as “Obras do Fidalgo” (Marco de Canaveses) – e a “Rota dos Castros” – incluindo, para além da Citânia de Sanfins (Paços de Ferreira) e do Castro de Monte Mozinho (Penafiel) que fazem parte da Rota dos Castros de Noroeste, o Castro de Arados (Marco de Canaveses), o Castro das Coroas (Cinfães), o Castro de São Domingos (Lousada) ou o Castro de Paredes (Amarante). Por último, sugerimos a criação da “Rota dos Mosteiros”, uma vez que na região é possível encontrar um conjunto de mosteiros e conventos com valor significativo do ponto de vista estético-artístico e histórico, incluindo entre outros, o Mosteiro do Salvador de Travanca (Amarante), o Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro (Felgueiras), o Mosteiro de Salvador de Paço de Sousa (Penafiel), o Mosteiro de Alpendorada (Marco de Canaveses) ou o Convento de Ancede (Baião). É de referir que muitos destes imóveis fazem parte da rede monástica da Ordem de São Bento (Benedictinos) (ver ação 6).



Definição do Plano de Ação

As Medidas

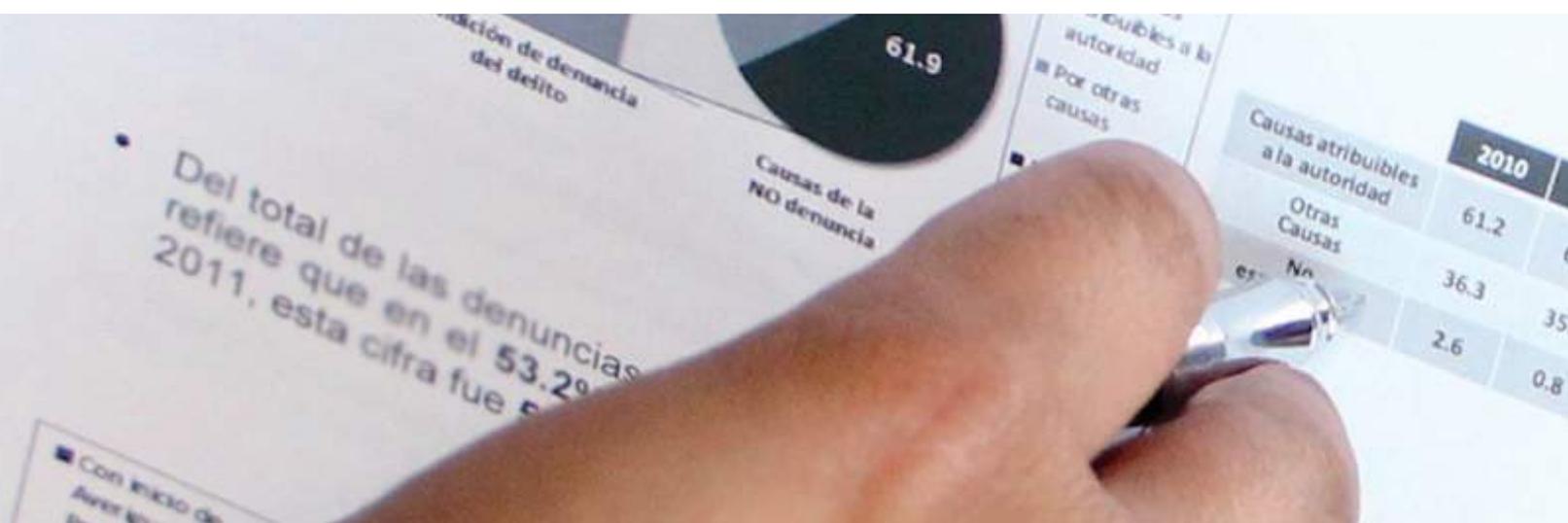
Medida 5: Desenvolvimento de infraestruturas de apoio à atividade turística

O diagnóstico realizado na região demonstrou a urgência da criação de novas infraestruturas e o desenvolvimento de infraestruturas já existentes com o intuito de apoiarem a atividade turística. Esta necessidade sente-se, não só no sector da hotelaria, mas também no que diz respeito aos cruzeiros do Douro. Neste sentido, algumas das 40 ações propostas visam dar resposta a esta quinta medida, a qual assume um carácter estrutural. Por conseguinte, esta acaba por ser uma medida de suporte às restantes propostas.

Medida 6: Criação do Tâmega & Sousa Invest

Tal como ficou explícito no planeamento, um dos principais públicos-alvo deste plano são as empresas. A atracção de investimento, seja nacional ou internacional, para a região depende intimamente da capacidade de concertação de esforços por parte dos diferentes actores do território. Assim, torna-se pertinente a criação de um organismo vocacionado para a captação de investimento, no qual seja possível traçar estratégias consensuais que permitam dinamizar a actividade económica do Tâmega e Sousa. Inspirado nas instituições existentes nos Estados da Baviera e de Mecklemburgo – Pomerânia Ocidental (Alemanha), bem como na província de Utrecht (Holanda), propõe-se a criação do Tâmega & Sousa Invest. A escolha destas três instituições em particular ocorreu após análise de vários gabinetes de apoio ao investidor, principalmente holandeses e alemães.

O principal objectivo da criação do Tâmega & Sousa Invest passa por tornar este organismo no primeiro ponto de contacto para qualquer tipo de questões relacionadas com negócios. Desde a disponibilização de informação à



orientação no terreno, o Tâmega & Sousa Invest deve actuar como um agente facilitador em cada fase do processo de investimento. É expectável que esta instituição seja dotada de competências técnicas avançadas que permitam o apoio efectivo aos actores locais, assumindo um papel catalisador da economia regional. Para tal, o Tâmega & Sousa Invest deve ser capaz de congrega o empenho do sector público, privado e de organizações não-governamentais.

O Tâmega & Sousa Invest deve fornecer informação sobre a região, prestar assistência em matérias administrativas e desenvolver actividades de consultoria, ora a investidores estrangeiros ora a empresários nacionais. Além destes serviços, cabe a esta entidade apresentar o Tâmega & Sousa e o seu ambiente económico a empresários, potenciais investidores e a órgãos de comunicação social, a quem deve também apresentar autoridades governamentais e outras empresas. Tais iniciativas ajudam a gerar novos negócios e a projectar parcerias entre empresas locais e estrangeiras, o que será fundamental para a dinamização da actividade económica da região.

Esta plataforma pode ser essencial na valorização das indústrias tradicionais, mais representativas da região, como são os casos do mobiliário, do calçado e da extracção de pedra. Porém, o Tâmega & Sousa Invest pode ser igualmente fulcral para estimular o desenvolvimento de clusters relativos a sectores com menor reconhecimento simbólico, como é o caso do sector agroalimentar e vitivinícola ou o sector das indústrias de base florestal. A criação desta agência de apoio ao investimento pode ainda ter repercussões positivas noutros sectores cuja importância actual para a região é residual. Neste sentido, a ligação à Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras pode fomentar o desenvolvimento de indústrias de base tecnológica, por exemplo.

A ligação aos centros de investigação e aos parques tecnológicos será um dos elementos vitais para o Tâmega & Sousa Invest. É expectável que esta



Implementação

Definição do Plano de Ação

As Medidas

agência de promoção do investimento crie estreitas relações com o poder nacional e local, com conselhos e associações empresariais, assim como com câmaras do comércio, clusters industriais, organizações não-governamentais, entre outras partes interessadas. Esta necessidade de concertação de esforços e vontades encontra-se plasmada no modelo de organização proposto para o Tâmega & Sousa Invest.

Um dos exemplos que inspirou esta proposta foi o Invest Utrecht, o qual faz parte de um organismo público denominado Invest in Holland e que se foca na captação de investimento para a região de Utrecht. Esta região é composta por 26 Câmaras Municipais, sendo cada uma das quais parceira do gabinete de apoio ao investidor. Um parceiro-chave e que tem considerável influência sobre o que acontece na Invest Utrecht é o Conselho Económico da referida província. O modelo organizacional utilizado no Conselho Económico de Utrecht inspirou a proposta apresentada neste documento.

Tal como foi mencionado no parágrafo anterior, é bastante importante que o Tâmega & Sousa Invest envolva os diferentes actores locais. Por conseguinte, propõe-se que esta entidade seja composta por um Conselho de Administração e um Conselho Consultivo, à semelhança do que ocorre no Conselho Económico de Utrecht. O Conselho de Administração será dotado de poder executivo, gerindo e fazendo desenvolver as actividades principais e de suporte necessárias à atracção de investimento. Já o Conselho Consultivo terá como função debater e explorar oportunidades económicas e desafios sociais, vertendo a sua acção numa agenda económica estratégica. Ou seja, caberá ao Conselho Consultivo a definição do plano que conduzirá as operações do Tâmega & Sousa Invest. Neste plano, deverão ser apresentadas as áreas de negócio e as regiões do globo onde a agência de promoção do investimento se deve focar. Convém assim que esta orientação vigore, pelo menos, durante um período de dois anos.

Após a definição da filosofia que deve orientar a estrutura do Tâmega & Sousa, importa compreender como é que o Conselho de Administração se deve organizar. Para tal, considerou-se o modelo adoptado pela Invest in Baviera como um excelente exemplo. Este gabinete de apoio ao investimento oferece serviços que vão desde o planeamento até à selecção local, culminando com a implementação. Todavia, o apoio às empresas não termina aquando da sua instalação na região. Para que este auxílio seja permanente, é importante que haja uma equipa com conhecimento aprofundado de questões mais locais (ex: relacionadas com processos administrativos).

Desta feita, as actividades principais do Tâmega & Sousa Invest deverão assentar, em primeiro lugar, num conjunto de representantes situados noutros países com o intuito de promover as oportunidades de negócio existentes na região. Em segundo lugar, deve existir uma equipa de especialistas que acompanhe todo o processo de investimento por empresas ou outros agentes, facilitando a sua entrada no Tâmega e Sousa. Por último, é fundamental que haja uma equipa que dê apoio contínuo aos investidores e que possa auxiliá-los na resposta a problemas que poderão surgir (equipa de acção local).

Como em qualquer organização, as actividades primárias devem ser apoiadas por actividades de suporte. Assim sendo, além dos três departamentos que se dedicam à atracção de investimento, sugere-se a criação de uma equipa de organização que ficará incumbida de todos os processos referentes à gestão de pessoas e aos assuntos financeiros, assim como uma equipa de marketing e relações públicas, a quem caberá a promoção e a comunicação do trabalho desenvolvido. A gestão de todos os departamentos, estejam relacionados com actividades primárias ou de suporte, ficará a cargo da equipa de gestão, a qual deverá responder ao Conselho de Administração.



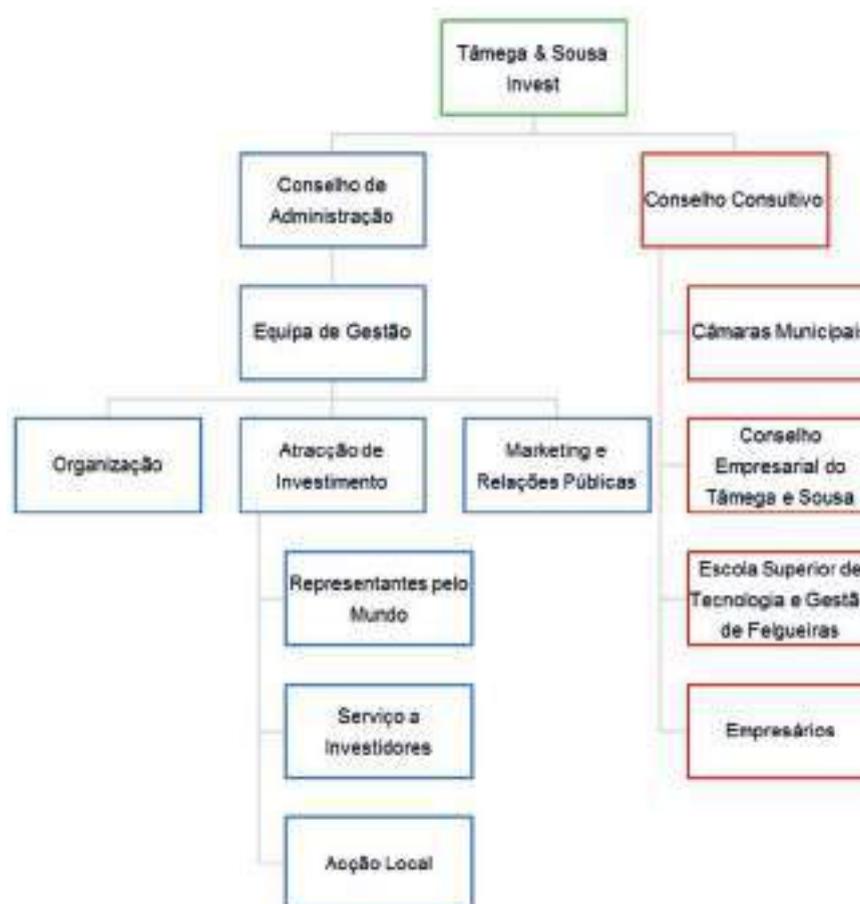
Implementação

Definição do Plano de Ação

As Medidas

Tanto no Conselho Consultivo como nos departamentos a quem cabe desenvolver as actividades principais (representantes pelo mundo, equipa de serviço a investidores e equipa de acção local), os trabalhadores devem ser organizados de acordo com os sectores de negócio mais importantes para o Tâmega e Sousa, ou tendo em conta os mercados mais relevantes. Este género de organização é inspirado no modelo existente no Estado de Mecklemburgo – Pomerânia Ocidental que, por ser uma estrutura mais pequena do que a que existe no Estado da Baviera, se encontra dividido por áreas de especialização, que neste caso são duas: indústria, energias renováveis e plásticos; indústrias de alimentação, ciências da vida, *outsourcing* de processos e turismo.

Através do modelo proposto, o qual é baseado em experiências bem-sucedidas noutras regiões europeias, acredita-se que o Tâmega & Sousa Invest poderá funcionar como um dinamizador da actividade económica da região, conseguindo que mais empresas se instalem no território e, por consequência,



que mais postos de trabalho sejam criados. No entanto, este objectivo só poderá ser efectivamente alcançado se os recursos humanos existentes no território estiverem à altura das necessidades das empresas que ali pretendem investir. É neste sentido que surge a próxima medida proposta.

Medida 7: Criação de um programa de formação e capacitação de recursos humanos

A análise realizada no terreno permitiu compreender que um dos principais problemas observados se prende com a falta de formação da mão-de-obra disponível na região. Numa era em que os mercados de trabalho ultrapassam todas as fronteiras geográficas, aumentando o grau de competitividade existente entre economias, é fundamental o nível de qualificação de quem ocupa os postos de trabalho existentes. Na região do Tâmega e Sousa, tem-se procurado dar resposta a esta questão, como aconteceu com a inauguração do hotel-escola de Baião ou do desenvolvimento da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras. No entanto, as carências detectadas exigem um investimento e um grau de preocupação superior. Propõe-se assim um programa de formação e capacitação de recursos humanos, o qual deve servir dois objectivos principais.

O desemprego de longo-prazo tem sido um dos flagelos que mais tem assolado o país nos últimos tempos. Este problema tem-se sentido de forma mais severa na faixa etária que abrange as pessoas entre os 40 e os 60 anos. Deste modo, torna-se essencial garantir que estas pessoas conseguirão actualizar-se e obter as competências necessárias para que, quando surgir uma oportunidade de emprego, estejam aptas para a cumprir. Num período de desintermediação crescente, em que por força da internet algumas actividades deixam de fazer sentido, é fulcral dotar esta geração de conhecimento adequado para poderem responder aos desafios do presente. Desafios estes que advirão, muitas vezes, das necessidades evidenciadas pelo mercado de trabalho. E é nesta ligação entre a formação oferecida e as necessidades do mercado de trabalho que reside o segundo objectivo deste programa de formação e captação de recursos humanos.

Implementação

Definição do Plano de Ação

As Ações

Não só é importante garantir que a actualização de conhecimentos de quem se encontra há muito tempo no mercado de trabalho corresponde às necessidades evidenciadas, como também é fundamental que os jovens que se preparam para a sua entrada no universo laboral se encontrem aptos a integrar os principais sectores existentes na região. Por conseguinte, é importante que os programas das principais escolas profissionais permitam uma capacitação efectiva dos estudantes, para que estes possam trabalhar nos sectores de especialização do território, ou em áreas que são descritas neste documento como tendo elevado potencial. As áreas e os tipos de programas formativos que podem ser oferecidos são referidos com maior minúcia mais à frente.

Naturalmente, um plano de formação da envergadura do que aqui se sugere exige financiamento avultado, o qual pode provir de entidades estatais nacionais ou de fundos e organismos europeus.

Neste sentido, importa frisar os objectivos da estratégia Europa 2020, nomeadamente o que respeita ao crescimento inteligente, visto que este pode representar uma janela de oportunidade para que se garanta o suporte necessário à execução deste ambicioso programa. Porque só o conhecimento permite aumentar a competitividade e permite preparar as sociedades para os desafios do futuro.

As ações

Visto alguma das medidas sugeridas terem um cariz mais genérico, sugerem-se, igualmente, 40 ações práticas a implementar no curto-prazo. Estas ações não só dão corpo a algumas das medidas anteriores, como correspondem aos objetivos anteriormente traçados. Ou seja, a célere implementação destas ações permitirá à Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa responder

Tabela 28
Níveis de intervenção das ações referentes a comunicação

Fonte: Elaboração própria

	Imediato	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 1				
Ação 2				
Ação 3				
Ação 4				
Ação 5				
Ação 6				
Ação 7				

aos desafios elencados. Adotando a lógica do subcapítulo anterior, dividem-se as ações de acordo com quatro temas: comunicação, turismo, empresas e residentes.

Comunicação

Ação 1 – Revitalização do website da CIM Tâmega e Sousa • imediato

Este website deve ser reformulado de forma a conter mais comunicação dirigida especificamente a: turistas e residente por um lado, e a investidores e empresários, por outro. Esta informação deve estar disponibilizada em vários idiomas, nomeadamente inglês, francês, alemão e espanhol. É crucial o desenvolvimento de uma campanha de posicionamento orgânico e não orgânico deste website, em motores de pesquisa verticais e horizontais.

No que diz respeito aos turistas e residentes, é fundamental a criação e disponibilização de um calendário que reúna todos os eventos que ocorrem na comunidade. Esta ação permite não só melhorar a afluência aos eventos, mas também fomentar a visão integrada do território por parte dos residentes.

No que concerne aos empresários, devem ser comunicadas as principais feiras e eventos de caráter empresarial. É de capital importância promover sinergias entre os diferentes eventos e as motivações que levam o empresário a visitar o local, ou seja, se vier ter uma reunião em Amarante ou Felgueiras, é essencial que fique, a saber através do website, que outras iniciativas têm outros concelhos para oferecer em domínios que possam eventualmente ser úteis na sua qualidade de investidor, ou até na sua vertente de turista.

Dada a abrangência de iniciativas e ações a desenvolver no seio da gestão de conteúdos para este portal, estima-se que seja necessário afetar pelo menos duas a três pessoas para gerir esta área.

Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 2 - *Promoção de eventos de elevado potencial para a região • curto prazo*

Tendo em conta atual contexto competitivo em que os territórios se inserem, torna-se fundamental, hoje em dia, a conceção de eventos de grande dimensão para a atração de turistas e que sejam capazes de aumentar o sentido de pertença dos residentes à região. A análise realizada no terreno evidenciou, também, a necessidade dos diferentes concelhos trabalharem em cooperação neste e noutros domínios. Desta forma, propõem-se que a Comunidade Intermunicipal aposte na promoção de eventos de elevada capacidade de projeção do território, como por exemplos, AGRIVAL, Feira do Vinho Verde, do Lavrador, Gastronomia e Artesanato de Castelo de Paiva, a ExpoMontemuro, as Sebastianas, o Descalço ou a Bienal da Pedra. Estes são eventos de toda a região e não de concelhos específicos. Para além destes eventos, são ainda de considerar outras iniciativas igualmente capazes de projetar a região à escala nacional e até internacional. Referimos, por exemplo, a prova que se enquadra no desporto de aventura, como as provas de BTT, motonáutica, entre outros. De referir ainda o exemplo emblemático da Aldeia do Pai Natal, na Aldeia de Graheira, no concelho de Cinfães, reconhecido por conseguir unir os residentes em torno da produção do próprio evento. Criam-se assim sinergias entre a notoriedade da aldeia, a economia local e o sentido de pertença à região.

Ação 3 - *Promoção da região no aeroporto Francisco Sá Carneiro e nos terminais dos passageiros de Leixões e junto da CP – Comboios de Portugal • curto prazo*

Sendo o aeroporto Francisco Sá Carneiro uma das portas de chegada de cada vez mais turistas, torna-se fundamental que as pessoas que visitam o nosso país tomem conhecimento da região desde o primeiro momento. Desta feita, propõe-se que se reforce a promoção da marca e as belezas da região, por exemplo, através da exibição de um outdoor ou da projeção do filme da re-



gião. Para além disso, de referir o recém-inaugurado terminal de passageiros de Leixões, de onde se espera que cheguem mais de 80 mil pessoas por ano. Idêntico conjunto de iniciativas deverá também ser promovido neste local. No caso concreto da promoção junto da CP, é de grande importância comunicar a marca Tâmega e Sousa, nomeadamente no contexto do pacote do Comboio Histórico do Douro, onde nos últimos tempos se tem verificado um crescente aumento da procura deste serviço¹⁰. Assim, e uma vez que o pacote já tem incluídas parcerias com um dos hotéis mais renomados da Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa – Douro Palace Hotel & Spa, em Baião – existe toda a pertinência de explorar sinergias resultantes desta oportunidade.

Ação 4 – Criação de um vídeo promocional do Tâmega e Sousa • médio prazo

À semelhança do que tem sido feito noutras regiões, propõe-se a criação de um vídeo que demonstre o melhor que o Tâmega e Sousa tem para oferecer aos seus residentes, investidores e a potenciais visitantes. Este vídeo deve já estar enquadrado na estratégia de comunicação previamente definida, devendo incluir a nova identidade do território, servindo para alavancar o evento de lançamento da nova marca. Esta ação enquadra-se numa medida de caráter urgente e de implementação no curtíssimo prazo.

Ação 5 – Criação de uma revista com o nome da marca territorial • longo prazo

Publicação mensal de uma revista que deve ser distribuída no território (aumentar a ligação com residentes), mas também noutros pontos do país, nomeadamente, pontos estratégicos de entrada, complementando a promoção proposta para o aeroporto Francisco Sá Carneiro e o terminal de passageiros de Leixões. Esta revista pode ainda ser objeto de expedição junto da comunidade emigrante.

10

Disponível em: http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=4573969
consultado a 21/08/2015



Definição do Plano de Ação

As Ações

11

O Monaquismo, ou ideal de vida e organização monástica (o conjunto dos mosteiros cristãos), enquanto fator de civilização, substituiu a ordem e progresso que desapareceram com o declínio do Império Romano, fundou a ideia de Europa e constituiu-se como a primeira network internacional (rede de mosteiros que cobre toda a Europa na Idade Média, com mesma Regra, costumes, leis, práticas, etc.), desenvolvendo atividades como a agricultura, a cultura, a mineração, os vinhos, as bibliotecas, a arte e a arquitetura, entre outros. Os beneditinos chegaram a Portugal no séc. XI e reformaram mosteiros antigos, segundo a Regra de S. Bento (primeira forma de regulação de comunidades humanas na Europa depois do Império Romano). No séc. XII, Afonso Henriques, sobrinho neto do Abade de Cluny (que era considerado o maior mosteiro beneditino do Mundo) chamou monges para povoar ou fundar mosteiros, em particular no Entre-Douro-e-Minho e, como se pode ver, na malha monástica da região da CIMTS. Antes das grandes famílias, como os Sousões, já estavam assim estes monges, considerados como os pioneiros no desenvolvimento da região. Muitos destes monges acompanharam o pai de Afonso Henriques, o conde D. Henrique, da Borgonha, onde ficava também Cluny. Os mosteiros da região da CIM-TS, como em geral, foram determinantes no povoamento, definição do território, aproveitamento e desenvolvimento económico.

Ação 6 – Criação de uma história em torno dos monges beneditinos • curto prazo

Após uma investigação exaustiva sobre os potenciais elementos comuns aos diferentes concelhos da comunidade, encontrou-se a importância que os monges beneditinos tiveram para a região. O seu contributo não se cingiu à esfera religiosa, mas alargou-se ao desenvolvimento das comunidades que ali habitavam, assim como à atividade empresarial. De facto, podemos dizer que os monges beneditinos se constituem como o denominador comum na região de Tâmega e Sousa: a rede monástica da Ordem de Bento (Benedictinos). S. Bento de Núrsia (480-543) é inclusivamente considerado o fundador da Ordem de São Bento, Padroeiro da Europa, é tido como o pai da Europa pela própria UE.^{11 12}

Todos estes mosteiros subsistiram até 1834, data da extinção das Ordens Religiosas em Portugal. Nestes monumentos são visíveis vários estilos arquitetónicos e decorativos das igrejas e edificado monástico: o Românico, o Gótico e o Barroco, principalmente. Não apenas na arquitetura, também nos programas decorativos e nos acervos pictóricos e escultóricos, estes monumentos, todos de grande valor histórico e significação estética e artística, mais que a nível regional impõem-se a nível nacional, sendo provavelmente, a par da história medieval em termos de famílias e nobiliarquia, os elementos de maior relevo e impacto para lá da sua área de inserção. Com efeito, são sobretudo conhecidos no plano erudito e académico, nos domínios da história e da arte, sendo que se pode com toda a segurança afirmar que se tratam de elementos extensivos e unificadores do território onde hoje se encontram os onze concelhos que fazem parte da CIM-TS.

Por outro lado também se pode considerar que a tradição beneditina dos mosteiros e das suas zonas de influência é muito importante na área da CIM-

-TS. Muitas outras igrejas, paroquiais ou capelas, e outros núcleos, tradições e roteiros, sejam de caráter devocional ou artístico, têm a sua raiz e ligação aos mosteiros beneditinos. Estes mosteiros constituem a malha mais coerente e homogênea em termos históricos e regionais, de base multissecular, com impacto no património tangível, mas também no intangível da região. Esta característica é manifesta não apenas no plano religioso, mas para além desse plano. Significa isto que as influências na vida quotidiana desta presença monástica na região também se podem considerar muito importantes. De facto, esta organização de mosteiros é a primeira rede regional, e no caso da região da CIM-TS. A nível nacional a rede monástica da CIM-TS é das primeiras da Nação, com forte ligação à nobiliarquia terratenente da região, às famílias e à história agro-mineira do território. Sobrepõe-se esta rede a todas as rotas possíveis e pode afirmar-se que a mesma está na origem da Rota do Românico que tem a montante esta malha monástica, bem como uma possível Rota do Barroco, e a do próprio Vinho Verde, entre outras (caminhos, igrejas, etc.). A morfologia agrária, exploração económica e povoamento da região em tudo devem a estes mosteiros beneditinos, desde os alvares da Nacionalidade e até ao séc. XIX.

Lugares de memória, com história e histórias, estes mosteiros são o alfo-bre da região e o seu primeiro eixo motriz, capilar e referencial das terras e lugares da CIM TS, tendo sido como que os oleiros, idealizadores e fautores, daquilo que é hoje a região da CIM TS de uma mascote, *gaming*, *merchandising*, novos circuitos turísticos e animação de circuitos turísticos já existentes), assim como reforça a proximidade entre os habitantes dos diferentes concelhos do Tâmega e Sousa.

12

A rede monástica na abrangência geográfica da CIM TS inclui: **São João de Arnóia** - Celorico de Basto - fundado no Séc. IX e desconhecendo-se o seu fundador, pese embora se afirme que possa ter sido ou por D. Arnaldo Baião, ou por D. Múnio Moniz (descendente de Afonso Henriques, e alcaide do castelo de Arnoia).

São Miguel de Bustelo - Penafiel - fundado no Séc. X e reformado pelos beneditinos em 1633.

São Salvador de Paço de Sousa - Penafiel - fundado no Século X por D. Godo Trutesindo Galindes, antepassado de Egas Moniz, e reformado pelos beneditinos no séc. XI e depois novamente no XIII.

São João Baptista de Pendorada (Alpendurada) Marco de Canaveses - fundado nos séculos Séc. X-XI e reconstruído no séc. XVIII.

Santa Maria de Pombeiro - Felgueiras; fundado pelos beneditinos entre 1059-1102 e reformado no séc. XVII.

São Salvador de Travanca - Amarante; fundado no séc. XII e restaurado séc. XVII. Assim sendo e com base nas técnicas de storytelling tão populares nos dias de hoje, sugere-se a criação de um vídeo e de uma aplicação online que permita contar aos residentes a história deste território sob este prisma. Este pode ser um ponto de partida para a criação de outro tipo de ações de comunicação (exemplo: criação

Implementação

Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 7 - Criação de uma aplicação para smartphones • médio prazo

Sugere-se o desenvolvimento de uma aplicação no sentido de turistas e visitantes poderem conhecer melhor o território e tudo o que este tem para oferecer. Sugere-se, através de georreferenciação que estes possam sempre saber, dependendo do local onde se encontrem, onde podem conhecer as opções de alojamento e restauração num raio de 10 km. Esta aplicação seria também de extrema utilidade para residentes, através de conteúdos que lhes fossem direcionados, como por exemplo eventos locais, horários de serviços locais, entre outros. No que diz respeito a investidores, a aplicação poderia ainda constituir-se de valências como por exemplo: localização das principais empresas da região, bem como atores municipais. Obviamente que para tudo isto funcionar, para além de um trabalho comercial árduo a jusante, bem como de cadastramento dos elementos acima identificados, a montante.

Turismo

Ação 8 – Apoiar a estruturação da oferta turística • imediato

Um dos aspetos mais mencionados nas entrevistas realizadas prende-se com a desconexão existente entre as ofertas turísticas dos vários concelhos. Por exemplo, quando atrás se propôs que a um visitante da região fosse permitido conhecer quais os hotéis ou restaurantes disponíveis num raio de 10 km a partir do ponto em que se encontrasse, foi no princípio de que os hotéis e restaurantes disponíveis estavam coligidos numa base de dados organizada que deveria incluir unidades de toda a região, ou seja numa oferta turística integrada que aparece aos Neste sentido, propõe-se a realização regular de

Tabela 29
Níveis de intervenção das ações
referentes ao turismo

Fonte: Elaboração própria

	Imediato	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 8				
Ação 9				
Ação 10				
Ação 11				
Ação 12				
Ação 13				
Ação 14				

sessões de trabalho e de articulação, não só entre os atores ligados ao poder local, mas também entre estes e agentes privados. É importante que a Comunidade Intermunicipal apoie a integração dos diferentes sectores.

Esta medida deve estar em consonância com a ação 1 – revitalização do website da CIM- TS, no princípio de que a pesquisa on-line é atualmente uma das fontes primordiais de pesquisa de informação.

Outro exemplo relevante a este respeito é o que advém da oferta de serviços turísticos proporcionada pela Rota do Românico em que, apesar de vários monumentos e igrejas a visitar, se verificou que todos estavam verdadeiramente disponíveis para visita e não havia efetiva ligação aos demais elementos geograficamente próximos, o que se agrava pelo facto de nem sempre haver recursos disponíveis no local para prestar informações.

Ação 9 - Identificação de infraestruturas físicas necessárias ao desenvolvimento de diferentes atividades • imediato

De forma a cumprir-se a quinta medida proposta é essencial que se faça uma identificação prévia das infraestruturas físicas necessárias ao desenvolvimento de diferentes atividades. As ações que se podem desenvolver nestas infraestruturas são diversas: instalação e melhoria da sinalética; requalificação de cais fluviais; requalificação de margens ribeirinhas; manutenção da qualidade da água dos rios; melhoria de acessos; requalificação de termas. Nas infraestruturas utilizadas para o turismo de negócio, nomeadamente o caso dos estabelecimentos hoteleiros e restauração, estes podem também ser rentabilizados como fontes de lazer pelos habitantes e por outra tipologia de turistas/visitantes.

Implementação

Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 10 – Sinalização e promoção das ligações dos Caminhos de Santiago na região do Tâmega e Sousa • **curto prazo**

Sinalização e promoção da parte das Ligações dos Caminhos de Santiago que atravessam a região do Tâmega e Sousa. Nas últimas décadas os Caminhos de Santiago têm vindo a reforçar a sua notoriedade e potencial turístico. Nesse sentido, é fundamental, tal como faz a região do Alto Minho, pese embora esta região conte já com muitos anos de experiência e seja dotada de idiosincrasias próprias no que diz respeito ao terreno e localização, comunicar de uma forma concertada as Ligações dos Caminhos de Santiago existentes no Tâmega e Sousa. Este excerto do Caminho de Santiago pertencente à região do CIM-TS pode e deve ser promovido como um produto turístico atrativo para os peregrinos e para os agentes económicos da região. Para além disso, dada a projeção deste caminho desde o Séc. IX, é importante aproveitar a sua projeção para promover, mais uma vez, a região como um todo.

Ação 11 – Cadastrar os percursos pedestres do Tâmega e Sousa e definição de um programa de trails • **médio prazo**

O registo de percursos pedestres na Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal é uma ação importante para atrair turistas que gostam de praticar atividades de natureza. A verdade é que já há muitos montanhistas a percorrer os percursos da região, sem que todavia lhes tenham sido dadas a devida formalização e inclusão nos roteiros de caminhadas.

O *running* é uma atividade cada vez mais em voga e pode ser um instrumento importante para captar visitantes nacionais. Propõe-se, então, a criação de um conjunto de *trails*, inseridos num programa previamente enunciado, e até no seguimento do registo acima referido, que seja capaz de captar os des-



portistas de localidades vizinhas. Estes poderão ser momentos importantes para despertar a curiosidade dos visitantes e fazê-los regressar.

Ação 12 – Criação de *real life escape games* • longo prazo

Os *real life escape games* são jogos em que os participantes são encerrados num espaço definido para o efeito e são expostos a um conjunto de desafios (mistérios, puzzles, e obtenção de chaves) que, sendo ultrapassados, permitem aceder a níveis superiores. Estes jogos constituem uma das últimas tendências que se verificam à escala mundial, numa era marcada pela economia das experiências e, neste seguimento, as pessoas procuram, cada vez com maior intensidade, escapar ao *stress* da rotina. Deste modo, encontram alguma diversão em jogos em que se tornam as personagens principais. Propõe-se que se crie uma série de *real life escape games* associados aos monumentos do património cultural edificado. Como exemplo destes espaços temos o Castelo de Arnóia.

Estas ações serão importantes para levar os visitantes a conhecer locais de interesse de que anteriormente não tinham ouvido falar.

Para além da criação destes jogos, deve também tirar-se partido de uma outra tendência mundial: a tendência do *geocaching*, em que as pessoas exploram locais que desconheciam em busca de artefactos, tendo por base pistas que vão recebendo através de uma inscrição *online*.

De realçar que o envolvimento de indivíduos nestas tendências se faz sentir à escala mundial e que, como se tratam de atividades a levar a cabo ao ar livre, a proximidade com Espanha pode ser um fator catalisador destas iniciativas. É por isso fundamental integrar informação sobre estes programas em plataformas com alcance transfronteiriço (exemplo, projeto Galicia e Norte de Portugal).



Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 13 – *Promoção de familiarization e press trips* • **médio prazo**

Sugere-se também a promoção de eventos dirigidos a operadores turísticos e à comunicação social, nacionais e internacionais, para que estes possam conhecer o território e o seu potencial, seja para o turismo, para a atração de investimento, para a criação de emprego, na promoção da sustentabilidade ambiental, etc. Enquanto os percursos de reconhecimento são importantes para dar a conhecer in loco o território por parte destes operadores, os percursos para a comunicação social constituem-se como momentos importantes para conseguir publicidade gratuita e positiva sobre o território. Os jornalistas, *bloggers* ou fotógrafos, nacionais e estrangeiros, são convidados para conhecer o território, com o intuito de o promoverem posteriormente. Assim sendo, é importante que a Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa atue junto da ATP e da ERTPN, de forma a conseguirem integrar estas *press trips* organizadas nas suas agendas.

Ação 14 – *Criação de um festival gastronómico, enológico e lúdico que junte o melhor de cada concelho* • **médio prazo**

Anteriormente, já foi sugerido que a Comunidade Intermunicipal procurasse catapultar os eventos existentes para uma dimensão nacional. No entanto, por mais que se procure tornar estes eventos em momentos para os habitantes de todo o território, estes continuarão a ter um cunho muito local. Posto isto, propõe-se a criação de um festival itinerante, a acontecer num concelho diferente em cada ocasião festiva, onde sejam promovidos a gastronomia (como os doces conventuais, o anho assado, os matulos, o pão-de-ló de Margaride, os beijinhos de amor, as fatias do Freixo, o capão à Freamunde, as cerejas e as cavacas de Resende) e os vinhos da região – explorando assim as valências que o território oferece através da sinergia entre a gastronomia e o vinho. Este evento destinar-se-ia não só a residentes e emigrantes, mas também a turistas nacionais e internacionais e deveria ser associado ao potencial agregador facilitado pela Comissão de Coordenação da Região dos Vinhos Verdes.

Empresas

Ação 15 - Desenvolvimento do Guia do Investimento do Tâmega e Sousa • curto prazo

Embora seja uma medida pontual a acrescentar a muitas outras que deverão ser desenvolvidas pelo Tâmega & Sousa Invest, uma das ações mais prementes diz respeito à elaboração do Guia do Investimento. Este será um instrumento útil para facilitar o trabalho de apresentação da região, assim como será importante na compilação das infra-estruturas e recursos lá existentes. Deste modo, no Guia do Investimento podem encontrar-se discriminadas todas as instalações e espaços de acolhimento empresarial, assim como devem ser descritos os principais sectores de atividade e as oportunidades existentes no território.

Ação 16 - Desenvolver uma base de dados com empresas do território • imediato

Na sociedade onde predomina o *big data*, é fundamental que a informação seja bem gerida para dar origem a conhecimento relevante. Uma estratégia empresarial coordenada para uma região implica uma monitorização constante e um acompanhamento frequente da evolução da atividade económica. No caso concreto da CIM-TS este desafio foi incorporado no Plano Estratégico dos Transportes, realizado pela UTAD, pelo que se sugere a este respeito a divulgação da base de dados de empresas promovida no website da comunidade intermunicipal, no âmbito daquele estudo.

	Imediato	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 15				
Ação 16				
Ação 17				
Ação 18				
Ação 19				
Ação 20				
Ação 21				
Ação 22				
Ação 23				
Ação 24				

Tabela 30
Níveis de intervenção
das ações referentes
às empresas

Fonte: Elaboração própria

Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 17 - *Facilitar e incentivar o investimento em estabelecimentos hoteleiros e no sector da restauração* • **curto prazo**

Outra das conclusões que se extraíram do diagnóstico prendeu-se com a falta, em termos de quantidade, de infraestruturas de hotelaria e restauração com o nível de qualidade adequado ao perfil de visitante, quer turista quer de carácter empresarial, cuja visita se pretende estimular. Posto isto, entende-se que o investimento em hotelaria deve ser facilitado e incentivado pelas autoridades competentes, principalmente na área do enoturismo, assim como se compreende que esta aposta deve ser extensível ao sector da restauração, de acordo com a capacidade dos estabelecimentos.

A este respeito, de referir ainda a importância que o diagnóstico permitiu atribuir ao potencial do turismo termal, designadamente nas Termas de S. Vicente, nas Termas do Marco de Canavezes e nas Termas das Caldas de Aregos.

Importa ainda acrescentar a este respeito o potencial que pode ser explorado, através de sinergias entre o turismo de negócio que acima se indicou, à semana, e o turismo de lazer, nos mesmos espaços, ao fim de semana.

Ação 18 - *Contribuir para a aproximação dos centros de investigação às escolas profissionais integradas na comunidade, com o intuito de promover o cluster agroalimentar e vitivinícola* • **curto prazo**

Alguns dos sectores em que se julga haver maior potencial ainda não explorado são os do agroalimentar e o vitivinícola. Estes setores são de interesse estratégico para a região e neste sentido a aproximação entre os centros de investigação de excelência, nomeadamente na área da biotecnologia é de capital importância, proporcionando oportunidades aliciantes em termos de aposta em produtos inovadores. Assim, há uma tríade que é interessante aproximar: as escolas profissionais, que devem ser desenvolvidas e apetrechadas com mais meios; os agricultores

e produtores vinícolas, enquanto trabalhadores e empresários ligados ao sector; e as pessoas ligadas aos centros de investigação, as quais têm capacidade para acrescentar valor aos produtos já produzidos bem como as inovações que possam vir a revelar ter viabilidade económica

Ação 19 - *Valorização económica da produção de gado bovino e estímulo ao desenvolvimento da produção local de gado ovino • longo prazo*

Pela análise da situação atual, compreendeu-se que há um subaproveitamento da raça charolesa que é uma das que mais rentabilidade proporciona no que diz respeito à produção de carne. Por outro lado, as raças arouquesas e maronesas também foram apontadas como estando subaproveitadas. Dado o potencial económico das mesmas, entende-se que a sua valorização deve ser uma prioridade na estratégia da região. O mesmo se pode dizer em relação à produção de anho que se afigura como preponderante dada a sua presença na maior parte dos pratos de carne dos diferentes concelhos desta região. Porém, o que se verifica é que a maior parte da carne usada para este fim, vem de fora. Logo, é necessário criar um estímulo à sua produção, sendo de referir que os benefícios associados a esta ação não são apenas económicos, mas também ambientais. No que diz respeito aos primeiros, há que lembrar que a produção local deste tipo de gado - um dos produtos mais procurados na região - incentiva também o potencial de utilização dos matadouros locais (Resende e Penafiel). No que diz respeito aos segundos, é importante que sejam lembrados também os benefícios associados à limpeza das matas, aspeto de fulcral importância para evitar a propagação dos incêndios.

Ação 20 - *Procurar influenciar a oferta formativa das escolas profissionais da comunidade, direcionando-a para a resposta às necessidades do cluster de indústrias de base florestal • curto prazo*

Assim como se assinalou o cluster agroalimentar e vitivinícola como sendo uma das áreas merecedoras de um maior investimento, também o sector das indústrias de base florestal merece esta distinção, dado o potencial deste se-

Implementação

Definição do Plano de Ação

As Ações

tor na região. Deste modo, torna-se importante que a oferta formativa, principalmente por parte das escolas profissionais, dê resposta às necessidades existentes neste sector. Só desta forma é que se conseguirá criar um *cluster* que ligue efetivamente escolas profissionais, produtores e, possivelmente, centros de investigação.

Ação 21 – *Incentivar a formação nos sectores turístico e de restauração* • **curto prazo**

O terceiro sector considerado como tendo grande potencial na fase do planeamento foi o do turismo. É fulcral que quem trabalha nesta área tenha o conhecimento necessário para garantir um serviço de excelência. Deste modo, e à semelhança do que já se faz na formação proporcionada em escolas profissionais especializadas neste setor e nos hotéis-escola¹⁴, é importante que se incentive e se fomente a formação para atividades ligadas ao turismo e à restauração, o que pode passar, por exemplo, pela disponibilização de cursos de idiomas.

Ação 22 – *Promoção de formação e requalificação profissional direcionada para os setores de especialização do Tâmega e Sousa – mobiliário, calçado e têxtil e vestuário* • **médio prazo**

Embora os resultados deste plano apontem para a grande importância dos três sectores anteriormente mencionados (turismo, agroalimentar e vitivinícola e indústrias de base florestal), também as indústrias tradicionais e de maior sucesso devem ser alvo de uma ação concertada. Neste sentido, sugere-se, tal como se tinha proposto anteriormente nas ações 29 a 31, identificar as necessidades de competências que devem ser supridas através de formação especializada. Neste seguimento, é importante que as diferentes escolas profissionais adaptem as suas ofertas formativas às necessidades de sectores

14

Ver o exemplo do Hotel-Escola de Baião, no lugar da Pala.



como o mobiliário, o calçado ou o têxtil e vestuário, seja no domínio técnico, seja no âmbito de formações transversais ou soft skills. Além das ações de formação que podem ser desenvolvidas, existem outras medidas que podem ser implementadas visando a promoção e a maior aceitação destes setores junto dos habitantes que residem no território. Tal como é mencionado no capítulo do diagnóstico, a sensibilização das empresas para a realização de dias de portas abertas poderá ser uma medida importante. Ao permitirem a visita dos residentes às suas instalações, as organizações empresariais podem dar a conhecer o trabalho que desenvolvem, combatendo os preconceitos existentes em áreas específicas. Caberá à CIM promover a concertação destas iniciativas, bem como suportar a divulgação das mesmas.

Ação 23 – Aumentar a participação em feiras de artesanato nacionais ou internacionais • médio prazo

Tal como ficou patente na parte da análise, o artesanato é um dos baluartes do Tâmega e Sousa. No entanto, percebe-se que a notoriedade do mesmo não é, por vezes, a desejada. Por isso, propõe-se a participação de forma conjunta, em feiras de artesanato, em que se possam promover simultaneamente e de forma integrada, produtos como os bordados, a cestaria e as bengalas de Gestação, por exemplo, para além dos produtos gastronómicos já atrás referidos. A nível nacional, as feiras existentes contam já com a presença de expositores da região, pese embora não de forma tão integrada e agregadora quanto se gostaria. Já a nível internacional, seriam de explorar outras feiras, nomeadamente as mais próximas geograficamente, como é o caso de Espanha, e psicologicamente, como é o caso de países onde a comunidade emigrante portuguesa é representativa (exemplo, Luxemburgo). Estes seriam momentos interessantes para os visitantes das feiras tomarem contacto com a região e os seus atrativos, aumentando assim o seu interesse numa potencial visita.



Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 24 - Apoiar a criação de duas lojas (física e online) para a venda de produtos regionais • **longo prazo**

Os produtos regionais são muitas vezes o único elo de ligação das pessoas à sua terra, quer residentes, quer visitantes e emigrantes. Com a crescente vaga de migração e emigração, torna-se importante garantir que os laços não se quebram e que são, pelo contrário, fomentados. Assim, a criação de uma loja online assume-se como uma importante forma de manter a proximidade entre os cidadãos e a sua terra. Para além da importância de que se reveste esta iniciativa junto dos emigrantes, há também visitantes nacionais que, podem estar interessados em adquirir produtos dali oriundos. Além da loja online, propõe-se também a criação de uma loja física, na cidade do Porto. A promoção dos recursos endógenos junto dos turistas ajuda a que estes tomem conhecimento e ganhem vontade de explorar o território.

Residentes

Ação 25 - Conceção de uma campanha para os residentes • **imediato**

Um aspeto fundamental para o sucesso de um plano de marketing prende-se com a adesão dos residentes à estratégia proposta. Como vimos antes, o envolvimento dos locais na implementação de ações que atraem turistas e visitantes à região, é fundamental para instigar o sentimento de pertença relativamente à mesma.

Os valores de uma marca territorial são por si só intangíveis, sendo assim, quem vive no território é fundamental para a materialização da identidade da marca. Neste sentido é crítico envolver os residentes nas iniciativas desen-

Tabela 31
Níveis de intervenção das ações referentes aos residentes

Fonte: Elaboração própria

	Imediato	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 25				
Ação 26				
Ação 27				
Ação 28				
Ação 29				
Ação 30				
Ação 31				
Ação 32				
Ação 33				
Ação 34				

volvidas localmente, como também realizar uma campanha com duas vertentes distintas tendo em conta o público-alvo. Assim, por um lado, propõe-se a criação de uma aplicação online sobre a nova marca, que contribua para a disseminação da mensagem entre os jovens. Por outro lado, sugere-se que os eventos que se realizem na região sejam aproveitados para comunicar a nova marca, garantindo o envolvimento dos residentes. O principal objetivo desta campanha passa não só por criar notoriedade para a marca, mas também fazer com que os locais a sintam como sendo sua.

Ação 26 – Criação de uma bolsa de emprego da CIM-TS • imediato

Inserida na estratégia de captação de residentes, sugere-se a criação de uma bolsa de emprego para todo o território, de forma a fomentar também a deslocação intraterritorial. De facto, é crucial que a atração e retenção de residentes assentem na oferta de emprego: havendo economia, há pessoas. Ou seja, é importante criar uma base de dados com oportunidades de trabalho na região, capaz de, não só captar pessoas para residirem no Tâmega e Sousa, como também garantir alguma mobilidade dentro dos limites da região.

Ação 27 – Alojjar na webpage da CIM-TS uma plataforma online direcionada a potenciais residentes, nacionais e estrangeiros • médio prazo

Há cada vez mais pessoas a olhar para Portugal e em concreto para regiões mais tranquilas do nosso país como o destino ideal quer para gozar a sua reforma, quer em busca de maior qualidade de vida quando ainda em idade ativa. Por isso, é importante que considerem a região do Tâmega e Sousa no seio das suas opções. Desta feita, sugere-se a criação de uma plataforma online que disponibilize diversas informações para quem tiver que tomar esta de-

Implementação

Definição do Plano de Ação

As Ações

ção, como por exemplo, informações sobre o custo de vida nos diferentes concelhos, infraestruturas disponíveis (escolas, infantários, centros de saúde, hospitais, estradas e vias de acesso, etc..). Além desta plataforma, é igualmente importante que o gabinete de comunicação a desenvolver pela CIM-TS (medida 2 deste relatório) divulgue o território em websites ou fóruns especializados nesta matéria, quer *online* quer *offline*.

Ação 28 – *Promover a cidadania ativa, a participação e a governação transparente • longo prazo*

Neste campo, propõe-se a divulgação de iniciativas e intervenções locais, assim como a adoção das melhores práticas de transparência e de prestação de contas aos cidadãos (*accountability*). Este é igualmente um aspeto fulcral para aumentar o sentimento de pertença dos residentes à região como um todo, assente no rigor, transparência e participação ativa. Exemplos destas medidas são a elaboração de um orçamento participativo, a criação de assembleias de juventude, ou mesmo a inclusão dos concelhos na concurso das autarquias transparentes.¹⁵

Ver o índice de transparência municipal.

15

Ação 29 – *Sensibilizar a população para a utilização sustentável dos recursos naturais, conservação da paisagem e da natureza • médio prazo*

Sendo este um território de natureza por excelência, é fundamental que os residentes se sintam sensibilizados para causas como a utilização sustentável dos recursos naturais, a conservação da paisagem e da natureza. Só assim será possível tangibilizar e tornar reais os valores e a identidade que a marca pretende transmitir. Por outro lado, o respeito pela natureza também traz contrapartidas económicas de que os próprios residentes, de forma mais direta ou indireta, se podem apropriar.



Ação 30 - *Definição de uma estratégia cultural integrada entre concelhos e definição de uma agenda com a animação cultural e desportiva* • **imediato**

Propõe-se a criação de uma oferta integrada de eventos culturais e desportivos capaz de informar todos os residentes sobre os eventos culturais e desportivos da região. Esta oferta deve ser gerida da melhor forma, o que deve envolver a criação de uma agenda para o território, bem como a definição de eventos rotativos, que passem por diversos concelhos da comunidade intermunicipal. Para além disso, é muito importante que a comunicação desta agenda seja conseguida quer no canal *offline*, quer no canal online, no website que já se sugeriu revitalizar na ação 1.

Ação 31- *Criação de um cartão de fidelização que promova a visita a locais de interesse dos onze concelhos* • **curto prazo**

À semelhança do que acontecia, por exemplo, na Expo 98, este cartão de fidelização serviria como uma espécie de passaporte onde o seu portador poderia colecionar carimbos obtidos junto das diferentes entidades envolvidas nesta iniciativa (ex.: restaurantes, hotéis, monumentos, igrejas,...). Além dos benefícios imediatos que os residentes poderiam obter, como o usufruto de preços reduzidos, também poderiam ser criadas outras vantagens para as pessoas que mais utilizassem o cartão e, por isso, mais fomentassem a atividade cultural da região, como por exemplo descontos comerciais acordados com os negócios locais. Poderiam ainda eventualmente juntar-se a estas vantagens alguns benefícios para as crianças, como por exemplo a inclusão no passaporte de jogos infantis e outras atividades lúdicas. Esta ação por vir a estar associada à mascote sugerida na ação 6, que tem por base os monges beneditinos.



Definição do Plano de Ação

As Ações

Ação 32 – Realização de eventos de animação noturna em edifícios históricos ou abandonados • *médio prazo*

Acautelando as devidas distâncias em relação às zonas residenciais, a realização deste tipo de eventos pode trazer diferentes benefícios para a região. Desde logo, os públicos mais jovens passam a conhecer melhor o território e locais de interesse. Além do mais, estes espaços podem vir a ganhar uma nova vida, caso se verifique a existência de interessados na sua reabilitação. Por outro lado, os próprios visitantes nacionais podem passar a conhecer mais da região e criar a vontade de regressar para a explorar melhor.

Ação 33 – Realização de cinema ao ar livre rotativo entre os concelhos do Tâmega e Sousa • *médio prazo*

Sendo que o cinema é cada vez mais um luxo de que nem todos podem usufruir, afigura-se como muito importante a intervenção da Comunidade Intermunicipal nesta área, a exemplo do que já acontece noutras regiões do país. É igualmente uma forma importante de aproximar os jovens das entidades regionais, sendo simultaneamente uma medida económica de elevado potencial agregador.

Ação 34 – Definição de atividades direcionadas para emigrantes que desejem regressar ao Tâmega e Sousa • *curto prazo*

No seguimento do proposto na ação 1 – revitalização do website da CIM-TS, é importante que se considere no seio do website, um separador dirigido especificamente aos emigrantes provenientes desta região. Ali seria relevante apresentar não só informações referentes aos principais eventos dos diferentes concelhos, como também as principais oportunidades de emprego, já que se acredita que é através da criação de emprego e oportunidades que se poderá alavancar um eventual regresso destes às suas regiões-natal.

Para além disso, seria importante a criação de uma loja online como já referido anteriormente o que contribuirá também para aproximar os emigrantes às suas raízes, e aumentará assim a sua probabilidade de regresso e o seu interesse pela região, podendo ainda servir de embaixadores da mesma junto das suas comunidades de acolhimento.

Tabela 32
Estratégia de Marketing

Fonte: Elaboração própria

Medidas implementadas/entendidas ao nível de:	Património						Indústria
	Natural	Material		Cultural			
		Imóvel	Móvel	Gastronomia e Esp. Aguardentes	Imaterial	Personalidades e Figuras Históricas	
Tradição	<ul style="list-style-type: none"> - Serras - Rios - Parques e Praias - Fluviais - Termas - Aldeias preservadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Rota do Românico - Solaras e casas senhoriais - Outras igrejas e mosteiros - Elementos milenarios - Museus - Moinhos 	<ul style="list-style-type: none"> - Bordados - Olaria - Bergalas de Gestaçõ - Trabalhos em cobre, latoaria - Cestaria e trabalhos em palha - Tanoaria - Tansanzaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Arbo/Cabeit o assado - Capão à Fresamande - Restantes pratos - Doces (Conventuais e restantes) - Laranja da Pala e cerejas de Resende 	<ul style="list-style-type: none"> - Festas religiosas - Festas do concelho - Festivais gastronóm. - Concertos e festivais etnográficos - Feitas temáticas/ setoriais 	<ul style="list-style-type: none"> - Escritores - Pintores - Outros artistas plásticos - Figuras religiosas - Futebolistas e clubes de futebol - Cantores e atores - Empresários - Políticos - Saiteadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Têxtil - Vestuário - Calçado - Mobilizário - Extração de Pedra - Construção - Turismo
Inovação	<ul style="list-style-type: none"> - Desporto aventura combinado - Caça radical - Tâmega e Sousa poly-paper/rally-paper/caça ao tesouro - Photo Safari 	<ul style="list-style-type: none"> - Viés mapping no património cultural edificado do Tâmega e Sousa - Assalto ao Castelo da Amóia - Tâmega e Sousa poly-paper/rally-paper/caça ao tesouro 	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos resultantes da interação entre setores (móvel com pedra/couro) - Turismo e coprodução de produtos e experiências 	<ul style="list-style-type: none"> - Arbo/Cabeit o (vestido, músicas, poemas) - Turismo e coprodução de produtos e experiências 	<ul style="list-style-type: none"> - Evento de dimensão internunic. (integração e rotatividade) - Novo evento musical, artístico, desportivo e gastronómico 	<ul style="list-style-type: none"> - Integração de setores e oferta (storytelling) - Tâmega e Sousa poly-paper/rally-paper/caça ao tesouro 	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos ou serviços resultantes da interação entre setores (móvel com pedra / couro)
Iniciativas	Hardware <ul style="list-style-type: none"> - Melhoria da mobilidade e acessibilidade - Reforço e melhoria de regras urbanísticas - Melhoria de espaços públicos (e.g. Empza) - Condições para o desenvolvimento do tecido industrial (e.g. novas políticas de acolhimento industrial) - Criação de show room (físico e online) para mostra e venda dos diferentes produtos regionais - Condições para o desenvolvimento e aposta na agricultura, floresta e pecuária - Incentivos à criação de estabelecimentos hoteleiros de elevada qualidade - Incentivos para projetos nos territórios de menor densidade (atração e fixação de população) - Reforço e melhoria da estratégia - Aposta na manutenção e melhoria da qualidade ambiental - Simplificação de procedimentos 		Software <ul style="list-style-type: none"> - Envolvimento e sensibilização para a cooperação, integração e articulação de atores/concelhos - Concertação da comunicação – evitar iniciativas duplas e divergentes - Articulação com o Porto e com o Douro – região do Tâmega e Sousa como “Portas do Douro” - Ligação a operadores turísticos - Promoção do Vinho Verde e Gastronomia do Tâmega e Sousa - Certificação de produtos regionais - Divulgação dos produtos internacionalmente (de forma integrada, através de marca comum) - Divulgação de artistas internacionalmente (músicos enquanto embaixadores do Tâmega e Sousa) - Potenciar a força dos emigrantes enquanto embaixadores do Tâmega e Sousa no exterior - Disponibilização de informação para todos os públicos permanentemente atualizada - Sensibilização e formação para a modernização e inovação em setores tradicionais - Sensibilização para abertura de unidades industriais ao turismo industrial - Adequação da formação às necessidades empresariais e turísticas 				

A photograph of a stone archway built over a river. The arch is made of large, rough-hewn stones and is partially covered in moss. In the foreground, several large, smooth boulders are scattered along the riverbank. The water is calm and reflects the surrounding greenery and the arch. The background is filled with lush trees and foliage under a clear blue sky.

Anexos

Não há contradição
entre disciplina e iniciativa.
São o complemento
uma da outra.



Património
Cultural Imóvel
(Edificado)

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
Amarante	Museu Municipal Amadeu de Souza-Cardoso
	Convento e igreja de São Gonçalo
	Ponte de São Gonçalo
	Casa da Calçada
	Solar dos Magalhães
	Ruínas do Convento de Santa Clara
	Igreja de São Domingos (museu de Arte Sacra)
	Igreja de Santa Maria de Jazente (RR)
	Ponte do Fundo de Rua (RR)
	Igreja de Santa Maria de Gondar (RR)
	Igreja do Salvador de Lufrei (RR)
	Igreja do Salvador de Real (RR)
	Mosteiro do Salvador de Travanca (RR)
	Mosteiro de São Martinho de Mancelos (RR)
	Mosteiro do Salvador de Freixo de Baixo (RR)
	Igreja de Santo André de Telões (RR)
	Igreja de São João Baptista de Gatão (RR)
	Igreja de São Pedro
	Solar de Vila Garcia ou de Igreja
	Pousada de São Gonçalo
	Casa de Tardinhade
	Casa de Pascoais
	Pelourinho de Santa Cruz de Riba Tâmega
	Pelourinho de Ovelha
	Conjunto megalítico da Abogalheira
	Castro de Paredes
	Mamoas de São Simão
	Casa do Carvalho
	Edifício da CGD de Amarante
	Cadeia da Comarca de Amarante
	CTT de Amarante
	Cruzeiro
	Ínsua no rio Tâmega
Ponte sobre o Tâmega	
Conjunto definido por diversos arruamentos, bem como os espaços livres públicos que os mesmos ligam, em Amarante	
Faço de Dona Loba	
Baião	Conjunto Megalítico da Serra da Aboboreira
	Igreja de Santa Marinha, paroquial de Santa Marinha do Zêzere, e respetivo adro
	Igreja de São Miguel, paroquial de Tresouras

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
	Memorial de Lordelo
	Igreja do Ermelo
	Quinta do Paço
	Casa de Penalva
	Casa de Agrelas, incluindo a capela, o terraço com balaustrada e o jardim de buxo
	Casa da Cocheça
	Casa de Arcouce
	Pelourinho de Rua
	Fundação Eça de Queiroz
	Museu Rural e Etnográfico
	Museu Municipal de Baião
	Mosteiro de Santo André de Ancede Capela do Bom Despacho e terreiro fronteiro (RR)
	Ponte de Esmoriz de Ancede (RR)
	Igreja de São Tiago de Valadares (RR)
Castelo de Paiva	
Centro de Interpretação Cultural Local	
Monumento ao Mineiro	
Ponte do Caminho de Ferro de Pedorido	
Casa da Torre de Vegide	
Capela da Quinta de Vegide	
Antigo Edifício da Cadeia	
Chafariz de Sobrado	
Conjunto da Igreja Paroquial de Real e Esculturas do adro	
Aldeias Tradicionais em Xisto de Midões e Gondarém	
Igreja Paroquial de Sorado	
Estátua do Conde de Castelo de Paiva	
Solar da Fisga	
Portal da Serrada	
Casa da Cardia	
Quinta das Fontainhas	
Pelourinho de Raiva	
Casa e Quinta da Boavista, integrando a fonte existente nos jardins	
Quinta da Fisga, pátios e jardins que a rodeiam	
Pia dos Mouros	
Marmoíral do Sobrado (RR)	
Celorico de Basto	
Núcleo Museológico da Quinta do Prado	
Núcleo Ferroviário de Arco de Baulhe	
Solar/Casa do Souto	
Estela de Vila Boa	
Casa de Veade/da Boavista	
Casa do Outeiro	
Casa da Gandarela, Capela de Santo António e jardim	
Casa da Igreja, também conhecida por Casa de São Romão do Corgo, incluindo jardim, eira e cruzeiro	
Circuito Turístico dos Moirhos de Argontim	
Mosteiro de Arnoia	
Igreja e Convento de Arnóia	
Castelo de Arnoia (RR)	

Património
Cultural Imóvel
(Edificado)

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
	Pelourinho de Castelo
	Igreja do Salvador de Ribas (RR)
	Igreja de Santa Maria de Veade (RR)
	Igreja do Salvador de Fervença (RR)
	Castro das Coroas
	Museu Serpa Pinto – Museu de Cinfães
	Igreja da Nossa Senhora de Cales ou Cádiz
	Pelourinho de Nespereira
	Penedo de granito com motivos insculptados e esculptados
	Museu Serpa Pinto
Cinfães	Igreja de Nossa Senhora da Natividade de Escamarão (RR)
	Igreja de Santa Maria Maior de Tarouquela (RR)
	Igreja de São Cristóvão de Nogueira (RR)
	Igreja de Ferreiros de Tendais
	Pelourinho de Cinfães
	Casa da Calçada
	Museu Escola
	Museu Etnográfico de Nespereira
	Villa Romana de Sendim
	Museu Casa do Assento
	Calçadas Romanas
	Casa de Valmelhorado
	Casa do Paço
	Casa de Simões
	Casa das Portas (Pombeiro)
	Cruzeiro situado no largo fronteiro ao cemitério
	Paço de Pombeiro
Folgoeirás	Largo do Mosteiro do Bom Jesus de Barrosas e estrada municipal que nele desemboca, à ilharga da estrada nacional n.º 207-1
	Cruzeiro do Bom Jesus de Barrosas
	Antigo Seminário de Santa Teresinha
	Igreja de São Martinho, paroquial de Caramos
	Calvário ou via-sacra e capela do Encontro
	Mosteiro de Santa Maria de Pombeiro (RR)
	Igreja de São Vicente de Sousa (RR)
	Igreja do Salvador de Unhão (RR)
	Igreja de Santa Maria de Airães (RR)
	Igreja de São Mamede de Vila Verde (RR)
	Santuário da Nossa Senhora da Aparecida
	Conjunto Rural de Nevogilde
	Torre de Vilar
	Quinta do Perguntouro
	Casa de Vila Verde
Lousada	Casa Museu de Vilar
	Museu Vivo Engenho do Linho
	Casa de Juste
	Igreja de São Lourenço de Plas
	Igreja de Santa Maria de Meinedo (RR)
	Igreja do Salvador da Aveleda (RR)

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
	Castro de São Domingos
	Pelourinho de Lousada
	Ponte da Veiga (RR)
	Ponte de Vilela (RR)
	Ponte de Espinho (RR)
	Castro de Arados
	Museu da Pedra
	Museu Cármen Miranda
	O chamado Penedo de Cuba
	Igreja do Mosteiro de Alpendorada
	Tongobriga – Área Arqueológica do Freixo
	Torre de Novões, ou Nevões, incluindo o edifício anexo
	Via romana Braga <i>incerta via</i> (21 marcos miliários, Série Capela)
	Campa medieval de granito
	Casa do Ribeiro
	Casa e Quinta do Prado
	Casa dos Arcos
	Casa inacabada de Vila Boa de Quires, mais conhecida por «Obras do Fidalgo»
	Memorial de Alpendorada (RR)
Marco de Canaveses	Capela da Senhora da Livração de Fandinhães (RR)
	Cruzeiro do Senhor da Boa Passagem e Capela de São Lázaro
	Mosteiro de Santa Maria de Vila Boa do Bispo (RR)
	Igreja de Vila Boa do Bispo, incluindo os túmulos
	Pelourinho de Portocarreiro (Vila Boa de Quires)
	Pelourinho de Soalhães
	Pelourinho de São Nicolau de Canaveses
	Largo de Nossa Senhora da Livração
	Igreja de Santa Maria, paroquial de Fornos, e complexo paroquial
	Igreja de Santo André de Vila Boa de Quires (RR)
	Igreja de Santo Isidoro de Canaveses (RR)
	Igreja de Santa Maria de Sobretâmega (RR)
	Igreja de São Nicolau de Canaveses (RR)
	Igreja de São Martinho de Soalhães (RR)
	Igreja do Salvador de Tabuado (RR)
	Ponte do Arco (RR)
	Citânia de Sanfins
	Museu Arqueológico da Citânia de Sanfins
	Núcleo Museológico de Paços de Ferreira – Museu do Móvel
	Mamoas do Taio / Anta das Castanheiras
	Igreja de São Salvador de Ferreira
	Capela de São Francisco e Casa-Hospício
Paços de Ferreira	Uma inscrição gravada num penedo existente na Bouça de Fervenças
	Pelourinho de Paços de Ferreira
	Edifício principal e conjunto da entrada e acessos, excluindo todos os anexos, da Quinta de Vista Alegre
	Dólmen da Leira Longa, Lamoso
	Mosteiro de São Pedro de Ferreira (RR)
	Mosteiro de Bustelo

Património
Cultural Imóvel
(Edificado)

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
Penafiel	Centro Histórico de Penafiel
	Castro de Monte Mozinho, mais conhecido pela Cidade Morta de Penafiel
	Menir de Luzim, também conhecido por «Marco de Luzim»
	Mamoas e gravuras rupestres conhecidas por «as Pegadinhas de São Gonçalo», a 16 m e 30 m, respetivamente, do «Menir de Luzim»
	Gravuras Rupestres de Lomar
	Igreja paroquial de São Martinho
	Janela da Reboleira (Porto), atualmente na Quinta da Aveleda
	Pelourinho de Penafiel
	Túmulo do Monte de São Roque
	Anta de Santa Marta
	Igreja, sacristia, claustro e respetiva fonte e cruzeiro de Paço de Sousa
	Igreja de Gândara
	Fonte amoreada existente nos jardins da Casa de Cabanelas
	Honra de Barbosa
	Casa e Quinta da Companhia
	Termas de São Vicente
	Quinta de Mesão Frio
	Igreja da Misericórdia de Penafiel
	Torre de Coreixas, outrora denominada «Torre de Durigo»
	Casa e Quinta da Maragossa
	Penedo com gravuras rupestres na Tapada das Eiras
	Côto da Cividade de Eja
	Castelo de Penafiel
	Solar de Azevedo
	Cadeia da Comarca de Penafiel
	CTT de Penafiel
	Quinta dos Molinhos
	Balneário romano de São Vicente do Pinheiro
	Igreja do Sameiro
	Museu de Arte Sacra
Museu Municipal de Penafiel	
Igreja de São Miguel de Entre-os-Rios (RR)	
Igreja do Salvador de Cabeça Santa (RR)	
Igreja de São Pedro de Abragão (RR)	
Igreja de São Gens de Boelhe (RR)	
Memorial da Ermida (RR)	
Mosteiro do Salvador de Paço de Sousa (RR)	
Museu Municipal de Resende	
Resende	Estação Arqueológica da Mogueira-São Martinho de Mouros
	Memorial à Cereja
	Torre da Lagariça
	Ponte da Lagariça
	Necrópole da Quinta das Trapas
	Conjunto megalítico de Felgueiras-Feirão
	Mamoas de Moumiz
	Casa da Soenga, incluindo os jardins, as estátuas e a Capela de Nossa Senhora do Carmo
	Pelourinho de São Martinho de Mouros



Concelho	Principais elementos do Património Cultural Imóvel (Edificado)
	Capela quinhentista em Mirão
	Ponte de Carcavelos
	Ponte antiga de Aregos
	Ponte de Ovadas
	Recinto Megalítico de São Cristovão
	Hospital Sub-Regional de Resende
	Mosteiro de Santa Maria de Cárquere (RR)
	Igreja de São Martinho de Mouros (RR)
	Igreja de Santa Maria de Barrô (RR)
	Ponte da Panchorra e caminho em lajeado (RR)

Tabela 33
Principais elementos
do Património Cultural Imóvel
(Edificado) do Tâmega e Sousa
identificados pelos entrevistados
Nota: Rota do Românico – RR

Fonte: Elaboração própria

Tabela 34
Sub-regiões de Vinho Verde

Fonte: CVRVV e elaboração própria

Sub-regiões de Vinho Verde	Concelhos integrantes
Amarante	Amarante e Marco de Canaveses
Ave	Vila Nova de Famalicão, Fafe, Guimarães, Santo Tirso, Trofa, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Póvoa de Varzim, Vila do Conde e Vizela (com exceção das freguesias de Vizela (Santo Adrião) e Barrosas (Santa Eulália))
Baião	Baião, Resende (exceto a freguesia de Barrô) e Cinfães (exceto as freguesias de Travanca e Souselo)
Basto	Cabeceiras de Basto, Celorico de Basto , Mondim de Basto e Ribeira de Pena
Cávado	Esposende, Barcelos, Braga, Vila Verde, Amares e Terras de Bouro
Lima	Viana do Castelo, Ponte de Lima, Ponte da Barca e Arcos de Valdevez
Monção e Melgaço	Monção e Melgaço
Faiva	Castelo de Faiva e Cinfães (freguesias de Travanca e Souselo)
Sousa	Paços de Ferreira, Paredes, Lousada, Felgueiras, Penafiel e Vizela (apenas as freguesias de Vizela (Santo Adrião) e Barrosas (Santa Eulália))

Tabela 35
Castas Vinho Verde
Nota: Portaria nº 428/2000 de 2000/8/17 aprova a lista das castas aptas à produção de vinho em Portugal e respetiva nomenclatura.

Fonte: CVRVV

Castas Brancas		Castas Tintas	
Principais	Outras	Principais	Outras
- Alvarinho	- Píntosa	- Amarel (Azal Tinto)	- Doçal
- Avesso	- Cainho de Moreira	- Borraçal	- Doçal de Refóios
- Azal	- Cascal	- Alvarelhão	- Refóios
- Batoca	- Tália (Douradinha)	(Brancelho)	- Espadeiro Mole
- Loureiro	- Esganinho	- Espadeiro	- Labrusco
- Arinto	- Sercial (Esgana-Cão)	- Padeiro	- Mourisco
- (Pedernã)	- Esganoso	- Pedral	- Pical Pólho
- Trajadura	- Fernão-Pires	- Rabo-de-Anho	- Sousão
	(Maria-Gomes)	(Rabo-de-Ovelha)	- Verdelho Tinto
	- Lameiro	- Vinhão	
	- Rabigato		
	- São Mamede		
	- Semilão		

Tabela 37
Empresas e marcas de vinho verde do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Empresa	Concelhos	Marcas principais de vinho verde ligadas às regiões em causa
Adega Cooperativa de Amarante	Amarante	Adega Cooperativa de Amarante
Adega Cooperativa de Castelo de Paiva	Castelo de Paiva	Foral de Payva
Adega Cooperativa de Lousada	Lousada	Adega Cooperativa de Lousada, Encostas da Vessada
Adega Cooperativa de Marco de Canaveses	Marco de Canaveses	Adega Cooperativa de Marco de Canaveses, Cruzeiro do Marco, Tamacana
Adega Cooperativa de Penafiel	Penafiel	Barçaça do Tâmega, Forais de Penafiel, Margem Tâmega, Ponte do Canal
Casa de Algar	Castelo de Paiva	Pata da Burra
Casa de Vila Boa	Marco de Canaveses	Escudo da Comenda
Casa de Vilacetinho	Marco de Canaveses	Vilacetinho
Couto & Campo Lda.	Amarante	Couto, Terra de Pascoaes, Retiro do Poeta, WinLover
Quinta da Aveleda (nota: PME Líder 2014)	Penafiel	Casal Garcia, Quinta da Aveleda, Aveleda Vinho Verde, Aveleda Alvarinho
Quinta da Corga da Chã	Castelo de Paiva	Corga da Chã
Quinta da Lixa (nota: PME Líder 2014)	Felgueiras	Pouco Comum – Alvarinho, Aromas das Castas, QL, Terras do Minho, O Tal Vinho da Lixa, Monsenhor, Vinha Real
Quinta da Raza	Celorico de Basto	Quinta da Raza, Dom Diogo, Raza
Quinta da Samoça	Marco de Canaveses	Quinta da Samoça
Quinta da Torre de Baixo	Marco de Canaveses	Encostas da Légua
Quinta de Carapeços	Amarante	Quinta de Carapeços, Carapeços Winter Harvest
Quinta de Religiões	Castelo de Paiva	Quinta de Religiões
Quinta de Santa Christina	Castelo de Paiva	Campo Grande
Quinta de Valetruto	Castelo de Paiva	Quinta de Valetruto
Quinta do Burgo	Castelo de Paiva	Montes do Paiva
Quinta do Burgo	Marco de Canaveses	Quinta do Burgo, Capelas do Burgo e Amor Perfeito

Empresa	Cancelhos	Marcas principais de vinho verde ligadas às regiões em causa
Quinta do Covêlo	Castelo de Paiva	Saramagosa
Quinta do Outeirinho	Castelo de Paiva	Outeirinho
Quinta do Outeiro	Castelo de Paiva	Outeiro de Bairros, Vale de Ouriz
Quinta do Sorrego	Castelo de Paiva	D. Quininha
Quinta do Toutiçal	Castelo de Paiva	Q.T.
Quinta e Casa das Hortas, Soc. Agric. Com., Lda. (nota: PME Líder 2014)	Baião	Tormes, Portal das Hortas (há outras marcas mas de sub-regiões fora do CIM).
Quinta Encosta da Cerca	Castelo de Paiva	Encosta da Cerca
Quinta Encosta do Luzio	Castelo de Paiva	Encosta do Luzio
Solar Carvalhosa – Sociedade Agrícola	Marco de Canaveses	Coche, O Especial de Amarante, Varandas do Tâmega, Barão do Vale do Tâmega
Terras de Felgueiras - Caves Felgueiras, C.R.L. - Adega Regional de Felgueiras (nota: PME Líder 2014)	Felgueiras	Cooperativa Agrícola de Felgueiras, Terras de Felgueiras, Astro, Azhar, Fonte de Santa Quitéria, Luz do Sol

Tabela 37
Empresas e marcas de vinho verde do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Festividades e Ações Culturais e Recreativas

Tabela 38
Principais festividades do Tâmega e Sousa identificadas pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Mês	Data	Festividade	Tipologia	Concelho
Janeiro	Início a 24/1/2015 acontecendo um fim de semana por mês	Noites Acústicas	Musical	Lousada
	Fins de semana	Fins de semana gastronómicos	Gastronómico	Marco de Canaveses
	2º fim-de-semana	Encontro de Cantadores de Janeiras	Musical	Marco de Canaveses
Fevereiro	2º sábado	Encontro de Cantar as Janeiras	Musical	Castelo de Paiva
	2 de fevereiro	Dia de S. Brás	Religioso	Resende
Março	4º Fim de semana de Fevereiro	Festival Internacional das Camélias	Temático	Lousada
	Fim de Março / Início de Abril	Festa das Cavacas	Gastronómico	Resende
	Meados de Março	Festa Internacional das Camélias	Temático	Celorico de Basto
Abril	Meados de Março	Festival da Lampreia	Gastronómico	Penafiel
	Fim de Março/início de Abril	Feira do Fumeiro e do Cozido à Portuguesa	Gastronómico	Baião
	Fim de semana antes da Páscoa	Festival do Pão-de-ló	Gastronómico	Felgueiras
	5ª feira imediatamente anterior à 6ª feira Santa	Endoerças	Religioso	Marco de Canaveses e Penafiel
	23 de Abril	Feira dos 23	Setorial – Agrícola	Felgueiras
Maio	Fim de Abril	Marco de Letras - Feira do Livro	Cultural	Marco de Canaveses
	Fim de Abril	Encontro Municipal de Etnografia	Artes performativas	Penafiel
	1º Fim de semana de Maio	Feira de Maio	Setorial – Agrícola	Felgueiras
	2º Fim de semana de Maio	Feira dos Doces Conventuais	Gastronómico	Amarante
	2º Fim de semana de Maio	Folia e Follazinho, Festival de Artes de Espetáculo	Artes performativas	Lousada
	4º Domingo de Maio	Romaria no Santuário de Santa Maria de Cárquere	Religioso	Resende
	Festividade móvel – 40 dias após a Páscoa	Sto. Adrião	Religioso	Castelo de Paiva
	Último fim de semana de maio	Feira Social de Castelo de Paiva	Temático	Castelo de Paiva
Junho	Fim de Maio	Feira das Coletividades e Festival do Anho Assado	Gastronómico	Marco de Canaveses
	Fim de Maio/início de Junho	Festival da Cereja	Temático	Resende
Junho	1º Fim de semana de Junho	Festas de São Gonçalo	Religioso	Amarante

Tabela 38
Principais festividades
do Tâmega e Sousa identificadas
pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Mês	Data	Festividade	Tipologia	Concelho
	Início de Junho	Festa do Doce	Gastronómico	Castelo de Paiva
	Início de Junho	Corpo de Deus/Festas da Cidade e do Concelho	Religioso	Penafiel
	24 de Junho	Festas de São João	Religioso	Castelo de Paiva
	24 de Junho	Festas de São João	Religioso	Cinfães
	24 de Junho	Festas de São João - Alpendorada	Religioso	Marco de Canaveses
	25-29 de Junho	Festa de S. Pedro/Festas do Concelho	Religioso	Felgueiras
	Fim de Junho	Festival da Juventude	Musical	Lousada
	Último fim de semana de Junho	Feira à Moda Antiga	Recriação histórica	Amarante
	Último fim de semana de Junho	Mercado Romano de Tongobriga	Recriação histórica	Marco de Canaveses
	Último fim de semana de Junho	Vila, Festival da Juventude de Lousada	Festival de Música	Lousada
Julho	Início de Julho	Noite Branca	Temático	Penafiel
	Início de Julho	Festa a Frei Bernardo	Religioso	Colorido de Basto
	Início de Julho	Sebastianas	Religioso	Faços de Ferreira
	1ª fim de semana de Julho	Feira do Vinho Verde, do Lavrador, Gastronomia e Artesanato	Gastronómico	Castelo de Paiva
	2ª e 3ª semana	Festas do Marco de Canaveses	Multi-temático	Marco de Canaveses
	Meados de Julho	Expomontemuro	Feira Regional	Cinfães
	3ª fim de semana de Julho	Descalço	Setorial - Industrial	Felgueiras
	25 de Julho	Feira Franca	Temática	Felgueiras
	Último fim de semana de Julho	Festas do Concelho/ Senhor dos Aflitos	Religioso	Lousada
	Fim do Julho	Festas do Concelho em honra de S. Tiago	Religioso	Colorido de Basto
Fim do Julho	Festival do Anho Assado e do Arroz de Forro	Gastronómico	Baião	
Agosto	Início de Agosto	Citânia Summer Fest	Musical	Faços de Ferreira
	3 e 4 de Agosto	Romaria de S. Domingos da Serra	Religioso	Castelo de Paiva
	1ª fim de semana	Festival Gerações, Festival da Juventude, Festival da Francesinha, Festa do Emigrante	Multi-temático	Castelo de Paiva
	Meados de Agosto	Festa da Senhora Aparecida	Religioso	Lousada
	Meados de Agosto	Feira de Artesanato e Gastronomia	Feira Regional	Colorido de Basto
	3ª Semana de Agosto	Festas concelhias e de São Bartolomeu	Religioso	Baião
	3ª fim de semana	Crokas Rock	Musical	Castelo de Paiva
27-28 Agosto	Festa de St.ª Águeda	Religioso	Felgueiras	

Anexos

Festividades e Ações Culturais e Recreativas

Tabela 38
Principais festividades do Tâmega e Sousa identificadas pelos entrevistados

Fonte: Elaboração própria

Mês	Data	Festividade	Tipologia	Concelho
	Fim de Agosto	AGRIVAL	Setorial - Agrícola	Penafiel
	Último fim de semana de Agosto	Douro Green Fest	Musical	Cinfães
	Fim de Agosto	Festas da Vila de Carvalhosa	Religioso	Paços de Ferreira
Setembro	Início de Setembro	Festa da Senhora do Viso	Religioso	Celorico de Basto
	1º Fim de semana de Setembro	Mercado Medieval de São Nicolau	Recriação histórica	Marco de Canaveses
	6, 7 e 8 de Setembro	Romaria Sta. das Amoras	Religioso	Castelo de Paiva
	8 de Setembro	Peregrinação a Nossa Senhora do Castellinho	Religioso	Marco de Canaveses
	14, 15 e 16 de Setembro	Romaria de Sta. Eufêmea	Religioso	Castelo de Paiva
	3º Fim de semana de Setembro	Corrida das Vindimas	Desportivo	Castelo de Paiva
	3º Fim de semana de Setembro	Festa do Caldo de Quintandona	Gastronómico	Penafiel
	Fim de Setembro	Festa da Labareda	Festas concelhias	Resende
Outubro	Início de Outubro	Escritaria	Festival literário	Penafiel
	3º Fim de semana de Outubro	Feira do Séc. XIX	Recriação histórica	Castelo de Paiva
	1º Fim de semana de Outubro	Bienal da Pedra	Setorial - Industrial	Marco de Canaveses
Novembro	Meados de Novembro	Festa e feira de anual de S. Martinho	Religioso	Penafiel
	Fim de Novembro	Feira Anual de Santa Catarina	Religioso	Celorico de Basto
Dezembro	13 de Dezembro	Feira do Capão/Santa Luzia	Gastronómico	Paços de Ferreira
	Época Natalícia	Aldeia do Pai Natal	Temático	Cinfães

Tabela 39
Bandas Filarmónicas do Tâmega e Sousa

Fonte: Direção Regional da Cultura do Norte, disponível em: www.culturalnorte.pt

Concelho	Bandas Filarmónicas e Associações Culturais e Recreativas
Amarante	Banda de S. Martinho de Mancelos Banda Musical Amarante
Baião	Banda Marcial de Ancede - Associação Cultural e Recreativa Banda da Casa do Povo de Santa Marinha do Zêzere
Castelo de Paiva	Associação Cultural do Couto Mineiro do Pejão Banda Marcial De Bairros Banda de Música dos Mineiros do Pejão Banda Musical de Fornos
	Associação Cultural e Recreativa de Santiago de Piães Associação Filarmónica Cultural e Recreativa e Desportiva Tarouquela
	Banda de Música da Casa do Povo de Ferreiros Sociedade Artística e Musical de Cinfães Banda Marcial de Nespereira
<ul style="list-style-type: none"> Lousada Marco de Canaveses Paços de Ferreira	Associação de Cultura Musical de Lousada Banda de Música de Vila Boa de Quires Banda Musical de Paços de Ferreira Associação Musical de Freamunde
Penafiel	Associação Musical e Recreativa de Lagares Associação Banda Musical de Rio Mau Banda Musical e Cultural de Paço de Sousa Banda Musical e Cultural da Vila de Rio de Moinhos
Resende	Banda de Música de São Cipriano "A Nova" Banda de Música de São Cipriano "A Velha"

Tabela 40
Infraestruturas de desporto
de apoio a residentes
e de possível utilização
para eventos

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Equipamento	Principais Serviços/Atividades oferecidas
Amarante	Complexo Desportivo da Costa Grande	- Pista de atletismo - Pistas para 3 modalidades de saltos (altura, com vara e comprimento) - Pista para lançamento de pesos; - 3 Polidesportivos para desportos coletivos - Campo de ténis - Parede de escalada
	Estádio Municipal de Amarante	- Estádio de Futebol - Campo de jogos - Campo de treinos - Ginásio
	Piscinas Municipais de Amarante	- Natação
	Pavilhão Desportivo Municipal	- Andebol, Voleibol, Futsal, Aeróbica, Capoeira, Karaté
	Estádio Municipal de Vila Meã	- Campo relvado - Zonas de apoio - Campo de treino
	Piscinas Municipais de Vila Meã	- Piscina semiolímpica (natação pura, sincronizada e polo aquático) - Tanque (para aprendizagem e ginástica aquáticas) - Jacuzzi e saunas
Baião	Piscina Municipal Coberta	- Prática das atividades aquáticas
	Piscinas Municipais de Campelo, Ancede e Santa Marinha do Zêzere	- Prática das atividades aquáticas
	Pavilhão Multiusos	- Andebol, Futsal, Bilhar - Polidesportivo de ar livre - Circuito de minigolfe - Circuito de manutenção - Parede de escalada - Museu etnográfico
	Casa da Juventude e Desporto	- Equitação, Hipoterapia
Castelo de Paiva	Centro Hípico de Baião	- Equitação, Hipoterapia
	Pavilhão Municipal de Castelo de Paiva	- Futsal, Andebol, Ginástica, Hóquei em patins
	Pavilhão Municipal do Couto Mineiro	- Futsal, Andebol, Ginástica
	Pavilhão Municipal da Póvoa	
	Pavilhão da Cruz da Carreira	
	Pavilhão C.C.R.S.	
	Campo Municipal da Boavista	- Futebol
	Piscina Municipal de Castelo de Paiva	- Natação
	Piscina Municipal do Castelo (descoberta)	- Natação
	Pista de MotoCross de Sardoura	- Desportos Motorizados
	Campo de Ténis de Ourais	- Ténis
	Campo de Ténis do Hotel S. Pedro	
	Circuito de manutenção do Hotel S. Pedro	- Manutenção
Circuito de Manutenção do CACE		
Pista de Aeromodelismo do Norte	- Aeromodelismo	
Cais de Pedorido	- Desportos Náuticos	
Cais de Mídões		
Cais do Castelo		

Infraestruturas de desporto de apoio a residentes e para possível utilização de eventos

Tabela 40
Infraestruturas de desporto de apoio a residentes e de possível utilização para eventos

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Equipamento	Principais Serviços/Atividades oferecidas
Celorico de Basto	Estádio Municipal Celorico de Basto	- Futebol
	Piscina ao ar livre de Codessoso	- Prática das atividades aquáticas
	Piscina Municipal Coberta	- Natação
	Polidesportivo da Mota	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Arnoia	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Caçarilhe	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Canedo	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Codessoso	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Fernil	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo de Moreira do Castelo	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo do Parque Urbano do Freixeiro	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Polidesportivo do Rego	- Campo Polivalente ao Ar livre
	Hipódromo de Carvalho	- Equitação
Cinfães	Estádio Municipal de Cinfães	- Futebol
	Pavilhão Municipal Armando Costa	- Futsal, Andebol, Ginástica
	Campo da Ranha	- Futebol
	Campos de Futebol (- Futebol
	Campos Polidesportivos (Alhões, Escamarão, Moimenta e Travanca)	- Várias modalidades
Felgueiras	Piscinas Municipais	- Natação
	Campos de Futebol	- Futebol, Futsal
	Centro Hípico - Escola de Equitação, Casa do Souto	- Equitação
	Centro Hípico - Escola de Equitação, Quinta da Granja	- Equitação
	Court de Tênis	- Tênis
	Estádio Dr. Machado de Matos, Futebol Clube de Felgueiras	- Futebol
	Estádio Senhor do Amparo, Futebol Clube da Lixa	- Futebol
	Pavilhões Gimnodesportivos	- Futsal, Andebol, Ginástica
	Piscina Municipal da Lixa	- Natação
	Piscina Municipal de Felgueiras	- Natação
	Piscina Municipal de Idães	- Natação
Lousada	Polidesportivos	- Futsal, Andebol, Ginástica (cobertos e descobertos)
	Estádio Municipal de Hóquei em Campo, de relva sintética	- Hóquei, Futebol
	Campos Multifuncionais, de relva sintética	- Futebol, Rugby
	Campos de Tênis, em terra batida	- Tênis
	Estádio Municipal de Futebol	- Futebol
Marco de Canaveses	Pavilhão Municipal de Lousada	- Ballet, Ginástica de manutenção, Karaté, Parede artificial de Escalada, Basquetebol, Hóquei
	Complexo Desportivo Marco de Canaveses	- Estádio de Futebol - Campo de Tênis - Pavilhão Municipal: polivalente - Piscinas Municipais
	Complexo Desportivo de Alpendorada	- Estádio de Futebol - Piscinas Municipais

Tabela 40
Infraestruturas de desporto
de apoio a residentes
e de possível utilização
para eventos

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Equipamento	Principais Serviços/Atividades oferecidas	
Paços de Ferreira	Pavilhão Desportivo Municipal nº 1	- Hóquei Patins, Patinagem Artística, Voleibol, Basquetebol, Ténis, Karaté, Futsal	
	Pavilhão Desportivo Municipal nº2	- Futsal	
	Piscinas Municipais Paços de Ferreira	- Natação	
	Piscinas Municipais de Freamunde	- Natação	
	Estádio da Capital do Móvel	- Futebol	
Penafiel	Estádio Municipal 25 de Abril	- Futebol	
	Complexo Desportivo Municipal de Leiras	- Futebol	
	Parque desportivo das Lajes	- Futebol	
	Complexo de Piscinas Municipais de Penafiel	- Natação (piscinas interiores e exteriores), Ténis, Ginástica	
	Piscinas Municipais de Paço de Sousa	- Natação, Polo Aquático	
	Piscinas Municipais de São Vicente	- Natação (piscinas exteriores)	
	Pavilhão Municipal Fernanda Ribeiro	- Basquetebol, Futsal, Andebol, Voleibol, Hóquei em patins	
	Pavilhão Desportivo Municipal de Adragão	- Hóquei em patins, Patinagem artística, Futsal, Andebol	
	Pavilhão Desportivo Municipal de Galegos	- Hóquei em patins, Patinagem artística, Futsal, Andebol	
	Pavilhão Desportivo Municipal de Novelas	- Futsal, Andebol, Ténis de mesa, Voleibol	
	Pavilhão Desportivo de Rio de Moinhos	- Futsal, Andebol	
	Pavilhão Desportivo do Centro Escolar de Penafiel	- Futsal, Andebol, Voleibol	
	Pavilhão Desportivo de Urrô	- Futsal, Andebol	
	Pavilhão Desportivo de Lagares	- Futsal, Andebol, Voleibol	
	Minicampo Polidesportivo do Sameiro	- Basquetebol	
	Polidesportivo descoberto de Penas	- Futebol, Andebol (ao Ar livre)	
	Polidesportivo de Canelas	- Futebol, Andebol (ao Ar livre)	
	Polidesportivo da Quinta do Bispo	- Futebol, Andebol (ao Ar livre)	
	Polidesportivo de Leiras	- Futebol, Andebol (ao Ar livre)	
	Polidesportivo da Vila Gualdina	- Basquetebol (ao Ar livre)	
	Resende	Pavilhão Desportivo Municipal	- Futebol, Andebol
		Pavilhão Gimnodesportivo de São Martinho de Mouros	- Futebol / Futsal, Andebol
		Pavilhão Gimnodesportivo de Anreade	- Futebol, Voleibol, Andebol, Ginástica
Pavilhão Gimnodesportivo de Freigil		- Futebol, Ginástica	
Estádio de Fomelos		- Futebol	
Piscinas descobertas e cobertas	- Natação e hidroginástica		

Identificação
de Atores do Território

Tabela 41
Atores do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Entidades	
Associações Empresariais/Comerciais/Industriais	
Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa	Felgueiras
Associação Empresarial de Amarante	Amarante
Associação Empresarial de Vila Meã	Amarante
Associação Empresarial de Baião	Baião
Associação Comercial e Industrial de Castelo de Paiva	Castelo de Paiva
Associação Empresarial de Fafe, Cabeceiras de Basto e Celorico de Basto	Cabeceiras de Basto
Associação Empresarial de Cinfães	Cinfães
Associação Industrial de Lousada	Lousada
Associação Empresarial de Felgueiras	Felgueiras
Associação Empresarial Marco de Canaveses	Marco de Canaveses
Associação Empresarial de Paços de Ferreira	Paços de Ferreira
Associação Empresarial de Penafiel	Penafiel
Associação Empresarial de Resende	Resende
Incubadoras e Centros Tecnológicos/de Investigação	
TECVAl – Centro Tecnológico do Vale do Sousa	Paços de Ferreira
CACE – Centro de Apoio à Criação de Empresas	Castelo de Paiva
TECTÂMEGA – Associação para o Desenvolvimento Tecnológico do Tâmega	Felgueiras
IVSA – Incubadora do Vale do Sousa	Penafiel
IET – Instituto Empresarial do Tâmega: IE - Incubadora de Empresas de Base Tecnológica; CIN - Centro de Inovação e Negócios; Academia	Amarante
CIICESI – Centro de Inovação e Investigação em Ciências Empresariais e Sistemas de Informação (ESTGF)	Felgueiras
IENFACTS – Instituto de Investigação e Formação Avançada em Ciências e Tecnologias da Saúde (CESPU)	Penafiel
Instituições de Ensino Superior	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras – ESTGF.IPP	Felgueiras

Tabela 42
Atores do Tâmega e Sousa área
agrícola e florestal

Fonte: ICNF, Elaboração própria,
www.icnf.pt

Entidades	
Cooperativas e Associações Agrícolas	
Cooperativa Agrícola de Amarante, CRL	
Associação dos Agricultores de Riba Douro	
Cooperativa Agrícola de Baião, CRL	
Cooperativa Agrícola Paivense, CRL	
Cooperativa Agrícola de Basto (Bribeiro, Gémeos e Ourilhe)	
Coopfães - Cooperativa Agrícola Cinfanense, CRL	
Adega verde de Castelo de Paiva, Cooperativa CRL	
Cooperativa Terras de Felgueiras - Caves Felgueiras, CRL	
Copagri - Cooperativa Agrícola de Lousada, CRL	
Adega Cooperativa de Lousada	
Coopermarco - Cooperativa Agrícola de Marco de Canaveses CRL	
Cooperativa Agrícola A Lavoura do Concelho de Paços de Ferreira, CRL	
Coopenafiel Cooperativa Agrícola de Penafiel	
Adega Cooperativa de Penafiel	
Associação de Agricultores de Resende - Resdouro	
CER Resende - Cerejas de Resende, Associação de Promoção	
Organizações de Produtores Florestais Registadas no ICNF	
COOPERBASTO – Cooperativa Agrícola de Basto, CRL	
Associação Florestal de Entre Douro e Tâmega	
Associação Florestal do Vale do Sousa	
Cooperativa Terras de Felgueiras - Caves Felgueiras, CRL	

Empresa	Atividade principal	Concelho	Fundação	N.º Colaboradores	Proveitos operacionais (milhares de €)
Empresas com mais de 250 colaboradores					
MOTA-ENGIL, Engenharia e Construção, S.A.	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	Amarante	1946	2 285	326 891 (2013)
UNIGRUPOCOM - Construções, Lda.	Construção de edifícios (residenciais e não residenciais)	Amarante	2000	361	5 590 (2013)
JEFAR Indústria de Calçado, S.A.	Fabricação de calçado	Felgueiras	1997	327	26 930 (2013)
P.C.F. Produção de Calçado de Felgueiras, Lda.	Fabricação de calçado	Felgueiras	1984	371	20 521 (2013)
CALVELEX Indústria de Confecções, S.A.	Confecção de outro vestuário exterior em série	Lousada	1985	601	17 285 (2013)
CRIALME - Fabricação, Exportação e Importação de Confecções, Lda.	Confecção de outro vestuário exterior em série	Paços de Ferreira	1984	463	14 513 (2013)
IKEA Industry Portugal, Lda.	Fabricação de mobiliário de madeira para outros fins	Paços de Ferreira	2006	1348	147 660 (2013)
PETRATEX Confecções S.A	Confecção de outro vestuário exterior em série	Paços de Ferreira	1989	517	65 303 (2013)
Bastos Viegas, S.A.	Fabricação de outras preparações e de artigos farmacêuticos	Penafiel	1919	376	31 584 (2013)
Centro Hospitalar do Tâmega e Sousa, E.P.E.	Prestação de cuidados de saúde	Penafiel	2007	1 651	72 949 (2012)
JORGES - Confecções, Lda.	Confecção de outro vestuário exterior em série	Penafiel	1960	254	5 531 (2013)
Outras de elevada importância na sub-região (com Proveitos Operacionais superiores a 20 000 milhares de €)					
CONTIMOBEL - Imobiliária de Castelo de Paiva, S.A.	Arrendamento de bens imobiliários	Castelo de Paiva	1972	-	23 960 (2013)
CARITE - Calçados, Lda.	Fabricação de calçado	Felgueiras	1986	147	21 745 (2013)
PEDRO ALMEIDA, Sociedade Unipessoal, LDA	Comércio por grosso de calçado	Felgueiras	2005	9	30 274 (2013)

Tabela 43
Grandes empresas do Tâmega e Sousa
Nota: tabela incompleta pela indisponibilidade do número de colaboradores na base de dados SABI.

Fonte: SABI (2012 e 2013); Elaboração própria

Identificação
de Atores do Território

Tabela 43
Grandes empresas
do Tâmega e Sousa
Nota: tabela incompleta pela
indisponibilidade do número de
colaboradores na base de dados
SABI.

Fonte: SABI (2012 e 2013); Elaboração própria

Empresa	Atividade principal	Concelho	Fundação	N.º Colaboradores	Provetos operacionais (milhares de €)
CLAUDIFEL - Indústria de Calçado	Fabricação de calçado	Felgueiras	1987	211	22 013 (2013)
FSM - Indústria de Confeções, S.A.	Confeção de outro vestuário exterior em série	Lousada	1979	49	26 829 (2013)
JAPAUTOMOTIVE - Comércio de Automóveis, S.A.	Comércio de veículos automóveis ligeiros	Marco de Canaveses	1904	171	48 704 (2013)
ALIMENTAÇÃO ANIMAL NANTA, S.A.	Fabricação de alimentos para animais de criação (exceto para aquicultura)	Marco de Canaveses	1968 (Grupo)	62	44 025 (2013)
BAR-BAR-IDADE I - SGPS, S.A.	Atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras	Paços de Ferreira	1997	-	23 757 (2013)
DISTROMAZOOT E - Distribuição de Combustíveis, Lda.	Comércio a retalho de combustível para veículos a motor, em estabelecimentos especializados	Paços de Ferreira	1998	50	22 891 (2013)
SETE VIAS - CENTRAL DE TABACOS DO NORTE, S.A.	Comércio por grosso de tabaco	Paços de Ferreira	1999	6	20 242 (2013)
AVELEDA, S.A.	Produção de vinhos comuns e licorosos	Penafiel	1870	159	28 991 (2013)
COMÉRCIO DE GADO FERREIRA & FERREIRA, Lda.	Comércio por grosso de carne e produtos à base de carne	Penafiel	1985	16	22 316 (2013)
GEWISS PORTUGAL - Indústria de Material Eléctrico, Unipessoal, Lda.	Fabricação de material de distribuição e controlo para instalações elétricas de baixa tensão	Penafiel	1970 (Grupo)	186	24 749 (2013)
RECAUCHUTAGEM NORTENHA, S.A.	Comércio a retalho de peças e acessórios para veículos automóveis	Penafiel	1976	244	20 136 (2013)
M.CUNHA & COMPANHIA, S.A.	Comércio por grosso de outros produtos alimentares, n.e.	Penafiel	1958	225	62 387 (2013)

LISTAGEM - TURISMO

Presença online dos estabelecimentos hoteleiros e de turismo em espaço rural de habitação, seleção dos estabelecimentos com base em dois critérios:

- Os estabelecimentos incluídos na análise do Turismo realizada no âmbito do desenvolvimento do PEDI-TS (que teve como fontes de informação os sites da Turihab e das Câmaras Municipais que integram a CIM-TS);
- Informação recolhida da página Booking.com; Tripadvisor.com e hotéis.pt.

203 Estabelecimentos encontrados, repartidos da seguinte forma:

Concelho	Nº total	Estabelecimentos
Amarante	31	1. Casa da Calçada Relais & Chateaux
		2. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Pascoaes
		3. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Levada
		4. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Carvalhal de Amarante
		5. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Pedra
		6. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de São Faustino de Fridão
		7. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Aboadela
		8. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Infesta
		9. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Zé da Calçada
		10. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Obra
		11. TER - Turismo em Espaço Rural Solar de Passinhos
		12. TER - Turismo em Espaço Rural Habipede
		13. Turismo Rural Casa da Cerca D'Além
		14. Casa do Valinho
		15. Casa da Nogueira - Turismo Rural
		16. Quinta de Ribas
		17. Quinta de Palmazões
		18. Quinta do Queirão
		19. Hotel Rural Quinta da Cruz
		20. Monverde Hotel
		21. Pousada do Marão - São Gonçalo
		22. Quinta do Sol
		23. Pousadela
		24. Hotel Amaranto
		25. Sampalo
		26. Navarras Hotel
		27. Pensão Residencial Sena
		28. Pensão Residencial Rosqueira
		29. Pensão Residencial Príncipe
		30. Parque de Campismo Penedo da Rainha
		31. Casa da Juventude de Amarante
Baião	27	32. Douro Palace Hotel Resort & SPA
		33. Douro Royal Valley Hotel & SPA
		34. Quinta da Ermida
		35. Quinta do Ervedal
		36. Quinta de Guimarães
		37. Quinta do Santo
		38. Quinta de Marnotos
		39. Quinta Do Bosque
		40. Turismo de Habitação Quinta das Quintãs
		41. Turismo de Habitação Casa de Cochêca

Tabela 44
Estabelecimentos hoteleiros
no Tâmega e Sousa
com presença online

Fonte: Elaboração própria

Listagem - Turismo

Tabela 44
Estabelecimentos hoteleiros
no Tâmega e Sousa
com presença online

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Nº total	Estabelecimento
		42. Turismo de Habitação Casa de São Pedro
		43. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Silvério
		44. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Laranjal
		45. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Calçada Romana
		46. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Feitorias
		47. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Garagem
		48. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Lavandeira
		49. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Viombra
		50. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Fundo de Vila
		51. TER - Turismo em Espaço Rural O Casarão
		52. Quinta da Casa Grande Pinheiro
		53. Casas de Pousadouro
		54. Casa da Dona Marquinhas
		55. O Aconchego das Raízes
		56. A Casa do Almocreve
		57. Pensão Residencial Borges
		58. Pensão Residencial Lareira
		59. Parque de Campismo Quinta do Fojo
		Castelo de Paiva
61. Hotel Rio Moment's		
62. Hotel Rural Casa de São Pedro		
63. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Pousada de Baixo		
64. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Rodrigues dos Santos		
65. Quinta do Lameiro		
66. Quinta de Santa Cruz		
67. Casa do Formelo		
68. Pensão Residencial Castelo Douro		
69. Casa do Villas		
70. Quinta do Gildinho		
71. Casa do Olival da Vinha		
72. Quinta de Curvite		
73. Casa de Campo no Douro		
74. Arrabia Guest House		
75. Casa Sto. António		
76. Casa da Arveolinha		
Celorico de Basto	16	77. Casa de Campo de Molares
		78. Casa de Caredo
		79. Casa de Mosqueiros
		80. TER - Turismo em Espaço Rural Casa da Lage de São Miguel de Gémeos
		81. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Pojalho
		82. TER - Turismo em Espaço Rural Solar do Souto
		83. Quinta da Fontinha
		84. Quinta do Nascimento
		85. Quinta das Escmoceiras
		86. Quinta dos Mouras
		87. Quinta de Vila Pouca
		88. Camélias de Basto - Turismo Rural
		89. Pensão Residencial Aldeia Nova
		90. Pensão Residencial Progresso
		91. Pensão Residencial Maia
		92. Pensão Residencial Martins
Cinfães	18	93. Hotel Porto Antigo
		94. Quinta da Ventozela
		95. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Moleiro
		96. TER - Turismo em Espaço Rural Quinta das Regadinhas
		97. Turismo de Habitação Casa de Rebolfe

Concelho	Nº total	Estabelecimento
		98. Turismo de Habitação Casa de Montemuro 99. Casa da Quinta da Calçada 100. Casa do Lodão 101. Casa Altamira 102. Quinta da Costeira 103. Pensão Residencial Varanda de Cinfães 104. A Palhota 105. Cerrado dos Outeirinhos - Cinfães 106. Quinta do Casal de Vila Pouca- Pias 107. Casa de Campo de Enxidão
Felgueiras	18	108. Hotel Horus 109. Paço de Pombeiro de Riba Vizela 110. Stone Farm Hostel 111. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Cotto 112. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Valdemar 113. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de São Jorge de Furdevilla 114. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Xisto 115. Hotel Albano 116. Quinta de Galão 117. Quinta do Mosteiro 118. Quinta da Cela 119. Quinta de Sousa 120. Paço de Pombeiro 121. Pensão Residencial Artur 122. Pensão Residencial Bica 123. Pensão Residencial São Pedro 124. Pensão Residencial Sampaio 125. Parque de Campismo Vila Fria
Lousada	6	126. Casa de Juste 127. Casa de Sedoura 128. Quinta da Longra 129. Quinta de Lourosa 130. Pensão Residencial Avenida 131. Pensão Residencial Estrada Real
Marco de Caravães	18	132. Quinta do Cão 133. Casa do Rio 134. Casa do Outeiro Tuias 135. Casa de Gondomil 136. Casa da Quinta - Folhada 137. Quinta da Várzea de Cima 138. Quinta de Mosteirô 139. Casa do Serdeiredo 140. Convento da Alpendurada 141. Pensão Residencial Marco 142. Aldeamento Turístico da Torre de Nevões 143. Turismo de Habitação Casa da Boavista 144. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Telhe 145. TER - Turismo em Espaço Rural Casa das Verdades 146. TER - Turismo em Espaço Rural Casa do Impossível
Paços de Ferreira	11	147. Hotel de Charme Quinta do Pinheiro 148. Hotel Rural Quinta da Vista Alegre 149. Hotel Rural Quinta do Alves 150. Paços de Ferreira Hotel 151. TER - Turismo em Espaço Rural Casa O Ramalhete 152. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Rosende 153. Quinta do Engenheiro

Tabela 44
Estabelecimentos hoteleiros
no Tâmega e Sousa
com presença online

Fonte: Elaboração própria

Tabela 44
Estabelecimentos hoteleiros
no Tâmega e Sousa
com presença online

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Nº total	Estabelecimento
		154. Quinta do Sistelo
		155. Quinta do Passal
		156. Pensão Residencial Alão
		157. Pensão Residencial Freamundense
		158. Exe Penafiel Park Hotel & Spa
		159. Quinta de Aból de Baixo
		160. Penafiel Park Hotel & Spa
		161. Quinta da Maragoça/ Casa da Maragossa
		162. INATEL Entre-os-Rios
		163. Palace Hotel & Spa - Termas de São Vicente
		164. Quinta do Bacele
		165. Quinta de Santa Cruz
		166. Quinta da Avelada
		167. Residencial Restaurante Aliança
		168. Hotel Penahotel
		169. Pensão Residencial Clube
		170. Pensão Residencial São Vicente
		171. Estalagem Rio Sousa
		172. Pensão Residencial Jorbel
		173. Pensão Residencial Casarão
		174. Pensão Residencial Solar dos Sobreiros
		175. TER - Turismo em Espaço Rural Casa de Esteios
		176. TER - Turismo em Espaço Rural Casa Defronte
		177. TER - Turismo em Espaço Rural Casal do Outeiro
		178. Casa da Lage
		179. Casa de Gatão / Quinta de Gatão
		180. Casal do Outeiro de Leirós
		181. Quinta da Fonte Arcada
		182. Vale De Campos
		183. Bolinhos de amor
		184. Dom Hotel
		185. Douro Park Hotel
		186. Vald' Aregos
		187. Casa das Lamas e Salgueirinhos
		188. Hotel Comércio
		189. Quinta do Outeiro
		190. Casa Fundo da Aldeia - Quinta da Graça
		191. Quinta de Casal Mato
		192. Quinta da Porta Caseira
		193. Casa das Três Magnólias
		194. Casa de Tapadeirô
		195. Alojamento das Caldas
		196. Residencial Quinta da Granja
		197. Residencial O Túnel
Penafiel	27	
Resende	13	



A análise desenvolvida permitiu perceber que 81% dos estabelecimentos encontrados têm página de internet própria, ou seja, investem no desenvolvimento de websites próprios.

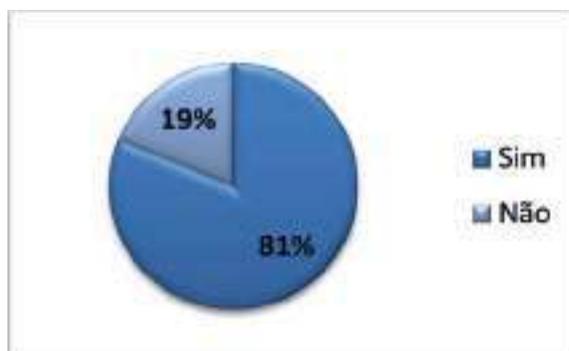
Tendo em consideração o público internacional, verificou-se que as páginas de internet dos estabelecimentos hoteleiros se encontravam disponíveis em idiomas que não o português. Desta forma, foi detetado que todas as páginas ou têm sistemas de deteção da língua utilizada no browser de Internet ou têm a opção de aceder ao site traduzido em diferentes línguas. Destaca-se a opção de EN (inglês), seguida da opção ES (Castelhano), seguida da opção em FR (francês). Existem ainda casos de páginas com a opção de Alemão e mesmo italiano.

Dada a importância das redes sociais na atualidade, procurou-se verificar se os estabelecimentos hoteleiros dispunham de página de Facebook. Foram encontradas 54 páginas de estabelecimentos, ou seja, também se constata que, independentemente da dimensão da empresa ou atividade, 67% dos estabelecimentos estão presentes no Facebook.

No entanto, a análise da presença na rede social Facebook permite aferir algumas considerações relevantes:

- Apenas 56% dos estabelecimentos fez publicações no último mês analisado (Novembro de 2014) e 33% já não fazem publicações na página há mais de 6 meses;
- Verifica-se ainda que 45 estabelecimentos criaram perfil de página de “empresas”, mas existem 9 estabelecimentos que optaram por definir uma página de “amigo”. As páginas de “amigos” têm limitações a nível de acessos e outras funcionalidades (por exemplo, a empresa tem de convidar individualmente as pessoas para serem “amigos” do estabelecimento ou vice-versa). Se os estabelecimentos optarem por criar uma página de “empresa” ou “entidade”, a adesão é facilitada, uma vez que basta fazer “Gosto”/ “Like”.

Existência de website próprio



Presença no Facebook

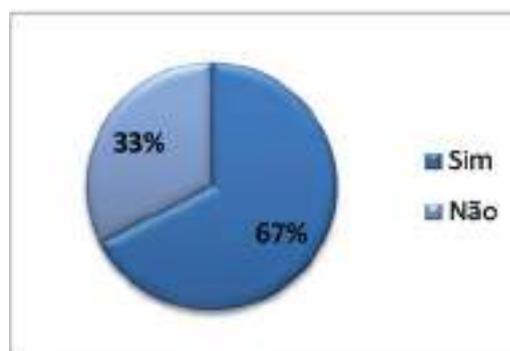


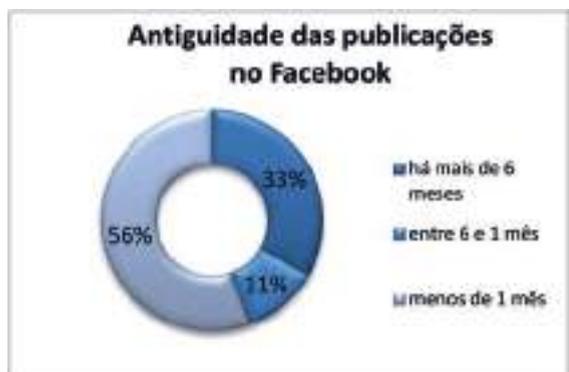
Figura 63
Existência de website próprio

Fonte: Elaboração própria

Figura 64
Presença no Facebook

Fonte: Elaboração própria

Antiguidade das publicações no Facebook



Tipo de perfil criado no Facebook

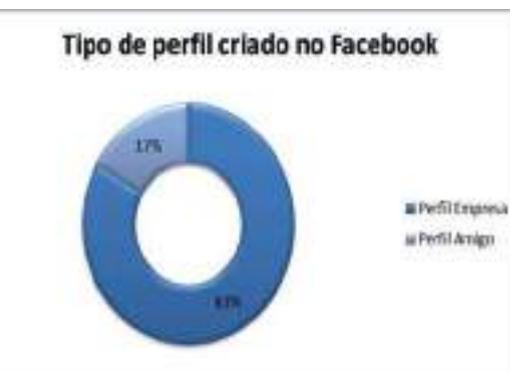


Figura 65
Publicações e tipo de perfil de Facebook

Fonte: Elaboração própria

"Likes" por página - Perfil Empresa

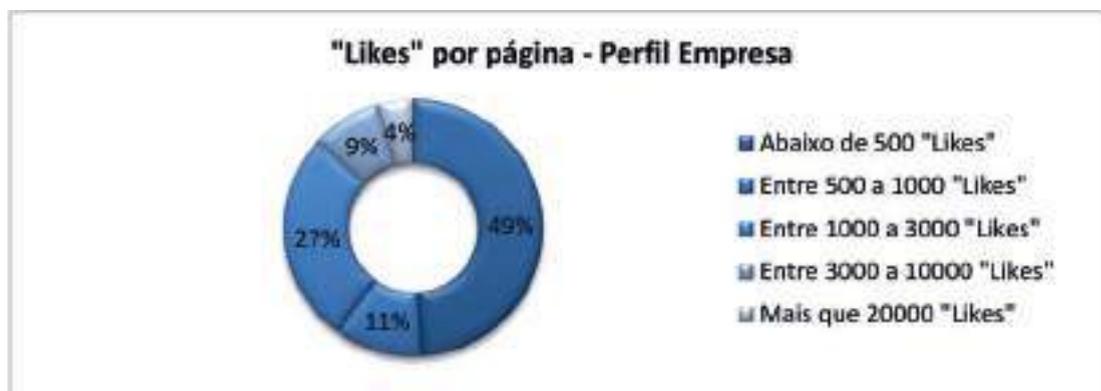


Figura 66
Nº de "Likes" na página de Facebook dos estabelecimentos hoteleiros

Fonte: Elaboração própria

- Dos 45 estabelecimentos com perfil de “empresa”, quase 50% têm menos de 500 adesões (“Likes”). Destes, 27% conseguem ter entre 1000 a 3000 adesões e apenas 4% possuem mais de 20.000 “Likes” (correspondendo a 2 estabelecimentos: Douro Palace Hotel Resort, em Baião, e Eurostars Rio Douro Hotel & Spa, em Castelo de Paiva).

Tendo em consideração a existência e utilização de diferentes redes sociais, verificou-se a existência de perfis próprios dos estabelecimentos em outras redes sociais. A presença de páginas específicas noutras redes sociais é residual. Apenas 6 estabelecimentos estão presentes no Google+, 5 no Twitter, 3 no Pinterest, 2 no YouTube e 2 no Instagram.

É também de referir que em 80 estabelecimentos, apenas 2 têm uma estratégia de presença nas redes sociais abrangente, tendo perfis específicos no Facebook, Twitter, Youtube, entre outros: o Hotel Casa da Calçada Relais & Chateaux (em Amarante) e o Eurostars Rio Douro Hotel & Spa (em Castelo de Paiva).

Verificou-se ainda a presença destes mesmos estabelecimentos em diretórios verticais online, nomeadamente os de carácter transaccional (que, para além de permitirem consultar informação, permitem fazer reservas online, e.g. Booking).

Encontraram-se 60 estabelecimentos presentes em diretórios transaccionais diversos (TripAdvisor, Trivago, Booking, Hoteis.com, Expedia, Rumbo, Solares de Portugal, ManorsHouse), havendo inclusivamente a presença específica em alguns diretórios mais vocacionados para o Turismo Rural.

Existem ainda 20 estabelecimentos que não estão presentes em diretórios transaccionais, mas estão presentes em diversos diretórios informativos (ex.: Lifecooler, Expresso Boa Cama-Boa Mesa, N- Escapadinhas, etc.) ou nas páginas de internet da Região (das respetivas Câmaras Municipais, do Turismo Porto e Norte, etc.).

Figura 67
Exemplos de estabelecimentos hoteleiros com presença online

Fonte: Paço de Pombeiro,
Casa de Juste



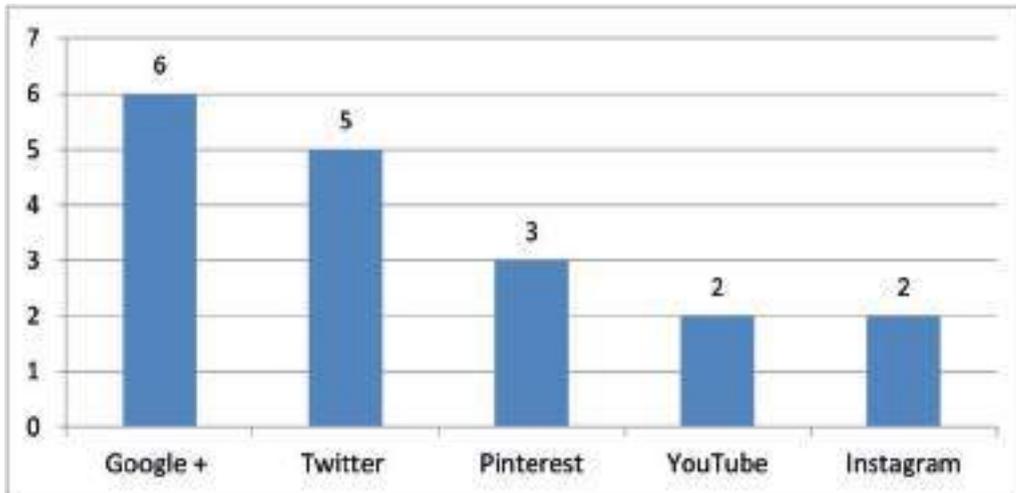


Figura 68
Presença dos estabelecimentos
hoteleiros noutras redes sociais

Fonte: Elaboração própria

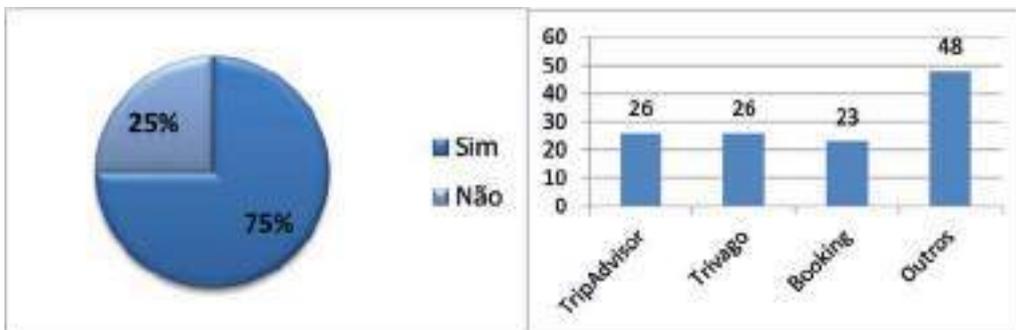
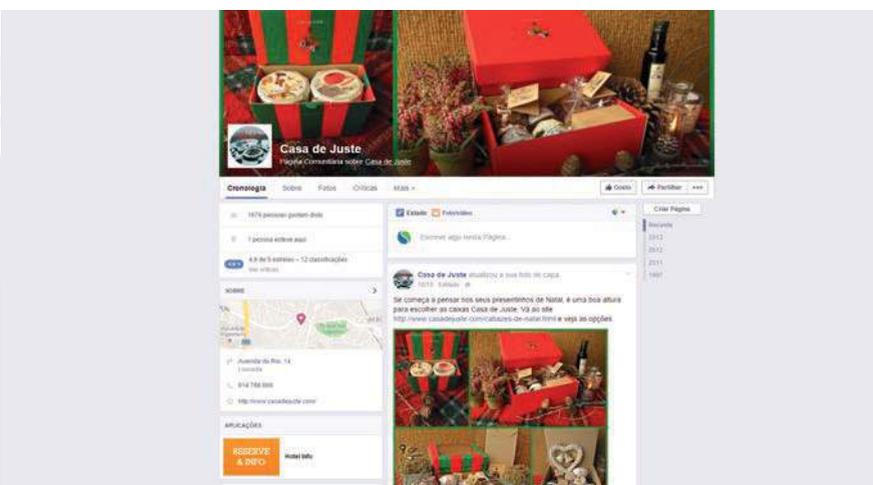


Figura 69
Presença em diretórios verticais
online estabelecimentos
hoteleiros

Fonte: Elaboração própria



Importa ainda referir que, dos 80 estabelecimentos analisados, e olhando para outras estratégias digitais, apenas 4 estabelecimentos permitem reservas online na própria página web da empresa, apenas 3 estabelecimentos aparecem referidos e/ou presentes em sites de ofertas promocionais (1 na Groupon; 2 no Odisseias) e apenas o Hotel Casa da Calçada Relais & Chateaux investe em Search Engine Optimization (SEO - conjunto de estratégias com o objetivo de potencializar e melhorar o posicionamento de um site nas páginas de resultados naturais (orgânicos) nos sites de busca gerando conversões, sejam elas, um lead, uma compra, um envio de formulário, agendamento de consulta e outros). Existem outros estabelecimentos da sub-região que, nas pesquisas, surgem em primeiro lugar, facto que decorre de estarem presentes no Booking ou TripAdvisor (inclusão no contrato realizado com estes diretórios).

É ainda relevante referir que existem 7 estabelecimentos (1 em Amarante, 1 em Castelo de Paiva, 1 em Lousada, 1 em Paços de Ferreira, 1 em Penafiel e 1 em Resende) que não têm qualquer presença online de relevo: não possuem página de internet própria, nem de Facebook ou perfil noutras redes sociais, nem estão presentes em diretórios transacionais. Encontram-se apenas pontualmente presentes em páginas de internet informativas.

Infraestruturas e atividades disponíveis para prática de diferentes atividades no Tâmega e Sousa, com divulgação online, organizadas por concelho:

Tabela 45
Infraestruturas e atividades do
Tâmega e Sousa identificadas
online

Fonte: Elaboração própria (com base na informação disponível nas páginas das Câmaras Municipais e da Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, 2013 www.fcportugal.com)

Concelho	Elemento	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
Amarante	Ecopista da Linha do Tâmega	Câmara Municipal de Amarante	- BTT	-
	Parque Aquático de Amarante	Mota Turismo Engil	- Piscina de Adultos, de Crianças, da cascata - Aqualândia - Pistas Múltiplas - Pistas Rápidas - Tobogan - Caracol	http://www.parqueaquaticosamarante.com/pt/horarios_e_precos/
	Campo de Golfe de Amarante	Sociedade do Golfe de Amarante, S.A.	- Campo de Golfe - Restaurante - Bar	http://www.golfe.deamarante.com/page/home/24
	PR 1 Rota de Marancinho	Câmara Municipal de Amarante	-	-
	PR 2 Rota de S. Bento	Câmara Municipal de Amarante	-	-
Baião	Circuito Turístico da Serra da Aboboreira	Câmara Municipal de Baião	-	-
	Circuito Turístico do Mosteiro de Ancêde	Câmara Municipal de Baião	-	-
	Centro hípico de Baião	Câmara Municipal de Baião	- Equitação	-
Castelo de Paiva	Vale do Rio Sardoura	Câmara Municipal de Castelo de Paiva	Trilhos Verdes - BTT	-
	PR 1 CPV "Ilha dos Amores"	Junta de Freguesia de Fornos	- Pedestrianismo	-
Celorico de Basto	Ecopista da Linha do Tâmega	Câmara Municipal de Celorico de Basto	- BTT	-
	Hipódromo de Carvalho	Câmara Municipal de Celorico de Basto	- Equitação	-
Cinfães	Entre o Ladário e o centro de Cinfães	Câmara Municipal de Cinfães	- Circuito construído de BTT (2600 metros)	-
	Bestança e Monlemuro	Câmara Municipal de Cinfães	Pedestrianismo e BTT	-
	Parque de Mourilhe	Câmara Municipal de Cinfães	- Circuito pedestre	-
	Parque de sampaio	Câmara Municipal de Cinfães	- Circuito de manutenção	-
	Parque de S. Pedro	Câmara Municipal de Cinfães	- Pedestrianismo	-
	Parque da Nossa Senhora de Lurdes	Câmara Municipal de Cinfães	- Pedestrianismo	-

Listagem - Turismo

Tabela 45
Infraestruturas e atividades do
Tâmega e Sousa identifica
das online

Fonte: Elaboração própria (com base na
informação disponível nas páginas das Câmaras
Municipais e da Federação
de Campismo e Montanhismo
de Portugal, 2013
www.fcportugal.com

Concelho	Elemento	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
Felgueiras	Parque de Trial Bike	Câmara Municipal de Felgueiras	Parque de Trial Bike	-
	PR 1 Caminhos Medievais	Câmara Municipal de Felgueiras	- Pedestrianismo	-
	PR 2 Caminhos Verdes	Câmara Municipal de Felgueiras	- Pedestrianismo	*
Marco de Canaveses	Parque Fluvial do Tâmega (albufeiras do Carrapatelo - Douro e do Torrão - Tâmega)	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Circuito de Manutenção - Pesca desportiva	-
	Parque Fluvial de Alpendorada e Matos	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Circuito de Manutenção - Pedestrianismo	-
	Praia Fluvial de Bitetos	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Estacionamento - Prática de desportos náuticos	-
	Serras da Aboboreira e de Montedeiras	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	PR 1 Pedras Moinhos e Aromas de Santiago - Freguesia de Soalhões	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	PR 2 Dois Rios, Dois Mosteiros - Freguesia de Vila Boa do Bispo	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	PR 3 Caminho do Rio - Do Douro à Serra - Freguesia de Sande	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	PR BAO/MCN/AMT 4, Trilho dos Dólmen	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	PR 5 Caminhos de Canaveses - Freguesia de Sobretâmega	Câmara Municipal de Marco de Canaveses	- Pedestrianismo	-
	Faços de Ferreira	Pista de enduro-Cross	-	-
Penafiel	PR 1 Caminho dos Moinhos	Câmara Municipal de Penafiel	- Pedestrianismo	-
Resende	Cais das Caldas de Aregos	Câmara Municipal de Resende	- Motonáutica	-

Tabela 46
Operadores de turismo
de natureza do Tâmega
e Sousa

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
Baião	Rio Douro Rio Bestança	Casa do Cerrado (e parceiros)	- Passeios pedestres - Passeios de bicicleta - Canoagem - Vela - Remo - Recreio - Ski - Windsurf	-
	Rio Paiva Rio Douro	Casa do Lódão em parceria com a Escola de Rafting Atlântico, Lusorafting, Clube do Paiva e MuiAventura	- Douro à vela - Pedestrianismo - Rafting e Tracking - Hidrospeed - Canyoning - Canoagem (Paiva e Rio Douro) - Kayak - Trekking - Bridge Jumping - Rappel - Atividades de cordas - Paintball - Orientação - BTT - Geocaching	http://www.diver.com.pt/pt/raftingaatlantico/precariorafting http://www.lusorafting.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=101
Castelo de Paiva	Rio Douro, Foz do Rio Paiva	Rafting Atlântico Time to go	- Canoagem - Hidrospeed	60€
	-	Carina Marlene Almeida Vieira ^a	- Paintball - Tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares	-
		JUST BEGIN, LDA. ^a	- Balonismo - Asa delta - Parapente e similares - Passeios e atividades em bicicleta, em segway e similares - Canyoning, coasteering e similares - Escalada	-

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>
b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Listagem - Turismo

Tabela 46

Operadores de turismo de natureza do Tâmega e Sousa

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>

b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
			<ul style="list-style-type: none"> - Caminhadas e outras atividades pedestres - Montanhismo - Outras atividades de turismo de ar livre - Atividades de orientação (percursos, geocaching, caças ao tesouros e similares) - Paintball, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares - Arborismo e outros percursos de obstáculos - Passeios e atividades equestres - Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações e de embarcações com tripulação - Jogos populares e tradicionais - Espaços Museológicos/Exposições 	
Celorico de Basto	Motor Clube de Basto	Motor Clube de Basto	<ul style="list-style-type: none"> - Atividades de divulgação do Todo-Terreno turístico - Realização de passeios motards, concentrações de automóveis e motas clássicas, <i>rally papers</i> 	-
	Rio Douro	ajspmontenegro	Visita guiada ao interior da Barragem.	30€
Cinfães	Serra do Montemuro e Vale do Bestança	ajspmontenegro	Passeios Pedestres: <ul style="list-style-type: none"> - Serra do Montemuro - Vale do Bestança - Gralheira a Ferreiros 	x + 10€ Pique-nique
	Rio Douro, Barragem do Carrapatelo e	ajspmontenegro	Passeio de Barco	70-240€ + 10€ Pique-nique

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
	Albufeira do Rio Bestança			
	Rio Bestança, Rio Paiva e Ribeiros do Sonoso e do Sampaio	ajspmontenegro	- Pesca da Truta - Almoço - Piquenique	x + 10€ Piquenique
	Serra do Montemuro	ajspmontenegro	Saída com o Pastor: - Caminhada - Almoço - Piquenique	x + 10€ Piquenique
	Vale do Bestança	(Jorge)	Passeio a Cavalo	-
Lousada	Rio Paiva Rio Frades (Arouca) Rio Tâmega Margens do Sousa PNP Gerês	AnimaSports, Lda. ^b	- Insufláveis - Canoagem - Paintball - Canyoning - Rafting - Visitas Temáticas - Manobra de Cordas - TT4x4 - BTT - Neve - Pinturas Faciais - Cama Elástica - Tiro Desportivo - Experiências de paraquedismo - Jogos populares e tradicionais - Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial - Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (e.g. Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial)	-
	Centro Hípico e Turístico	Centro Hípico e Turístico Vale do Sousa, Lda. ^a	- Passeios e atividades equestres	-

Tabela 46
Operadores de turismo de natureza do Tâmega e Sousa

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>
b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Listagem - Turismo

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
Marco de Canaveses	Rio Douro, Rio Paiva e Rio Tâmega	Ginásio Clube de Alpendorada - Canoagem de Competição e Turismo Náutico	- Canoagem - Barco Dragão - Rafting - Caminhada aquática - Blob/Waterballs - Orientação - Pedestrianismo - Tascas	*
	Rio Douro, Rio Paiva e Rio Tâmega	Clube Náutico do Marco	- Vela - Remo - Mergulho - Natação - Canoagem	*
	-	Cecília Manuela Duarte Gonçalves *	- Caminhadas e outras atividades pedestres	*
	-	Filipe Manuel Gomes Ferreira *	- Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações - Outros serviços respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo (bananas, paraquedas, esqui aquático) - Passeios marítimo-turísticos	-
Penafiel	Quinta da Eira, Rio Douro, Rio Paiva e Rio Tâmega	Quinta da Eira (e parceiros)	- Desportos náuticos - Espeleologia - Mergulho - Buggys - Canoagem - Paintball - Escalada - Arborismo - Passeio de helicóptero - Campos de férias - Quinta pedagógica	*
	-	Aveleda, S.A. †	- Passeios e atividades em bicicleta, em segway e similares - Caminhadas e outras atividades pedestres	-

Tabela 46

Operadores de turismo de natureza do Tâmega e Sousa

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>

b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
			<ul style="list-style-type: none"> - Outras atividades de turismo de ar livre - Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares) - Passeios e atividades equestres - Atividades de <i>Trambulding</i> - Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial - Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico - Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (e.g. Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial) 	
	-	Casa das Arcadas da Boavista Lda.	<ul style="list-style-type: none"> - Passeios e atividades em bicicleta, em segway e similares - Escalada - Espeleologia - Paintball - Tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares - Arborismo e outros percursos de obstáculos 	-

Tabela 46
Operadores de turismo de natureza do Tâmega e Sousa

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>
b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Listagem - Turismo

Tabela 46
Operadores de turismo
de natureza do Tâmega
e Sousa

Notas:

a - Indica que não foi encontrada informação sobre a empresa online, apenas foi encontrado o seu registo no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), <https://rnt.turismodeportugal.pt>

b - Indica que, para além de informação encontrada online, foi encontrado o seu registo no RNAAT.

Fonte: Elaboração própria

Concelho	Património Natural	Entidade Responsável	Serviços oferecidos	Preço
			- Passeios e atividades equestres - Atividades de Teambuilding - Jogos populares e tradicionais, Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico - Bowling, Parques temáticos	
Resende	Rio Douro	Clube Náutico Caldas Aregos	- Remo - Jet-ski - Motonáutica	-
	-	2WINBACK TOURS HEALTH RECREATION TOURISM UNIPessoal LDA. *	- Percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos	-
	Rio Douro	Companhia das Águas de Caldas de Aregos, E.M., S.A. *	- Passeios marítimo-turísticos - Aluguer de embarcações com tripulação - Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo	-



Ligações dos Caminhos de Santiago no Tâmega e Sousa

Tabela 47
Ligações dos Caminhos de Santiago

Fonte: ADER-SOUSA, Estudo “Caminhos Antigos e de Peregrinação”, disponível em: www.adersousa.pt, consultado a 14 de Janeiro de 2015.

Caminho 1	Esta era uma das principais vias estruturantes que servia o interior da atual província do Minho e ligava Emerita Augusta (Mérida), Tongobriga (Marco de Canaveses) e Bracara Augusta (Braga). Está relativamente bem documentada, tanto a nível patrimonial como documental, e a sua fundação data da época dos Flávios. No seu percurso passa por alguns locais de interesse patrimonial como o antigo convento de Caramos, o mosteiro do Pombeiro, onde se recolhiam peregrinos, e a ponte romana do Arco (Vila Fria).
Caminho 2	Via de origem romana que emerge do sul por Arouca e Castelo de Paiva, entrando no Vale do Sousa pelos concelhos de Penafiel, Paredes e Lousada, seguindo depois por Vizela, Guimarães e Braga. Do ponto de vista patrimonial destaca-se a Cividade de Eja, as Termas Romanas de São Vicente, a Igreja Românica de São Miguel de Entre-os-Rios, a Honra de Barbosa, a Capela de Santa Luzia, entre outros.
Caminho 3	Esta via, vulgarmente conhecida como a “estrada do Porto”, tem ascendência romana e desempenhou um papel extremamente importante nas ligações entre o Porto e o interior de Trás-os-Montes. Atinge o território do Vale do Sousa em Paredes e Penafiel e do ponto de vista patrimonial, tem nas suas proximidades o castro do Muro de Vandoma o dólmen do Padrão, a Casa de Bragança, uma antiga estalagem, a ponte de Cepeda, esta de origem medieval, entre outros.
Caminho 4	Vinda de Valongo, esta via entrava no Tâmega e Sousa pelos concelhos de Paredes e Paços de Ferreira, seguindo depois por Santo Tirso, Guimarães e Braga. A origem deverá ser a romana, tendo em conta a abundância de vestígios arqueológicos desse período: a necrópole romana de Bouçós, a necrópole romana do Crasto (Frazão), a necrópole romana de Isqueiros (Eiriz). Do ponto de vista patrimonial merece destaque a ponte das Penhas Altas o dólmen da Leira Longa, também conhecido por Forno dos Mouros (Lamoso), a mamoa do Taio (Frazão) e a Torre dos Alcoforados que foi sede da antiga Honra dos Brandões.
Caminho 5	Proveniente das imediações de Marco de Canaveses, esta via introduz-se no Vale do Sousa pelos concelhos de Penafiel, Lousada e Felgueiras. A sua cronologia é a romana, pois era servida pela ponte romana de Barrimau e deveria ter como destino final Bracara Augusta (Braga). No seu trajeto passava nas imediações das igrejas de São Martinho de Recezinhos (Penafiel), de Aveleda (Lousada) e de Unhão, todas elas com reminiscências medievais claras.
Caminho 6	Depois de transpor o Rio Douro em Rio Mau, aproveitando a passagem proporcionada pela barca de Pedorido, esta via entrava no Tâmega e Sousa pelo concelho de Penafiel e seguia depois por Paredes, Paços de Ferreira e Santo Tirso, onde atravessava o Rio Vizela na ponte romana de São Martinho do Campo. A sua origem deverá ser a romana (várias referências documentais e testemunhos patrimoniais). Destes destacam-se a mamoa de Ramos (Baltar), também conhecida por Cavada da Oira, as minas das Banjas, com vestígios de mineração romana (Sobreira) e um pouco mais à frente a pequena capela de Santa Comba (Sobreira), onde apareceram duas Aras datáveis do mesmo período. É ainda de destacar as necrópoles romanas do Calvário e do Tanque, ambas em Baltar, a ponte da Cascocha, que na essência é medieval (Sobreira) e o mosteiro de Ferreira, entre outros.
Caminho 7	Esta via tem o mesmo ponto de partida da via 6. Depois de atravessar o Rio Douro seguia por Rio Mau, subia à Serra das Banjas e um pouco à frente do lugar de Santa Comba deixava o trajeto da via 6. Tomava então a direção da

Tabela 47
Ligações dos Caminhos
de Santiago

Fonte: ADER-SOUSA, Estudo “Caminhos Antigos e de Peregrinação”, disponível em: www.adersousa.pt, consultado a 14 de Janeiro de 2015.

	pequena povoação de Alvre e transpunha o Rio Sousa numa ponte de origem medieval que toma o nome do lugar. Daqui, ia em direção à antiga vila e necrópole da Corredoura (Valongo), atravessava o Rio Ferreira na ponte da Morte (São Martinho do Campo, Valongo) e seguia depois para Norte, na direção de Santiago da Carreira e do Monte Córdova. Transpunha depois o Rio Vizela na ponte romana de São Martinho do Campo (Santo Tirso), de onde se podia ir para Braga ou Guimarães.
Caminho 8	Esta via é bastante antiga e tem o seu ponto de partida inicial em Melres (Gondomar). Seguia depois por Aguiar de Sousa e passava nas imediações do seu antigo castelo, que segundo a tradição foi tomado na Era de 1033 por Almansor. Mais à frente, já no concelho de Valongo, passava nas proximidades da Serra de Santa Justa, onde a exploração mineira romana talhou para sempre a paisagem. Nesta via destacam-se do ponto de vista patrimonial a torre do antigo Castelo de Aguiar e o pequeno templo dedicado à Senhora do Salto.
Caminho 9	Esta via tem a sua origem em Entre-os-Rios, partindo daí para o Alto de Perafita através da Ponte de Matos. Passava junto ao Cruzeiro das Lampreias e mais à frente na medieva igreja de Cabeça Santa. Depois do Alto da Perafita tomava a direção de Santa Marta, do mosteiro de Bustelo e da ponte de Espindo. Seguia depois para Boim e para o centro da sede do atual concelho de Lousada. Mais à frente subia para o Bom Jesus de Barrosas, descendo aí com destino à ponte velha de Vizela ou à ponte nova de Tagilde, medievais. Em termos patrimoniais merecem destaque as igrejas de Cabeça Santa e de Boim, ambas com reminiscências medievais, o dólmen e as sepulturas medievais da Portela (Santa Marta), a ponte de Santa Marta, o mosteiro de Bustelo, a ponte medieval de Espindo e o Bom Jesus de Barrosas, entre outros.
Caminho 10	Esta via deverá remontar à parte final do período medieval ou aos inícios da época moderna e tudo indica que terá servido como variante e como alternativa à antiga estrada romana que atravessava o Rio Vizela na ponte do Arco. Trata-se em todo o caso da antiga estrada real que seguia para Guimarães e ao longo do seu percurso pode-se sobretudo apreciar a ponte de Vila Fria, reconstruída recentemente, depois de ter sido vencida pelas agruras dos tempos.
Caminho 11	Esta via tem pelo menos uma origem medieval assegurada. Atravessa uma pequena crista do território do concelho de Felgueiras, um ramal da antiga estrada real do Porto que aqui servia as localidades de Vizela e Fafe, estabelecendo a ligação entre as várias pontes e vias que existem na região. Do ponto de vista patrimonial destacam-se as pontes de Vila Fria, do Arco, de São João e de Jagueiros, todas elas antigas.
Caminho 12	Via bastante antiga, cuja ancestralidade se pode encontrar entre os momentos construtivos da ponte romana de São Martinho do Campo (Santo Tirso), da pequena capela de Santiago (Louredo) e do mosteiro de São Pedro Ferreira, estes últimos claramente de ascendência medieval. Do ponto de vista patrimonial merece visita a capela de Santiago e o mosteiro de São Pedro de Ferreira, ambos com testemunhos alusivos às peregrinações e ao caminho a Santiago de Compostela. Freamunde, cuja tradição coloca as origens no período suevo-visigótico, é também um importante centro a visitar.
Caminho 13	Esta via facilmente se confunde com a via 5 na medida em que corresponde a uma retificação do antigo traçado romano. A implantação da medieva igreja paroquial de Aveleda e do seu pequeno burgo no local onde se encontram poderá estar na origem dessa retificação e já nos alvares da época moderna na da ponte de Vilela, que servia na região o trânsito que ia para Guimarães. Do

Ligações dos Caminhos de Santiago no Tâmega e Sousa

Tabela 47
Ligações dos Caminhos de Santiago

Fonte: ADER-SOUSA, Estudo “Caminhos Antigos e de Peregrinação”, disponível em: www.adersousa.pt, consultado a 14 de Janeiro de 2015.

	ponto de vista patrimonial destacam-se sobretudo a ponte de Vilela, a igreja de Aveleda, a capela de São Gonçalo (Macieira) e o Bom Jesus de Barrosas.
Caminho 14	Via com clara ascendência tardo-romana, se não for mesmo anterior, na medida em que servia a igreja de Meinedo, igreja esta que já vem mencionada em 572, no Paroquial Suévico. O seu trajeto percorre os concelhos de Penafiel, Lousada e Felgueiras, e destaque-se ao longo do seu percurso a igreja de Meinedo, a ponte de Espindo (Bustelo), a ponte de Vilela (Aveleda) e a Igreja de Caíde de Rei como provas da sua própria medievalidade.
Caminho 15	Via de origem medieval que passa pelos concelhos de Penafiel e Paços de Ferreira, deixando a sua marca sob a forma de indícios patrimoniais ímpares, seguindo depois em direção a Santo Tirso, Guimarães e Braga. Inicia o seu trajeto no mosteiro de Paço de Sousa, onde transpunha o Rio Sousa na ponte do Vau. Transposto o rio neste sítio, a via tomava a direção do mosteiro de Cete, seguia depois em direção ao mosteiro de Ferreira, passava em São Miguel de Negrelos e transpunha o Rio Vizela na ponte romana de São Martinho do Campo, onde seguia para o mosteiro de Serzedelo e depois dele para as localidades de Guimarães e Braga.
Caminho 16	Esta é uma via medieval que servia de ligação entre dois antigos itinerários romanos. A sua cronologia está patente na documentação, na toponímia e nos vestígios patrimoniais dos quais se podem destacar as pontes medievais da freguesia de Jugueiros (Felgueiras) – a Ponte de S. João e a Ponte de Travassós. Transposto o rio nestas pontes a via podia seguir em direção a Fafe, a Guimarães ou a Braga. Do ponto de vista patrimonial merece ainda visita demorada a Villa romana de Sendim (Felgueiras).
Caminho 17	Esta via é de ascendência medieval e entrava no Vale do Sousa ao fazer a travessia do Rio Tâmega na conhecida Barca da Ribeira, freguesia de Rio de Moinhos. Depois de transposto o Rio Tâmega o antigo caminho subia para o centro de Rio de Moinhos, passava junto ao Cruzeiro das Lampreias e em Oldrões germinava-se com a estrada romano-medieval que vinha de Entre-os-Rios pela Cividade de Eja.
Caminho 18	Via cuja medievalidade se encontra alicerçada na documentação e na românica igreja de Boelhe. Fazia a sua aparição no território do Vale do Sousa através da denominada Barca da Várzea, com a qual se procedia à travessia do Tâmega. Passava junto à capela de Passinhos e depois desta junto à igreja velha de Boelhe e à igreja de Luzim. Além da natural obrigatoriedade de visita à igreja de Boelhe, destacam-se também os vários monumentos megalíticos existentes em Luzim e que não ficam muito longe desta via.
Caminho 19	Esta via intrmete-se no atual território do Tâmega e Sousa através da Barca de Travassos, também conhecida pelo nome de Barca de Canguedo. Transposto aí o Rio Tâmega, a antiga estrada, de ascendência medieval comprovada, seguia na direção da igreja de São Pedro de Abragão, igreja esta que segundo a tradição foi mandada construir no ano de 1170 pela rainha D ^a Mafalda. Seguia depois por Vila Cova e Milhundos, até chegar ao centro da localidade que é hoje Penafiel. Do ponto de vista patrimonial merece destaque os vestígios medievais patentes na cabeceira da igreja de Abragão e o túmulo de pedra que se encontra no adro, onde jaz o Dr. Ambrosio Vaz Golias, natural de Guimarães e responsável pela reedificação da igreja no ano de 1668.

Tabela 47
Ligações dos Caminhos
de Santiago

Fonte: ADER-SOUSA, Estudo “Caminhos Antigos e de Peregrinação”, disponível em: www.adersousa.pt, consultado a 14 de Janeiro de 2015.

Caminho 20	Esta via data da época moderna e a sua origem deverá estar relacionada com a retificação do antigo traçado medieval que passava mesmo em frente da igreja de Cabeça Santa. Assim, partindo conjuntamente com a via 17 da Barca da Ribeira, subia para Rio de Moinhos e deixava esta mesma via no Cruzeiro das Lampreias para tomar a estrada que serve as localidades de Perozelo e Duas Igrejas.
Caminho 21	A antiguidade desta via justifica-se por uma antiga passagem a vau que existia na região e que dava serventia a um caminho que vinha do mosteiro de Paço de Sousa e pela presença da pequena ermida da Senhora do Vale e do seu cruzeiro, ambos em Cete. Destacam-se ao longo desta via a capela de Santa Luzia, ainda em Paço de Sousa, e a Senhora do Vale, um templo cujas origens remanescentes remontam à centúria de quatrocentos.
Caminho 22	Esta via, depois de transpor o Rio Douro na antiga barca de Pedorido, irrompia pela Serra da Boneca acima, até chegar às imediações da pequena e rusticada aldeia de Cabroelo. Passava depois pelas freguesias de Capela, Lagares e Fonte Arcada, indo ter ao mosteiro de Paço de Sousa. Ao longo do seu trajeto merece destaque a pequena capela de São Pedro de Pegureiros, no alto da Serra da Boneca (Canelas), a aldeia de Cabroelo, a igreja de Lagares, onde abundam vestígios da época romana, e o mosteiro de Paço de Sousa em cujo portal principal se encontra iconografia relacionada com os caminhos de Santiago.

Quadro resumo Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
Amarante	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade de concelhos - Cultura (escritores) - História e património - Património Natural - Gastronomia - Vinho verde - Importância da DOLMEN - Turismo religioso - Divulgação em feiras internacionais - Tirar proveito da "Porta do Douro" 	<ul style="list-style-type: none"> - Localização e geografia singular - História cultural - Paisagem natural - Condições climatéricas e agricultura - Produção animal - Vinho verde - Pessoas - Oferta desintegrada e sinalética insuficiente - Necessidade de formação adequada às necessidades - Agentes locais pouco facilitadores/ procedimentos demorados
Baião	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade de concelhos - História e património: Rota do Românico e Rota do Vinho Verde - Cultura (escritores) - Património natural - Gastronomia: anho assado e arroz de forno, fumeiros - Vinho verde - Agricultura, floresta e pecuária - Modernização de setores tradicionais 	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade de concelhos - Património natural - História e património: Rota do Românico e Rota do Vinho Verde - Gastronomia - Vinho verde - Interligação de diferentes elementos: históricos com gastronomia - Agricultura, floresta e pecuária - Desemprego - Acessibilidades - Sinalética fraca

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais e Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - História e património - Cultura - Gastronomia - Religião e turismo religioso - Qualidade de vida, nomeadamente a ambiental - Tirar proveito da "Porta do Douro" - Festividades - Necessidade de regras urbanísticas - Sinalética fraca 	<ul style="list-style-type: none"> - Pessoas prestáveis e simpáticas - Emigrantes enquanto embaixadores no exterior - Potencial turístico subaproveitado - Potencial da agricultura subaproveitado - Desemprego - Acessibilidades irregulares 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro histórico - Igreja de São Gonçalo - Tâmega - Casa da Calçada - Parque aquático 	<ul style="list-style-type: none"> - História e património - Cultura - Património natural - Gastronomia - Vinho verde - Tirar proveito da "Porta do Douro" - Turismo religioso - Sinalética fraca
<ul style="list-style-type: none"> - Pessoas prestáveis e simpáticas - Acessibilidades - Potencial turístico subaproveitado - História - Património natural 	<ul style="list-style-type: none"> - Desemprego - Acessibilidades irregulares 	<ul style="list-style-type: none"> - Antas - Dólmens - "Casa do Eça" - Doces da Teixeira - Anho assado 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - História e património - Agricultura - Gastronomia - Vinho Verde - Agricultura, floresta e pecuária
<ul style="list-style-type: none"> - Potencial da agricultura e produção animal subaproveitado - Desemprego - Desertificação - Eça de Queiroz 			<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidades - Desemprego

Quadro resumo Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
Castelo de Paiva	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Gastronomia e vinhos verdes - Rota do Românico - Falta de regras urbanísticas, fraco ordenamento do território - Agricultura e floresta - Acessibilidades - Articulação com o Porto - Necessidade de identidade conjunta para o Tâmega e Sousa 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Gastronomia (enchidos) - Vinho verde - Agricultura, floresta e pecuária - Feira dos Vinhos Verdes - Divulgação em feiras - Necessidade de integração da oferta turística (pacotes e roteiros) - Sinalética fraca - Necessidade de formação adequada às necessidades - Importância do passa-a-palavra - Falta de regras urbanísticas - Articulação com o Porto (“Tão longe e tão perto”) - Acessos inacabados
Celorico de Basto	<ul style="list-style-type: none"> - História e património - Património natural - Gastronomia - Vinho verde - Interligação de diferentes elementos: históricos com gastronomia - Agricultura, floresta e pecuária - Camélias - Necessidade de formação adequada às necessidades - Comunicação desconcertada 	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade de concelhos - Património natural - História e património - Gastronomia - Vinho verde - Agricultura - Potencial da produção animal - Necessidade de formação adequada às necessidades - Desertificação e desemprego - Acessibilidades - Zonas industriais desadequadas - Comunicação “espartilhada” e relevância da marca única - Sinalética fraca

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais e Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Ilha dos Amores - Dois rios e Rafting (explorado por agentes não locais) - Gastronomia - Vinho verde - Qualidade de vida, nomeadamente a ambiental - Pessoas - Música (bandas filarmónicas) - Acessos inacabados - Sinalética fraca - Desemprego - Emigração - Comércio local pouco dinâmico 		<ul style="list-style-type: none"> - Acidente de Entre-os-Rios - Rafting - Carne arouquesa 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Gastronomia - Vinho verde - Necessidade de articulação com o Porto - Acessibilidades - Sinalética fraca - Falta de regras urbanísticas
<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade de vida, nomeadamente a ambiental - Gastronomia - Vinho verde - Património natural - Desertificação - Desemprego - Acessibilidades 		<ul style="list-style-type: none"> - Japoneiras / Camélias - Marcelo Rebelo de Sousa 	<ul style="list-style-type: none"> - História e património - Património natural - Gastronomia - Vinho verde - Agricultura - Necessidade de formação adequada às necessidades empresariais - Comunicação desconcertada - Desemprego - Acessibilidades

Quadro resumo
Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
Cinfães	<ul style="list-style-type: none"> - Sobreposição de entidades e organizações (GAL's e AM's) - Acessibilidades - Desemprego - Perda populacional - Agricultura e floresta - Potencial da produção animal - Necessidade de formação profissional adequada às necessidades das empresas - Gastronomia (ANCRA – raça arouquesa) 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural (Douro, Vale do Bestança) - Turismo de natureza e turismo aventura - Gastronomia - Agricultura e Vinho verde - Possibilidade de deslocação ferroviária - Sinalética fraca - Atores locais pouco facilitadores/ procedimentos demorados - Necessidade de formação adequada às necessidades
	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural (Douro, Vale do Bestança) e biodiversidade - Turismo aventura, natureza - Necessidade de integração de setores - Vinho verde - Património histórico - Necessidade de comunicação concertada - Sinalética fraca 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade de vida - Perda populacional - Falta animação (noturna)
Felgueiras	<ul style="list-style-type: none"> - Complementaridade de mão-de-obra entre concelhos - Calçado e turismo de "indústria" - Têxtil e vestuário - Marca única - Abertura da indústria ao cliente final: <i>outlets</i>, loja de fábrica única - Formação adequada às 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomia - Vinho verde - Formação adequada às necessidades empresariais (hotelaria, restauração, calçado, etc.) - Complementaridade de mão-de-obra entre concelhos - Integração de cooperativas - Agricultura - Iniciativas integradas entre setores

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade de vida - Património natural (Douro, Vale do Bestança) e paisagem - Gastronomia - Património histórico (RR) - Turismo de natureza e turismo aventura - Acessibilidades - Necessidade de integração da oferta turística - Necessidade de comunicação concertada - Aldeia Natal 		<ul style="list-style-type: none"> - Douro - Desportos náuticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural (Douro, Vale do Bestança) - Gastronomia - Vinho verde - Qualidade de vida - Agricultura - Turismo de natureza e turismo aventura - Necessidade de comunicação concertada - Necessidade de formação adequada às necessidades
<ul style="list-style-type: none"> - Importância do passa-a-palavra e de ações de promoção/ reportagens televisivas - Sinalética fraca 			<ul style="list-style-type: none"> - Sinalética fraca - Acessibilidades - Desemprego - Perda populacional
<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomia - Vinho verde - Calçado - Têxtil e vestuário - Marca única - Necessidade de sinalética adequada ao público - Zonas industriais desadequadas - Animação associada ao bem-estar: elemento comum 		<ul style="list-style-type: none"> - Calçado - Fátima Felgueiras 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomia - Vinho verde - Calçado - Têxtil e vestuário - Emprego e qualidade de vida - Complementaridade de mão-de-obra entre concelhos - Iniciativas desintegradas entre setores

Quadro resumo Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
	<p>necessidades empresariais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bordados (nicho do filé) - Emprego, equipamentos sociais e qualidade de vida - Boas acessibilidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Marca única - Abertura da indústria ao cliente final: outlets, loja de fábrica única - Zonas industriais desadequadas
Lousada	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade de concelhos - Agenda da empregabilidade - História e património: Rota do Românico - Ligação a operadores turísticos - Agricultura - Qualidade ambiental - Têxtil e vestuário - Comunicação desconcertada - Vinho verde - Gastronomia - Articulação com o Porto - Concelho jovem - Teatro e Música 	<ul style="list-style-type: none"> - Complementaridade entre concelhos - Gastronomia - Vinho verde - Necessidade de formação adequada às necessidades - Articulação com o Porto - Zonas industriais inexistentes - Têxtil e produção para grandes empresas - Falta de marca única - Necessidade de comunicação concertada
Marco de Canaveses	<ul style="list-style-type: none"> - Constrangimento derivado da situação da CM de reequilíbrio financeiro - Sobreposição de entidades e organizações - Património natural - Património histórico - Gastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomia - Vinhos verdes - Trabalho da DOLMEN - Complementaridade entre concelhos - Pedra, matéria-prima nacional - Têxtil e vestuário (com menor peso)

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Integração da oferta turística, criação de agendas culturais e rotas - Boas acessibilidades (mas estradas secundárias degradadas) 			<ul style="list-style-type: none"> - Importância da criação de uma marca única - Necessidade de formação adequada às necessidades empresariais - Necessidade de integração de iniciativas
<ul style="list-style-type: none"> - Articulação com o Porto - Desporto - Qualidade de vida, nomeadamente ambiental - Baixa diversidade do emprego - História e património construído - Gastronomia e Rota Gourmet - Concelho jovem - Música e grupos etnográficos 		<ul style="list-style-type: none"> - Têxtil e vestuário 	<ul style="list-style-type: none"> - História e património - Têxtil e vestuário - Gastronomia - Vinho verde - Qualidade de vida - Concelho jovem - Música - Articulação com o Porto - Comunicação desconcertada
<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Douro - Importância de marca comum para os vinhos e granito - História e património - Necessidade de maior disponibilidade para visita de museus e monumentos 		<ul style="list-style-type: none"> - Igreja do Siza - Vinho verde 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Gastronomia - Vinhos verdes - Pedra - Têxtil e vestuário - Complementaridade entre concelhos - Carmen Miranda

Quadro resumo
Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
	<ul style="list-style-type: none"> - Vinhos verdes - Pedra (granito) - Têxtil e vestuário (com menor peso) - Ramo automóvel - Divulgação em feiras - Turismo de bem-estar - Artes, particularmente música - Complementaridade entre concelhos - Tâmega e Sousa: “o triatlo industrial” 	<ul style="list-style-type: none"> - Zonas industriais insuficientes - Atores locais pouco facilitadores/ procedimentos demorados - Divulgação em feiras - Necessidade de formação adequada às necessidades - Importância de marca comum para os vinhos e granito - Património natural - Turismo religioso - Turismo de bem-estar - Cármen Miranda - Necessidade de maior disponibilidade de museus e monumentos - Ligação a operadores turísticos - Sinalética fraca
Paços de Ferreira	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação com o Porto - Heterogeneidade de concelhos - Mobiliário e enorme área de exposição - Têxtil e vestuário - Interligação entre setores, integração da oferta (pacotes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação com o Porto - Mobiliário - Confeção - Perda de importância do título “Capital do Móvel” - Falta de hábitos de cooperação - Necessidade de formação adequada às necessidades
	<ul style="list-style-type: none"> - Limpeza e espaço público pouco atrativos (em todo o Tâmega e Sousa) - Fraca divulgação e comunicação desconcertada - Sinalética insuficiente - Ligação a operadores turísticos (Padres) 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidade de zonas industriais - Interligação entre setores - Capão à Freamunde - Importância do passa-a-palavra para vendas

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais Turistas	e Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Sinalética fraca - Ligação a operadores turísticos - Necessidade de concertar oferta cultural e festividades - Condições rodoviárias e ferroviárias - Pedra e turismo industrial - Turismo de bem-estar - Gastronomia - Cármen Miranda - Zé do Telhado 			<ul style="list-style-type: none"> - Experiências positivas de divulgação em feiras - Turismo religioso - Turismo de bem-estar - Necessidade de maior disponibilidade para visita de museus e monumentos - Relevância da criação de uma marca comum - Sinalética fraca - Necessidade de ligação a operadores turísticos
<ul style="list-style-type: none"> - Concelho jovem - Fraca oferta em termos de animação - Capão à Freamunde - Mobiliário - Confeção - Necessidade de formação adequada às necessidades - Qualidade de vida 		<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliário 	<ul style="list-style-type: none"> - Capão à Freamunde - Mobiliário - Confeção - Articulação com o Porto - Necessidade de interligação entre setores e integração da oferta
<ul style="list-style-type: none"> - Pessoas - Oferta cultural e elevada cultura musical (bandas filarmónicas) - Dona Sílvia Cardoso - FC Paços de Ferreira 			<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de formação adequada às necessidades

Quadro resumo
Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
Penafiel	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo de bem-estar - Turismo religioso - Património histórico: Rota do Românico - Pedra (granito) - Têxtil e vestuário - Agricultura - Eventos de relevância (AGRIVAL) - Zona industrial disponível - Vinho verde - Gastronomia - Complementaridade entre concelhos 	<ul style="list-style-type: none"> - Feiras de divulgação - Integração de setores e oferta (<i>storytelling</i>) - Ligação a operadores turísticos - Gastronomia - Pessoas, "saber receber" - Vinho verde - Importância de marca única - Pedra - Vestuário - Turismo industrial - Turismo religioso - Turismo de bem-estar - <i>Show room</i> físico e online, permanente - Comunicação integrada
Resende	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural (Douro) - Gastronomia (Cereja, cavacas, carnes) - Necessidade de certificação da cereja - Vinho verde - Qualidade de vida - Turismo de bem-estar - Turismo aventura e de natureza - Sinalética fraca - Património material: RR - Acessibilidades - Desemprego - Necessidade de formação adequada às necessidades - Agricultura, floresta e agropecuária - Envelhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidades - Microclima e agricultura - Necessidade de formação adequada às necessidades - Necessidade de valorização da agricultura e da produção animal - Necessidade de certificação da cereja - Mentalidade pouco aberta para a cooperação - Turismo rural, de experiência - Turismo de natureza e aventura - Necessidade de integração da oferta (pacotes) - Sinalética fraca - Necessidade de criação de loja com produtos regionais

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais e Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade de vida - Integração da oferta turística - Património histórico - Gastronomia - Vinho verde - Importância da criação de uma marca única - Envelhecimento - Cultura (Escritaria) - Zé do Telhado 		<ul style="list-style-type: none"> - Zé do Telhado - Igreja do Sameiro 	<ul style="list-style-type: none"> - Património histórico - Gastronomia - Vinho verde - Pedra - Vestuário - Turismo religioso - Turismo de bem-estar - Necessidade de integração da oferta turística - Importância da criação de uma marca única
<ul style="list-style-type: none"> - Património natural - Moinhos - Douro e desportos náuticos - Turismo de bem-estar - Pessoas - Qualidade de vida - Gastronomia - Fraca oferta hoteleira - Envelhecimento - Acessibilidades - Desemprego - Agricultura e os jovens - Necessidade de integração da oferta (pacotes) - Ligações naturais com outros concelhos (Lamego, Viseu e Vila Real) - Eça de Queiroz - Sinalética fraca 		<ul style="list-style-type: none"> - Cerejas - Douro - Cavacas 	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural (Douro) - Gastronomia - Cereja de Rosende - Vinho verde - Qualidade de vida - Turismo de bem-estar - Turismo aventura e de natureza - Agricultura e produção animal - Necessidade de certificação da cereja - Necessidade de integração da oferta (pacotes) - Sinalética fraca - Envelhecimento - Desemprego - Acessibilidades

Quadro resumo
Entrevistas

Tabela 48
Quadro resumo global
das entrevistas com os atores
do Tâmega e Sousa

Fonte: Elaboração própria

Concelhos	Atores Locais	Empresários
"Soma"	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade entre concelhos - Património material/ edificado rico e diversificado - Património Natural de grande valor e potencial, com biodiversidade - Gastronomia rica e variada - Vinho Verde como elemento comum 	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogeneidade entre concelhos - Património material/ edificado rico e diversificado - Património Natural de grande valor e potencial, com biodiversidade - Gastronomia rica e variada - Vinho Verde como elemento comum - Maior articulação com o Porto - Desemprego, envelhecimento da população e desertificação em alguns concelhos
	<ul style="list-style-type: none"> - Exploração da proximidade ao Grande Porto - Desemprego, envelhecimento da população e desertificação em alguns concelhos - Sinalética toponímica confusa ou deficiente - Sobreposição de entidades e organizações - Necessidade de formação adequada às necessidades das empresas - Acessibilidades irregulares 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinalética toponímica confusa ou deficiente - Sobreposição de entidades e organizações - Necessidades de formação adequada às necessidades das empresas - Acessibilidades irregulares - Não há uma marca única - Agentes locais: demora, dificuldade, burocracia - Inexistência de regras de urbanismo - Necessidade de integração de oferta turística

Residentes	Emigrantes	Turistas, Visitantes Potenciais e Turistas	Resumo
<ul style="list-style-type: none"> - Património Natural de grande valor e potencial, com biodiversidade - História e património (edificado) - Cultura - Figuras de relevo nas artes, literatura, cultura - Indústria - Gastronomia - Vinho Verde como elemento comum - Qualidade de vida, nomeadamente a ambiental 		-	<ul style="list-style-type: none"> - Património natural de grande valor e potencial - História e património - Figuras de relevo nas artes, literatura - Indústria - Gastronomia - Vinho Verde - Qualidade de vida - Agricultura - Subaproveitamento dos recursos (naturais, económicos, humanos)
<ul style="list-style-type: none"> - Turismo religioso, de natureza, aventura e bem-estar - Agricultura - Necessidade de articulação entre concelhos - Subaproveitamento dos recursos (naturais, económicos, humanos) - Necessidade de comunicação concertada - Desemprego, envelhecimento da população e desertificação em alguns concelhos - Sinalética toponímica confusa ou deficiente - Necessidade de regras urbanísticas - Acessibilidades irregulares 			<ul style="list-style-type: none"> - Turismo de natureza, aventura, religioso e bem-estar - Articulação com o Porto - Sinalética toponímica confusa ou deficiente - Ligação a operadores turísticos - Integração da oferta turística - Integração e concertação de iniciativas - Formação desadequada das necessidades empresariais - Necessidade de regras urbanísticas - Desemprego, envelhecimento da população e desertificação em alguns concelhos - Acessibilidades irregulares

Atores Municipais

- Quais considera serem os aspetos mais marcantes/positivos (do seu concelho e) do Tâmega e Sousa?
- Quais considera serem os elementos mais negativos do seu concelho e do Tâmega e Sousa?
- Que aspetos de elevado potencial considera estarem subaproveitados (no seu concelho e) no Tâmega e Sousa?
- Qual o maior constrangimento ao desenvolvimento (do seu concelho e) do Tâmega e Sousa?

Conselho Empresarial Tâmega Sousa

- Quais os principais aspetos (positivos e negativos) específicos das empresas do Tâmega e Sousa?
- Que tipo de medidas gostaria de ver implementadas tendo em vista a maximização das vantagens competitivas do território de Tâmega e Sousa?
- Quais os desafios para o futuro das empresas do Tâmega e Sousa? Como atrair mais investimento?

APIMA

- Quais os fatores diferenciadores do produto/da produção de mobiliário no Tâmega e Sousa?
- Que tipo de medidas gostaria de ver implementadas tendo em vista a maximização das vantagens competitivas do setor no território de Tâmega e Sousa?
- Quais os desafios para o futuro das empresas do setor? Algum em específico para as empresas do Tâmega e Sousa? Como atrair mais investimento?

APICCAPS

- Quais os fatores diferenciadores do produto/da produção de calçado no Tâmega e Sousa?
- Que tipo de medidas gostaria de ver implementadas tendo em vista a maxi-

mização das vantagens competitivas do setor no território de Tâmega e Sousa?

- Quais os desafios para o futuro das empresas do setor? Algum em específico para as empresas do Tâmega e Sousa? Como atrair mais investimento?

Entidade Regional Turismo do Porto e Norte de Portugal

- Que fatores distintivos do Tâmega e Sousa podem e devem ser trabalhados para maximizar o seu potencial turístico?
- De que forma podem ser criadas sinergias entre territórios?
- Como criar valor para toda a Região Norte através da valorização do Tâmega e Sousa?

Associação de Turismo do Porto

- Que fatores distintivos do Tâmega e Sousa podem e devem ser trabalhados para maximizar o seu potencial turístico, de forma a serem atraídos para o território mais turistas internacionais?
- Tendo em conta a proximidade do território ao Grande Porto, de que forma podem ser maximizadas sinergias entre estes?
- Como pode ser criado valor para toda a Região Norte através da valorização do Tâmega e Sousa?

Confraria de Vinho Verde – Comissão Vitivinícola do Vinho Verde

- Quais os fatores diferenciadores do Vinho Verde no Tâmega e Sousa?
- Como associar mais o Vinho Verde a este território?

Instituto Português Património Arquitetónico e Arqueológico / Direção Geral Património Cultural

- Quais os mais singulares e atrativos elementos do património imóvel do Tâmega e Sousa? (e.g. Rota do Românico, Cultura castreja, Pré-história, Barroco (Civil ou religioso), Museus)

- Quais os aspetos subaproveitados? O que e como melhorar?
Guião de Entrevista Rota do Românico
- Que balanço fazem do caminho percorrido e da estratégia implementada pela Rota do Românico?
- Quais os principais fatores distintivos do Tâmega e Sousa do ponto de vista do seu potencial turístico?
- Quais os principais desafios para o futuro da Rota do Românico e do Tâmega e Sousa?
- Tendo em conta a experiência da Rota do Românico, de que outra forma podem ser criadas sinergias entre os diferentes concelhos do Tâmega e Sousa?

Guião de Entrevista para Empresários

- Sabia da existência e conhece os demais concelhos integrados na CIM-TS?
- No caso de conhecimento, que aspetos (positivos e negativos) resultaram para a sua empresa, da criação da CIM-TS?
- Que mudanças gostava de ver implementadas tendo em vista a maximização das vantagens competitivas das empresas do Tâmega e Sousa?
- Quais os desafios para o futuro, enquanto empresa do Tâmega e Sousa? O que falta para a atração de investimento?

Guião de Entrevista para Residentes

- Sabia da existência e conhece os demais concelhos integrados na CIM-TS?
- O que mais e menos aprecia no seu concelho? E no Tâmega e Sousa?
- Que personalidade(s) escolheria para representar o seu concelho? E o Tâmega e Sousa (repetir a pergunta para: gastronomia, monumento, valores naturais...).
- Que mudanças gostaria de ver implementadas para melhorar a qualidade de vida dos residentes do Tâmega e Sousa e atrair mais residentes para o território?
- Quais julga serem os principais desafios para o futuro do Tâmega e Sousa (exemplos: êxodo rural, envelhecimento populacional, emigração, investimento, emprego, qualidade de vida, etc.)?

Guião de Entrevista para Emigrantes

- Sabia da existência e conhece os demais concelhos integrados na CIM TS?
- Quais os motivos que levaram à saída do Tâmega e Sousa?
- Quais os aspetos do Tâmega e Sousa dos quais sente mais falta?
- Desenvolve algum tipo de ação no país de destino para promover o Tâmega e Sousa? Se sim, qual?
- Tem por hábito consumir produtos ligados ao seu concelho/sub-região quando se encontra fora de Portugal?
- Que personalidade(s) escolheria para representar o seu concelho/o Tâmega e Sousa (repetir a questão para: gastronomia, monumentos, valores naturais, etc.)?
- Que aspetos julgaria necessário ver garantidos para considerar voltar a residir no Tâmega e Sousa?

Guião de Entrevista para Prescritores Turísticos

- Sabia da existência e conhece os demais concelhos integrados na CIM-TS?
- Quais considera ser os principais atrativos dos concelhos do Tâmega e Sousa?
- Que aspetos do Tâmega e Sousa considera mais marcantes (positivos e negativos)?
- O que considera necessário para promover/”colocar mais no mapa” o território de Tâmega e Sousa?

Guião de Entrevista para Turistas e Visitantes Prospetivos

- Sabia da existência e conhece os demais concelhos integrados na CIM TS?
- Quais considera ser os principais atrativos dos concelhos do Tâmega e Sousa?
- Quais as razões para ainda não ter ido enquanto turista/visitante ao território do Tâmega e Sousa (ou a algum concelho em específico)?
- Que aspetos influenciariam uma futura visita ao território de Tâmega e Sousa e que atrativos gostaria de ver/atividades para praticar?
- Já visitou alguma das regiões circundantes do Tâmega e Sousa? Quais?

Amarante

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso
- Casa de Pascoaes
- Casa da Calçada
- Solar dos Magalhães
- Ponte de São Gonçalo
- Convento e Igreja de São Gonçalo
- Mosteiro do Salvador de Travanca
- Ruínas do Convento de Santa Clara
- Igreja de Santa Maria de Jazente
- Ponte de Fundo de Rua
- Igreja de Santa Maria de Gondar
- Igreja do Salvador de Lufrei
- Igreja de Salvador de Real
- Mosteiro de São Martinho de Mancelos
- Mosteiro do Salvador de Freixo de Baixo
- Igreja de Santo André de Telões
- Igreja de São João Baptista de Gatão
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 – Em que medida os seguintes produtos regionais são representativos do seu concelho?

- Lérias
- Bolos de S. Gonçalo
- Papos de Anjo
- Brisas do Tâmega
- Foguetes
- Vinho Verde
- Cabrito Assado no Forno
- Vitela maronesa
- Barro negro de Gondar
- Cestaria
- Rendas e bordados
- Mantas e meias de lã
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festas de São Gonçalo
- Festas dos Diabos
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Serra do Marão
- Serra da Aboboreira
- Rio Tâmega
- Itinerário da Lameira
- Rota do Marancinho
- Ecopista da Linha do Tâmega
- Parque Florestal de Amarante
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Teixeira de Pascoaes
- Amadeu de Souza-Cardoso
- Agustina Bessa-Luís
- São Gonçalo
- Nuno Gomes
- Ricardo Carvalho
- Outro(s)? Qual(ais)?

6 - Desportos praticados ou com potencial subaproveitado

- Montanhismo
- Canoagem
- Parapente
- Passeios em guigas (pequena embarcação de fabrico local) e gaiivotas
- Pesca
- Caça
- Golfe (Campo de Golfe)
- Natação (fruição nas praias fluviais e parque aquático)

Baião

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Fundação Eça de Queiroz
- Museu Rural e Etnográfico
- Mosteiro de Santo André de Ancede
- Conjunto Megalítico Serra da Aboboreira
- Ponte de Esmoriz Ancede
- Igreja de Valadares
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 – Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Anho Assado com arroz de forno
- Biscoitos da Teixeira
- Vinho Verde
- Fumeiro
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 – Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Feira do Fumeiro e do Cozido à Portuguesa
- Festival do Anho Assado e do Arroz de Forno
- Festas Concelhias e de São Bartolomeu
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 – Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Serra da Aboboreira
- Serra do Marão
- Rio Douro
- Rio Teixeira
- Rio Ovil
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 – Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Eça de Queiroz

- António Mota – escritor
- Alves Redol
- Soeiro Pereira Gomes
- Carlos Nogueira
- Outro(s)? Qual(ais)?

Castelo de Paiva

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Solar da Fiska
- Quinta da Cardia
- Marmoiral do Sobrado
- Igreja de Sta. Maria de Sardoura
- Praia Fluvial de Pedorido
- Ponte do caminho-de-ferro de Pedorido
- Igreja de Sobrado
- Aldeias de Xisto
- Miradouro de Catapeixe
- Monte de S. Domingos
- Portal da Serrada
- Choupal das Concas
- Penedo de Vegide (ou Pia dos Mouros como é mais vulgarmente conhecido na região)
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 – Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Arroz de lampreia
- Cozido à Lavrador
- Pão-de-ló de Sarradelo
- Doces de Sarradelo
- Vinho Verde
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festas de São João (24 e 25 Junho)
- Festa de S. Domingos (4-5 Agosto)
- Nossa Senhora das Amoras (6-7-8 Setembro)
- Santa Eufémia (14-15-16 Setembro)
- Feira Agrícola
- Feira do Vinho Verde, do Lavrador, Gastronomia e Artesanato
- 2ª Festa do Doce
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Floresta
- Rio Douro
- Rio Paiva (Ilha do Castelo)
- Rio Arda
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Dr. João Pinto Ribeiro
- Prof. Arq. Octávio Lixa Filgueiras
- Manuel Caetano de Oliveira
- Outro(s)? Qual(ais)?

6 - Em que medida têm potencial os seguintes desportos?

- Passeios pedestres PR 1 CPV “Ilha dos Amores”
- Trilhos das Vinhas (BTT/Percurso pedestre sinalizado nº1)
- Desportos aquáticos (Rafting, Canoagem, Vela)
- Outro(s)? Qual(ais)?

Celorico de Basto

1 - Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Castelo de Arnoia
- Circuito Turístico dos Moinhos de Argontim

- Casa do Outeiro
- Casa da Gandarela
- Solar/Casa do Souto
- Casa de Veade/da Boavista
- Mosteiro de Arnoia
- Igreja do Salvador de Ribas
- Igreja de Santa Maria de Veade
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 - Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- “Pica no Chão”
- Bacalhau à Freixeiro
- Cozido à Portuguesa
- Vitela Assada
- Cabrito Assado com Arroz no Forno
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festas do Concelho – São Tiago
- Santa Catarina
- Feira Internacional das Camélias
- Feira de Artesanato e da Gastronomia
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Rio Tâmega
- Serra da Senhora do Viso
- Serra do Ladário
- Serra da Pedralva (?)
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Ilídio Alves de Araújo
- D. António Ribeiro

- Frei Bernardo de Vasconcelos
- Prof. Marcelo Rebelo de Sousa
- José Pinto Ribeiro
- Outro(s)? Qual(ais)?

6 - Desporto

- Ecopista da Linha do Tâmega
- Motor Clube de Basto
- Polidesportivo de Caçarilhe
- Hipódromo de Carvalho

Cinfães

1 - Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Castro das Coroas
- Muralha das Portas do Montemuro
- Igreja Românica de Santa Maria Maior de Tarouquela
- Pelourinho de Cinfães
- Igreja Românica da Nossa Senhora da Natividade de Escamarão
- Igreja de São Cristovão de Nogueira
- Igreja da Senhora de Cales
- Ilhota do Outeiro
- Museu Serpa Pinto
- Museu Etnográfico
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 - Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Lampreia à Bordalesa
- Arroz de lampreia
- Torresmos
- Anho assado com arroz do forno
- Bolo de forno de farinha de milho
- Posta arouquesa
- Cabrito Assado no Forno
- Cozido à Portuguesa
- Arroz de Salpicão
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festa de São João
- Festa de Teatro “Altitudes”
- Festa da Desfolhada
- Festa do Magusto
- Feira de Artesanato, Gastronomia e Vinho Verde
- Festival de Teatro Altitudes
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Rio Douro
- Rio Bestança
- Serra de Montemuro
- Ribeira de Enxedrou
- Pico do Talegre
- Vindimas
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Serpa Pinto
- Outro(s)? Qual(ais)?

6 - Em que medida têm potencial os seguintes desportos?

- Desportos de Natureza (Serra de Montemuro e Vale do Bestança): trilhos
- Desportos náuticos (Rio Douro)
- Outro(s)? Qual(ais)?

Felgueiras

1 - Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Museu Casa do Assento
- Calçadas Romanas
- Casa de Sergude
- Villa Romana de Sendim

Inquéritos a Residentes

- Casa de Simões (incluindo pátio nobre, jardins)
- Casa do Risco
- Casa do Pão-de-ló de Margaride
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 - Outras atividades de referência representativas do concelho?

- Rota do Vinho Verde
- Rota do Românico (Igreja de Santa Maria de Airães, Igreja de São Vicente de Sousa, Mosteiro Santa Maria de Pombeiro, Igreja de São Mamede de Vila Verde, Igreja de Salvador de Unhão)
- Atividades regionais: bordados e artesanato

3 - Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Pão-de-ló de Margaride
- Assados no forno a lenha
- Cozido à portuguesa
- Bacalhau
- Vinho verde
- Kiwi
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festival do Pão-de-ló
- Descalço – Mostra de Calçado
- Festas do Concelho (São Pedro) e Cortejo das Flores
- Festa da Nossa Senhora das Vitórias
- Feira de Maio
- Feira das Tradições
- Outras? Quais?

5 - Em que medida os seguintes elementos do património natural e/ou imaterial são representativos do seu concelho?

- Monte de Santa Quitéria
- Barrias – Jugueiros

- Parque de Campismo – Vila Fria
- Burgo – Aldeias de Portugal (Pombeiro)
- Rio Sousa
- Seixoso
- Senhor dos Perdidos – Penacova
- Caminhos medievais – PR1
- Caminhos Verdes – PR2
- Centro de interpretação ambiental da Carriça/Airões
- Outro(s)? Qual(ais)?

6 – Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Leonardo Coimbra
- Manuel de Faria e Sousa
- Nicolau Coelho
- General João Sarmento Pimentel
- Francisco Sarmento Pimentel
- Magalhães Lemos
- Leonor Rosa da Silva (Pão-de-ló)
- Outro(s)? Qual(ais)?

Lousada

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante“ e 5 a “Muito importante”)

- Igreja Santa Maria de Meinedo
- Torre de Vilar
- Santuário da N.^a Senhora Aparecida
- Igreja Salvador de Aveleda
- Casa de Juste

2 – Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Cozido à Portuguesa
- Cabrito assado com arroz de forno
- Sopa Seca doce

- Beijinhos de Amor
- Bazulaque
- Vinho Verde e Espumantes

3 – Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festas Grandes do Concelho em honra do Senhor dos Aflitos
- Festas da Senhora Aparecida
- Festival Internacional de Camélias
- Folia e Foliazinho (Festival de Artes do Espetáculo de Lousada)
- Festival da Juventude

4 – Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Rio Sousa
- Rio Mesio
- Parque Biológico de Vilar
- Jardim do Monte do Senhor dos Aflitos
- Parque Urbano Dr. Mário Fonseca
- Miradouros de Sra. Aparecida e Sra. do Amparo

5 – Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Dr. Marnoco e Sousa
- Dr. Duarte Leite
- D. António Augusto Castro Meireles
- Dr. Mário Fonseca
- Dr. Jorge Magalhães 6 – Desporto
- Hóquei em campo / sala (Desporto de referência de Lousada)
- Complexo Desportivo (Infraestrutura Multifuncional)
- Free Running
- Polo Aquático e Natação Sincronizada
- Lousada BTT
- Rallycross / Autocross (Pista da costilha)

Marco de Canaveses

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Capela de Fandinhães
- Igreja de Sto. Isidoro
- Igreja de Sta. Maria do Marco
- Igreja do Mosteiro de Alpendorada
- Igreja e Mosteiro de Sta. Maria de Vila Boa do Bispo
- Igreja de Santo André de Vila Boa de Quires
- Igreja de Santa Maria de Sobretâmega
- Igreja de São Nicolau de Canaveses
- Igreja de São Martinho de Soalhães
- Igreja do Salvador de Tabuado
- Memorial de Alpendorada
- Obras do Fidalgo
- Ponte do Arco
- Tongobriga – Área Arqueológica do Freixo
- Torre de Nevões
- Museu da Pedra
- Museu Municipal Carmen Miranda
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 – Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Anho assado com arroz de forno
- Roupa Velha
- Verde ou Bazulaque
- Fatias do Freixo
- Cavacas
- Pão-de-ló
- Pão-podre
- Biscoitos de Soalhães
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 – Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Marchas de São João
- Festas do Marco
- Bienal da Pedra
- Festival do Anho Assado e Feira das Coletividades
- Mercado Romano

Inquéritos a Residentes

- Mercado Medieval
- Festas de Sta. Marinha/Festas do Marco
- Festa do Emigrante
- Peregrinação à Nossa Sra. do Castelinho
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Rio Tâmega e Rio Douro
- Serra da Aboboreira – Soalhães
- Serra de Montedeiras
- Alto de Santiago ou Castro de Arados
- Cais de Bitetos
- Cais do Torrão
- Miradouro de Soalhães
- Miradouro do Castelinho
- Parque Fluvial do Tâmega
- Parque de Lazer de Alpendorada
- Parque de Lazer da Cidade
- Praia Fluvial de Bitetos
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Carmem Miranda
- Belmiro de Azevedo
- Adriano José de Carvalho e Melo (fundador do Concelho do Marco de Canaveses)
- Outro(s)? Qual(ais)?

Paços de Ferreira

1 - Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Mosteiro de São Pedro de Ferreira
- Citânia de Sanfins
- Dólmen de Lamoso

- Penedo das Ninfas
- Forno dos Mouros
- Anta das Castanheiras
- Casa da Capela das Malheiras
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 - Em que medida os seguintes produtos regionais são representativos do seu concelho?

- Capão à Freamunde
- Cabrito ou Anho Assado com Arroz de Forno
- Cozido à portuguesa
- Rojões
- Tecelagem
- Cestaria e Esteiraria
- Bordado
- Trabalhos em Madeira
- Pintura Mobiliário de Verga ou Similar
- Cerâmica e Olaria
- Calçado / Tamanqueiro
- Arte de Estofador
- Empalha Restauro
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Feira do Capão
- Sebastianas
- Citânia Summer Fest
- Park Festival Paços 2014
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Serra da Agrela
- Serra de São Tiago
- Monte do Pilar
- Rio Carvalhosa
- Rio Ferreira (afluente do Sousa)

- Rio Eiriz
- Monte da Sra. do Socorro
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- FC Paços de Ferreira
- Dr. Leão Meireles
- Dona Sílvia Cardoso
- Outro(s)? Qual(ais)?

Penafiel

1 - Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Igreja de São Miguel de Entre-os-Rios
- Igreja Românica da Cabeça Santa
- Igreja Românica de Abragão
- Memorial da Ermida
- Mosteiro de Bustelo
- Mosteiro de Paço de Sousa
- Centro Histórico de Penafiel
- Castro de Monte Mozinho
- Termas de São Vicente
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 - Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Papas de Sarrabulho
- Lampreia à Bordalesa
- Arroz de Lampreia
- Anho Assado no Forno com Arroz de Forno
- Torta de São Martinho
- Rojões
- Bolinhos de Amor
- Leite-creme
- Sopa Seca
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 - Em que medida os seguintes eventos são representativas do seu concelho?

- Festa do Caldo de Quintandona
- Corpo de Deus
- AGRIVAL
- São Martinho
- Endoenças
- Escritaria
- Encontro Etnográfico Municipal e Internacional
- Noite Branca
- Festival da Lampreia
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Paisagem envolvente do Rio Mau
- Albufeira do Tâmega
- Miradouro da Cividade
- Praia Fluvial de Travessos (Luzim)
- Aldeia Preservada de Quintandona (Lagares)
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Professor Doutor Barbosa de Melo
- António Nobre
- Egas Moniz
- Padre Américo
- José Júlio
- Zé do Telhado
- Outro(s)? Qual(ais)

6 - Quais as atividades desportivas mais marcantes/praticadas no concelho?

- ADP - Patinagem artística
- Hóquei

Resende

1 – Em que medida os seguintes monumentos são representativos do seu concelho? (1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”)

- Estação arqueológica de Mogueira
- Memorial à Cereja
- Mosteiro de Sta. Maria de Cárquere
- Recinto Megalítico de São Cristóvão
- Museu Municipal
- Torre da Lagariça
- Ponte da Panchorra
- Igreja Matriz S. Martinho de Mouros
- Outro(s)? Qual(ais)?

2 – Em que medida os seguintes pratos/bebidas são representativos do seu concelho?

- Cerejas de Resende
- Cavacas de Resende
- Falachas de S. Brás
- Anho assado
- Carne de Raça Arouquesa
- Outro(s)? Qual(ais)?

3 – Em que medida as seguintes celebrações são representativas do seu concelho?

- Festival da Cereja
- Festa das Cavacas
- IV Domingo de Maio – Romaria no Santuário de Santa Maria de Cárquere

- Festa da Labareda
- Outro(s)? Qual(ais)?

4 - Em que medida os seguintes elementos do património natural são representativos do seu concelho?

- Termas Caldas de Arejos
- Rio Douro
- Porto de Rei
- Caldos d'Aregos
- Penedo de S. João
- Monte de São Cristóvão
- Outro(s)? Qual(ais)?

5 - Em que medida as seguintes figuras públicas são representativas do seu concelho?

- Eng.º. Edgar Cardoso
- Egas Moniz
- Rebelo Moniz
- Caetano Pinto
- Gonçalo Pires Bandeira
- Outro(s)? Qual(ais)?

Dimensão (aproximada) da Empresa: *

Em número de colaboradores

Dimensão (aproximada) da Empresa: *

Em volume de negócios (€)

As empresas com as quais lida com maior frequência encontram-se inseridas: *

(e.g. clientes, parceiros e fornecedores)

Indique, por favor, a dimensão do mercado em que a empresa atua: *

Se possível, indique aproximadamente a percentagem de volume de negócios exportada pela empresa *

Se possível, indique aproximadamente a percentagem de volume de negócios importada pela empresa *

[← Back](#)

[Continue →](#)

50% completed

Indique, na seguinte escala, o nível em que considera que a sua empresa se encontra relativamente às dimensões apresentadas: *

(em que o valor 1 corresponde à designação "muito baixo" e o valor 5 corresponde à designação "muito elevado")

	1	2	3	4	5
Ligação a Universidades e Parques Tecnológicos	<input type="radio"/>				
Ligação ao ensino profissional	<input type="radio"/>				
Realização/promoção de visitas de escolas à empresa	<input type="radio"/>				
Participação em eventos de networking e encontros com outras empresas	<input type="radio"/>				

Indique, na seguinte escala, em que medida concorda ou discorda que o território do Tâmega e Sousa oferece os seguintes aspetos:³
(em que o valor 1 corresponde à designação "discordo totalmente" e o valor 5 corresponde à designação "concordo totalmente")

	1	2	3	4	5
Formação adaptada à procura de recursos humanos por parte das empresas	<input type="radio"/>				
Facilidade/rapidez de obtenção de licenças	<input type="radio"/>				
Facilidade/rapidez de obtenção de documentação	<input type="radio"/>				
Disponibilidade de serviços de apoio (e.g. apoio legal por parte de Associações Empresariais, Comerciais ou Industriais)	<input type="radio"/>				
Acessibilidade a partir do exterior ao território de Tâmega e Sousa	<input type="radio"/>				
Mobilidade no interior do território de Tâmega e Sousa	<input type="radio"/>				
Disponibilidade de serviços de infraestruturas de telecomunicações	<input type="radio"/>				
Baixos custos de mão-de-obra	<input type="radio"/>				
Baixos custos de terras e rendas	<input type="radio"/>				
Concessão de incentivos (e.g. através da carga fiscal) pela Câmara Municipal	<input type="radio"/>				

« Back

Continue »


 75% completed

Indique, numa escala de 1 a 5, o nível de promoção e divulgação das empresas através de campanhas publicitárias, participação em eventos nacionais e internacionais, promoção ativa nas redes sociais, etc.:

(em que o valor 1 corresponde à designação "muito baixa" e o valor 5 corresponde à designação "muito elevada")

	1	2	3	4	5
Efetuada no âmbito do concelho (e.g. por Associações Empresariais, Industriais ou Comerciais, pela Câmara Municipal)	<input type="radio"/>				
Efetuada no âmbito do Tâmega e Sousa (e.g. pelo Conselho Empresarial de Tâmega e Sousa, pela CIM de Tâmega e Sousa)	<input type="radio"/>				

Indique, por favor, as principais vantagens competitivas de território do Tâmega e Sousa para o desenvolvimento da sua empresa: *

(pode selecionar várias dimensões)

- Investigação e Inovação - Acessibilidade a Universidades e a Parques Tecnológicos
- Disponibilidade de força de trabalho
- Presença de recursos humanos qualificados/especializados
- Disponibilidade de infraestruturas de transporte e centros intermodais
- Disponibilidade de infraestruturas de telecomunicação
- Proximidade de fornecedores
- Disponibilidade de matérias-primas
- Acessibilidade a grandes clientes
- Serviços de apoio (e.g. apoio legal por parte de Associações Empresariais, Industriais ou Comerciais)
- Realização de iniciativas de networking e encontros entre empresários
- Existência de empresas concorrentes
- Existência de empresas estrangeiras
- Baixo custo da terra e das rendas
- Baixo custo da mão-de-obra
- Presença de incentivos fiscais
- Other:

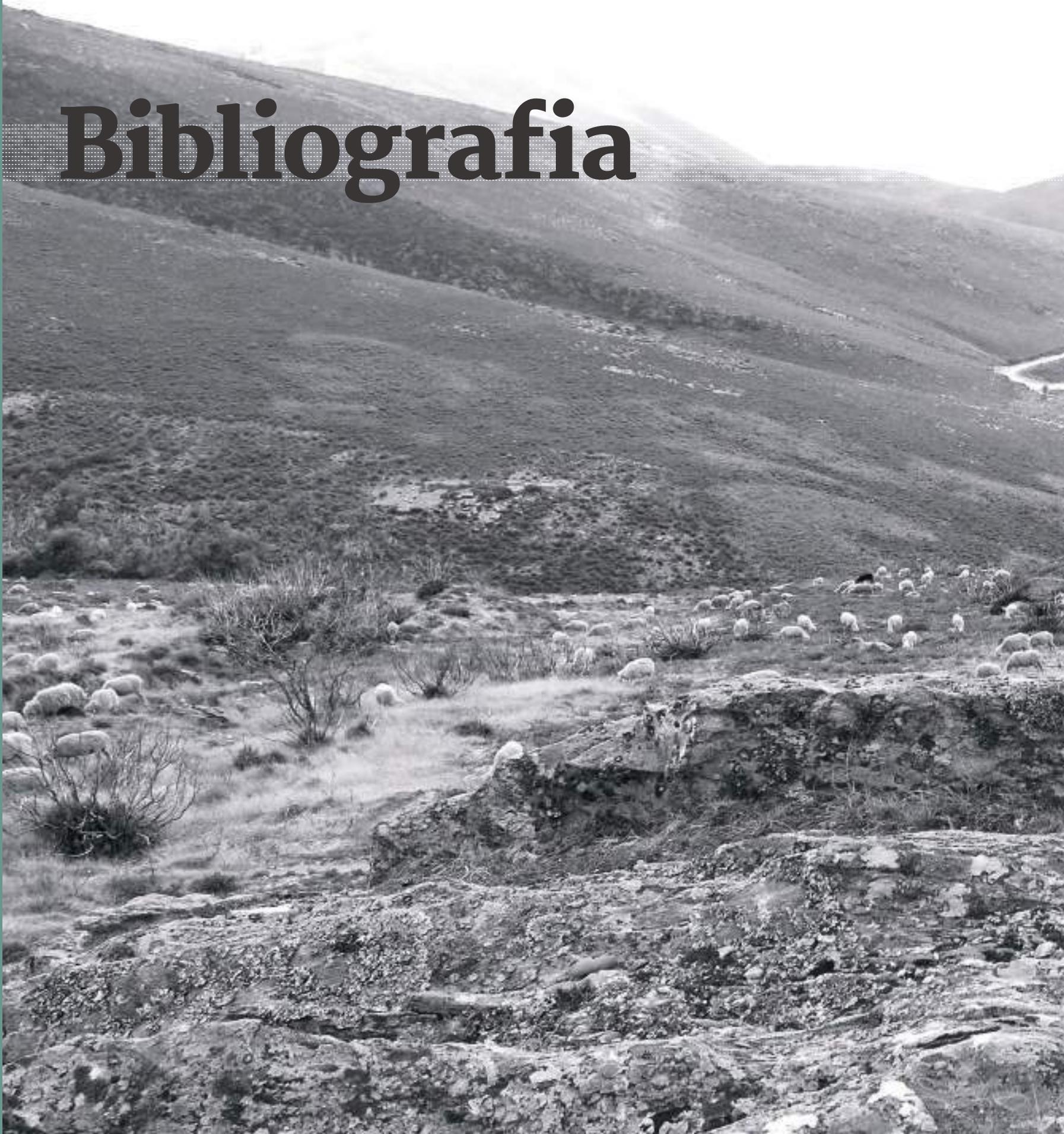
Comentários adicionais ou sugestões:

[« Back](#)

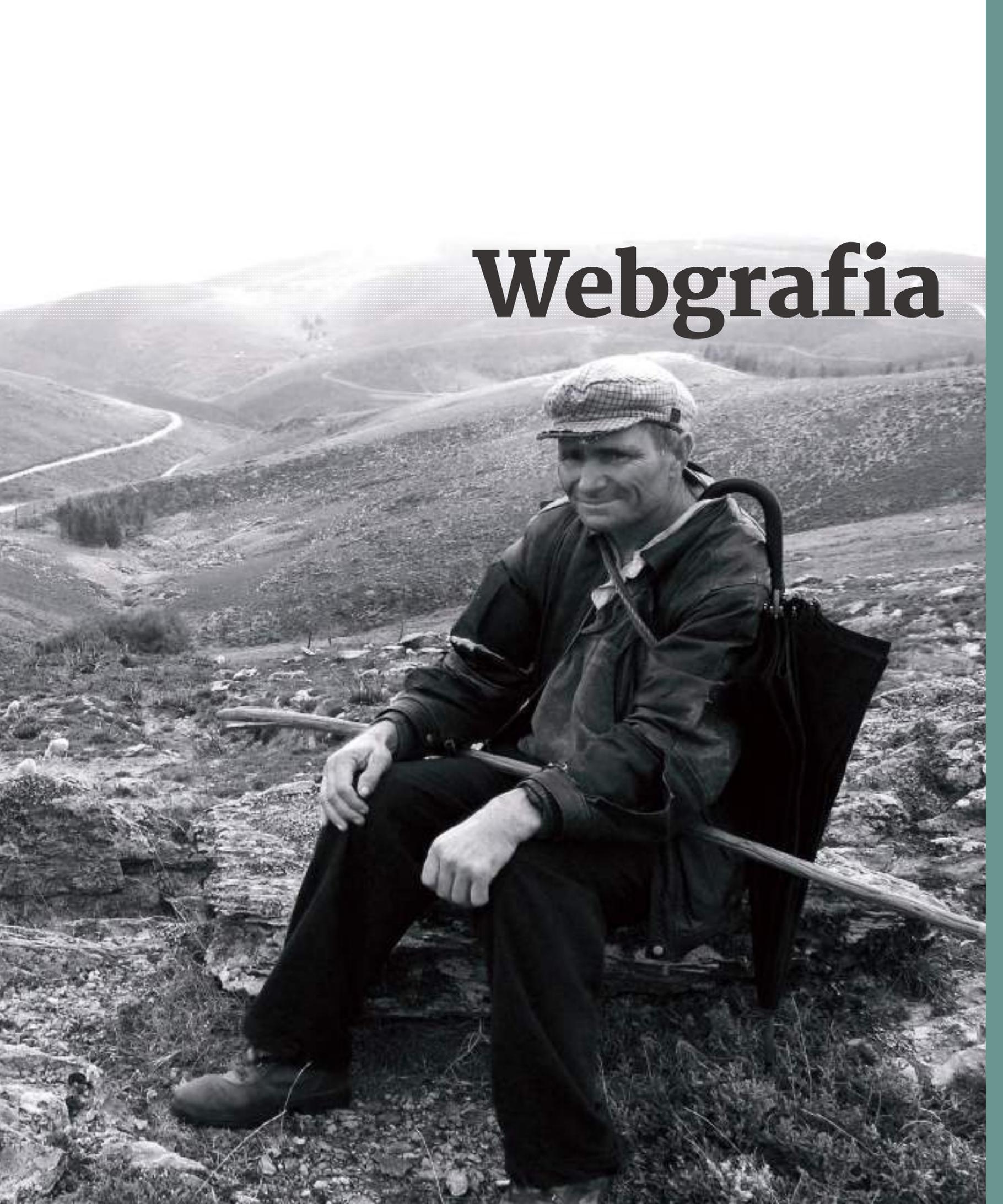
[Submit](#)

100%: You made it.

Bibliografia



Webgrafia



BIBLIOGRAFIA E WEBGRAFIA

- Ader-Sousa, Associação de Desenvolvimento Rural das Terras do Sousa, <http://www.adersousa.pt/>
- ADRMAG, Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras do Montemuro, Arada e Gralheira, <http://www.adrimag.com.pt/>
- AICEP (Dezembro de 2014), Portugal – Ficha País, disponível em: <http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/LivrariaDigital/PortugalFichaPais.pdf>
- Alto Douro Vinhateiro – Turismo do Douro, <http://www.douro-turismo.pt/patrimonio-mundial.php>
- Aragonez, Teresa; Alves, Gonçalo (2012) “Marketing Territorial: O future das cidades sustentáveis e de sucesso,” Book of proceedings – Tourism and a Management Studies Internacional Conference Algarve
- Associação de Municípios do Baixo Tâmega, <http://www.baixotamega.pt/pagegen.aspx>
- Associação de Municípios do Baixo Tâmega (2008) “Estudo de Marketing da Promoção do Baixo Tâmega”
- Associação de Municípios do Vale do Douro Sul, <http://www.amvds.pt/>
- Associação de Turismo do Porto, <http://visitportoandnorth.travel/ATP>
- BEIRADOURO, <http://www.beiradouro.pt/>
- Câmara Municipal de Amarante, <http://www.cm-amarante.pt/>
- Câmara Municipal de Baião, <http://www.cm-baiao.pt/>
- Câmara Municipal de Castelo de Paiva, <http://www.cm-castelo-paiva.pt/>
- Câmara Municipal de Celorico de Basto, <http://www.mun-celoricodebasto.pt/>
- Câmara Municipal de Cinfães, <http://www.cm-cinfaes.pt/>
- Câmara Municipal de Felgueiras, <http://www.cm-felgueiras.pt/>
- Câmara Municipal de Lousada, <http://www.cm-lousada.pt/>
- Câmara Municipal de Marco de Canaveses, <http://www.cm-marco-canaveses.pt/>
- Câmara Municipal de Paços de Ferreira, <http://www.cm-pacosdeferreira.pt/>
- Câmara Municipal de Penafiel, <http://www.cm-penafiel.pt/VSD/Penafiel/vPT/Publica/>
- Câmara Municipal de Resende, <http://cm-resende.pt/>
- Centro de Informação Europe Direct do Tâmega e Sousa, <http://www.europedirect-tamegaesousa.pt/>
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, <http://www.ccdr-n.pt/>
- Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes: www.vinhoverde.pt/; acedida a 13 Novembro 2014.
- Comissão Europeia, Agricultura e Desenvolvimento Rural, <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
- Comunidade Intermunicipal do Pinhal Litoral e SPI (26 de Outubro de 2011) “Estratégia de Marketing Territorial – Desafios da Região do Pinhal Litoral, apresentações disponíveis em http://ruci.cimregiaodeleiria.pt/docs/apresentacao_cm_cimpl_19jul.pdf e http://ruci.cimregiaodeleiria.pt/docs/PAINEL1_Abertura_PlanoMkt_SPI.pdf
- Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa, <http://www.cimtamegaesousa.pt/>
- Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa, <http://www.cets.pt/>
- Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa (2013) “Promoção do Empreendedorismo do Tâmega e Sousa” – 2014/2015
- DOLMEN, Desenvolvimento Local e Regional, <http://www.dolmen.co.pt/>
- Direção Regional de Cultura do Norte, <http://www.culturanoorte.pt/>
- Direção-Geral de Património Cultural, <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/>
- Entidade Regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal, <http://www.portoenorte.pt/>
- EURES Transfronteiriço Galicia – Norte Portugal <http://www.eures-norteportugal-galicia.org/>
- Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, <http://www.fcportugal.com/>
- Federação Portuguesa de Canoagem, <http://www.fpcanoagem.pt/>
- Federação Portuguesa de Ciclismo, <http://www.uvp-fpc.pt/>

Federação Portuguesa de Montanhismo e Escalada, <http://www.fpme.org/>

Galícia e Norte de Portugal, <http://www.gnpaect.eu/pt>

Governo de Portugal, “Plano Estratégico Nacional do Turismo, 2013-2015” disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202012.pdf>

IAPMEI – listagem PME Líder 2014, disponível em: <http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplartigo-01.php?artigoId=91&msid=6>

InfoVini, <http://www.infovini.com/#tab2>, acedida a 14 Novembro 2014.

Instituto da Mobilidade e dos Transportes, I. P., <http://www.douro.ipm.pt/pt/index.aspx>, acedida a 10 de Janeiro de 2015

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, <http://www.icnf.pt/portal>

Instituto Nacional de Estatística, http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados

Living Douro, <http://livingdouro.com/>

Minho IN (Consórcio), <http://www.minho.in.com/>

Naturlink (9 de Março de 2015) “À Descoberta da Rota da Água e da Pedra” <http://naturlink.sapo.pt/Lazer/Turismo-na-Natureza/content/a-Descoberta-da-Rota-da-agua-e-da-Pedra?bl=1>

Øresund, <http://www.oresundsregionen.org/en>

Páginas das Associações Empresariais/Industriais e Comerciais disponíveis, acedidas a 21 Novembro 2014

Páginas das Cooperativas Agrícolas, acedidas a 21 Novembro 2014

Páginas das Empresas de Vinho Verde, acedidas a 14 Novembro 2014

Páginas de Estabelecimentos Hoteleiros e Redes Sociais, acedidas a 5 Novembro 2014

Páginas de Eventos e Redes Sociais de Eventos realizados no território PEDI-TS

Portal do Turismo de Amarante, <http://www.amarante.pt/turismo/>

Portal do Turismo de Marco de Canaveses, <http://www.marcodecanaveses.pt/turismo/>

Porto Lazer (26 de Fevereiro de 2015) “Porto. Cidade das Camélias” <http://www.portolazer.pt/noticias-porto-lazer/porto-e-a-cidade-das-camelias-de-7-a-14-de-marco>

PROBASTO, <http://www.probasto.pt/>

Ricardo Freitas, ViniPortugal (2014) “Plano Estratégico Vinhos de Portugal – Balanço de Resultados 2012-2014”, Apresentação no Fórum Anual 2014”

Rota do Românico, <http://www.rotadoromano.com/vPT/Paginas/Homepage.aspx>

Rota dos Vinhos Verdes, <http://rota.vinhoverde.pt/index.php?lingua=1>

SABI – Bureau van Dijk, <https://sabi.bvdep.com/ip/>

Tâmega e Sousa Empreendedor, Onde as Ideias se concretizam! <http://empreendedor.cimtamegaesousa.pt/#/home>

Transromânica, Cultural Route of the Council of Europe, <http://www.transromanica.com/en/news/>

Turismo de Portugal, I.P. (2013) “Animação Turística em Portugal 2013, Caracterização da Oferta e da Procura”, disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/competitividadeinovacao/setoresdeatividade/anima%C3%A7%C3%A3otur%C3%ADstica/Documents/Carateriza%C3%A7%C3%A3o%20da%20Anima%C3%A7%C3%A3o%20Tur%C3%ADstica%202013V3.pdf>

Turismo de Portugal, I.P. (2012) “Anuário das Estatísticas do Turismo 2012”, disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/oturismoem/Documents/Anu%C3%A1riodasEstat%C3%ADsticasdoTurismo%20-%202012-VF.pdf>

Turismo Rural no Douro, Norte de Portugal, Cinfães, <http://www.turismoruraldouro.com.pt/>

VALSOUSA, Associação de Municípios do Vale do Sousa, <http://www.valsousa.pt/>

Verdadeiro Olhar (15 de Janeiro de 2015) “Tâmega foi a região do Norte onde menos pessoas se hospedaram em 2013”, disponível em: <http://www.verdadeiroolhar.pt/materias.php?secao=destaque&id=30240>

TABELAS

11	Tabela 1
13	Tabela 2
15	Tabela 3
17	Tabela 4
17	Tabela 5
17	Tabela 6
18	Tabela 7
19	Tabela 8
21	Tabela 9
21	Tabela 10
23	Tabela 11
26	Tabela 12
29	Tabela 13
32	Tabela 14
39	Tabela 15
40	Tabela 16
45	Tabela 17
52	Tabela 18
53	Tabela 19
75	Tabela 20
82	Tabela 21
85	Tabela 22
87/90	Tabela 23
91	Tabela 24





Tabela 25	99
Tabela 26	110
Tabela 27	111
Tabela 28	146
Tabela 29	152
Tabela 30	157
Tabela 31	162
Tabela 32	167
Tabela 33	170/175
Tabela 34	176
Tabela 35	176
Tabela 36	177
Tabela 37	178/179
Tabela 38	180,182
Tabela 39	182
Tabela 40	183/185
Tabela 41	186
Tabela 42	186
Tabela 43	187/188
Tabela 44	189/192
Tabela 45	199/200
Tabela 46	201/206
Tabela 47	208/211
Tabela 48	212/225

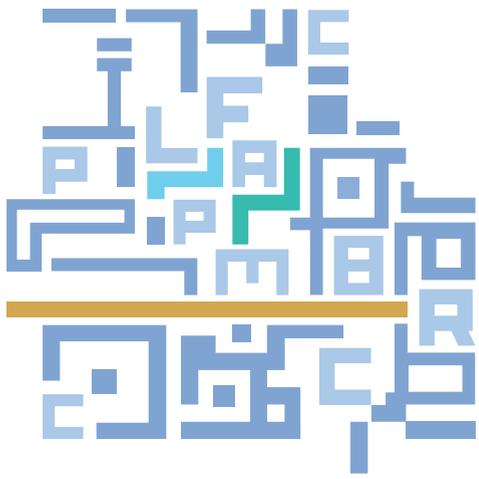
FIGURAS

6	Figura 1
7	Figura 2
12	Figura 3
14	Figura 4
21	Figura 5
22	Figura 6
28	Figura 7
30	Figura 8
33	Figura 9
34	Figura 10
35	Figura 11
36	Figura 12
37	Figura 13
38	Figura 14
39	Figura 15
41	Figura 16
42	Figura 17
46	Figura 18
46	Figura 19
48	Figura 20
49	Figura 21
50	Figura 22
51	Figura 23
56	Figura 24
58	Figura 25
60	Figura 26
64	Figura 27
70	Figura 28
71	Figura 29
72	Figura 30
73	Figura 31
74	Figura 32
79	Figura 33
83	Figura 34
86	Figura 35





Figura 36	92
Figura 37	93
Figura 38	94
Figura 39	95
Figura 40	96
Figura 41	100
Figura 42	102
Figura 43	103
Figura 44	106
Figura 45	108
Figura 46	114
Figura 47	115
Figura 48	115
Figura 49	115
Figura 50	116
Figura 51	117
Figura 52	117
Figura 53	117
Figura 54	118
Figura 55	119
Figura 56	119
Figura 57	123
Figura 58	123
Figura 59	124
Figura 60	129
Figura 61	129
Figura 62	129
Figura 63	195
Figura 64	195
Figura 65	195
Figura 66	195
Figura 67	196
Figura 68	197
Figura 69	197



DOURO TÂMEGA SOUSA | TERRITÓRIO

ÚNICO

