



Manual n.º 1

Empreendedorismo na minha
aldeia



FLAVOURS of EUROPE

Curso de formação PR2:
Digitalização do património
cultural da gastronomia rural
na Europa



Co-funded by
the European Union

FLAVOURS of EUROPE

**Curso de formação PR2: Digitalização do património cultural da gastronomia
rural na Europa**

Manual n.º 1 Empreendedorismo na minha aldeia

Projeto n.º 2021-1-RO01-KA220-ADU-000029562

Índice

1. O que é o empreendedorismo? Empreendedorismo em regiões rurais.....	5
2. Como iniciar um negócio ao criar um ponto gastronómico local na respetiva unidade familiar.	9
3. Enquadramentos legais e passos necessários.....	15
4. Como garantir a satisfação com a gastronomia local.....	17
5. Como garantir e medir qualidade e valor.....	26
6. Como corresponder às expectativas de turistas.	36
7. Alimentos, a base da gastronomia.	45
8. Custos e riscos.....	77
9. Conclusão.....	84
11. Detalhes de contacto de agências nacionais e locais que regulam PGL.	85
12. Estudos de caso	90
1. Turista em Dolhești — Um destino rural único na Roménia.....	90
2. La Elena din Deal — Ponto gastronómico local.....	93
3. La Grisha — Ponto gastronómico local com especialidades de peixe.....	95
4. Casa VLC Bilbor — Ponto gastronómico local.....	97
5. Gastro Local — Plataforma de pontos gastronómicos locais	99
6. Audio Guide Bulgaria — Guia turístico pessoal multilingue para visitas guiadas e visitas diurnas	101
7. Gotvach.bg (Bonapeti.com) — Base de dados de receitas	104
8. Cooperativa alimentar para consumidores/as e produtores/as de alimentos naturais	106
9. LocalFood.bg Foundation — Uma incubadora de iniciativas criadas por pequenas <i>startups</i> do setor alimentar	109
10. «Pendara» — Mercado de alimentos local e turismo gastronómico rural que procura melhorar o ambiente empresarial para o seu desenvolvimento.....	112
11. Provas de azeite no Alentejo, Portugal.....	115
12. Experiência «Wine’making for a day» no Alentejo, Portugal.....	117
13. Casa Rural Sete Quintas, Portugal.....	119
14. Nobre Terra, licores e compotas tradicionais, Portugal.....	121
15. Quinta do Miguel.....	123
16. Pensão Merlinia — La Foresteria La Merlinia	124

17.	Lindhouse — Casa de campo	129
18.	Granja Biológica do Etna — Agriturismo Biologico dell’Etna.....	133
19.	Granja Falcare — Agriturismo Falcare	137
20.	Herdade Bramasole — Tenuta Bramasole	140
21.	Empreendedor grego encontra grande sucesso ao regressar à natureza na aldeia do seu pai..	142
22.	Vamvakou Incubator: A aldeia em Laconia que se está a transformar no Silicon Valley grego.	144
23.	Estratégia para aldeias inteligentes de Kythera (Grécia).....	145
24.	Macedónia Central nomeada a «Região empreendedora europeia» do ano	147
25.	Ecosistema em colaboração com Karditsa: desenvolver a economia social na Grécia rural .	148
26.	Loft Chalet: Alojamento de luxo numa antiga granja perto de Gura Humorului, Suceava.....	149
27.	«Casa Filip» de Sarichioi, um marco da arquitetura tradicional do delta do Danúbio	153
28.	«Verde de Bran», três em um: ponto gastronómico, produtos biológicos e aluguer de bicicletas	157
29.	Păstrăvăria Alex, o charme da histórica Maramureș	160
30.	Căsuța din Scobai — Uma experiência tradicional romena	164
31.	Projeto de turismo rural El Jiniebro.....	168
32.	Dehesia, cosmética ancestral	172
33.	Quesos Silva Cordero, los quesos de siempre a todo color	175
34.	<i>Glamping</i> El Regajo, o luxo no meio da natureza.....	179
35.	Val de Xálima, apicultura sustentável	184
36.	Hotel Peña del Alba Hotel e restaurante La Era de mi Abuelo: Empreendedorismo sustentável numa zona rural	188
37.	Atelierul Sanzienelor	193
38.	Casa Pelinica	195
39.	Stana lui Aidan	199
40.	Retiro Seva Sana.....	201
41.	Quinta Cobor	204
13.	Literatura adicional:	207
1.	2.º estudo sobre a procura do turismo gastronómico na comuna de Madrid.....	207
2.	Desenvolvimento de destinos rurais baseados no turismo associado ao azeite:	207
3.	A gastronomia como património cultural e motor do desenvolvimento do turismo.....	208

4.	Recursos para o empreendedorismo em zonas rurais na Estremadura	209
5.	Técnicas de geração de ideias. Criatividade aplicada aos negócios.....	210
6.	Programa de empreendedorismo rural	210
7.	Relatório do GEM sobre a atividade empreendedora em zonas rurais	211
8.	Relatório anual do Observatório do Turismo Rural 2021	212
9.	Relatório sobre o turismo rural Regiões de Tentudía e Ambroz (Estremadura).....	213
10.	Grupo temático sobre empresas rurais inteligentes e competitivas	213
11.	Industria hoteleira em Aragão e a COVID-19: Impactos económicos e medidas de recuperação 214	
12.	60 pequenas ideias de negócio para pessoas que queiram ter as suas próprias empresas	215
13.	9 modelos para transformar uma ideia num negócio.....	215

1. O QUE É O EMPREENDEDORISMO? EMPREENDEDORISMO EM REGIÕES RURAIS.

Damos-lhe as boas-vindas a este primeiro manual! Hoje inicia uma nova jornada cheia de desafios para se lançar no empreendedorismo em zonas rurais. Sabemos que o caminho não é fácil pelo que queremos oferecer-lhe todos os recursos possíveis para tornar tudo mais simples.

Queremos começar com uma definição de empreendedor ou empreendedora. Existem muitas formas de definir este conceito. Já se pode considerar uma pessoa empreendedora pelo facto de querer iniciar esta jornada.

- Uma pessoa empreendedora é aquela que realiza ações ou empreendimentos inovadores de forma decisiva;
- Uma pessoa empreendedora é alguém capaz de identificar e detetar algum tipo de oportunidade de negócio. Deste modo, organiza recursos para iniciar um projeto de negócios;
- Uma pessoa empreendedora deteta oportunidades ao analisar e estudar o mercado e respetivas flutuações. Assim, é capaz de identificar as preferências e atitudes do público;
- Uma pessoa empreendedora recolhe recursos financeiros, económicos e humanos para dar forma ao seu projeto;
- Uma pessoa empreendedora coloca a ideia em movimento com determinação, face à sua posição de responsabilidade;
- Uma pessoa empreendedora persegue um sonho e não descansa até o realizar.

Pergunta: Com qual destas definições mais se identifica?
Consegue encontrar uma definição?

Alguns empreendedores e empreendedoras possuem competências muito específicas. Talvez também possuam algumas delas:

1. **Criatividade empresarial** para criar novas ideias de negócio;
2. **Liderança** para trabalhar com outras pessoas e definir um objetivo;

3. Capacidade de se adaptar e gerir mudanças. Isto significa saber como se adaptar a novas circunstâncias de forma eficiente (mudanças na procura do produto, mudanças na legislação, etc.);
4. **Perseverança e orientação para os resultados** uma vez que as condições podem não ser favoráveis numa fase inicial e é necessário ser perseverante. Michelle Obama disse que não existe uma receita mágica para o sucesso; tudo se baseia no trabalho árduo, na tomada das decisões certas e na perseverança;
5. **Paixão.** As pessoas empreendedoras, como o formando ou a formanda, têm de ser pessoas entusiastas e acreditar nas suas ideias para as desenvolverem;
6. **Autoconfiança** para conferir segurança ao projeto e à equipa, e atingir os objetivos definidos;
7. As pessoas empreendedoras têm de ser pessoas realistas e ter uma grande capacidade de análise do ambiente;
8. Correr **riscos calculados** é muito importante para que as pessoas empreendedoras não abracem falsas oportunidades. Atenção! É importante não correr riscos maiores do que os que pode assumir.

Na Europa, o empreendedorismo continua a ser uma área na qual continuamos a estar em clara desvantagem em comparação com outros países do mundo. Por exemplo, existe uma maior percentagem de pessoas adultas em idade ativa envolvidas em atividades de empreendedorismo na América, no Canadá e na Austrália do que na Europa.

Sabia que...?

A União Europeia está a incentivar a criação de empresas e a promoção de uma cultura empreendedora, com três prioridades particulares em mente:

1. Melhorar a educação e formação empreendedora;
2. Remover obstáculos administrativos;
3. Promover uma cultura empreendedora.

Alguns especialistas referem seis tipos de empreendedores ou empreendedoras, consoante o tipo de oportunidade a partir da qual surge uma ideia:

- **Visionário/a:** Antecipa a procura ou as tendências do mercado, pensa no futuro e não apenas nas ideias de negócio mais lucrativas atualmente. Pode ser o caso, por exemplo, de uma empresa que começa a implementar, como canal de vendas, uma nova tecnologia que ainda tenha um âmbito limitado. No entanto, o empreendedor ou empreendedora espera que a utilização dessa tecnologia aumente progressivamente nos próximos anos;
- **Aproveita as oportunidades:** Identifica as oportunidades de negócio e procura encontrar necessidades ainda não satisfeitas;
- **Social:** Procura ter um impacto positivo na sociedade e não apenas gerar lucros;
- **Por acidente:** Alguém que, por um acaso, se envolve num empreendimento, por exemplo, com um amigo ou amiga que propõe uma ideia de negócio;
- **Investidor/a:** A pessoa que não desenvolve a ideia de negócio, mas que investe capital na mesma, tornando-se um parceiro ou parceira;
- **Persuasivo/a:** Tal como o investidor ou a investidora, não gera a ideia de negócio, mas é capaz de influenciar um grupo de pessoas para realizar um projeto que pode ter sido concebido por outra pessoa;
- **Especialista:** Foca-se num setor específico e desenvolve a sua atividade no mesmo. Consegue abordar um nicho que, embora pequeno, pode gerar lucros;

O empreendimento rural é uma das chaves para a economia e o desenvolvimento social do território onde vive. Oferece um meio de subsistência, gera riqueza e empregos e responde às necessidades locais de bens e serviços. Um fator muito importante é que o empreendedorismo **fixa** a população aos territórios.

A qualidade mais importante do empreendedorismo rural reside no facto de as pessoas (como o formando ou a formanda) geram a sua alternativa de emprego para não terem de sair do ambiente onde vivem. Esta falta de opções profissionais e ofertas de emprego também está associada à

manutenção de negócios de família e a uma maior sensibilidade para o desenvolvimento e crescimento da população da qual fazem parte.

Sabia que...?

O meio rural sempre foi conhecido de empreendedores e empreendedoras urbanas, mas sem nunca ser do seu interesse; no entanto, a crise da COVID-19 está a mudar a perceção que tínhamos do mundo e, provavelmente, marcará um «antes e depois» na nossa sociedade, forma de trabalhar, valores, hábitos de consumo e, talvez, estas mudanças possam ser uma oportunidade para o meio rural e para aí promover o empreendedorismo.

O futuro não se encontra apenas nas chamadas cidades inteligentes, encontrando-se também nas zonas rurais. Atualmente, existe uma maior oportunidade de desenvolvimento nas zonas rurais: profissionais que vivem em cidades procuram agora locais em ambientes rurais para desenvolverem os seus talentos e melhorarem a sua qualidade de vida.

Adicionalmente, o empreendedorismo rural oferece certas facilidades que fazem com que cada vez mais pessoas decidam dar o salto da cidade para o campo. Programas de ajuda e um ambiente com menos concorrência são aspetos que fazem do meio rural uma opção real para muitas pessoas que querem mudar de vida e criar o seu próprio negócio.

Parece que, nas zonas rurais, é mais fácil propor um novo negócio no qual ninguém ainda tenha pensado e ter, assim, uma menor concorrência. E, para além disso, em relação a criar um novo negócio, de um modo geral, tudo é mais barato: alojamento, instalações comerciais ou armazéns, bem como o custo de vida, que é mais acessível do que o das cidades.

2. COMO INICIAR UM NEGÓCIO AO CRIAR UM PONTO GASTRONÓMICO LOCAL NA RESPETIVA UNIDADE FAMILIAR.

Semelhantemente ao famoso jogo **Trivial Pursuit**, gostaríamos que refletisse nas seis áreas ou etapas para a criação de um negócio de raiz numa zona rural.¹

- História (**amarelo**). A sua história pessoal. Identifique as competências e capacidades com as quais atingiu o sucesso no passado;
- Geografia (**azul**). Onde quer estar. Qual é o seu objetivo ao criar uma empresa?
- Arte e literatura (**castanho**). Leituras, relatórios e documentos para criar o seu negócio;
- Ciência e natureza (**verde**). A sua realidade e ambiente; observação da realidade;
- Programas (**Cor-de-rosa**). Competências pessoais. A «arte que possui». Quais são as suas armas secretas?
- Desporto (**Cor de laranja**). Prática.



HISTÓRIA

Experiências anteriores

«Nada prediz melhor o futuro do que o passado.» (Luis Puchol)

As suas experiências formam a base do seu negócio porque quem abraçaria um projeto com poucas hipóteses de sucesso? Analise as atividades nas quais teve sucesso no passado. Mesmo que nunca tenha sido empreendedor ou empreendedora, temos a certeza de que viveu

¹ O Trivial Pursuit é um jogo de tabuleiro. Scott Abbott, editor desportivo no jornal Canadian Press, e Chris Haney, fotógrafo na revista Montreal Gazette, desenvolveram a ideia em 1979; o jogo foi lançado dois anos mais tarde. Nos Estados Unidos, o jogo tornou-se popular em 1984, quando foram vendidas cerca de 20 milhões de cópias. A Parker Brothers (agora parte da Hasbro) comprou os direitos do jogo em 1988. Desde 2004, foram vendidas cerca de 88 milhões de cópias em 26 países e 17 idiomas.

experiências que pode incorporar no seu novo projeto, especialmente ao nível da gastronomia:

- Já cozinhou para outras pessoas que não a sua família?
- Já plantou, cuidou de ou colheu produtos agrícolas?
- Deseja trabalhar com pessoas?
- Anotou receitas do seu pai/mãe ou dos seus avôs/avós e experimentou replicá-las numa determinada ocasião?

Todas estas experiências verão a luz do dia de uma nova forma mágica. Lembre-se delas e anote-as. Ser-lhe-ão de grande valor.



GEOGRAFIA

Objetivos e estratégias

«Quando se navega sem destino, nenhum vento é favorável.» (Séneca)

Tudo começa com uma ideia que tem de ser transformada em objetivos. Lembre-se que os seus objetivos têm de ser SMART, ou seja:

- **Specific (Específico):** Não ter um objetivo claro é um bom começo... desastroso. Dedique algum tempo para refletir sinceramente nesta questão. Por exemplo, «aumentar as vendas» está longe de ser um objetivo específico;
- **Measurable (Mensurável):** Lembre-se de utilizar variáveis que possa medir mais tarde. Por exemplo: «Obter um crescimento de 3%» é um objetivo mensurável. A mensurabilidade de um objetivo SMART pode ser quantitativa ou qualitativa;
- **Achievable (Alcançável):** Tem de ser alcançável. Assim, a sua ideia tem de ser certa;

- **Relevant (Relevante):** Não se fique pelo meio do caminho. Tente encontrar um objetivo um pouco ambicioso, para que sinta o peso do desafio;
- **Time-bound (Definido no tempo):** Os objetivos têm de ter uma data-limite ou um prazo até ao qual devam ser concluídos, ou seja, devem ser definidos no tempo. Assim, não só terão um sentido de urgência, mas também será mais fácil rever se o objetivo foi atingido.

A estratégia é, de um modo simples, pensar a longo prazo. Onde gostaria de ver o seu pequeno negócio dentro de cinco anos? Se tiver sempre a estratégia em mente, será mais fácil atingi-la.



ARTE E LITERATURA

Recursos para o empreendedorismo

«Se as suas aspirações não forem superiores aos seus recursos, não se pode considerar uma pessoa empreendedora.» (C.K. Prahalad)

De que recursos precisa para realizar o projeto? Muitas pessoas já realizaram empreendimentos semelhantes e sistematizaram as suas experiências em livros ou manuais. Por outro lado, é possível que na sua região, e, mais especificamente, nas zonas rurais, existam apoios, gabinetes ou organismos de suporte para o empreendedorismo. Faça um levantamento destas informações o mais rapidamente possível.

- a) Livros e manuais sobre empreendedorismo;
- b) Informações sobre clientes;

- c) Testemunhos e experiências de outros empreendedores ou empreendedoras na sua cidade ou nas redondezas; ainda que não trabalhem no mesmo setor, podem certamente trocar impressões consigo sobre clientes, mercados, horários, etc.,
- d) Os gabinetes de apoio são comuns nas zonas rurais. Não hesite em contactá-los. A maioria é pública e permitir-lhe-á entrar em contacto com especialistas que poderão oferecer ajuda para a criação correta plano de negócio.



CIÊNCIA E NATUREZA

Ambiente

«A escuridão à sua volta não é importante. Ilumine onde se encontra.»
(Anónimo)

Analisar o mercado é essencial para o nosso plano de negócio. Aqui, por um lado, vamos analisar o mercado no qual o produto será introduzido, a dimensão deste, os fatores de sucesso que o caracterizam, as barreiras de entrada e saída que poderemos encontrar, qual é a evolução e o crescimento natural, o ritmo subsequente e as tendências atuais. Por outro lado, teremos de realizar uma investigação aprofundada à nossa concorrência para oferecermos o melhor produto e atingirmos o maior número de consumidores. Mas não se alarme! Certamente que no mercado rural, a concorrência será sempre «amigável».



PROGRAMAS

Competências pessoais

«Quando tudo muda, são necessárias novas competências.» (Marta Grañó)

Quais são as suas competências mais excecionais? Tenho a certeza de que sabe com agir para ter um impacto positivo no seu negócio. Estas competências (chamadas competências transversais) permitir-lhe-ão melhorar o seu projeto, as suas relações com clientes e, claro, a sua vida pessoal. Quais podem ser algumas destas capacidades?

- Gestão de tempo;
- Falar em público;
- Trabalho de equipa;
- Liderança;
- Competências de venda;
- Negociação;
- ... e muitas mais.

Recomendamos que fortaleça algumas destas competências, o que será muito benéfico para o seu futuro enquanto empreendedor ou empreendedora.



DESPORTO

Ações que irá desenvolver

«A ideia que não tenta tornar-se uma palavra é uma ideia inútil e a palavra que não tenta tornar-se uma ação é uma palavra inútil.» (Chesterton)

Chegou o momento de trabalhar. E temos de o fazer passo a passo, com paciência, sabendo que existirão muitas dificuldades a atravessar.

Nesta fase, terá de definir o modelo de negócios e o **plano financeiro**, que irá detalhar os acordos financeiros (como se irá autofinanciar), o portefólio central de produtos ou serviços para atingir os objetivos estratégicos e outros tipos de objetivos, uma demonstração de resultados intercalar e todas as necessidades financeiras a curto/médio/longo prazo.

O empreendedorismo é fácil se tiver uma mente focada. Só precisa de ter um bom produto e alguma autoconfiança. O produto pode não ser bom no início porque o que importa é associar-lhe valor, gerando-o progressivamente para aumentar a perceção do produto entre a sua potencial clientela.

3. ENQUADRAMENTOS LEGAIS E PASSOS NECESSÁRIOS.

O primeiro passo para abrir uma empresa, por mais pequena que seja, é escolher a forma jurídica da mesma. É preferível que o faça com o apoio de consultoria para gerir as formalidades de abertura: incorporação da empresa, obrigações fiscais, e pagamento de impostos...

A ter em mente: Cada tipo de empresa requer um número mínimo de participantes e investimento (capital), o que irá determinar a responsabilidade da empresa e de cada parceiro ou parceira em termos das dívidas da empresa.

Existem outros tipos de empresa especiais, tais como sociedades de direito civil ou sociedades de profissionais, que possuem características diferentes das anteriores e que são regidas de forma diferente em termos de questões fiscais.

Pode até acabar por escolher estabelecer-se como **trabalhador ou trabalhadora independente**.

Depois de escolher a forma jurídica mais pertinente, chegou o momento de registar a sua empresa no Registo Comercial, ou semelhante, no seu país.

Em cada país ou região, existe uma autoridade responsável por registar o número de empresas e a respetiva atividades no mercado ou, por outras palavras, o conjunto de operações das atividades de negócio.

Aqui, tem de verificar por meio de certidões negativas que a razão social da sua empresa é única e que não coincide com a de qualquer outra empresa.

Depois de obter a denominação, terá de contactar os bancos: bancos da sua confiança, mas também outras instituições financeiras.

Analise os bancos que lhe oferecerem as condições mais vantajosas para abrir uma conta para a sua empresa. Nessa conta deve depositar o capital social, o capital mínimo ou o capital escolhido.

Importante: Não se esqueça de solicitar o certificado de depósito, se o banco não o emitir automaticamente.

Este certificado, no qual são indicados os dados da parceria e as contribuições efetuadas, atesta o capital social no momento da constituição que terá de fornecer perante o notariado ou a autoridade pública competente.



Legal frameworks & **necessary steps**

Choose a legal form.

Register your business in the Trademark Registry.

Choose a bank with benefits for your business.

Dont forget to request the deposit certificate.

4. COMO GARANTIR A SATISFAÇÃO COM A GASTRONOMIA LOCAL.

A pessoa com quem pretendemos estabelecer qualquer tipo de relação comercial tem de receber sempre informações positivas sobre a nossa empresa, não apenas quando é efetuada uma compra ou consumido um produto. Antes do primeiro contacto físico, tem de atrair a atenção da clientela para que esta conheça o seu produto e mostre interesse no mesmo. Depois, quando a venda for efetuada, o contacto com a clientela tem de ser constante (mas tenha cuidado para não se tornar enfadante) e tem de poder responder sempre muito rapidamente para que cada cliente continue a confiar em si e repita o ato de compra uma e outra vez.

Por outras palavras, as ações necessárias para garantir a satisfação de cada cliente com o seu produto podem ser as seguintes:

- a) **Informe claramente.** Tem de ser transparente e informar através dos canais que considera convenientes (os canais através dos quais a audiência é informada) sobre o que vai vender, para que serve o seu produto, quais são as características deste e que problema o mesmo pretende resolver. No caso de um restaurante, é muito fácil. Se vender alimentos, tem de especificar as propriedades de cada um;
- b) **Diga sempre a verdade.** Muitas campanhas publicitárias tendem a exagerar as qualidades e a utilidade de um produto ou serviço. Esta é uma estratégia absurda uma vez que, para além de ser credível a curto prazo, desde a primeira compra, a clientela irá compreender que ouviu informações falsas. Além disso, devido à não satisfação das expectativas criadas, consumidores e consumidoras sentirão desconfiança em relação a si e ao seu produto. Esta situação será um desastre para tudo o que lançar no futuro;
- c) **Mantenha relações comerciais amigáveis.** O tratamento deve ser sempre profissional e cortês, mas, claramente, a forma de tratamento de uma audiência jovem não é igual à de uma audiência adulta com um maior poder de compra. Assim, o tratamento deve ser sempre adaptado às expectativas de cada consumidor ou consumidora, pelo que deve utilizar um registo adequado a cada caso;

- d) **Resolva quaisquer dúvidas ou questões de forma rápida, segura e eficaz.** Já sabe que o serviço pós-venda é uma das ferramentas mais importantes para conseguir a lealdade da clientela. Qualquer reclamação ou problema tem de ser resolvido rapidamente para que a pessoa não se sinta negligenciada. «Como podemos resolver o problema?» deve ser a sua frase de eleição;
- e) **Adapte o produto às sugestões dadas.** As preferências da clientela podem variar ao longo do tempo e a empresa tem de ser capaz de detetar estas mudanças. Para tal, é essencial manter um contacto próximo com cada cliente.

Não se esqueça: As preferências da clientela podem mudar ao longo do tempo.

4.1. Quais são as consequências de não satisfazer a clientela?

Se a qualidade do seu prato, produto final ou tratamento não satisfizer a clientela, podem ocorrer as seguintes situações:

- **A clientela não repete a ação de compra.** Se a clientela não receber o tratamento esperado ou se o produto não satisfizer as suas necessidades, não voltará a comprar e optará por comprar junto da concorrência. Deste modo, será menos uma fonte de receitas, o que poderá ter impacto nos seus resultados;
- **A clientela não propõe melhorias nem faz sugestões sobre o produto.** A clientela poderá continuar a comprar o produto porque este satisfaz realmente as suas expectativas ou apenas por gostar dele, mas se não for tratada da melhor forma, quando possivelmente lhe solicitar informações, poderá recusar-se a fornecê-las. Consequentemente, não estará a par das mudanças ao nível das suas preferências e não poderá reagir a essas mudanças;
- **A clientela será uma prescritora negativa.** Muitos negócios puderam desenvolver-se graças às recomendações de clientes de confiança que geraram cadeias de confiança que,

por sua vez, ajudaram a consolidar o negócio. Pelo contrário, se a clientela não estiver satisfeita, não irá recomendar qualquer relação consigo e poderá perder clientes potenciais.

4.2. Quais são as vantagens de satisfazer a clientela?

Toda a sua atividade, da geração da ideia aos detalhes que adiciona ao produto, deve focar-se em satisfazer a clientela porque apenas a partir desta premissa é possível atingir todos os outros objetivos que poderá definir. Assim, se a clientela estiver satisfeita com a atenção recebida, os benefícios para a empresa serão:

- a) Aumento das vendas: Quanto maior for número de clientes, maior será o número de vendas e maior será a probabilidade de garantir lucros elevados;
- b) Consolidação de um rendimento seguro para si a médio e longo prazo: Se a clientela estiver satisfeita, irá repetir a ação de compra no futuro e, assim, a empresa garante um número mínimo de vendas num período de tempo significativo. Com vista à realização de previsões para o futuro para poder realizar novos projetos, esta é uma rede de segurança;
- c) A clientela será uma prescritora positiva: Uma clientela satisfeita irá aconselhar as pessoas no seu ambiente, que tenham as mesmas preferências e necessidades, a comprarem o produto. Igualmente, a clientela mais recente fará o mesmo e assim por diante;
- d) Fortalecimento da imagem de marca: A empresa consegue consolidar uma imagem de marca que poderá ser muito útil de várias formas. Primeiro, para conseguir relacionar-se com certos valores. Depois, porque será mais fácil atrair a atenção de consumidores e consumidoras no lançamento de novos produtos;
- e) Maior predisposição do mercado para incorporar novos produtos: A clientela estará atenta a todas as novidades relacionadas com a empresa, especialmente se planear lançar um novo produto no mercado.

Clientela satisfeita. Manter a clientela feliz é essencial para garantir lealdade da mesma e o sucesso do negócio. Se a clientela estiver satisfeita com o seu produto, irá mostrar-lhe lealdade, recomendar, comprar frequentemente os seus produtos e serviços e desejar que atinja o sucesso no mercado.

Sem uma clientela satisfeita, não poderá ter uma clientela leal. Sem uma clientela satisfeita, não terá consumidores e consumidoras que se mantenham por perto durante muito tempo. Optarão pela concorrência quando tiverem oportunidade e é mais caro obter uma nova clientela do que reter a clientela atual.

Assim, oferecemos-lhe algumas estratégias para melhorar a satisfação da clientela com o seu produto de forma eficaz.

4.3. Estratégias para desenvolver a satisfação da clientela.

Para garantir a lealdade da clientela, precisa de trabalhar nas seguintes estratégias para aumentar a satisfação da mesma.

a) *Compreender as expectativas da clientela.*

Não pode esperar servir e satisfazer a clientela se não compreender nem corresponder às suas expectativas. Se não o fizer, haverá uma disparidade entre as expectativas da clientela e o seu produto ou serviço, por isso, tome medidas para ultrapassar esta questão. Fale com a clientela, envie inquéritos, peça *feedback*.

Aja sobre o feedback que receber. Irá aumentar a lealdade da clientela e encorajá-la a oferecer *feedback* no futuro.

b) *Veja por si.*

A estratégia seguinte para aumentar a satisfação da clientela é avaliar cada ponto da jornada da clientela como se fosse efetivamente um ou uma cliente. Por outras palavras: experimente o produto, brinque com ele.

Existem vários pontos de contacto onde a clientela interage antes, durante ou após a compra. Porque não passar por essa mesma experiência? Subscryva uma demonstração, veja como funciona o processo, faça uma reclamação, envie-a por e-mail e avalie o tempo de resposta. Pode parecer irrelevante, mas é algo importante.

Quando obtiver todas estas informações em primeira mão, saberá que áreas deve melhorar. Esta estratégia tornará os seus processos e operações mais eficientes, melhorando a experiência e a satisfação da clientela.

c) *Relacione-se com os seus fornecedores e, se for o caso, com a sua equipa de vendas.*

Apesar de ser algo frequentemente ignorado, é necessário interagir com a sua equipa de vendas regularmente e conforme necessário. Esta é a equipa que está em contacto direto com a clientela e que conhece realmente os problemas da mesma. Utilize dados para corrigir quaisquer lacunas que existam na jornada da clientela.

Também é importante que confie e que forme os seus vendedores e vendedoras. Deixe que participem no processo e que resolvam com vontade os problemas da clientela. Assim, irá garantir o envolvimento de e reduzir o atrito entre cada colaborador ou colaboradora.

d) *Trate bem a sua clientela.*

Uma estratégia para apoiar a clientela e garantir a satisfação da mesma é tratá-la bem. Deve tratá-la com respeito e com a maior atenção e compromisso. Isto é algo que deve ser refletido em todas as equipas e processos.

Tem de mostrar empatia pelos seus problemas. Se a clientela sentir que o seu *site* não é útil ou que é difícil de navegar, garanta a implementação de um *chat* em direto para recolher esse *feedback*. Todas as organizações centradas na clientela lutam para tornar o seu *site* fácil de utilizar e visualmente apelativo para garantir a satisfação desta.

e) *Reduza os tempos de espera.*

Tempos de espera mais elevados reduzem significativamente as classificações de satisfação da clientela. Assim, é responsabilidade da marca incluir nas estratégias destinadas a melhorar a satisfação da clientela o planeamento e a contratação de pessoal de apoio. Isso pode ser conseguido com um bom *site* e um bom sistema de vendas *online*, no caso da venda de produtos. No caso de um restaurante, é necessário dispor de um bom sistema de reservas.

A ter em mente: Não pode dar desculpas à clientela para justificar um elevado volume de chamadas, falta de pessoal, período de férias, etc. É necessário antecipar estas situações e planeá-las.

f) *Oferecer ajuda omnicanal.*

A clientela poderá sempre deparar-se com eventuais pequenos problemas devido à falta de informação. Se pretender, forneça brochuras, documentos e qualquer tipo de material de apoio para esclarecer pequenas dúvidas.

Importante: A comunicação omnicanal será do agrado da totalidade de clientes, uma vez que lhes permitirá obter soluções rapidamente (redes sociais, brochuras, alguns e-mails...).

g) Ouvir a clientela.

Ouvir cada cliente, independentemente do seu nível de satisfação ou insatisfação, é outra estratégia para melhorar a satisfação. Descubra o que funciona e o que atrapalha uma excelente experiência para cada cliente. Pode fazer um simples inquérito no final de cada compra ou consumo.

A ter em mente: Se enviar um inquérito à clientela, mas não colocar o *feedback* recolhido em prática, não contribuirá para a satisfação da clientela e não será eficiente.

h) Criar comunidades online.

Criar comunidades *online* é uma excelente forma de gerir o serviço de apoio à clientela, atividades de marketing e resolver eventuais preocupações da clientela. Por exemplo, se solicitar um e-mail ou número de telemóvel, pode criar uma lista de correio por *e-mail* ou WhatsApp com notícias e alguns anúncios interessantes. Também pode partilhar algumas informações sobre estilo de vida saudável, nutrição e aspetos importantes a ter em conta sobre certos alimentos...

As comunidades são excelentes formas de recolher ideias sobre novos alimentos, componentes, produtos, etc., ou seja, obter as informações de que necessita.

i) Garantir a satisfação da sua equipa.

A experiência de cada colaborador ou colaboradora está ligada à experiência de cada cliente. Colaboradores e colaboradoras empenhadas irão ajudar a melhorar a satisfação da clientela.

Tente recompensar os esforços de fornecedores, da sua equipa e de pessoas que lhe ofereceram ajuda nos primeiros momentos de forma altruísta. Reconheça o seu valor, ofereça-lhes um

excelente ambiente de trabalho e enriqueça a sua experiência; lembre-se que a satisfação interna também é importante.

Lembre-se: A motivação de cada colaborador e colaboradora é tão importante quanto a automotivação. O exemplo diário será dado por si e é necessário que compreenda a imagem que transmite; a forma como trata cada cliente e a sua atitude face às dificuldades ou tarefas diárias será o exemplo que os colaboradores e colaboradoras seguirão.

Cada líder de negócio tem de desenvolver a capacidade de motivar a respetiva equipa para que esta se sinta satisfeita e empenhada com o trabalho que realiza para que o realize com excelência e esforço; isto tornará o negócio muito mais competitivo e produtivo.

Lembre-se: Ter motivação para desenvolver o seu projeto, bem ter uma equipa de trabalho igualmente motivada, é essencial no contexto do trabalho em equipa, uma vez que traz uma mudança qualitativa em termos da realização de tarefas, mas que, ao mesmo tempo, contribui para manter um ambiente de trabalho saudável e colaborativo.

Uma das vantagens mais relevantes da motivação profissional é o compromisso da equipa e a disponibilidade da mesma para contribuir mais, ter um melhor desempenho e atingir objetivos individuais e de grupo.

Para além dos mencionados, existem outros benefícios que são importantes para o negócio quando toda a equipa se sente motivada, tais como:

- uma maior produtividade, uma vez que a equipa desempenhará melhor as suas tarefas e contribuirá para o cumprimento de objetivos,
- um baixo nível de absentismo uma vez que toda a equipa se sentirá confortável com a respetiva vida profissional,

- a melhoria do serviço de apoio à clientela em resultado de uma boa atitude e satisfação profissional interna no seio da equipa,
- uma melhor reputação enquanto entidade empregadora, o que lhe permitirá atrair e reter as pessoas mais talentosas na sua empresa,
- um desempenho mais eficiente da sua empresa graças ao ambiente colaborativo e à produtividade da equipa de trabalho.

Certamente que, enquanto lê estas linhas, se pergunta qual é o seu nível de motivação. Questionese: em que medida deseja abrir um pequeno negócio?

5. COMO GARANTIR E MEDIR QUALIDADE E VALOR.

No seu caso, o controlo da qualidade dos alimentos baseia-se na aplicação de parâmetros tecnológicos, físicos, químicos, microbiológicos, nutritivos e sensoriais para garantir que os alimentos são saudáveis e saborosos para proteger consumidores e consumidoras contra a fraude, bem como a sua saúde.

Se tomar a decisão de abrir um pequeno negócio, lembre-se que fará parte da indústria alimentar e, como tal, tem de cumprir regras básicas para garantir a satisfação de cada cliente. Irá manusear e armazenar alimentos frescos que serão transformados em pratos prontos para consumo, que deverão não só satisfazer a necessidade de alimentos de consumidores e consumidoras, bem como garantir, mas também garantir uma experiência memorável que motive visitas futuras. Está nas suas mãos assegurar-se que a sua clientela influencia outros consumidores e consumidoras para repetirem o ciclo de compra uma e outra vez, garantindo a rentabilidade do seu negócio.

5.1. O conceito de qualidade

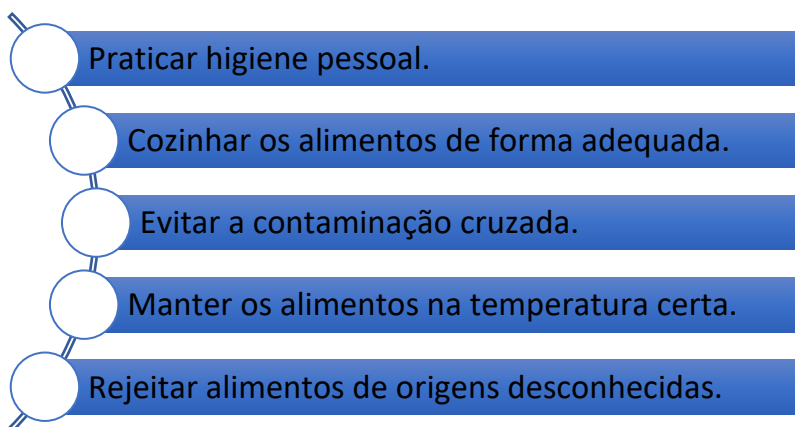
Qualidade significa oferecer valor à clientela e isto é nada mais nada menos do que oferecer condições para a utilização do produto ou serviço que sejam superiores às que a clientela espera receber, tudo a um preço acessível. Há especialistas que definem qualidade como: «Entregar à clientela não o que ela quer, mas o que ela nunca imaginou querer e, quando o receber, perceberá que foi o que sempre quis».

É claro que para atingir esse nível de satisfação, é necessária mais do que uma tentativa e é aqui que os sistemas de gestão da qualidade entram, com a finalidade de «pôr ordem», para que o resultado seja sempre o mesmo, minimizando perdas e aumentando lucros, sem sacrificar a satisfação da clientela.

Existem várias opções para aplicar «qualidade» a negócios na área da restauração e a ideal é, basicamente, uma que se encaixe a cada modelo. Uma vez que cada restaurante ou negócio de restauração tem uma história que lhe é própria, é necessário compreender como foi construída a proposta de valor e, depois, desenvolver um sistema que a melhore. Esta é a maior área de oportunidade para estabelecer sistemas de qualidade, uma vez que a maioria dos estabelecimentos não aplica processos normalizados e, em alguns casos, estes processos praticamente não existem. Se, na indústria alimentar, a qualidade está relacionada com a segurança, é provável que na indústria da restauração este seja o critério a considerar em relação à gestão da qualidade.

Um estudo realizado pela Universidade de Ohio identificou os pontos de controlo mais importantes para manter a segurança dos alimentos e reduzir o número de casos e surtos de doenças transmitidas pelos alimentos:

PONTOS DE CONTROLO PARA MANTER A SEGURANÇA DOS ALIMENTOS



Fonte: Universidade de Ohio

Entre os vários tipos de qualidade dos alimentos encontram-se a qualidade higiénica e sanitária, a qualidade bromatológica (que inclui as propriedades nutritivas e composicionais), a qualidade sensorial ou organolética, a qualidade tecnológica, a qualidade ética (também conhecida como

qualidade emocional) a qualidade de utilização (praticabilidade) e a qualidade relacionada com a sua imagem enquanto futuro empreendedor ou empreendedora.

5.2. Qualidade dos alimentos

Anteriormente, os alimentos eram considerados de boa qualidade quando não possuíam defeitos e não eram adulterados. No entanto, nos últimos anos, o conceito de qualidade dos alimentos mudou. Atualmente, acreditamos que os alimentos são de boa qualidade quando possuem certos atributos desejáveis. Estes podem ser extrínsecos e intrínsecos. Os atributos extrínsecos são intangíveis, mas fazem parte do género alimentício, por exemplo, o impacto alimentar, o local de origem e o saber-fazer tradicional aplicado ao seu fabrico.

Atualmente a noção de qualidade dos alimentos baseia-se num conceito complexo que é influenciado por uma grande variedade de fatores. As características que contribuem para a qualidade dos alimentos são mostradas na figura abaixo.

CARACTERÍSTICAS DA QUALIDADE DOS ALIMENTOS



Fonte: União Europeia

A 24.^a Conferência Regional para a Europa da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) tentou expandir a definição geral de qualidade, a qual pode ser encontrada na norma da Organização Internacional da Normalização (ISO) referente à qualidade dos alimentos*:

1. Historicamente, a qualidade tem sido compreendida principalmente como a ausência de defeitos, fraude e adulteração;
2. Mais recentemente, a qualidade baseia-se em propriedades esperadas, tais como características nutritivas ou benefícios gerados. Isto cria a necessidade de ter em consideração as expectativas legítimas de utilizadores e utilizadoras e pedir aos operadores da indústria que façam o mesmo;

3. Por fim, a qualidade designa as características desejáveis que poderão justificar o valor acrescentado; por exemplo, formas de produção (agricultura biológica, consideração ambiental e bem-estar animal), áreas de produção (denominação de origem) e tradições associadas.

A qualidade dos alimentos tem uma dimensão objetiva — a característica físico-química mensurável do género alimentício — e uma dimensão subjetiva delimitada pelas expectativas, perceções e aceitação («adequação para consumo») da parte de consumidores e consumidoras.

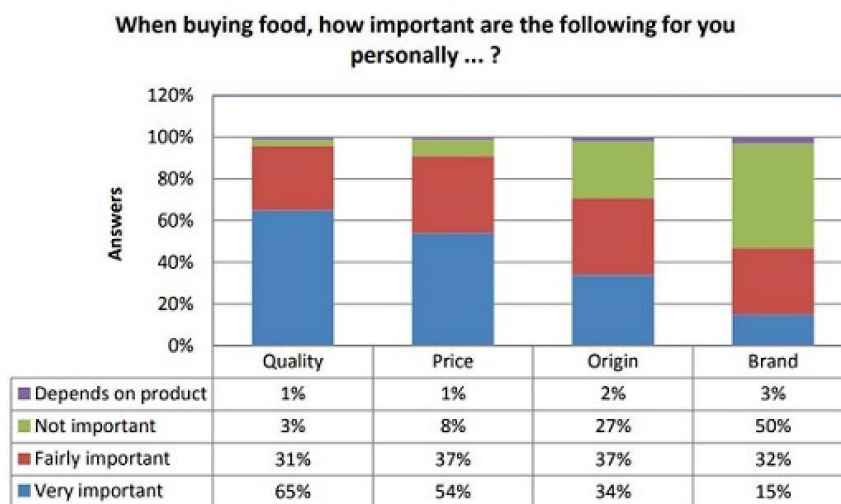


Fonte: União Europeia

As expectativas de consumidores e consumidoras baseiam-se em indicadores de qualidade (estímulos de informação) intrínsecos (por exemplo, inferir que uma fruta está madura com base na cor da mesma) ou extrínsecos ao produto (por exemplo, publicidade, marca da imagem do produto). Quanto melhor for a correspondência entre as expectativas antes da compra (qualidade esperada) e a experiência obtida com a utilização do produto (qualidade experimentada), maior será o nível de satisfação de consumidores e consumidoras. Ter uma experiência positiva com uma marca mostrou reduzir o risco de insatisfação, sendo este um indicador utilizado frequentemente para **inferir a qualidade de um produto**. Em resultado, frequentemente, a clientela confia em marcas conhecidas como **indicadores de qualidade**.

As investigações mostraram que o sabor e outras características sensoriais dos alimentos, a saúde, a conveniência e o processo de produção (por exemplo, biológico, bem-estar animal, etc.) são os determinantes mais importantes da qualidade dos alimentos*. Neste sentido, as propriedades sensoriais (sabor, aroma, etc.) foram classificadas por 96% de um conjunto de 30 000 pessoas inquiridas num inquérito alemão como a dimensão dominante da qualidade dos alimentos, seguidas pela «segurança» (93%), «frescura» e «aspeto atrativo» em terceiro (92%) e quarto (87%) lugares respetivamente*. O relatório Eurobarómetro Especial 389 de 2012 mostrou que a qualidade, o preço e a origem dos alimentos são importantes para a maioria dos cidadãos e cidadãs da UE, mas a atitude face às marcas pode variar significativamente. Adicionalmente, o relatório indica que as «opiniões sobre a importância das marcas varia muito mais entre os Estados-Membros do que as opiniões sobre qualidade, preço e origem» *. Os resultados estão resumidos na figura abaixo, que mostra as prioridades de consumidores e consumidoras ao compararem alimentos (baseado nos dados retirados do Eurobarómetro 389)

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE, PREÇO, ORIGEM E MARCA DE GÉNEROS ALIMENTÍCIOS.



Fonte: União Europeia

A qualidade dos alimentos foi avaliada como o motivo de compra mais importante (96%), seguida pelo preço (91%). É interessante que a informação da marca é claramente menos importante para compradores e compradoras; 50% dos cidadãos e cidadãs da UE consideram que esta informação não é importante.

a) Dupla qualidade dos alimentos

A qualidade é uma das características mais valorizadas na escolha dos alimentos a comprar; no entanto, descrever os mesmos de forma objetiva é uma tarefa desafiante. A quantidade e o tipo de ingredientes influenciam a qualidade dos alimentos. Vários países da UE expressaram a sua preocupação sobre alimentos que são comercializados com a mesma embalagem e marca nos respetivos mercados nacionais, mas que diferem nos mercados vizinhos. Esta diferenciação pode constituir uma prática comercial injusta quando a diferença (qualidade dupla) não é devidamente comunicada a consumidores e consumidoras, ainda que as disposições da legislação da UE relativa à informação de géneros alimentícios sejam respeitadas.

Os consumidores e consumidoras consideram que a qualidade é uma questão importante no momento da compra de alimentos. Do mesmo modo, a qualidade também é importante para os produtores ao negociarem o preço dos seus produtos. É por este motivo que a Comissão Europeia protege géneros alimentícios com características de qualidade distintivas através de regimes de qualidade dos alimentos.

b) Regimes de qualidade dos alimentos da UE

Os consumidores e consumidoras da Europa valorizam certos géneros alimentícios pelas suas qualidades especiais tanto intrínsecas quanto extrínsecas. Para diferenciar estes produtos mais facilmente, a Comissão Europeia protege-os através de regimes de qualidade dos alimentos. Para tal, define certas regras pelas quais os produtos devem ser protegidos, o que os produtores têm de fazer para que os seus produtos sejam reconhecidos e como podem comunicar a sua qualidade distinta a consumidores e consumidoras. Os produtores europeus e não europeus que desejem que

os seus produtos sejam protegidos por um regime de qualidade podem enviar uma candidatura à autoridade nacional competente que, por sua vez, irá encaminhá-la para a Comissão Europeia, que irá verificar se o produto se qualifica para ser incluído no regime. Para todos os regimes de qualidade, as autoridades nacionais competentes de cada país da UE são responsáveis por prevenir e evitar a utilização indevida de produtos que utilizem um determinado nome.

c) Tipos de regimes de qualidade

Atualmente, existem quatro regimes de qualidade dos alimentos na UE. Também existem selos de qualidade nacionais e regionais aplicáveis nos vários Estados-Membros. Os produtos protegidos por regimes de qualidade, nacionais ou europeus, podem ser identificados pelos logótipos dos respetivos regimes que aparecem na embalagem.

d) Indicações geográficas

Uma indicação geográfica é uma forma de marcar produtos que possuem certas qualidades ou uma boa reputação devido à sua origem geográfica e ao saber-fazer especializado tradicional aplicado. Na UE, existem dois regimes de qualidade dos alimentos que trabalham com indicações geográficas.

e) Denominação de origem protegida (DOP)



Para que um género alimentício seja considerado um produto DOP, a produção, o processamento e a preparação têm de ocorrer numa área geográfica específica. Esta condição também inclui a matéria-prima utilizada na sua produção, que também tem de vir dessa área. O saber-fazer especializado tradicional das pessoas da região também desempenha um papel importante.

Um exemplo de um produto DOP são os «Brabantse Wal asperges», uma variedade de espargo branco da região de Brabant nos Países Baixos. As águas salinas que correm naturalmente por via subterrânea, o solo arenoso e o saber-fazer dos produtores locais fazem deste um espargo especial. A geografia da região de Brabant também desempenha um papel importante nos atributos do produto.

f) Indicação geográfica protegida (IGP)



A indicação IGP é menos restritiva. Pelo menos uma das etapas de produção, processamento ou preparação tem de ocorrer numa área geográfica específica. A matéria-prima utilizada na produção pode vir de outra região. Um exemplo destes produtos é a «Düsseldorfer Mostert», uma pasta de mostarda pronta a utilizar, originária da cidade de Düsseldorf na Alemanha. É preparada com uma mistura de sementes de mostarda castanhas e amarelas, lima e água rica em minerais de Düsseldorf, bem como com vinagre de álcool não filtrado produzido em Düsseldorf. O vinagre, a água e a técnica de produção ligam o produto a Düsseldorf, mas as sementes de mostarda podem vir de outro local.

g) Especialidade tradicional garantida (ETG)

Alguns géneros alimentícios tradicionais com qualidades especiais não estão ligados a uma região específica. O regime de especialidade tradicional garantida protege estes produtos contra a contrafação e a utilização indevida. Um exemplo de ETG é o presunto Serrano. Uma vez que está protegido pelo regime de ETG, os produtores europeus têm de respeitar o método de produção tradicional se desejarem produzi-lo. Não existem restrições ao nível da região de produção ou da raça de porco que pode ser utilizada.



O registo de alimentos e produtos agrícolas, vinhos, bebidas espirituosas e vinhos aromatizados ao abrigo dos regimes DOP, IGP e ETG está disponível no portal e-Ambrosia da Comissão Europeia.

h) Alimentos biológicos

Os alimentos biológicos são alimentos que foram certificados como cultivados com técnicas de agricultura biológica. A agricultura biológica envolve a criação de um sistema agrícola sustentável. Não utiliza pesticidas sintéticos ou organismos geneticamente modificados. Agricultores e agricultoras biológicas lutam para manter a biodiversidade, utilizar recursos naturais de forma responsável e garantir que os animais de criação recebem cuidados adequados. Vários tipos de alimentos, tais como fruta, legumes, cereais e carnes, podem ser biológicos. «Biológico» é uma qualidade atribuída que se relaciona com o processo de produção. Assim, o regime biológico é um regime de qualidade dos alimentos.



6. COMO CORRESPONDER ÀS EXPECTATIVAS DE TURISTAS.

Como pôde ver nas secções anteriores, chamamos de «expectativa da clientela» ao que a clientela espera de nós enquanto marca. A expectativa está intimamente relacionada com as experiências anteriores que cada cliente teve com a nossa proposta, em termos da qualidade do nosso produto e com o serviço de apoio que oferecemos.

Em cada interação que temos com a clientela, enquanto empresa, temos a tarefa (e a oportunidade) de corresponder às expectativas que esta tem em relação a um produto, bem como de não só satisfazer as necessidades de cada cliente, mas superá-las. Se tivermos um pequeno negócio, o desafio é maior, uma vez que 76% do total de utilizadores e utilizadoras espera receber um melhor serviço da parte de empresas mais pequenas.

6.1. Categorias para organizar a experiência e as expectativas da clientela.

Para nos ajudar a refletir sobre o grau das expectativas da clientela, podemos definir três categorias que podem ser organizadas consoante a forma como a clientela se sente após a experiência de compra:

- **Clientela insatisfeita:** A insatisfação ocorre quando existe uma diferença entre a expectativa e a experiência de compra da clientela. Por outras palavras, ocorre quando a clientela sente que não obteve o que esperava. De acordo com o Gabinete das Questões de Consumo da Casa Branca, a quase totalidade de clientes não partilha a sua insatisfação com a empresa. Além disso, 91% expressa que não voltará a comprar junto da marca que lhes causou uma má experiência;
- **Clientela indiferente:** Se conseguirmos gerir as expectativas da clientela e não oferecermos valor acrescentado ou se o nosso serviço tiver sido apenas suficiente, a clientela poderá ficar indiferente à nossa marca. Embora seja possível que voltem a fazer uma compra connosco, é provável que não nos recomendem;

- **Clientela satisfeita:** Se superarmos as expectativas, a clientela estará feliz. Não só porque obteve o produto ou serviço que procurava, mas também porque recebeu algo mais que não estava à espera e que acrescentou valor à sua experiência. 72% dos utilizadores e utilizadoras partilham com mais de seis pessoas uma experiência positiva que tenham tido com uma marca (ThinkJar). Isto significa que é muito provável que voltem a fazer negócio connosco e que se tornem embaixadores e embaixadoras da marca.

Assim, o nosso objetivo enquanto marca é oferecer valor acrescentado e uma excelente experiência à clientela de modo que continuemos a ser a sua escolha.

6.2. Que fatores influenciam as expectativas da clientela?

Existem muitos fatores que influenciam as expectativas da clientela, uma vez que cada cliente traz uma subjetividade única; no entanto, podemos enumerar algumas das principais qualidades que deveremos aprofundar:

1. O aspeto das nossas instalações, pessoas com quem interagimos, redes sociais, sinais, a apresentação dos nossos produtos, etc., são elementos concretos que a clientela irá utilizar para formular uma perceção inicial do nosso negócio;
2. A precisão com a qual fornecemos o serviço solicitado e a nossa fiabilidade são pontos importantes. Devemos procurar respeitar as diretrizes propostas da melhor forma e de forma oportuna;
3. A nossa responsividade: Quanto mais rapidamente respondermos às preocupações de utilizadores e utilizadoras, mais confortáveis se sentirão, mais ouviremos as suas preocupações e mais verão que são importantes para a empresa.

Para os consumidores e consumidoras, as experiências com outros fornecedores e o seu estado de espírito são fatores que influenciam grandemente as suas expectativas. Não é possível controlar emoções e experiências anteriores que os utilizadores e utilizadoras trazem consigo, mas podemos

canalizá-las e oferecer uma boa experiência. Uma das ferramentas que nos pode ajudar neste caso é a escuta ativa.

Por outro lado, usar de empatia é cada vez mais importante. De acordo com a New Voice Media, a razão principal pela qual a clientela muda de fornecedor de produtos ou serviços é porque não se sente valorizada pela marca.

6.3. Como melhorar as vendas.

Para satisfazermos e superarmos as expectativas da clientela, poderá ser útil compreender que estas variam consoante o momento da venda em que nos encontramos. O que ocorre no início de uma venda não é o mesmo que ocorre no pós-venda.

Existem três momentos principais:

- 1. Antes da venda:** Quando a clientela entra em contacto com a sua empresa, tem de sentir que é bem recebida e que é importante para si. Pode oferecer respostas rápidas e concisas e conversar de forma empática. Não ofereça soluções mágicas nem exagere as propriedades do seu produto. Dê informações sobre o seu método de trabalho e as soluções que pode oferecer e dentro de que prazos. Comunique e planeie em conjunto com cada cliente;
- 2. Durante a venda:** Cumpra as promessas que fez, ofereça informações adicionais e lembre-se que, neste momento da venda, a relação qualidade-preço é muito importante. Um serviço de apoio à clientela empático aumenta a qualidade dos seus produtos. Além disso, os utilizadores e utilizadoras mostram-se disponíveis para gastar mais 17% se obtiverem um bom serviço de apoio, segundo os dados da American Express;
- 3. Após a venda:** Ofereça informações adicionais para ajudar a clientela a tirar o máximo partido da compra. Comunique após a compra para saber como interagem com o produto, pergunte como se sentem, etc. O *feedback* é uma excelente forma de crescer e construir a lealdade da

clientela ao mesmo tempo. Segundo um relatório da Dimension Data, 84% das empresas que trabalharam no sentido de melhorar a experiência da clientela obtiveram lucros maiores.

MOMENTOS-CHAVE NUMA VENDA



Fonte: Produção própria

Imagine que recebeu uma reclamação sobre um produto seu, produto esse que foi enviado por outros fornecedores. Como podemos superar as expectativas da clientela se existem variáveis que não controlamos? Através do planeamento e da comunicação ativa.

Estabelecer objetivos profissionais, especificar e detalhar a forma como trabalhamos para evitar qualquer incompreensão e oferecer o melhor atendimento desde o início da relação irá colocar-nos numa melhor posição face à clientela.

Neste sentido, na tabela seguinte, deixamos algumas sugestões práticas a ter em mente:

SUGESTÕES PRÁTICAS PARA MELHORAR AS VENDAS

1. Fazer um plano.

Visualize o desenrolar do processo de venda e a sua oferta.

2. Manter uma atitude honesta.

Enfrente as dificuldades que poderão surgir.

3. Definir objetivos.

Lembre-se deles em cada oportunidade para que ambas as partes saibam para onde vão.

4. Mostrar à clientela como funciona a sua

Assim, esta poderá gerir expectativas.

5. Comunicar de forma direta.

Informe a clientela sobre como a pode ajudar.

Fonte: Blog Zendesk MX

As expectativas e necessidades da clientela estão relacionadas com as experiências e juízos anteriores da clientela sobre a sua marca. Uma comunicação frequente, transparente e empática irá garantir que a clientela está satisfeita com o serviço que oferece.

Por outro lado, é importante responder rapidamente, mas se tiver um fluxo muito elevado de mensagens recebidas, não conseguirá fazê-lo. De acordo com um relatório da Lithium, quando a clientela contacta uma marca no Twitter, 53% espera obter uma resposta dentro de uma hora. No caso de uma reclamação, essa percentagem aumenta para 78%.

Existem **10 princípios fundamentais e universais** do serviço de apoio à clientela que deverá pôr em prática, uma vez que o grau de satisfação da clientela será determinado pelo seu desempenho nestas 10 áreas.

PRINCÍPIOS DO SERVIÇO DE APOIO À CLIENTELA

1. Ser acessível.	<p>Uma resposta com longos tempos de espera denota uma atitude de indiferença em relação à clientela. Por outro lado, uma rápida resposta com um curto tempo de espera denota preocupação.</p> <p>Isto significa que deverá sempre garantir que cada representante da sua empresa está a fazer o que é suposto e quando é suposto.</p>
2. Tratar a clientela com cortesia.	<p>Ao trabalhar com clientes, foque-se sempre na situação ou problema, não na pessoa. Seja cortês porque os problemas que estiver a tentar resolver poderão não parecer graves para si, mas são-no para a clientela.</p> <ul style="list-style-type: none">• A cortesia é a forma mais visível de transmitir respeito. Um excelente serviço de apoio à clientela não pode existir sem uma atmosfera amigável. Cada pessoa que atende a clientela compreende que a cortesia começa com cada cliente;• Todos os dias decidimos como nos sentimos. Isto traduz-se na atitude que trazemos para o trabalho. Se tiver uma atitude pouco amável ou prestável, terá um impacto negativo em cada cliente que entrar em contacto consigo. Se tiver uma atitude prestável e amável, terá um impacto positivo.

3. Responder às necessidades e desejos da clientela	<p>O que cada cliente pretende é sentir que é alvo da sua preocupação e que compreende os seus problemas. Cada cliente deseja ser o centro da sua atenção naquele momento e procura ter consigo uma interação sem problemas.</p> <p>Tem sempre de se mostrar sensível na sua abordagem à clientela e resolver os problemas que lhe forem apresentados. A clientela espera que a satisfaça. Dê a cada cliente um motivo para confiar em si.</p> <p>Agradeça-lhe sinceramente por escolher fazer negócio consigo. E, finalmente, respeite as suas necessidades e desejos e corrija erros. Aprenda a antecipar as suas necessidades.</p>
4. Fazer o que a clientela pede de forma atempada.	<p>Certifique-se de que faz o necessário para responder rápida e eficientemente às necessidades de cada cliente. Causará uma boa impressão se resolver problemas rapidamente.</p> <p>A clientela só precisa de saber que a valoriza. Caso se esqueça de fazer algo que era suposto, não manterá a sua clientela durante muito tempo.</p>
5. Garantir que os seus colaboradores e colaboradoras recebem formação adequada e possuem os conhecimentos necessários.	<p>A formação adequada de colaboradores e colaboradoras é a base do sucesso. Qualquer programa de formação de sucesso consiste em aulas baseadas num programa curricular onde são ensinados fundamentos, tais como os produtos e serviços oferecidos, e as competências básicas de atendimento à clientela. A forma como estas aulas são dadas faz toda a diferença.</p> <p>Para garantir que colaboradores e colaboradoras recebem uma formação adequada e possuem os conhecimentos necessários, crie um programa de</p>

	<p>formação pronto a utilizar. No entanto, vá além das informações básicas e explique também a missão e os valores da empresa.</p> <p>Além disso, certifique-se de que a formação do serviço de apoio à clientela também inclui tópicos como a criação de relações de longa duração com a clientela e a compreensão da necessidade de uma abordagem centrada na clientela. Estes tópicos fornecerão a cada colaborador ou colaboradora um melhor sentido de propósito em relação à satisfação da clientela.</p>
<p>6. Informar a clientela sobre o que pode esperar de si.</p>	<p>Definir bem as expectativas irá determinar o sucesso ou a falha da sua relação com cada cliente. O facto de a clientela não compreender claramente o que irá receber poderá trazer prejuízos para si. Se oferecer algo que a clientela não quer ou não está à espera, por mais fantástico ou rápido que seja, provavelmente, irá falhar.</p> <p>Definir expectativas não é difícil, mas é necessário tempo. Não pode fazer suposições e tem de ser transparente com a clientela sobre o que esta irá receber.</p> <p>Definir expectativas é um processo de comunicação constante. A resolução pode mudar ligeiramente ou poderá encontrar uma melhor forma de fazer algo. Se a mudança for suficientemente significativa, certifique-se de que informa a clientela. Mantenha-a sempre informada.</p>
<p>7. Manter os seus compromissos.</p>	<p>Os clientes esperam que faça o que diz que irá fazer e que o faça quando diz que o irá fazer. Trabalhe para que a clientela reconheça que é alguém de palavra.</p>

8. Fazer as coisas bem e à primeira.	<p>Isto envolve garantir que todas as atividades são sempre realizadas corretamente e à primeira tentativa. Fazê-lo não é fácil, mas poderá ser uma forma eficaz de atrair e manter os seus clientes.</p>
9. Oferecer acompanhamento.	<p>Contacte cada cliente após uma compra, após entregar uma refeição ou após resolver um problema; peça-lhe a sua opinião e pergunte-lhe qual é o seu grau de satisfação. Se a clientela estiver satisfeita com todo o processo, poderá aproveitar a oportunidade para pedir que faça uma avaliação nas suas redes sociais, <i>site</i>, etc. Caso contrário, tente corrigir as coisas. Com um bom serviço de apoio à clientela, estará a estabelecer a base para um negócio de sucesso.</p>
10. Ser uma pessoa ética.	<p>As expectativas da clientela dependem de muitos fatores e o seu processo de seleção de um produto pode ser muito complexo. Um dos principais fatores é a credibilidade. A clientela quer conhecer o seu grau de fiabilidade e honestidade enquanto prestador de serviços.</p> <p>Para satisfazer este fator crítico, tem de fazer um esforço para conhecer a clientela e as suas necessidades; ouça e mantenha-a informada usando uma linguagem compreensível; possua (ou desenvolva) as competências e o conhecimento necessário para entregar o serviço prometido de forma fiável e precisa; mostre-se disponível para ajudar cada cliente e ofereça um serviço rápido; use de educação, respeito e amabilidade.</p>

Estes princípios podem ser úteis em vários aspetos da sua vida de empreendedor ou empreendedora. Não é necessário aprendê-los de cor porque será sempre necessário lidar com eles.

7. ALIMENTOS, A BASE DA GASTRONOMIA.

Na indústria alimentar, a higiene é uma das armas fundamentais para garantir a qualidade dos alimentos. Consumidores e consumidoras têm o direito de receber alimentos seguros que não sejam um veículo de doenças ou intoxicações alimentares.

Lembre-se: Os alimentos, durante a produção, transporte, processamento e manuseio de alimentos, são um veículo importante para agentes que podem causar doenças humanas. As boas-práticas começam com formação adequada que permite adquirir conhecimentos que fomentam uma mentalidade de higiene adequada para produzir alimentos sem riscos.

Atualmente, o enquadramento legal em relação ao pessoal que manuseia alimentos baseia-se em dois regulamentos. Por um lado, o Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2004, relativo à higiene dos géneros alimentícios (especificamente o Capítulo VIII do Anexo II estabelece as condições de higiene pessoal de funcionários e funcionárias e o Capítulo XII do mesmo Anexo II que refere a formação que o pessoal que manuseia alimentos deve receber) e, por outro lado, o Regulamento (CE) n.º 882/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2004, relativo aos controlos oficiais realizados para assegurar a verificação do cumprimento da legislação relativa aos alimentos para animais e aos géneros alimentícios e das normas relativas à saúde e ao bem-estar dos animais.

Outros controlos oficiais incluem a inspeção de empresas do setor alimentar e géneros alimentícios, sendo necessário verificar as condições de higiene e avaliar os boas-práticas de fabrico e manuseio para garantir o objetivo deste regulamento (prevenir, eliminar ou reduzir qualquer risco de segurança dos alimentos para níveis aceitáveis).

Algumas definições de interesse:

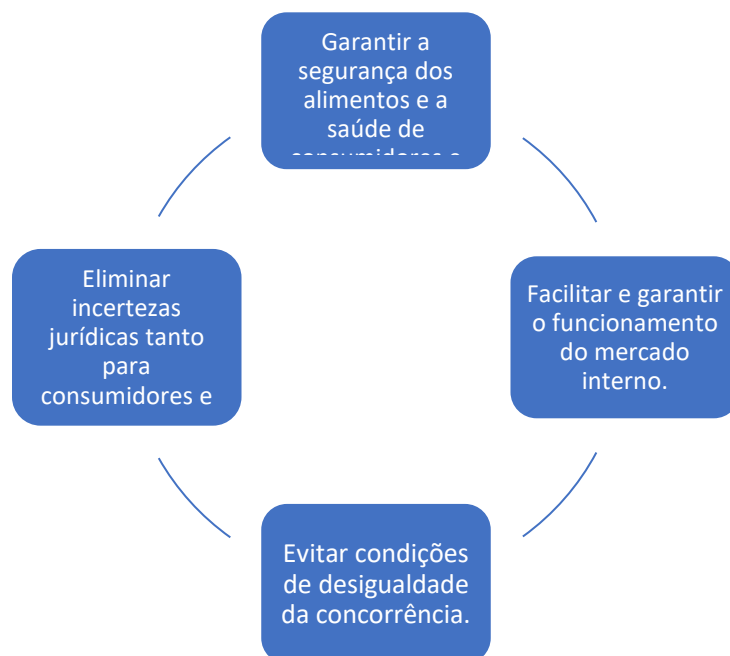
- **Alimentos preparados:** Preparações culinárias que resultam de uma preparação crua, cozinhada ou pré-cozinhada com um ou mais géneros alimentícios de origem animal ou vegetal, com ou sem a adição de outras substâncias autorizadas e, se adequado, temperadas. Poderão ser apresentadas embaladas, ou não, e prontas para consumo diretamente ou após aquecimento ou tratamento culinário adicional;
- **Alimentos tratados pelo calor e prontos para consumo:** Alimentos prontos para consumo que, durante a sua preparação, foram sujeitos a um processo de aquecimento completo (aumento da temperatura) para que possam ser consumidos diretamente ou ligeiramente aquecidos;
- **Estabelecimento:** Indústria, local ou instalações permanentes ou temporárias onde os alimentos preparados são preparados, manuseados, embalados, armazenados, fornecidos, servidos ou vendidos, com ou sem serviço, para consumo;
- **Comunidade:** Grupo de consumidores e consumidoras com características semelhantes que pedem um serviço de alimentos preparados, tais como escolas, empresas, hospitais, residências e meios de transporte.

7.1. Condições de higiene necessárias.

Desde 1 de fevereiro de 2002, os Estados-Membros da União Europeia têm um conceito jurídico comum para a designação de géneros alimentícios, com a publicação do Regulamento (CE) n.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de janeiro de 2002. Este regulamento determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar e cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos.

É a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos que estabelece uma definição comum de alimentos para todos os Estados-Membros, com os seguintes objetivos:

OBJETIVOS DA AUTORIDADE EUROPEIA PARA A SEGURANÇA DOS ALIMENTOS



Fonte: Adaptado da União Europeia

Alimentos: Qualquer substância ou produto destinado a ser ingerido pelo ser humano, transformado, parcialmente transformado ou não transformado.

O Regulamento expande o conceito de alimento a todas as substâncias, ingredientes, matéria-prima, aditivos e nutrientes ingeridos por seres humanos através do trato gastrointestinal. A nova definição comum adotada abrange bebidas, pastilhas elásticas, água e todas as substâncias intencionalmente incorporadas nos géneros alimentícios durante o seu fabrico, preparação ou tratamento, por exemplo, aditivos, gorduras e vitaminas e resíduos derivados da produção e do processamento de alimentos, tais como resíduos de medicamentos veterinários e pesticidas.

No entanto, os seguintes NÃO serão considerados como tal, alimentos para animais, plantas antes da colheita, medicamentos, produtos cosméticos, tabaco e produtos do tabaco, estupefacientes ou substâncias psicotrópicas e animais vivos (a menos que sejam preparados, embalados e/ou servidos para consumo humano, como é o caso das ostras).

7.1.1. Tipos de alimentos

Os alimentos estão divididos em três tipos principais:

a) Poderem, ou não, ter um efeito prejudicial na saúde de consumidores e consumidoras.

- **Prejudicial:** Todos os alimentos que, se consumidos, podem causar efeitos prejudiciais na saúde de consumidores e consumidoras;
- **Não prejudicial:** Conjunto de condições que um alimento ou processo satisfaz que garantem a ausência de fatores que podem produzir efeitos prejudiciais para consumidores e consumidoras;

b) Condições de armazenagem:

- **Alimentos perecíveis** (de acordo com o Código dos Alimentos Espanhol). São aqueles que, pelas suas características, requerem condições de conservação especiais nos períodos de armazenagem e transporte. Alteram-se rapidamente e devem ser consumidos dentro de um curto período de tempo. Entre eles, desde que não transformados, devemos destacar os ovos, o leite, a carne ou o peixe;
- **Alimentos semiperecíveis** (de acordo com o Código dos Alimentos Espanhol). São aqueles que foram conservados e transformados por meio de vários procedimentos que lhes permitem durar mais tempo em condições adequadas. Congelamento, desidratação, salga, defumação, enlatamento ou a ultrapasteurização (no caso do leite) são alguns exemplos dos métodos ou processos utilizados;

- **Alimentos não perecíveis** são aqueles que não requerem condições de armazenagem especiais, por exemplo: legumes, cereais, frutos de casca rija. Embora não requeiram uma armazenagem a frio, estes alimentos devem ser preservados da humidade e sujidade;

c) Presença de alterações ou contaminações que os tornam impróprios para consumo:

A alteração dos alimentos pode dever-se a fatores do ambiente físico, tais como a temperatura, a luz ou o ar, que modificam as características dos produtos. Outra possibilidade é que, sob certas condições e devido aos componentes dos alimentos em si ou ao contacto desses componentes com outros que estejam presentes no ambiente, são despoletadas reações químicas que contribuem para a alteração do produto.

Alimentos alterados: Alimentos cujas características organoléticas e valor nutritivo sofreram deterioração devido a causas naturais, físicas, químicas, biológicas ou de tratamento inadequado, tornando-os impróprios para consumo humano. São facilmente detetáveis pela sua cor, odor, sabor e/ou aspeto.

As alterações mais comuns que podem surgir nos alimentos devem-se a vários fatores, tais como:

- Frio — Pode causar a solidificação de óleo ou mel;
- Vento — Pode tornar os alimentos secos;
- Calor — Pode causar a perda de vitaminas;
- Formação de gases — Pode causar a deformação de latas ou recipientes;
- Oxidação de gorduras, o que causa a rancidez dos produtos;
- Tempo — Pode causar o amolecimento ou putrefação de géneros alimentícios;
- Acidificação de certos alimentos tais como os laticínios.

Alimentos deteriorados: Alimentos nos quais é possível observar o amadurecimento, mudanças de cor, molesas, quebra, recipientes mal fechados e danos na embalagem externa de produtos embalados. Estas deteriorações podem causar contaminação.

Alimentos contaminados: São alimentos que contêm germes patogénicos, substâncias químicas ou radioativas, toxinas, parasitas ou qualquer corpo estranho à composição dos mesmos, que favorecem a transmissão de doenças para os seres humanos ou animais. Adicionalmente, também podem conter componentes tóxicos naturais em concentrações mais elevadas do que as permitidas.

7.1.2. Contaminação dos alimentos: Como a prevenir?

A contaminação dos alimentos ocorre quando os alimentos entram em contacto com certos elementos ou substâncias que os tornam perigosos para consumo.

Consoante a natureza de cada um, os agentes de contaminação são classificados em agentes físicos, químicos e biológicos.

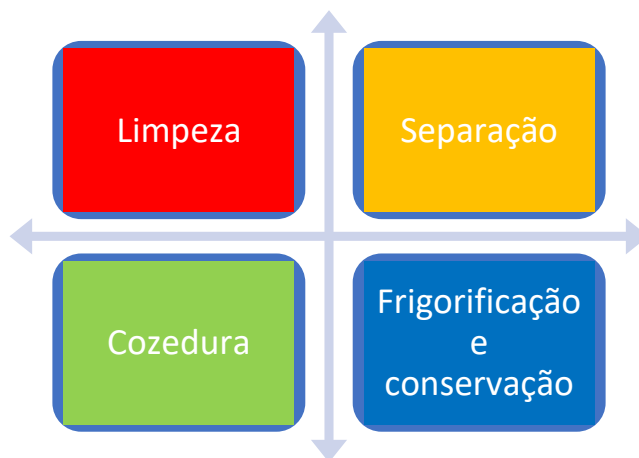
- **Contaminação por agentes físicos:** São constituídos por partículas e corpos estranhos que entram em contacto com os alimentos, geralmente durante o manuseio ou o transporte (partículas de vidro, madeira, plástico, osso, penas), conteúdo intestinal, resíduos orgânicos (cabelo, unhas, restos de alimentos) ou artigos pessoais (relógios, anéis...);
- **Contaminação por agentes químicos:** Alguns produtos tóxicos de origem química podem estar naturalmente presentes nos alimentos; este é o caso de algumas toxinas presentes em plantas, animais ou em certos fungos. Outros agentes químicos podem ser acidentalmente incorporados em aditivos alimentares, herbicidas, pesticidas, traços de medicamentos, produtos de limpeza e desinfecção, produtos utilizados na operação e manutenção de máquinas e equipamentos (óleos, lubrificantes, etc.).

Existem quatro medidas que podem ajudar a evitar a proliferação de microrganismos nos alimentos:

MEDIDAS PARA PREVENIR A CONTAMINAÇÃO DOS ALIMENTOS

LIMPEZA	SEPARAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Lave cuidadosamente as mãos com sabão e água quente sempre que necessário (antes de preparar alimentos, depois de usar a casa de banho, depois de tocar em alimentos crus, animais, lixo ou outros objetos contaminados); • Lave cuidadosamente todas as superfícies e utensílios de trabalho (facas, panelas, tachos, misturadoras...) com água quente e sabão após cada utilização antes de avançar para o passo seguinte; • Utilize tábuas de cortar fabricadas com materiais não porosos e lave-as na máquina de lavar loiça ou com água quente e sabão após cada utilização; • Use panos de utilização única para lavar e secar as superfícies da cozinha que entrarão em contacto com os alimentos. 	<p>Separar os alimentos prontos a consumir das matérias-primas ou das superfícies ou utensílios de trabalho que podem estar contaminados com microrganismos é de importância vital. Para tal, recomenda-se o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante todas as etapas de manuseamento e armazenagem de alimentos crus, é necessário mantê-los separados de outros produtos preparados colocando-os na parte inferior do frigorífico para evitar que os sucos libertados contaminem outros alimentos; • Utilize diferentes tábuas de cortar, facas e utensílios para manusear alimentos crus e produtos prontos a consumir e nunca coloque alimentos cozinhados num recipiente que tenha estado em contacto com alimentos crus sem primeiro o lavar; • Lave sempre as mãos, tábuas de cortar, facas e outros utensílios com água quente e sabão depois de terem estado em contacto com alimentos crus.

COZEDURA	FRIGORIFICAÇÃO E CONSERVAÇÃO
<p>Para conseguir eliminar as bactérias presentes nos alimentos, é necessário cozinhá-los durante um período adequado e à temperatura necessária para tal. Isto requer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • atingir uma temperatura de cozedura de, pelo menos, 65 °C no centro do produto; • Se o produto for aquecido no micro-ondas, é necessário garantir que não restam áreas frias; o aquecimento tem de ser uniforme; • No caso de alimentos reaquecidos, é necessário atingir 65 °C. 	<p>As temperaturas de refrigeração previnem ou abrandam o crescimento de microrganismos pelo que, depois de os alimentos terem sido cozinhados, têm de ser frigorificados o mais rapidamente possível pelo que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • os alimentos prontos a consumir devem ser frigorificados duas horas após a cozedura. • Não descongele alimentos à temperatura ambiente, mas sempre no frigorífico; • Coloque os alimentos na câmara frigorífica ou no frigorífico de forma que o ar frio circule entre eles; • Verifique periodicamente o bom funcionamento do equipamento de refrigeração.

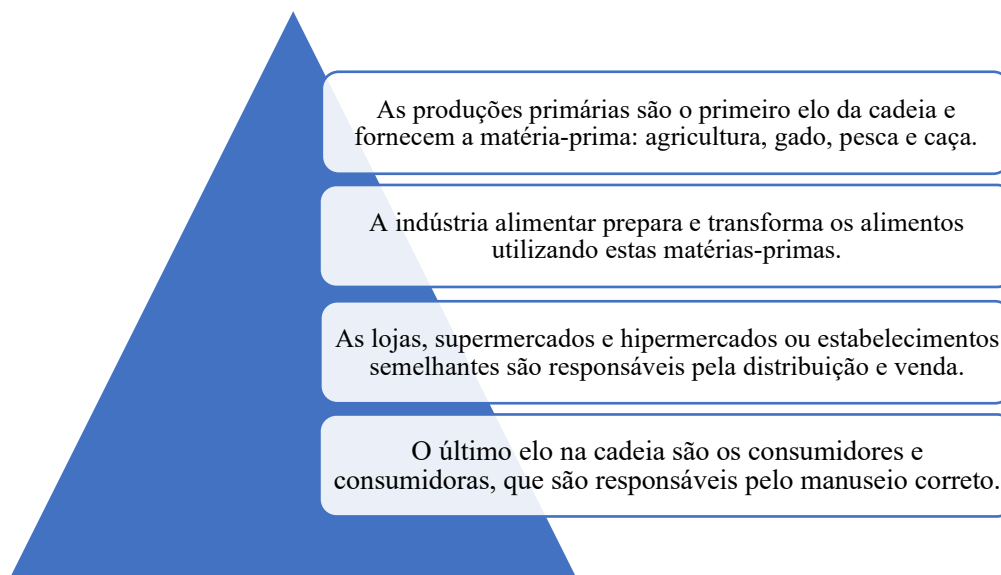
MEDIDAS PARA PREVENIR A CONTAMINAÇÃO DOS ALIMENTOS

Fonte: Produção própria.

7.2. Manuseio de alimentos

Segurança dos alimentos é o conjunto de medidas que garantem que os alimentos que consumimos são seguros e que mantêm as suas propriedades nutritivas. Para garantir a segurança dos alimentos e evitar doenças transmitidas pelos alimentos, tem de conhecer e cumprir as normas de higiene em toda a cadeia alimentar, com especial ênfase nas etapas ou processos que requerem o manuseio de alimentos.

PROCESSOS DE MANUSEIO DE ALIMENTOS



Fonte: Adaptado do manual do manuseamento de alimentos.

Assim, após todas as etapas da cadeia alimentar, podemos dizer que «o pessoal que manuseia alimentos são todas as pessoas que, devido à sua atividade profissional, estão em contacto direto com os alimentos durante a sua preparação, fabrico, transformação, preparação, embalagem, armazenagem, transporte, distribuição, venda, fornecimento e serviço».

Adicionalmente, o pessoal que manuseia alimentos que se encontra mais em risco é aquele cujas práticas de manuseio podem ser decisivas em relação à segurança dos alimentos; este grupo inclui pessoal envolvido na preparação e no manuseio de alimentos preparados para venda, fornecimento e/ou serviço direto a consumidores e consumidoras ou coletividades.

O pessoal que manuseia alimentos é constituído por trabalhadores e trabalhadoras que têm de ter hábitos de higiene mais estritos do que outros trabalhadores e trabalhadoras, dada a sua responsabilidade de criarem alimentos seguros. Assim, têm de adotar um sistema de autocontrolo higiénico no trabalho e conhecerem o processo de preparação e conservação de alimentos no

respeito de requisitos culinários, sanitários e nutricionais que permitam que os alimentos cheguem a consumidores e consumidoras com a maior qualidade, evitando, como em muitos casos, que o pessoal que manuseia alimentos atue como um veículo de transmissão na contaminação de alimentos devido à realização de ações incorretas e à aplicação de más práticas de higiene.

7.2.1. Etapas do processo de manuseio de alimentos

Existem várias etapas no processo de manuseio de alimentos que se iniciam após a chegada dos bens às suas instalações.

1. Receção de matéria-prima:	<p>Uma etapa de grande importância no fabrico de alimentos e no processo de manuseio, que inclui o período entre o a descarga dos ingredientes ou matéria-prima e a correta armazenagem destes nos armazéns ou câmaras frigoríficas da indústria.</p> <p>No caso de matéria-prima frigorificada ou congelada, é necessário verificar se a cadeia de frio não foi quebrada durante o transporte; esta matéria-prima deve ser armazenada rapidamente sem ser pousada no chão ou outras superfícies que possam estar contaminadas. Se estas matérias-primas chegarem em más condições ou se a cadeia de frio tiver sido quebrada, devem ser devolvidas ao fornecedor.</p> <p>Deve ser preenchido um registo dos produtos recebidos, no qual deve ser anotado pelo menos o dia da receção, o fornecedor, o lote e a quantidade. No caso de produtos frios, a temperatura na qual são recebidos também deve ser anotada.</p>
2. Conservação:	<p>O tempo de armazenagem é o tempo máximo durante o qual os alimentos mantêm todas as suas propriedades organoléticas, nutritivas e sanitárias. A conservação aliada à</p>

	<p>armazenagem adequada pretende aumentar o tempo de armazenagem dos alimentos. A aplicação de frio e de calor nos alimentos são dois dos principais métodos de conservação, embora existam muitos outros que reduzam a quantidade de microrganismos presentes nos alimentos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Aplicação de frio:<ol style="list-style-type: none">a. Frigorificação: Como já mencionámos, a frigorificação consiste em sujeitar os alimentos a temperaturas entre 0 °C e 5 °C, o que faz com que os microrganismos se multipliquem mais lentamente, atingindo assim um tempo de armazenagem mais longo;b. Congelação: Na congelação, sujeitamos os alimentos a temperaturas inferiores a -18 °C. Assim, os microrganismos morrem, mas a atividade destes é totalmente paralisada, permitindo que o produto seja preservado durante meses. <p>Neste momento é muito importante definir a cadeia de frio e a sua importância para os alimentos. É necessário manter o frio (frigorificação ou congelação) a uma temperatura adequada em toda a cadeia alimentar, ou seja, em todas as etapas através das quais passam os alimentos até chegarem a consumidores e consumidoras. Se esta temperatura não for mantida, os alimentos poderão sofrer alterações que irão reduzir o tempo de armazenagem e constituir um perigo se ingeridos.</p> <ul style="list-style-type: none">● Aplicação de calor
--	---

	<p>As temperaturas elevadas são as únicas que destroem os microrganismos. Existem várias formas de aplicar calor aos produtos:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Pasteurização: Consiste em sujeitar os alimentos a temperaturas próximas de 80 °C. Este método destrói bastantes microrganismos, mas não todos, pelo que é importante que, após a pasteurização, estes alimentos sejam mantidos refrigerados para que qualquer microrganismo que tenha sobrevivido não prolifere. O tempo de armazenagem de alimentos sujeitos a este tratamento de calor é baixo. Exemplo: leite pasteurizado;b. Cozedura: Os alimentos são sujeitos a temperaturas superiores a 100 °C. Com este método eliminamos a maioria dos microrganismos, mas não os esporos. Os alimentos sujeitos a este tratamento modificam as suas propriedades organolépticas;c. Esterilização: Os alimentos estão sujeitos a temperaturas próximas de 120 °C, destruindo-se, assim, todos os microrganismos nos alimentos, incluindo os esporos;d. UHT é um sistema através do qual aplicamos uma elevada temperatura durante muito pouco tempo, mas que é suficiente para eliminar todos os microrganismos e respetivos esporos; os alimentos são afetados o menos possível por este tratamento de calor. Por exemplo: Leite UHT (podemos armazená-lo fora do frigorífico).
--	---

3. Armazenamento:	<p>A matéria-prima ou os produtos acabados têm de ser armazenados corretamente para evitar a contaminação. Para tal, devem cumprir-se vários requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Não deixe os alimentos em contacto direto com o chão ou as paredes;• Não armazene géneros alimentícios com produtos que os possam contaminar, tais como produtos de limpeza, etc., nem armazene produtos frescos com produtos acabados para evitar a contaminação cruzada;• Não exceda a capacidade de armazenamento ou das câmaras frias porque os produtos não serão refrigerados corretamente;• Certifique-se de que os produtos que chegam primeiro ao armazém são utilizados primeiro, para que a rotação dos produtos seja adequada e evitar que passem o prazo de validade;• Controle pelo menos uma vez por dia as temperaturas das câmaras de armazenagem e certifique-se de que cumpre os limites de temperatura apropriados (refrigeração 0–5 °C, congelação -18 °C);• Deixe espaço suficiente entre os produtos para permitir a circulação de ar entre eles;• Não deixe alimentos próprios para consumo perto de áreas do lixo ou serviço.
--------------------------	---

	Adicionalmente, as datas de expiração/validade de cada produto devem ser observadas, conforme indicado pelo fabricante (não reutilize produtos após a data de expiração dos mesmos), e não armazene produtos fora da embalagem original.
--	--

7.2.2. Higiene pessoal para o pessoal que manuseia alimentos

Comportamentos de higiene são atitudes relacionadas com a limpeza que temos de relembrar e pôr em prática em todas as situações. Referem-se aos hábitos que tornam possível baixa contaminação da matéria-prima graças à aplicação de atitudes corretas por parte do trabalhador, à limpeza e desinfeção de instalações e máquinas, controlo da água, parasitas e limpeza da indústria. A higiene tem de ser respeitada em todos os detalhes.

Todos os processos através dos quais tem de passar a matéria-prima que constitui os alimentos para se tornar um produto pronto a utilizar por consumidores e consumidoras.

Normalmente, falamos de manuseio quando este é realizado pelo pessoal que manuseia alimentos, mas, do mesmo modo, as ações através das quais a carne é transformada, seja cozinhada, picada ou recheada, também são abrangidas pelo conceito de manuseio.

Boas-práticas de manuseio são todas as ações e decisões tomadas durante a transformação de alimentos que afetam positivamente a manutenção dos alimentos em condições saudáveis. Estas ações devem ser preservadas e promovidas. Em conjunto constituem o manual de boas-práticas de manuseio de alimentos. Incluem-se toda as práticas que, de forma preventiva, reduzem riscos para a saúde, tais como a contaminação por germes e substâncias prejudiciais.

A higiene dos alimentos é o conjunto de medidas necessárias para garantir a segurança e a higiene dos géneros alimentícios. Estas medidas abrangem todas as etapas de produção até ao ponto de venda para consumidores e consumidoras. Isto significa que a higiene tem de prevalecer sobre qualquer atividade relacionada com o fabrico e a venda de alimentos.

A limpeza de uma fábrica depende em grande medida da higiene das pessoas que nela trabalham. Assim, funcionários e funcionárias da indústria alimentar precisam estar conscientes da necessidade de boas-práticas de higiene.

A correta conservação do produto, a limpeza das instalações e dos utensílios, etc., não fará grande diferença se a totalidade de profissionais que manuseiam os alimentos os contaminar por não ter em conta certos comportamentos e atitudes.

O pessoal que manuseia alimentos tem a responsabilidade de ter cuidados meticolosos para não transmitir bactérias pessoais para os alimentos. Através das mãos, as bactérias originárias das seguintes fontes podem ser transmitidas para os alimentos:

- a) Secreções do nariz, garganta e da pele; pó, caspa e cabelos;
- b) Excreções intestinais;
- c) Outras secreções e excreções humanas;
- d) Sucos de carne crua, de aves e de outros alimentos; produtos desidratados e em pó;
- e) Utensílios e equipamentos;
- f) Panos, panos de cozinha, panos para secar loiça.

Devem ser aplicadas medidas adequadas e controlos eficazes para evitar a contaminação.

Mãos	As mãos são o principal agente e veículo de transmissão de bactérias; as mãos devem sempre estar o mais limpas possível e as unhas devem ser mantidas curtas, limpas e sem verniz.
-------------	--

	<p>Fonte de contaminação.</p> <p>A principal contaminação das mãos por microrganismos patogénicos é, basicamente, causada por:</p> <ul style="list-style-type: none">• Contaminações fecais produzidas após a utilização da casa de banho ou do manuseio de lixo. Em casa, adicionalmente, a contaminação produzida ao trocar fraldas ou tocar em animas ou nas fezes destes também deve ser incluída;• O manuseio de produtos crus, normalmente com uma grande superfície de contaminação, tal como carne, aves, frutos e vegetais;• Contaminação através do contacto com objetos comumente utilizados por muitas pessoas, tais como telefones, dinheiro, maçanetas, corrimãos;• Contaminação com secreções produzidas ao espirrar ou tossir, ou ao tocar áreas do corpo que estejam contaminadas, tais como a boca, o nariz ou o cabelo. <p>A lavagem das mãos é uma ação simples, mas que nem sempre é realizada corretamente. Os regulamentos para o pessoal que manuseia alimentos indicam apenas que deve ser utilizada água quente e sabão ou um bom desinfetante. O objetivo é eliminar micróbios transientes. Isto depende grandemente das características individuais de cada pessoa. No entanto, existe um local nas mãos onde são criadas as condições microambientais que conduzem à preservação e desenvolvimento de micróbios: em torno das e sob as unhas. Adicionalmente, no ato mecânico de lavar as mãos, várias áreas são frequentemente mal lavadas, tais como o espaço interdigital e as costas das mãos.</p>
--	--

A lavagem também depende do tipo e origem da contaminação. Se a contaminação for significativa, por exemplo, depois de sair da casa de banho, a lavagem deve ser mais forte do que noutras circunstâncias, podendo-se esfregar as unhas com uma escova uma ou duas vezes. A utilização de uma escova para as unhas tem um efeito mecânico importante na eliminação de micróbios transientes.

Em todas as circunstâncias é essencial utilizar sabão, quer este tenha ou não propriedades antibacterianas. Se a lavagem das mãos for realizada adequadamente, a utilização de sabão com desinfetante não é necessária, uma vez que, como consequência da ação mecânica, é possível reduzir significativamente a presença de microrganismos patogénicos.

Como se deve lavar as mãos?

1. Molhe as mãos com água morna (20–37 °C). A água irá eliminar a maioria dos microrganismos superficiais;
2. Escove os dedos e as unhas. Adicione um pouco de sabão a uma escova para unhas e escove os dedos e as unhas durante 12–15 segundos; entretanto, a água irá escorrer sobre os dedos, terminando o processo quando a escova e os dedos não tiverem mais espuma;
3. Ao nível da lavagem em si, o sabão adiciona-se nas palmas das mãos as quais se esfregam devidamente por meio de fricção mecânica nas palmas e nas costas das mãos, no espaço interdigital e inclusive nos braços. O tempo aproximado necessário é cerca de 20 minutos. Em seguida, os dedos, as mãos e os braços devem ser enxaguados com água quente;

	<p>4. Por fim, é necessário secar as mãos com papel de cozinha de utilização única. Assim, evita-se a recontaminação das mãos; a utilização de secadores de ar quente não é recomendada. A secagem das mãos é essencial porque tem um efeito mortal sobre os microrganismos, reduzindo a contagem microbiana em, aproximadamente, 1/10.</p> <p>Quando se deve lavar as mãos?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Antes de começar a trabalhar, ou seja, antes de proceder ao manuseio de alimentos; 2. Ao retomar o trabalho após o interromper por algum motivo e se tiver tocado em objetos que não foram cuidadosamente limpos, tais como dinheiro, telefones ou chaves; 3. Sempre que utilizar a casa de banho; 4. Após tocar em alimentos crus; 5. Após tocar no lixo ou em desperdícios; 6. Após tocar em instrumentos de limpeza (esfregonas, baldes, etc.); 7. Após tocar nos olhos, ouvidos, cabelo ou nariz; 8. Após utilizar um lenço de assoar. É necessário destacar que, após lavar as mãos corretamente, estas não permanecem esterilizadas, sendo, por isso, necessário repetir o processo sempre que necessário para manter uma higiene adequada e evitar, desta forma, contaminar os alimentos.
<p>Cabelo</p>	<p>O pessoal que manuseia alimentos deve ter o cabelo limpo e utilizar uma rede ou proteção para evitar a contaminação de alimentos com cabelo ou caspa, uma vez que o cabelo, ao renovar-se continuamente, apanha a sujidade do ambiente. Também é recomendável não utilizar ganchos para segurar chapéus ou redes uma vez que estes podem cair para os alimentos e contaminá-los.</p>

Olhos, nariz e boca.	<p>O microrganismo <i>Staphylococcus aureus</i> causa intoxicações alimentares e está presente no nariz e na boca de aproximadamente 50% da população. Estes microrganismos propagam-se rapidamente através da fala, tosse ou espirros, pelo que estes comportamentos devem ser evitados ao manusear alimentos.</p>
Corpo	<p>O pessoal que manuseia alimentos não deve ter um cabelo não cuidado, uma barba não cuidada ou uma má higiene pessoal.</p> <p>É recomendável tomar banho todos os dias e manter a pele tão limpa quanto possível para evitar ter unhas sujas ou qualquer tipo de infeção que possa ser perigosa para os alimentos e para consumidores e consumidoras.</p>
Vestuário	<p>O vestuário de trabalho deve ser utilizado apenas para trabalhar. Deve estar sempre limpo e ser de cores claras. No caso de vestuário específico, como aventais, vestuário de proteção, como luvas de malha metálica ou proteções para os antebraços, este deve ser lavado tantas vezes quanto necessário nos locais destinados para o efeito, tais como cabinas ou chuveiros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se possível, o vestuário não deve ter bolsos exteriores, fechos ou botões; • O vestuário de trabalho deve ser deixado exclusivamente nos cacifos, que serão divididos em duas partes para não o misturar com o vestuário de usar na rua; • As botas utilizadas no trabalho devem ser lavadas fora da área do trabalho. Será designado um local para este fim, se possível com máquinas dedicadas à limpeza de botas; <p>A utilização de luvas de borracha para o manuseio de alimentos não é recomendável uma vez que as bactérias podem colonizar-se no interior das luvas. Em algumas circunstâncias, podem usar-se luvas de uso único, embora devam ser eliminadas imediatamente após o uso.</p>
Cortes e feridas	<p>Feridas e cortes na pele são ambientes ideais para o desenvolvimento de bactérias, pelo que é necessário mantê-las protegidas com ligaduras adequadas</p>

	(gaze, pensos rápidos...) que, por sua vez, deverão ser impermeabilizados com luvas e dedais e estar sempre limpos.
Jóias e objetos pessoais	É recomendável não utilizar jóias ou objetos pessoais (relógios, anéis, brincos) ao manusear alimentos, uma vez que, para além de serem locais onde a sujidade tende a acumular-se, podem causar problemas de contaminação física, se ficarem presos nos alimentos.

Assim, o pessoal que manuseia alimentos é essencial para a manutenção de uma higiene adequada e contribui com estes hábitos para a colocação de alimentos seguros, inócuos e de qualidade no mercado. Os hábitos importantes que deve respeitar são:

- Manter o local, ferramentas e equipamentos de trabalho limpos e arrumados;
- Caso se sinta doente (vómitos, diarreia, constipação) deve notificar a gestão;
- Mantenha uma higiene pessoal adequada;
- Cumpra as regras de higiene relacionadas com vestuário e higiene pessoal;
- Evite hábitos que possam levar à contaminação de alimentos. Não deve tossir, espirrar, falar, comer, mascar pastilhas elásticas, fumar, coçar a cabeça ou o nariz ou usar jóias ou cremes que possam transferir odores ou aromas para os alimentos.

7.3. Requisitos higiénico-sanitários das instalações.

7.3.1. Requisitos gerais dos locais de manuseio de géneros alimentícios (que não ambulantes ou temporários).

De acordo com o Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho:

1. As instalações do setor alimentar devem ser mantidas limpas e em boas condições;
2. Pela sua disposição relativa, conceção, construção, localização e dimensões, as instalações do setor alimentar devem:
 - a) Permitir a manutenção e a limpeza e/ou desinfeção adequadas, evitar ou minimizar a contaminação por via atmosférica e facultar um espaço de trabalho adequado para permitir a execução higiénica de todas as operações;

- b) Permitir evitar a acumulação de sujidade, o contacto com materiais tóxicos, a queda de partículas nos géneros alimentícios e a formação de condensação e de bolores indesejáveis nas superfícies;
 - c) Possibilitar a aplicação de boas práticas de higiene e evitar nomeadamente a contaminação e, em especial, o controlo dos parasitas;
 - d) Sempre que necessário, proporcionar condições adequadas de manuseamento e armazenagem a temperatura controlada, com uma capacidade suficiente para manter os géneros alimentícios a temperaturas adequadas e ser concebidas de forma a permitir que essas temperaturas sejam controladas e, se necessário, registadas;
3. Devem existir instalações sanitárias em número suficiente, munidas de autoclismo e ligadas a um sistema de esgoto eficaz. As instalações sanitárias não devem dar diretamente para os locais onde se manuseiam os alimentos;
 4. Deve existir um número adequado de lavatórios devidamente localizados e indicados para a lavagem das mãos. Os lavatórios para a lavagem das mãos devem estar equipados com água corrente quente e fria, materiais de limpeza das mãos e dispositivos de secagem higiénica. Sempre que necessário, as instalações de lavagem dos alimentos devem ser separadas das que se destinam à lavagem das mãos;
 5. Deve ser prevista uma ventilação natural ou mecânica adequada e suficiente. Deve ser evitado o fluxo mecânico de ar de zonas contaminadas para zonas limpas. Os sistemas de ventilação devem ser construídos de forma a proporcionar um acesso fácil aos filtros e a outras partes que necessitem de limpeza ou de substituição;
 6. As instalações sanitárias devem ter ventilação adequada, natural ou mecânica;
 7. As instalações do setor alimentar devem dispor de luz natural e/ou artificial adequada;
 8. Os sistemas de esgoto devem ser adequados ao fim a que se destinam. Devem ser projetados e construídos de forma a evitar o risco de contaminação. Se os canais de evacuação forem total ou parcialmente abertos, devem ser concebidos de forma a assegurar que não haja fluxos de resíduos de zonas contaminadas para zonas limpas, em especial para

zonas onde sejam manuseados alimentos suscetíveis de apresentarem um elevado risco para o consumidor final;

9. Sempre que necessário, o pessoal deverá dispor de vestiários adequados;
10. Os produtos de limpeza e os desinfetantes não devem ser armazenados em áreas onde são manuseados géneros alimentícios.

7.3.2. Requisitos específicos para locais de preparação ou transformação de alimentos (excluindo salas de refeições e instalações móveis)

1. A disposição relativa e a conceção dos locais em que os géneros alimentícios são preparados, tratados ou transformados (exceto as salas de refeições e as instalações móveis, mas incluindo os locais que fazem parte de meios de transporte) devem permitir a aplicação de boas práticas de higiene, incluindo a proteção contra a contaminação entre e durante as operações. Em particular:

- a) As superfícies do solo devem ser mantidas em boas condições e poder ser facilmente limpas e, sempre que necessário, desinfetadas. Para o efeito, deverão ser utilizados materiais impermeáveis, não absorventes, laváveis e não tóxicos, a não ser que os operadores das empresas do setor alimentar possam provar à autoridade competente que os outros materiais utilizados são adequados. Se for caso disso, a superfície dos solos deve permitir um escoamento adequado;
- b) As superfícies do solo devem ser mantidas em boas condições e poder ser facilmente limpas e, sempre que necessário, desinfetadas. Para o efeito, deverão ser utilizados materiais impermeáveis, não absorventes, laváveis e não tóxicos, devendo as superfícies ser lisas até uma altura adequada às operações, a não ser que os operadores das empresas do setor alimentar possam provar à autoridade competente que os outros materiais utilizados são adequados;
- c) Os tetos (ou caso não haja tetos, a superfície interna do telhado) e equipamentos neles montados devem ser construídos e preparados por forma a evitar a acumulação de sujidade

- e reduzir a condensação, o desenvolvimento de bolores indesejáveis e o desprendimento de partículas;
- d) As janelas e outras aberturas devem ser construídas de modo a evitar a acumulação de sujidade. As que puderem abrir para o exterior devem estar equipadas, sempre que necessário, com redes de proteção contra insetos, facilmente removíveis para limpeza. Se da sua abertura puder resultar qualquer contaminação, as janelas devem ficar fechadas com ferrolho durante a produção;
- e) As portas devem poder ser facilmente limpas e, sempre que necessário, desinfetadas. Para o efeito, deverão ser utilizadas superfícies lisas e não absorventes;
- f) As superfícies (incluindo as dos equipamentos) das zonas em que os géneros alimentícios são manuseados, nomeadamente as que entram em contacto com os géneros alimentícios, devem ser mantidas em boas condições e devem poder ser facilmente limpas e, sempre que necessário, desinfetadas. Para o efeito, deverão ser utilizados materiais lisos, laváveis, resistentes à corrosão e não tóxicos;
2. Sempre que necessário, devem existir instalações adequadas para a limpeza, desinfeção e armazenagem dos utensílios e equipamento de trabalho. Essas instalações devem ser constituídas por materiais resistentes à corrosão, ser fáceis de limpar e dispor de um abastecimento adequado de água quente e fria;
3. Sempre que necessário, devem ser previstos meios adequados para a lavagem dos alimentos. Todos os lavatórios ou outros equipamentos do mesmo tipo destinados à lavagem de alimentos devem dispor de um abastecimento adequado de água potável quente e/ou fria e devem estar limpos e, sempre que necessário, desinfetados.

7.3.3. Requisitos de equipamentos e instalações

Todos os utensílios, aparelhos e equipamento que entrem em contacto com os alimentos devem:

- Estar efetivamente limpos e, sempre que necessário, desinfetados. Deverão ser limpos e desinfetados com uma frequência suficiente para evitar qualquer risco de contaminação;

- Ser fabricados com materiais adequados e mantidos em boas condições de arrumação e bom estado de conservação, de modo a minimizar qualquer risco de contaminação e permitir a sua limpeza e, sempre que necessário, a sua desinfeção;
- Ser instalados de forma a permitir a limpeza adequada do equipamento e da área circundante.

Sempre que necessário, o equipamento deve conter dispositivos de controlo capazes de assegurar o cumprimento dos objetivos do presente regulamento.

Se para evitar a corrosão de equipamentos e recipientes for necessário utilizar aditivos químicos, deve fazê-lo de acordo com as boas-práticas para evitar transmitir substâncias tóxicas, odores e aromas para os alimentos.

7.3.4. Limpeza e desinfeção das instalações.

Vamos primeiro determinar alguns conceitos.

Limpeza: Eliminação de resíduos orgânicos e de sujidade com água e detergentes. Elimina alguns microrganismos, mas remove especialmente gordura e resíduos visíveis. É realizada com detergentes que devem ser escolhidos tendo em consideração o material do artigo ou superfície a limpar e a natureza da sujidade a remover. A temperatura da água recomendada é de 40 °C.

Adicionalmente, os produtos devem ser mantidos nos recipientes originais, fechados e devidamente rotulados, em locais exclusivos e afastados das áreas de armazenagem e transformação de produtos.

Desinfeção: Consiste na eliminação de bactérias que não podemos ver. É sempre realizada após a limpeza. Devem ser utilizados apenas desinfetantes devidamente autorizados. Após a correta desinfeção, a maioria dos microrganismos nas superfícies é eliminada, mas não as formas mais resistentes ou os esporos dos mesmos. Para este fim, utilizam-se desinfetantes químicos com ação

letal sobre os micróbios. Existe uma grande variedade de desinfetantes e a escolha entre um ou outro depende:

- das características dos materiais a desinfetar,
- dos germes a eliminar,
- da concentração de desinfetante — adicionar uma concentração superior à indicada na ficha de dados do produto não resultará numa maior desinfeção, e uma concentração inferior à recomendada não matará todos os germes, podendo fazer com que se tornem mais resistentes. Para o evitar, recomenda-se a rotatividade de desinfetantes,
- do tempo de ação: é essencial respeitar o que está indicado na ficha de dados técnica,
- da temperatura da água: se forem utilizados compostos clorados, a temperatura recomendada é de 10 °C,
- do pH da solução.

Em todos os estabelecimentos onde são manuseados alimentos, deve haver um plano de limpeza e desinfeção que defina claramente a frequência da limpeza e da desinfeção, as ferramentas ou superfícies sujeitas a estes processos, a natureza das substâncias a eliminar, a dosagem do produto a utilizar, o método de realização destas



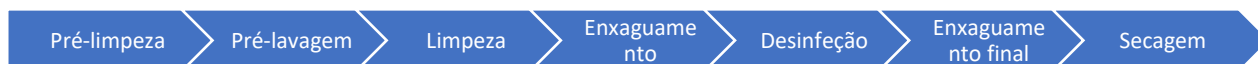
operações (manual ou mecânica) e a pessoa responsável pelas mesmas.

O motivo pelo qual são limpas as superfícies e os utensílios que entram em contacto com os alimentos e o ambiente é reduzir ou prevenir o risco de contaminação microbiológica ou física e permitir e facilitar a desinfeção.

Para o conseguir, é necessário realizar uma série de etapas:

1. Pré-limpeza: Eliminação de sujidade visível, restos de alimentos, resíduos e gordura; normalmente é feita a seco (escovas e pás) para não espalhar a sujidade; se for utilizada a limpeza húmida, recomenda-se a utilização de água fria;
2. Pré-lavagem: Projeção de água a baixa pressão para eliminar os restos no equipamento; a temperatura da água deve ser superior a 35–40 °C para solubilizar a gordura e inferior a 60 °C para evitar a coagulação de proteínas;
3. Limpeza: Consiste na aplicação de um detergente para remover a sujidade restante. É conveniente contar com a ação de um mecanismo adicional, tal como uma escova, para remover a sujidade;
4. Enxaguamento: Aqui são removidos o detergente e as substâncias dissolvidas com água pressurizada. A forma do jato de água e a inclinação do mesmo em relação à superfície é importante para conseguir um bom efeito sem projetar resíduos no ambiente;
5. Desinfeção: Aplicação do desinfetante de acordo com as instruções do fabricante;
6. Enxaguamento final: Deve ser abundante e com água quente ou fria de acordo com o desinfetante utilizado (quente no caso de um composto clorado);
7. Secagem: A água é eliminada através do escoamento ou utilizando ar seco ou panos higiénicos. Muitos microrganismos de risco são sensíveis às condições ambientais e são destruídos na secagem. Este passo é importante para evitar a presença de condições que favorecem a recontaminação e também para evitar a formação de biofilmes.

PASSOS PARA EVITAR A CONTAMINAÇÃO DOS ALIMENTOS



Fonte: Produção própria.

Os programas de limpeza e desinfecção devem garantir a higienização de todas as partes das instalações (incluindo equipamentos de limpeza).

A adequação e eficácia dos produtos utilizados e programas correspondentes deve ser monitorizada constantemente e eficazmente e, quando necessário, documentada.

Os programas devem ser preparados por escrito e esta preparação deve ter em consideração e especificar:

- a) o produto a ser transformado,
- b) as superfícies, elementos do equipamento, utensílios e instalações a limpar,
- c) o método de limpeza,
- d) a temperatura, pressão e potabilidade da água,
- e) o conhecimento de pontos críticos,
- f) os meios disponíveis — pessoal, horários, sistemas, equipamentos, etc.,
- g) os produtos a utilizar — método de aplicação, dosagem, tempo de atuação, etc.,
- h) a frequência,
- i) é importante ter um ficheiro com as fichas de dados técnicos dos produtos,
- j) registos ou folhas de controlo dos trabalhos de limpeza e desinfecção,
- k) sistema de monitorização utilizado — inspeções periódicas e, se possível, a realização de testes microbiológicos.

Ao longo das etapas da cadeia alimentar, são gerados muitos resíduos e detritos que têm de ser eliminados. Estes podem causar odores ou serem fontes ativas de contaminação microbiana dos alimentos.

Os detritos alimentares, subprodutos não consumíveis e outros resíduos devem:

- ser removidos o mais rapidamente possível das salas de depósito de alimentos para evitar a sua acumulação, eliminando-os de forma higiénica e sem prejudicar o ambiente (separação de resíduos nos vários recipientes: óleos usados, papel e cartão, plástico e embalagens, vidro e matéria orgânica),
- ser depositados em recipientes que possam ser fechados; Estes devem ser construídos de forma adequada para prevenir o acesso aos resíduos por parte de parasitas, estar em bom estado e poder ser facilmente limpas e desinfetados,
- devem ser tomadas as medidas adequadas para armazenamento e eliminação destes, Devem ser definidos depósitos de resíduos que devem ser tratados de forma a poderem ser mantidos limpos e inacessíveis por parte de animais e organismos nocivos.

Controlo de parasitas

No manuseio de alimentos, chamam-se de parasitas os animais que vivem nos alimentos e que, em contacto com eles, produzem uma alteração ou contaminação dos mesmos. Estes animais são destrutivos e causam problemas de saúde, económicos e profissionais.

Os principais parasitas encontrados na indústria alimentar são:

- roedores — ratazanas e ratos,
- insetos — baratas, formigas, moscas, vespas, escaravelhos, gorgulhos, ácaros,
- aves.

Deve implementar-se um programa de erradicação de parasitas eficaz e contínuo destinado a insetos, aves e roedores, entre outros. As instalações e áreas circundantes devem ser inspecionadas periodicamente para garantir que não existem infestações.

É necessário estabelecer um plano de desinfestação e exterminação de roedores, no qual sejam indicadas as seguintes secções por escrito:

- a) Áreas a tratar: (Indique todos os locais e áreas);
- b) Tratamentos: (Indique a metodologia);
 - Método de aplicação;
 - Possíveis riscos de contaminação dos alimentos;
 - Possíveis riscos para as pessoas;
 - Medidas de segurança a adotar durante a aplicação;
- c) Produtos utilizados. É necessário indicar o seguinte:
 - Utilitários (inseticidas, desinfetantes, raticidas);
 - Nome comercial;
 - Composição (material ativo dos produtos);
 - Fabricante e número de registo;
 - Dosagem e período de segurança;
 - Agentes prejudiciais a controlar;
- d) Data de início e de fim da campanha;
- c) Dados ou código do cartão do aplicador.

Se o programa de desinfestação e exterminação de roedores for realizada pela sua empresa, é necessário registar todas as informações acima por escrito.

Se este programa for realizado por uma empresa autorizada, após cada aplicação, a empresa emitirá um certificado de garantia no qual todos os dados acima também estarão indicados.

No caso de que eventuais parasitas invadirem os estabelecimentos ou áreas circundantes, devem ser tomadas medidas de erradicação. Devem tomar-se medidas de controlo que envolvam tratamentos com agentes químicos, físicos ou biológicos sob supervisão direta de pessoal com conhecimento aprofundado sobre os riscos de saúde associados à utilização desses agentes, especialmente sobre os riscos que podem surgir de resíduos retidos no produto.

Os parasitas podem ser controlados através do seguinte:

- Adoção de medidas de prevenção física: Destinam-se a prevenir a penetração, disseminação e proliferação;
- Aplicação de métodos para destruir parasitas existentes;
- Medidas de prevenção física;
- Vedação e hermeticidade de orifícios e cavidades em estruturas, cuidados especiais com elevadores e poços de elevador de cargas, isolamento de canalização e drenagem;
- Instalação de proteções em coberturas de grelhas e drenagens e de filtros em janelas;
- Evitar fontes de atração, evitar a acumulação de desperdícios em torno de matadouros;
- Armazenamento adequado, produtos fora do chão. Recomenda-se deixar um corredor em torno das paredes e não depositar alimentos perto destas;
- Separar claramente as áreas limpas e as áreas sujas;
- Limpeza:
 - a) Proteger o lixo com recipientes com tampas e colocar o lixo afastado de alimentos;
 - b) Higiene das instalações.

Ao nível dos roedores, os meios de controlo podem:

- a) físicos — têm resultados limitados e aleatórios, pelo que a utilização de meios deste tipo não é recomendada. Podem incluir-se o uso de ultrassom, campos magnéticos, etc.,
- b) mecânicos — os meios mais comumente utilizados são cola vegetal e armadilhas,
- c) químicos — são os mais utilizados na indústria. Estão disponíveis em várias formas: pó, grãos, pasta, blocos, etc. A localização destes deve estar indicada num plano e deve ser

mantido um registo das características dos produtos, a frequência de reposição, se foram ingeridos, ou não.

O programa de controlo de parasitas deve indicar a pessoa responsável pela colocação dos produtos, como foram utilizados, etc. Em relação à desinfestação, os meios de controlo podem ser:

- a) físicos ter as mais comuns são as «armadilhas de luz» que consistem numa luz ultravioleta que atrai insetos para uma grelha eletrificada,
- b) químicos — estes inseticidas podem atuar por ingestão, contacto ou inalação.

A conceção e a execução de um plano de tratamento específico e de medidas de prevenção química, bem como a utilização de produtos legalmente autorizados e o controlo de resultados e emissão de certificados, tem de ser realizada por uma empresa especializada e registada com a devida autorização para realizar desinfestações e exterminações.

8. CUSTOS E RISCOS.

8. 1. Erros mais comuns cometidos na criação de um negócio e na discriminação de custos.

Ao abrir um negócio, podem ser cometidos alguns erros ou surgir alguns problemas. Observemos alguns deles abaixo.

a) Forma jurídica errada.

Em regra geral, começa como trabalhador ou trabalhadora independente e, depois, avança para uma sociedade por quotas. Esta não é necessariamente a melhor opção se pretender proteger os seus ativos enquanto empreendedor ou empreendedora. Avalie todas as formas jurídicas e os benefícios oferecidos em cada país.

b) Pensar no financiamento e não nos rendimentos.

O financiamento é uma componente importante, mas é ainda mais importante obter rendimentos, o que significa que deve focar a sua atenção especialmente na sua clientela. Um erro comum é despender muito tempo à procura de financiamento extra que pode não ser necessário em vez de se focar nos negócios.

c) Ignorar as questões jurídicas.

Criar um negócio envolve muita documentação e formalidades jurídicas. Ao abrir um negócio, não se esqueça de questões como marcas registadas, patentes, proteção de dados ou entrega de documentos dentro dos prazos definidos.

d) Começar sem um acordo parceria.

Um acordo de acionistas regula a relação entre cada parceiro ou parceira, oferecendo-lhes proteção no caso de vendas futuras ou de aumento de capitais. Algumas empresas celebram-no no momento da incorporação uma vez que esta é uma das principais fontes de conflito no futuro.

c) Confundir faturação com pagamentos recebidos.

As vendas são importantes, mas não significam necessariamente que a empresa funciona corretamente. Para tal, é preciso que receba pagamentos com uma margem de lucro.

f) Focar-se apenas na ideia.

Não se esqueça de que a execução é tão importante, ou mais importante do que ter uma boa ideia ou depender da qualidade do produto. Querer começar com tudo perfeito é um erro comum.

g) Ser demasiado otimista.

De acordo com um estudo realizado pela CB Insights, 29% das empresas fecham porque ficam sem dinheiro. Uma das razões que explicam esta situação é que empreendedores e empreendedoras tendem a ser demasiado otimistas em termos das previsões de rendimentos e também com os custos que terão de assumir. Não se esqueça de criar uma reserva destinada a eventos imprevistos.

h) Falta de um modelo de negócio.

De acordo com a CB Insights, 17% das empresas que falham não têm um bom modelo de negócio no lançamento de um produto ou fazem-no sem evoluir o modelo inicial. Adicionalmente, 14% fecham porque não sabiam como executar um plano de marketing corretamente e 10% porque não sabiam como gerir o negócio.

i) Não praticar o preço certo.

Esta é a razão pela qual 18% das *startups* fecham as portas, praticando preços demasiado caros ou demasiado baratos que não lhes permitem cobrir os custos.

8.2. Como conseguir um bom custo de produção;

O controlo e boa gestão de matéria-prima é um aspeto fundamental para obter lucros. Manter um registo dos produtos que vão ser utilizados para a preparação de uma receita tornará mais fácil calcular os custos.

Para obter o preço, iremos utilizar uma ferramenta que nos ajuda a determinar o custo total de um prato ou de um produto através das matérias-primas envolvidas na preparação do mesmo. Este é um aspeto fundamental e essencial na gestão de



hotéis, restauração e cozinha, através do qual controlamos o preço atribuído aos nossos pratos para os tornar rentáveis, bem como para controlar e otimizar os gastos. De um modo mais simples, trata-se de atribuir um custo real ao prato ou produto de acordo com o trabalho que nos exigiu e a qualidade da matéria-prima.

8.2.1. O que deve estar refletido na discriminação dos custos?

- Ingredientes: Uma lista completa dos ingredientes utilizados para fazer o produto;
- Unidade de compra: Esta é a unidade de medida na qual os ingredientes foram comprados junto dos fornecedores. Pode ser qualquer coisa de gramas a quilos, de mililitros a litros, etc.;
- Custo da unidade de compra: O preço por unidade de medida na fatura do fornecedor;
- Rendimento: O rendimento é expresso em percentagem e é o montante restante após a limpeza e preparação. Por exemplo, o peso utilizável após a limpeza e preparação de 1 kg de carne poderá ser de 700 g (rendimento de 70%);
- Custo unitário real: O custo após calcular o rendimento;
- Tamanho da porção: A quantidade de cada ingrediente utilizada em cada dose;
- Custo da dose: O custo do tamanho da dose desse ingrediente calculado utilizando a seguinte fórmula: Tamanho da dose x custo unitário real:

Este é um ponto de partida para calcular o preço de um produto. Calcular os preços de venda dos pratos e produtos é essencial para a rentabilidade de um negócio. Não se trata apenas de conhecer todos os custos, sendo também uma questão de estratégia de negócio, posicionamento e aceitação no mercado.

Antes de avançar para o cálculo dos preços dos seus produtos, é importante esclarecer algumas noções básicas. Entre eles, ao nível da estratégia de negócio, é recomendável conhecer a margem de lucro total, ou seja, o que sobra após pagar todas as despesas empresariais. A forma mais clara de calcular esta percentagem é dividir as despesas em três categorias principais: matérias-primas, custos de pessoal e despesas das instalações.

O consenso geral na indústria tende a dividir estas despesas da seguinte forma:

Matérias-primas: Cerca de 30%, mas nunca mais do que 35%.

Custos de pessoal: Cerca de 35%.

Despesas com instalações: Incluem seguros, impostos e licenças, mais hipotecas ou rendas, fornecimento de energia e limpeza das instalações, que devem totalizar cerca de 20%.

Respeitar estas percentagens dar-lhe-á uma margem de lucro bruto de cerca de 15%.

A partir da análise ao lucro bruto, terá uma melhor base sobre a qual fazer orçamentos para o seu negócio, definindo o menu e calculando os preços dos produtos.

8.2.2. Cálculo do preço final.

Começando pela discriminação dos custos, existem muitos métodos de definição de preços. Muitos destes métodos de definição de preços baseiam-se em critérios subjetivos e são inadequados ou insuficientes pelo facto de não se focarem em informações reais sobre os produtos nem nos custos reais dos mesmos. De um modo geral, estes métodos pertencem a uma época em que não existiam tantas ferramentas e as que existiam baseavam-se mais na comparação com a concorrência ou na definição do que eram considerados preços razoáveis para a clientela.

Os métodos para calcular o preço de venda têm sempre de se basear em critérios objetivos resultantes de uma análise exaustiva de todas as despesas que vamos incorrer com a nossa atividade, da margem de lucro bruto que queremos obter e do estudo de mercado realizado.

Os preços definidos têm de estar em linha com a qualidade da experiência que oferecemos a cada cliente e com o nível de despesa médio que o nosso público-alvo considera adequado à nossa proposta de valor consoante o nosso posicionamento, a nossa localização, etc. Os preços têm de ser atrativos para o consumidor e lucrativos para o negócio.

Existem diferentes critérios objetivos aplicáveis e, embora nenhum deles seja 100% infalível, conseguiremos atingir a rentabilidade máxima possível.

Estes são alguns dos mais importantes:

a) Método de preço *premium*

Refere-se a acrescentar uma percentagem ao custo do produto sem ter em conta outras variáveis como os custos de pessoal ou desperdícios. Não é um método 100% fiável porque põe de parte um aspeto importante para a valoração que é quanto é que a sua clientela está disposta a pagar pelos pratos que oferece.

b) Método de contribuição marginal

Este método é a diferença entre o preço de venda do produto e os custos variáveis.

- Custos fixos: Estes são os custos constantes independentemente de ser produzida uma quantidade maior ou menor;
- Custos variáveis: Estes variam consoante o volume de produção;
- Lucro: Corresponde à percentagem que pretende ganhar com o custo investido (custo fixo + custo variável);

Exemplo: Se o custo total de um produto for 15 € e pretender ganhar 20% desse custo, terá de vender o prato por 18 €. O lucro será, então, de 3 €.

c) Método de percentagem de lucro com base no custo dos alimentos

Este é talvez um dos métodos mais comumente utilizados e é estimado sobre o preço de custo real dos pratos, estabelecido anteriormente através de uma discriminação de preços, calculando uma percentagem de lucro entre 30–35%. Esta percentagem inclui o custo de desperdícios, uma vez que haverá sempre desperdícios durante a preparação, os quais devem ser tidos em conta, e os restantes custos do nosso negócio, sejam eles fixos ou variáveis (rendas, eletricidade, água, etc.).

O exercício de cálculo que teremos de realizar consiste em dividir o custo de um produto por esta percentagem e, desta forma, iremos obter o preço de cada produto que colocaremos à venda. Se pagar 1 € por um produto, terá de cobrar um mínimo de 3,35 € no momento da venda. Pode parecer que estará a cobrar muito mais do que o necessário, mas lembre-se de que não está a cobrar apenas pela matéria-prima. Está a cobrar por toda a preparação da mesma. Também precisa de obter um lucro bruto suficiente para pagar as instalações e outros custos associados à venda do produto.

Sendo um dos métodos mais comumente utilizados, vamos aplicá-lo ao exemplo de um frasco de 250 g de mel; estes são os resultados obtidos com a discriminação de preços:

- Custo real de um frasco de 250 g de mel: 3,10 €;
- Aumento da percentagem: 35%;
- $3,10 / 0,35 = 8,85$ €.

Este preço pode não parecer comercial e preferimos defini-lo a 8,95 € A sua margem de lucro bruto neste artigo do menu continuaria a estar no intervalo de 30–35%, mas o preço é mais atrativo.

9. CONCLUSÃO.

Damos-lhe as boas-vindas a esta aventura empreendedora! Neste primeiro manual ensinamos-lhe as bases para a sua próxima atividade e oferecemos algumas diretrizes a ter em mente. Um provérbio chinês diz que «Quem não souber sorrir, não deve abrir uma loja», pelo que focámos os primeiros passos para abrir um negócio no serviço de apoio à clientela, algo que é essencial.

Por outro lado, na jornada do empreendedorismo, irá deparar-se com aspetos jurídicos, sobre os quais tentámos facilitar algumas informações. É muito importante que se muna de paciência e que não tenha medo de dar os primeiros passos.

A jornada para abrir o seu negócio, especialmente num meio rural, irá trazer-lhe muitas alegrias; primeiramente, terá de assumir responsabilidades sem contar com a orientação de outras pessoas, gerando também valor acrescentado na sua comunidade. Em suma, assumirá as rédeas do seu próprio destino.

11. DETALHES DE CONTACTO DE AGÊNCIAS NACIONAIS E LOCAIS QUE REGULAM PGL.

BULGÁRIA

Estabelecer um PGL na Bulgária é relativamente fácil. A primeira coisa a fazer é contactar o Registo Comercial Búlgaro e efetuar um pedido para receber uma licença comercial búlgara. Isto inclui fornecer informações sobre a empresa, tais como o nome e a morada, bem como os estatutos da empresa e a assinatura do ou da representante da empresa.

Os documentos têm de ser submetidos em búlgaro e é necessário pagar uma taxa ao Registo Comercial. Após a aceitação dos documentos, a empresa irá receber um certificado comercial e poderá iniciar as suas operações comerciais. Em seguida, é necessário efetuar um registo e uma certificação junto da Agência Búlgara da Segurança dos Alimentos (Bulgarian Food Safety Agency, BFSA).

Agência Nacional

Registo Comercial Búlgaro

<https://portal.registryagency.bg/en/>

Agência Búlgara da Segurança dos Alimentos (Bulgarian Food Safety Agency, BFSA)

Str. Sofroni Vrachanski 19

Bulgária, Varna, pk9000

+359 /52/ 655 - 801

GRÉCIA

O sistema aplicado é igual ao sistema de criação de empresas. Em particular, é necessário ter um número de identificação fiscal (NIF) grego atribuído e criar um nome de utilizador e palavra-passe (par de códigos) no sistema TAXIS; o par de códigos é a assinatura eletrónica dos proprietários e proprietárias. As pessoas com cidadania europeia têm de obter um número de IVA grego, cujo pedido é feito remotamente.

A plataforma para registo *online* de empresas é detida pelo Ministério do Desenvolvimento e Investimento e a autoridade responsável é a Direção das Empresas. Cada empresa é atribuída eletronicamente a um registo de empresas que varia consoante a localização da sede. O pedido de criação de uma empresa pode ser feito através da plataforma digital (<https://eyms.businessportal.gr/auth>) ou pessoalmente, sob responsabilidade do Registo Comercial ou de um notário autorizado.

Agência Nacional

Ministério do Desenvolvimento e Investimento e a autoridade responsável é a Direção das Empresas.

<https://eyms.businessportal.gr/auth>

<https://www.gov.gr/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-%20Changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-%20Grecia>

ITÁLIA

O procedimento de reconhecimento de um PGL envolve um trabalho de sinergias realizado pelo Ministério que, juntamente com produtores e respetivas associações, interage com as regiões envolvidas e a Comissão Europeia.

A legislação define etapas específicas no procedimento aos níveis nacional e europeu, qualifica as partes elegíveis a efetuar o pedido e indica a documentação a reunir. É necessário submeter o pedido de registo de um PGL ao Ministério da Agricultura, Alimentos, Silvicultura e Turismo e à região ou regiões em cujos territórios se encontra a produção a ser registada.

Os documentos principais que devem ser submetidos com a candidatura são: os estatutos da empresa e/ou estatutos sociais da associação; a resolução da assembleia relevante; a especificação do produto; o nome, morada e detalhes de contacto do organismo de inspeção; um relatório histórico; um relatório técnico; um relatório socioeconómico; cartografia numa escala adequada que permita a identificação precisa da área de produção e o documento único.

**Agência Nacional
Turismo****Ministério da Agricultura, Alimentos, Silvicultura e**

Via XX Settembre, 20 00187 Roma
+39 0646651
urp@politicheagricole.gov.it

PORTUGAL

Para iniciar as operações de um PGL, as partes interessadas têm de preencher o formulário de Mera Comunicação Prévia (MCP), dirigido à câmara municipal competente, acedendo diretamente ao Balcão do Empreendedor (BdE) ou deslocando-se a um balcão de atendimento disponível.

Agência Nacional

Direção-Geral das Atividades Económicas
(Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração — RJACSR).
Avenida Visconde de Valmor n.º 72
1069-041 Lisboa
+21 791 92 00
rjacsr.apoio@dgae.gov.pt

ROMÉLIA

Para estabelecer um PGL na Roménia, é necessário, primeiro, entrar em contacto com o Registo Comercial Romeno e solicitar a atribuição de uma licença comercial romena. Isto inclui fornecer informações sobre a empresa, tais como o nome e a morada, bem como os estatutos e a assinatura do ou da representante da empresa.

Após a empresa receber o certificado comercial, pode submeter um pedido à Autoridade Nacional Sanitária Veterinária e de Segurança dos Alimentos para obter o documento de registo sanitário veterinário e de segurança dos alimentos obrigatório.

Agência Nacional

Ministério da Justiça
Conservatória Nacional do Registo Comercial
Blvd. Unirii nr. 74, bl. J3b, Setor 3,
030837 Roménia

onrc@onrc.ro

+40 213160804

<https://www.onrc.ro/index.php/ro/>

**Autoridade Nacional Sanitária Veterinária e de
Segurança dos Alimentos.**

Bucareste, Piața Presei Libere n.º 1, Corp D1, Setor 1,
013701 Roménia

office@ansvsa.ro

+40 372184977

<http://www.ansvsa.ro/>

ESPAÑA

Na legislação estatal espanhola existem dois despachos que regem os regulamentos relacionados com os estabelecimentos de hotelaria e restauração, criados pelo Ministério da Informação e do Turismo e que entraram em vigor em 1965.

Os regulamentos principais que regem bares, restaurantes e refeitórios em Espanha são os seguintes:

- Despacho de 17 de março de 1965 (BOE de 29 de março de 1965) relativo à gestão turística de restaurantes, Ministério da Informação e do Turismo;
- Despacho de março, 18 de março do mesmo ano (BOE de 29 de março de 1965) relativo à regulação turística de refeitórios, Ministério da Informação e do Turismo.

Real Decreto 3484/2000, de 29 de dezembro de 2000, que estabelece as normas de higiene para a preparação, distribuição e comercialização de alimentos preparados.

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2001-809#:~:text=A%2D2001%2D809-Real%20Decreto%203484%2F2000%2C%20de%2029%20de%20diciembre%2C%20por,y%20comercio%20de%20comidas%20preparadas.>

Agência Nacional

Governo de Espanha Ministério da Indústria, Comércio e Turismo

D.^a Reyes Maroto Illera
Ministra da Indústria, Comércio e Turismo
Paseo de la Castellana 160
28046 Madrid (Espanha)
+34 913 494 640

<https://www.mincotur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>

Agência Local

Direção-Geral do Turismo Conselheira da Cultura, Turismo e Desporto. Conselho de Extremadura.

D. Francisco Martín Simón
Diretor-Geral do Turismo
Avda. de las Comunidades s/n
06800 Mérida, Badajoz (Espanha)
+34 924 332 461

dgturismo.ctd@juntaex.es

<https://www.turismoextremadura.com/>

12. ESTUDOS DE CASO

1. Turista em Dolhești — Um destino rural único na Roménia

«Turista em Dolhești» é uma iniciativa local que se foca no desenvolvimento do turismo em zonas rurais, trazendo, assim, turistas para a região. A visão é criar experiências únicas para hóspedes que preferem passar férias no campo. Terão a oportunidade de descobrir a beleza local, costumes e tradições inalteradas, pratos saborosos preparados por habitantes locais e realizar muitas outras atividades.

Estendemos-lhe o convite para vir descobrir uma atração única na Europa, onde cada habitante preserva orgulhosamente tradições antigas e valiosas e deseja partilhar sabores, lendas e rituais locais.

O local perfeito para fugir do ritmo acelerado da cidade, onde poderá recordar memórias de infância, descobrir locais secretos, desfrutar de pratos tradicionais e conhecer o autêntico povo romeno, que encontrou a felicidade numa vida simples, mas cheia de significado.

Mirela Nechita é a fundadora da iniciativa Turista em Dolhești e, com o apoio da câmara municipal, artesãos e artesãs e produtores e produtoras locais dão a conhecer um lugar maravilhoso e autêntico na região nordeste da Roménia chamado Dolhești.

Tudo começou com a melhoria da casa onde a fundadora da iniciativa cresceu e que se encontra num magnífico pomar junto à floresta. Esta casa foi restaurada e transformada numa pensão, tendo sido preservado o estilo arquitetónico específico desta área. Foi neste momento que compreendeu que era necessário explorar as características únicas oferecidas por esta área: a aldeia genuína em si e a totalidade de habitantes rurais que preserva orgulhosamente os costumes e tradições.

Os circuitos turísticos são como uma viagem ao passado: «Irá descobrir o comércio tradicional, ao visitar a oficina do ferreiro e a padaria do padeiro, conhecerá o moinho de milho que conta com mais de 100 anos, deliciar-se-á no coração da floresta com pratos selecionados, ouvirá canções tradicionais interpretadas por grupos folclóricos e criará memórias que levará consigo para a vida.

Passará a noite em casa de locais e desfrutará de pratos tradicionais preparados igualmente por locais.»

Em tudo o que faz, o povo de Dolhești procura expressar o valor da tradição da forma mais bonita possível. Cada vaso, jarra e barril de madeira, cada tapete ou tecido com motivos tradicionais tem uma história para contar, bem como mãos únicas na sua criação. Os deliciosos pratos locais, começando pelos famosos queijos tradicionais (*poale-n brâu*) e terminando pelas sopas e queques característicos da região, revelam uma gastronomia criativa e saborosa.

<https://www.facebook.com/turistindolhesti>





2. La Elena din Deal — Ponto gastronómico local

O ponto gastronómico local «La Elena din Deal» é uma boa referência turística a seguir, especialmente para famílias que realizam atividades relacionadas com a agricultura, uma vez que o conceito segue o fio condutor habitual de um lar.

O ponto gastronómico local abriu em 2021 e localiza-se no distrito de Bistrita-Nasaud na Roménia. A proprietária, Elena Rus, quis levar a sua paixão pela cozinha mais além, pelo que abriu este pequeno negócio onde prepara receitas antigas para cada turista com quem se cruza. Muitos dos produtos utilizados na preparação dos pratos são fornecidos por produtores e produtoras locais da área ou provêm do seu próprio quintal.

«É um restaurante familiar onde servimos pratos locais e onde cada pessoa contribui com alguma coisa. Eu faço tudo: cozinho, sirvo e recebo clientes. Quando temos um grupo maior, a família também vem ajudar. Com cada prato, conto uma história», diz Elena Rus.

As receitas foram herdadas do seu pai e da sua mãe, bem como dos seus avôs e avós, e os produtos utilizados são fornecidos por produtores e produtoras locais da área. A história do ponto gastronómico começou em 2019, quando Elena Rus quis fazer algo por sua conta. Nesta altura, cozinhou para turistas que vinham visitar a sua aldeia.

Para além da componente gastronómica, a empreendedora dá a conhecer os costumes e tradições da área, mantendo uma boa parte das coisas que herdou do seu pai e da sua mãe, bem como dos seus avôs e avós.

Todos os dias, Elena Rus prepara um menu diferente; nos períodos mais movimentados, tais como a época do verão, recebe entre 50 e 60 turistas por dia. Não houve um grande investimento neste ponto gastronómico. Este investimento representa apenas os custos relacionados com a criação da empresa e um pedido efetuado à Autoridade Nacional Sanitária Veterinária e de Segurança dos Alimentos.

Para poder abrir um ponto gastronómico local, para além dos documentos, Elena Rus diz que apenas são necessárias duas mesas colocadas no pátio ou no jardim, mas que o número total de turistas que podem ser servidos ao mesmo tempo não deve exceder 12 pessoas.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100077007134558>



3. La Grisha — Ponto gastronómico local com especialidades de peixe

Um ponto gastronómico local com o qual as pessoas por trás da criação do projeto pretendiam promover a sua aldeia como destino turístico e gastronómico, trazer para o presente a arquitetura e as tradições da região e apoiar produtores e produtoras locais.

Na comuna de Ghindărești, no distrito de Constanța, inaugurou-se o La Grisha, um novo ponto gastronómico local (PGL) que serve pratos à base de peixe. La Grisha está localizado numa antiga casa lipovana que foi restaurada e que oferece, para além de uma experiência culinária autêntica baseada no peixe, a oportunidade de conhecer tradições específicas da comunidade russa lipovana local e desfrutar da natureza, nas margens do Danúbio.

O menu inclui especialidades de peixe famosas, preparadas segundo as receitas familiares lipovanas e de forma caseira, com ingredientes obtidos com a produção e a pesca locais.

Além disso, o proprietário está a promover o conceito de compras locais e a contribuir para o desenvolvimento de novas atividades económicas na comuna, promovendo produtores e produtoras locais e atividades criativas e artísticas em Ghindărești.

Na comuna de Ghindărești, a população consiste em mais de 98% de pessoas russas lipovanas, um grupo étnico de origem eslava.

Desde o século XVIII, inúmeras pessoas de origem russa estabeleceram-se em territórios romenos, especialmente em Dobrogea e no delta do Danúbio, sendo conhecidas como lipovanas. Ao longo dos séculos, o povo lipovano manteve a sua língua, costumes e fé ancestral com santidade, celebrando as suas raízes com orgulho. O PGL La Grisha também é um exemplo de como o povo local se envolve na preservação e transmissão dos costumes da sua comunidade.

<https://www.facebook.com/lagrisha/>



4. Casa VLC Bilbor — Ponto gastronómico local

Uma família que regressou à sua aldeia natal, após um longo período de trabalho no estrangeiro, criou um PGL numa das localidades menos povoadas da Roménia, atraindo assim mais de 1000 turistas por ano.

Sorin Vîlcan e a sua esposa, profissionais na condução de reboques, descobriram os pontos gastronómicos locais, um conceito de turismo em pequena escala, e decidiram investir num no distrito de Harghita, mais precisamente na aldeia de Bilbor, considerada um dos locais menos povoados da Roménia, localizada na comuna com o mesmo nome, e que conta com cerca de 1500 famílias.

«Abrimos o negócio em 2021. Voltámos a casa com a ideia de capitalizar produtos locais autênticos e, então, abrimos o primeiro ponto gastronómico local no noroeste de Harghita, em Bilbor. Comecei com as minhas próprias poupanças e posso dizer que não é preciso muito dinheiro para abrir um negócio, mas sim encontrar prazer no trabalho», disse Sorin Vîlcan, cofundador do ponto gastronómico local Casa VLC.

O casal está muito orgulhosos por receber turistas vindos de todo o país, mas também grupos de turistas provenientes da Suíça, Eslovénia, Chipre e até dos Estados Unidos. No Casa VLC, podemos encontrar produtos tradicionais e caseiros, tais como salsichas, sumo de arando, sumo de mirtilo, estufado de cogumelos e carne de caça.

O casal também oferece esta experiência a visitantes que mostrem interesse em participar em todo o processo de preparação. Todos os alimentos são preparados no próprio dia e 90% dos produtos utilizados pelo casal provêm do seu quintal.

Ao mesmo tempo, também se focaram em atrair famílias com crianças para o Casa VLC, oferecendo-lhes a oportunidade de fazerem passeios de pónei, passeios de carruagem ou passeios de trenó.

«Bilbor é um local muito remoto, estamos na fronteira com Suceava, e se tivéssemos infraestruturas adequadas, a procura seria diferente (superior). As autoridades locais estão maravilhadas com o que conseguimos e deram-nos o seu apoio. No que me toca, oriento a juventude para vir para o país e investir no agroturismo, porque é este o futuro», acredita Vîlcan.

<https://www.facebook.com/pensiunea.casa.vlc/>



5. Gastro Local — Plataforma de pontos gastronómicos locais

A Gastro Local, uma plataforma dedicada a pontos gastronómicos locais, criou uma rede de mais de 20 casas que oferecem serviços de refeições baseadas em receitas tradicionais e que estão localizadas em casas rurais, pequenas quintas, estábulos ou locais de pesca. Sediada no distrito de Brasov, Dorian Lungu, o fundador da Gastro Local de Brasol, pretende expandir-se para os distritos de Bistrița-Năsăud, Covasna, Harghita, Iași e Neamț.

Esta é uma forma de criar sinergias na comunidade e é um modelo de socialização rural que gravita em torno da gastronomia. Permite oferecer a cada visitante a oportunidade de desfrutar de uma refeição com produtos tradicionais romenos em casas locais, na área escolhida para passar férias, numa atmosfera rústica, mas no respeito das normas de higiene impostas pela lei.

A Gastro Local atingiu o seu objetivo ao criar uma rede de confiança que assenta nos mesmos valores comuns, nas tradições e na diversidade, através da promoção centralizada da rede ao nível local, regional e nacional, recorrendo intensivamente à digitalização e valorizando o espaço rural. Permite criar uma colaboração ao nível nacional entre a totalidade de produtores e produtoras locais, através de exemplos de boas-práticas, da troca de experiências e de outras atividades, com o objetivo de desenvolver a credibilidade e o crescimento económico das zonas rurais romenas.

A Gastro Local também permite aumentar a visibilidade da sua própria rede junto da imprensa, turistas e agências de viagens internas e externas.

Assim, o desenvolvimento das zonas rurais montanhosas na Roménia com o apoio dos programas da Local Gastro levará a um aumento do número de produtos provenientes de zonas rurais e montanhosas, sob a forma de receitas ou produtos das regiões e do país, bem como à expansão do mercado e da competitividade dos pratos tradicionais Romenos.

<https://gastrolocal.ro/>



6. Audio Guide Bulgaria — Guia turístico pessoal multilingue para visitas guiadas e visitas diurnas

- Guia turístico de cidades gratuito
- Navegação até ao local selecionado por cada turista
- Interface de utilizador multilingue
- Audioguia turístico
- Mapa interativo da cidade
- Blogue com receitas tradicionais e locais históricos

- Cada turista pode desfrutar de um mapa interativo que lhe permite deslocar-se de um local para o outro. O mapa é recebido por e-mail após cada utilizador ou utilizadora efetuar o registo e fornecer um endereço de e-mail.

- As histórias são relatadas por profissionais e estão incluídos não só dados históricos, mas também factos e lendas interessantes sobre os locais e artefactos visitados.

- Estão disponíveis narrações criativas sobre o interior dos museus e dos templos visitados.

- É adicionada a todas as histórias uma música de fundo agradável e pertinente, relacionada com a atmosfera do local em questão, tornando a experiência mais entusiasmante e memorável.

- É possível escolher o idioma no qual se pretende ouvir a história.

- São fornecidas instruções sobre como utilizar os audioguias para que cada turista desfrute de passeios a pé no bonito país da Bulgária.

O guia turístico pessoal multilingue para telemóvel foi **concebido particularmente para turistas individuais e/ou pequenos grupos ou grupos de amigos**; é bastante simples de utilizar, estando sempre acessível por meio da aplicação para telemóvel.

A aplicação móvel de turismo Audio Guide Bulgaria oferece **um guia turístico gratuito** para ajudar cada turista a descobrir as melhores experiências na cidade selecionada — museus,

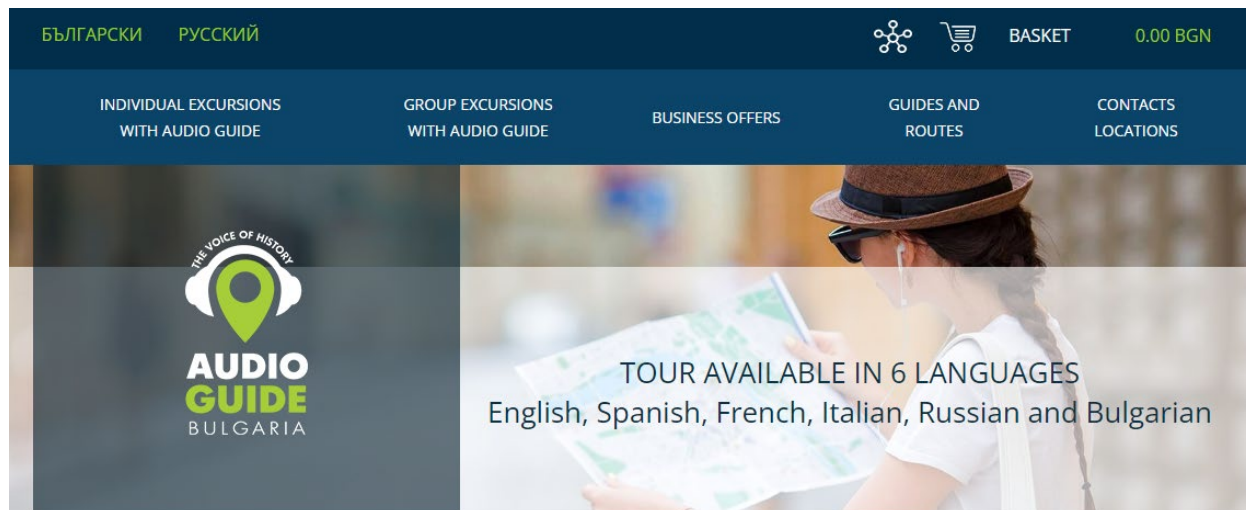
atrações, lojas e restaurantes. É possível escolher entre circuitos turísticos já prontos, criados pela equipa da plataforma para guiar cada turista através de um circuito turístico e permitir-lhe visitar os locais mais populares, desfrutar da narração e descobrir factos interessantes.

O que torna esta aplicação atrativa e conveniente é que **permite viajar e descobrir a Bulgária de forma autónoma, sem a necessidade de respeitar horários previamente planeados**. É possível escolher o seu próprio ritmo, momentos de descanso, locais a visitar e o idioma.

<https://www.audio-guide.bg/en/blog/bulgarian-traditional-kitchen-9/>

<https://www.facebook.com/AUDIOTOURBULGARIA>

<https://www.youtube.com/channel/UCVG7X1G4vFwgQkCUQxRjchA>



The screenshot shows the top navigation bar of the Audio Guide Bulgaria website. It features language options in Bulgarian (БЪЛГАРСКИ) and Russian (РУССКИЙ), a shopping cart icon, and a basket with a value of 0.00 BGN. Below the navigation bar, there are five menu items: INDIVIDUAL EXCURSIONS WITH AUDIO GUIDE, GROUP EXCURSIONS WITH AUDIO GUIDE, BUSINESS OFFERS, GUIDES AND ROUTES, and CONTACTS LOCATIONS. The main content area features a large image of a woman wearing a hat and sunglasses, looking at a map. Overlaid on the image is the text: "AUDIO GUIDE BULGARIA" with a logo that says "THE VOICE OF HISTORY" and "TOUR AVAILABLE IN 6 LANGUAGES English, Spanish, French, Italian, Russian and Bulgarian".

**Audio Guide Bulgaria - Your Personal Multilingual Tour Guide
for Sightseeing tours and Day trips**



SOFIA

PLOVDIV

NESEBUR

RILA MONASTRY

BOYANSKA CHURCH



AN AUDIO GUIDE DAY TRIP IN SOFIA



A DAY TRIP FROM SOFIA TO PLOVDIV



GUIDE WITH SOFIA GRAFFITI



7. Gotvach.bg (Bonapeti.com) — Base de dados de receitas

Gotvach.bg é uma das maiores bases de dados de receitas, incluindo algumas receitas tradicionais. As pessoas podem registar-se e adicionar as suas próprias receitas com detalhes e imagens. A qualidade do conteúdo é verificada por uma equipa de administração. É possível comentar e avaliar as receitas partilhadas, bem como carregar imagens, receitas em vídeo, artigos e iniciar fóruns de discussão.

A plataforma é fácil e conveniente de navegar, incluindo também um motor de busca — é possível procurar uma receita particular por palavras-chave, categoria, etc.

A plataforma foi traduzida em vários idiomas.

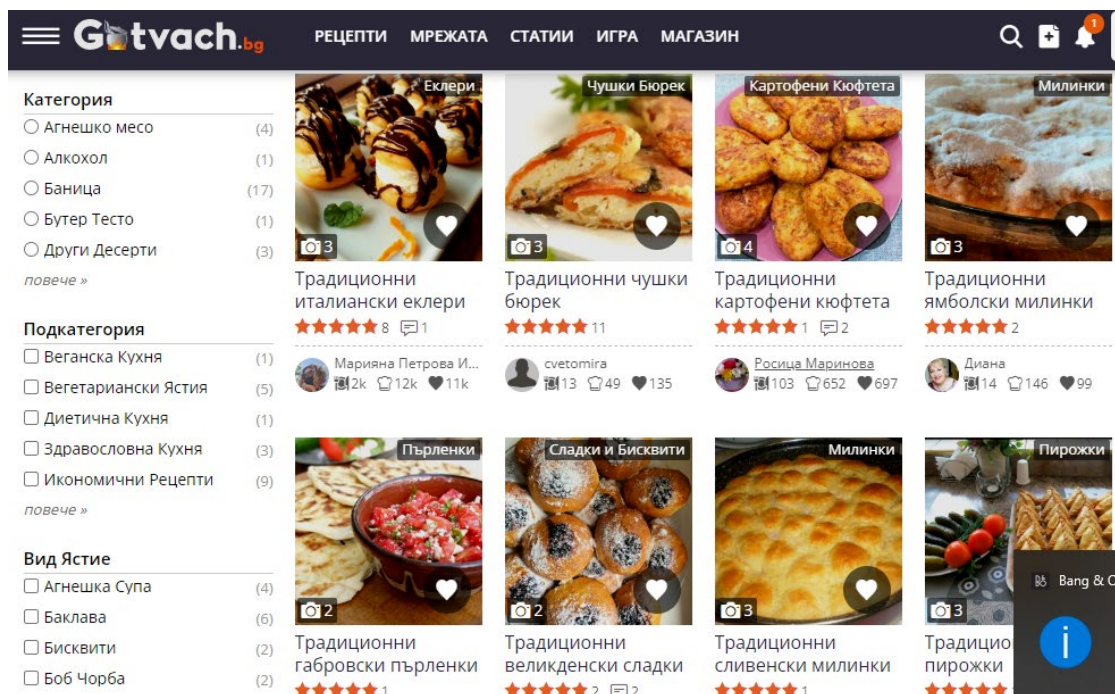
A página *Web* foi gamificada — quantas mais receitas, artigos, comentários, gostos e convites de adesão tiver efetuado, mais pontos ganha. Graças aos anúncios da página e à loja *online*, a plataforma pode oferecer prémios, tais como máquinas de café, artigos de cozinha, etc. Desta forma, garante-se a criação de conteúdo de qualidade para a plataforma.

A plataforma é um dos *sites* de receitas mais famosos da Bulgária. Graças à sua grande popularidade, o *site* inclui muitos anúncios, o que o torna financeiramente sustentável, mas também um pouco maçador.

<https://gotvach.bg/>

<https://www.facebook.com/bggotvach>

<https://www.youtube.com/c/GotvachBgVideos>



Gotvach.bg РЕЦЕПТИ МРЕЖАТА СТАТИИ ИГРА МАГАЗИН

Категория

- Агнешко месо (4)
- Алкохол (1)
- Баница (17)
- Бутер Тесто (1)
- Други Десерти (3)

повече »

Подкатегория

- Веганска Кухня (1)
- Вегетариански Ястия (5)
- Диетична Кухня (1)
- Здравословна Кухня (3)
- Икономични Рецепти (9)

повече »

Вид Ястие

- Агнешка Супа (4)
- Бакалава (6)
- Бисквити (2)
- Боб Чорба (2)

Традиционни италиански еклери (★★★★★ 8)

Традиционни чушки бюрек (★★★★★ 11)

Традиционни картофени кюфтета (★★★★★ 1)

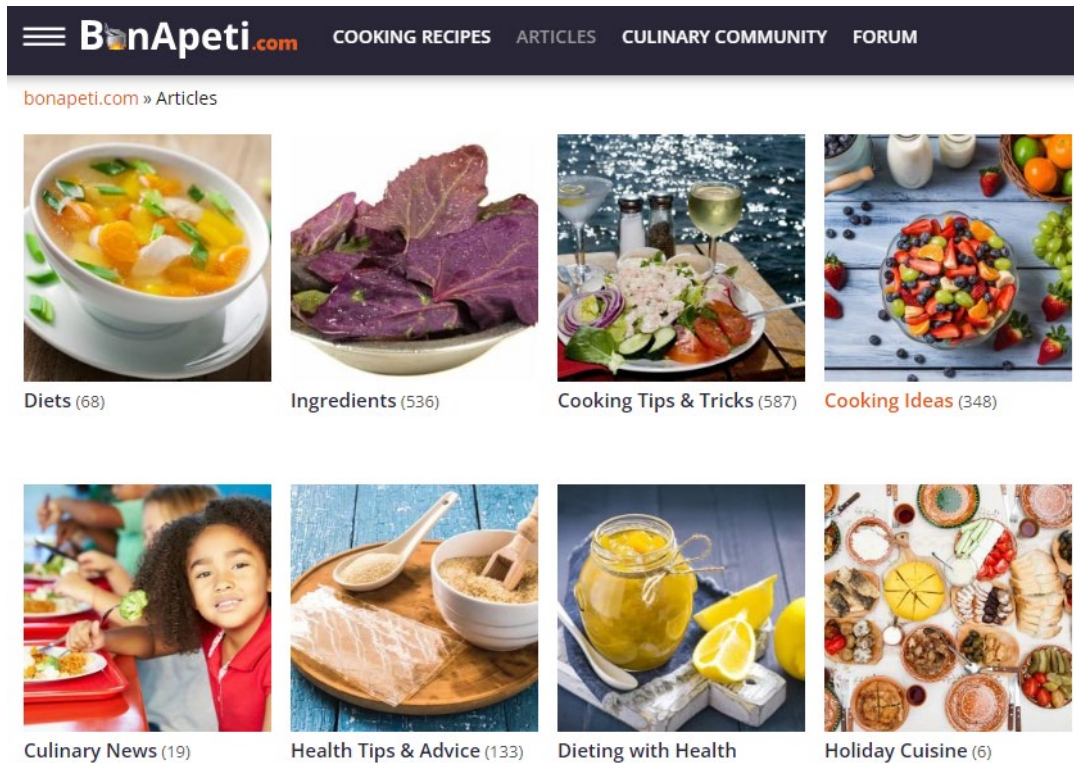
Традиционни ямболски милинки (★★★★★ 2)

Традиционни габровски пърленки (★★★★★ 1)

Традиционни великденски сладки (★★★★★ 2)

Традиционни сливенски милинки (★★★★★ 1)

Традиционни пирожки (★★★★★)



BonApeti.com COOKING RECIPES ARTICLES CULINARY COMMUNITY FORUM

bonapeti.com » Articles

Diets (68)

Ingredients (536)

Cooking Tips & Tricks (587)

Cooking Ideas (348)

Culinary News (19)

Health Tips & Advice (133)

Dieting with Health

Holiday Cuisine (6)

8. **Cooperativa alimentar para consumidores/as e produtores/as de alimentos naturais** <https://www.hrankoop.com/>

A missão da Hrankoop é aceder a alimentos naturais por meio da participação solidária de consumidores/as e produtores/as nas áreas de produção, distribuição e controlo. Tudo começou em 2010, primeiro como um grupo informal que, posteriormente, se registou como cooperativa no final de 2015 e que conta agora com 74 membros a tempo inteiro e 150 consumidores/as e produtores/as associados/as. A cooperativa oferece alimentos naturais provenientes de quintas nas grandes cidades.

As principais atividades da Hrankoop são as seguintes:

- Fornecimento cooperativo;
- Mercados de produtores/as;
- Eventos;

Entre as atividades complementares, mas igualmente importantes para a Hrankoop, podemos encontrar as seguintes:

- Ações solidárias;
- Apoio social;
- Agricultura urbana;
- Eventos educativos;
- Restauração com produtos agrícolas.

Como funciona a Hrankoop?

O funcionamento da Hrankoop baseia-se nos sete princípios cooperativos:

- Adesão voluntária e aberta;
- Governação democrática por parte dos membros;
- Participação económica dos membros;
- Independência;

- Educação;
- Cooperação entre cooperativas;
- Cuidado da comunidade.

A Hrankoop não só apoia produtores e produtoras locais ao expor os seus produtos, encorajando também o trabalho voluntário e as iniciativas da comunidade, bem como a agricultura urbana.

A Hrankoop é uma iniciativa valiosa não só porque permite a relação entre pequenos/as produtores/as e consumidores/as, mas também graças à grande variedade de eventos que organiza. Alguns exemplos são: jardim comestível educativo, exposições fotográficas, a série de eventos «Salvar o solo» e muito mais. A Hrankoop está ativa nas maiores cidades regionais da Bulgária e continua a crescer.

<https://www.hrankoop.com/>

<https://www.facebook.com/HrankoopSofia/>

<https://www.youtube.com/channel/UCXQ-UvobU5zXA3BE3bjG8EQ>



ХРАНИ
КООП
За чиста храна



9. LocalFood.bg Foundation — Uma incubadora de iniciativas criadas por pequenas *startups* do setor alimentar

A LocalFood.bg Foundation criou uma rede nacional de microempresas e oferece apoio especializado para permitir um acesso eficaz ao mercado e um correto desenvolvimento, de acordo com todos os requisitos regulamentares.

A fundação é herdeira da Sustainable Society Association (fundada em 2012 e encerrada em 2016), que realizou os primeiros mercados de produtores/as nas principais cidades do país. Atualmente, criou uma equipa de especialistas que se tem dedicado ao desenvolvimento do mercado de alimentos locais nos últimos anos. Para além da formação e mentoria, outra missão da equipa é ter um impacto duradouro nas políticas de empresas do setor alimentar locais e de pequenas dimensões.

Algumas atividades da organização são apoiadas pela America for Bulgaria Foundation.

PROJETOS

- PENDARA

PENDARA é um projeto a longo prazo que tem por objetivo apoiar a fase de lançamento de iniciativas de pequenas *startups* do setor alimentar, de modo a explorar o potencial da involuntária área cinzenta do setor e contribuir para reformas que beneficiem o mercado de alimentos caseiros e locais.

Atividades principais

- Pendara Academy — Um programa de formação anual para concluir o lançamento de *startups* locais e de pequenas dimensões do setor alimentar;
- Formação empresarial — Cursos individuais ou em pequenos grupos para promover a transferência de conhecimento e experiência empresarial da parte de intervenientes importantes do setor alimentar local para as *startups*;

- Formação e circuitos turísticos gastronómicos — Visitas organizadas a pequenas quintas e produtores/as de alimentos com vista à partilha de conhecimento e experiências;
- Programa de serviços — Um conjunto de serviços concebido especificamente para *startups* locais do setor alimentar. Inclui um serviço gratuito de perguntas e respostas e outros serviços pagos, tais como testes e formações empresariais, registo de novas instalações de produção de pequenas dimensões, subscrições mensais de controlo interno.
- LOCALFOOD.BG

O *site* principal da fundação está repleto de exemplos de microempresas em atividade, recursos e guias:

- Colaboração com uma equipa de especialistas para criar conteúdo de elevada qualidade;
- Contacto com entidades patrocinadoras que possam apoiar ideias (por exemplo, America for Bulgaria, entre outras);
- Oferta de formação e mentoria para pequenas empresas;
- Missão — Ter um impacto duradouro nas políticas de pequenas empresas locais do setor alimentar.

A plataforma inclui uma categoria separada altamente inspiradora chamada «Histórias», na qual conta a história de pequenos/as produtores/as e empresas que preservam a alimentação, sementes e tradições búlgaras.

<https://www.localfood.bg/foundation/>



10. «Pendara» — Mercado de alimentos local e turismo gastronómico rural que procura melhorar o ambiente empresarial para o seu desenvolvimento

Na Bulgária, a implementação da legislação europeia está a ficar para trás ao nível desta categoria de produtos e todo um meio de subsistência essencial para a economia local, tal como a preparação e a venda de alimentos caseiros e autênticos, é forçado a entrar no setor informal.

Pendara é um projeto complexo e a longo prazo da LocalFood.bg Foundation, cuja missão é resolver este problema e tornar o ambiente mais favorável para as empresas locais do setor alimentar.

A equipa da Pendara aborda o problema através de três atividades principais:

- Estudar detalhadamente o potencial da área cinzenta do setor;
- Criar e apoiar o desenvolvimento de iniciativas de empresas do setor alimentar;
- Influenciar diretamente reformas a favor de um mercado livre que promova alimentos locais, autênticos e caseiros.

O que faz a PENDARA:

- **Mercado de produtores/as da Pendara** — Um evento urbano que une produtores e produtoras locais de alimentos naturais diretamente a consumidores e consumidoras;
- **Mercado Pendara** — Uma loja *online* que faz entregas diretas de alimentos provenientes de quintas locais;
- **«Pendara na aldeia»** — Zona de turismo gastronómico rural. Aqui podemos encontrar pensões que oferecem alimentos locais, lugares e mercados com produtos locais; uma aventura pelas áreas desconhecidas da Bulgária;
- **«Academia Pendara»** — Programa especializado em formações abrangentes relacionadas com iniciativas de pequenas empresas nas áreas de alimentos locais e turismo gastronómico rural. Inclui formações *online* básicas e cursos presenciais especializados;

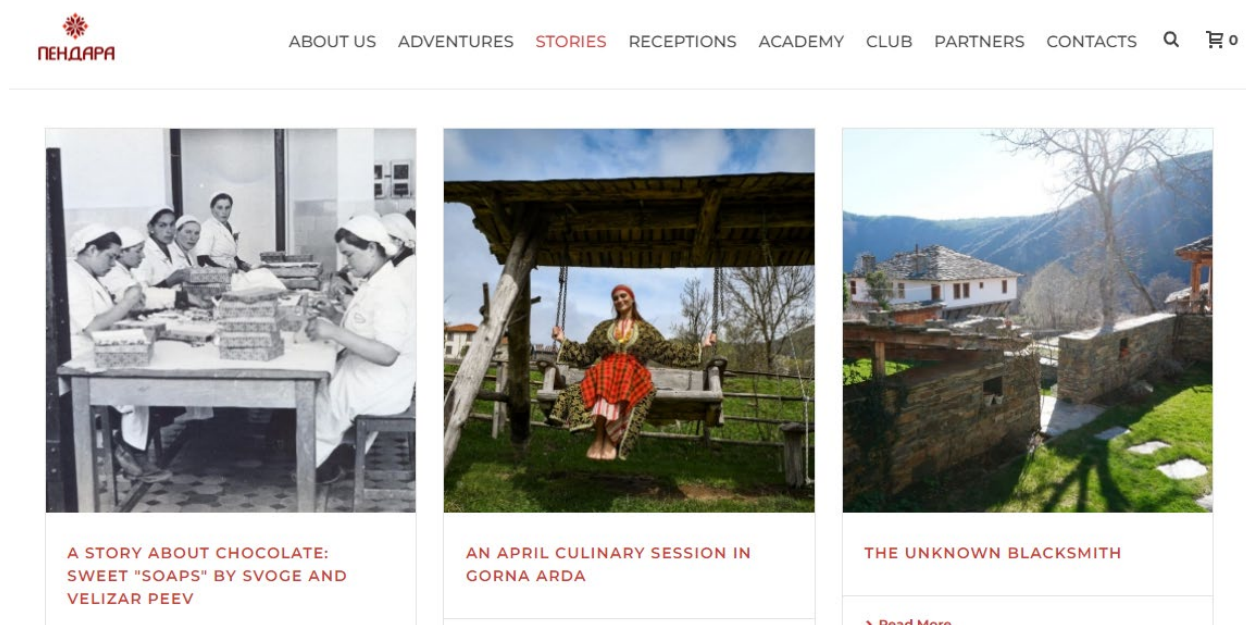
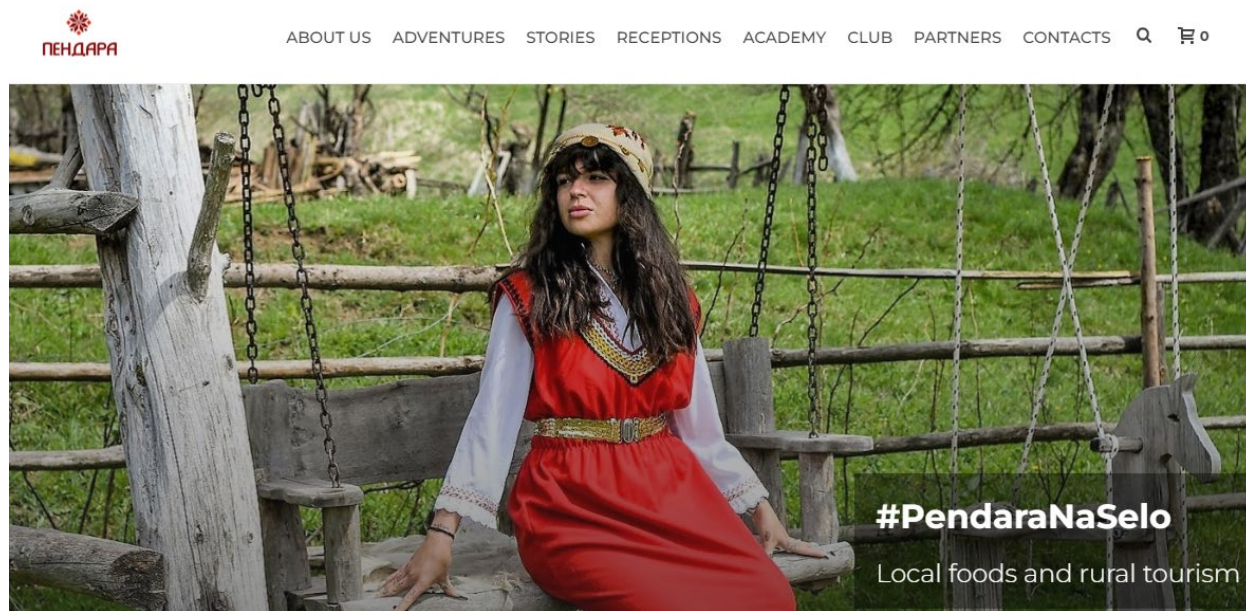
- **Clube Pendara** — Uma rede de profissionais da agricultura, produção, hotelaria, restauração e comércio cujas pequenas empresas contam com o apoio da Pendara ao nível da experiência, rede e desenvolvimento de oportunidades;
- Excelente *marketing* e visão atrativa do projeto;
- Loja *online* fácil de navegar com alimentos produzidos localmente;
- Turismo gastronómico apresentado como uma aventura;
- Academia *online* para empreendedorismo na área da gastronomia rural + consultoria empresarial.

Em caso de dúvidas relacionadas com o Clube Pendara, a equipa está empenhada em **estabelecer e implementar parcerias empresariais entre agricultores e agricultoras**, artesãos e artesãs, proprietários e proprietárias de pensões, bem como vários comerciantes (restaurantes, cafés, hotéis, lojas, investidores e investidoras). Por exemplo, oferecem serviços de corretagem quando um pequeno restaurante procura fornecedores da quinta para a mesa ou de alimentos autênticos.

<https://pendara.bg/>

<https://www.facebook.com/pendara.bg>

<https://www.youtube.com/channel/UCahbV7ECuaAEgmkQzEkT3aw>



11. Provas de azeite no Alentejo, Portugal

Uma prova de azeite no Alentejo, Portugal, é uma atividade que um grande número de visitantes procura atualmente. Porquê? Porque é algo muito natural e genuíno nesta região. Porque as oliveiras estão presentes no Alentejo há milhares de anos e porque o azeite que aqui se produz tem uma qualidade fora de série.

Visitar as caves de vinho é agora uma atividade turística no Alentejo, uma vez que o vinho alentejano ganhou imensos prémios internacionais.

Esta é uma experiência única, já que as pessoas que as visitam estarão em contacto com a incrível história de um pequeno produtor apaixonado pelo seu olival há mais de seis décadas.

O proprietário aproveitou o facto de ter, na sua propriedade, oliveiras com mais de 2000 anos de idade. Nesta propriedade, as oliveiras são apanhadas à mão e processadas no mesmo dia para manterem todas as suas propriedades. Este método faz do azeite um produto natural altamente benéfico para a saúde.

<https://www.visitevora.net/en/olive-oil-tasting-alentejo-portugal/>





12. Experiência «Wine'making for a day» no Alentejo, Portugal

Criada em 1997, esta adega de estilo alentejano conta com cerca de 900 m² de área coberta e está equipada com a tecnologia de vinificação mais moderna, uma sala de engarrafamento de vinhos e caves para o envelhecimento de vinhos. Na Adega Vila Santa, a modernidade abraça harmoniosamente a tradição de vinificação portuguesa. Algumas das uvas destinadas aos vinhos tintos mais sofisticados, onde a produção segue as regras ancestrais, são esmagadas em moinhos de mármore e parcialmente desengaçadas.

O aspeto inovador desta experiência na Adega Vila Santa é que terá a oportunidade de criar o seu próprio vinho e tornar-se vinicultor ou vinicultora por um dia. Também pode degustar vinhos *premium* e fazer um piquenique durante a degustação.

<https://www.jportugalramos.com/>



13. Casa Rural Sete Quintas, Portugal

A Sete Quintas localiza-se a 25 km de Coimbra, na Retorta, município de Miranda do Corvo, no coração de Portugal, nas margens do rio Dueça. Abandonado há mais de 60 anos, este antigo moinho de azeitona e farinha, atualmente restaurado, preserva a disposição rústica, combinando pedra tradicional com madeira quente; características modernas, tal como ar condicionado, Wi-Fi e televisão com a simplicidade de outrora.

No total existem três quartos e duas casas independentes, para um máximo conforto e privacidade. Também pode visitar o Museu do Azeite, um tributo à oliveira galega (uma oliveira portuguesa típica desta região), aos nossos antepassados e aos seus quotidianos difíceis.

A Sete Quintas é considerada um estudo de caso inovador, uma vez que foi construída em torno de um antigo museu do azeite, abandonado há mais de 70 anos e que pode visitar, podendo encontrar todos os objetos tradicionais utilizados numa época onde o trabalho era o único produto da força e da vontade das pessoas. No museu privado, pode conhecer o processo artesanal por trás do fabrico do tão apreciado azeite.

<https://sete-quintas.pt/>

<https://www.facebook.com/museudoazeite>





14. Nobre Terra, licores e compotas tradicionais, Portugal

A empresa Nobre Terra, localizada em Cajados, no município de Palmela, foi criada em 2009 por um jovem casal de docentes que decidiu dedicar-se à produção de licores e compotas de fruta e plantas aromáticas produzidas na sua quinta de agricultura biológica.

A criação da empresa representa mais do que um negócio, representa um estilo de vida e o privilégio da agricultura biológica, o respeito pela natureza e o ambiente e a apreciação de produtos locais e da qualidade e autenticidade dos produtos.

Trata-se da criação de uma microempresa que produz licores tradicionais e compotas excecionais com produtos locais produzidos na quinta, utilizando receitas ancestrais e familiares recuperadas e melhoradas com a introdução de novos ingredientes e sabores, resultando em produtos de alta qualidade.

O projeto consistiu na instalação de uma unidade de produção de licores e compotas que utiliza a fruta e as plantas produzidas na quinta.

<https://www.nobreterra.pt/index.php>



15. Quinta do Miguel

A Quinta do Miguel, que conta com uma área de 12 000 m², é um local tranquilo e encantador constituído por várias casas, estúdios e um *loft* cujos interiores contam com um *design* cuidado, bem como por um jardim idílico repleto de diferentes espécies de árvores e flores à espera de ser descoberto.

Com uma piscina única e um jacúzi exterior que se funde com a natureza ao redor, tudo foi pensado até ao último detalhe para quem procura umas férias serenas durante o verão ou momentos repousantes durante os meses frios.

A Quinta do Miguel é uma forma de empreendedorismo e inovação em zona rural, tendo em conta que se encontra na aldeia do Meco em Sesimbra. Um turismo refinado que privilegia o conforto e a privacidade da clientela, sem esquecer as características da aldeia onde se encontra.

<https://www.quintadomiguel.com/>





16. Pensão Merlina — La Foresteria La Merlina

A Pensão Merlina nasceu do desejo de Marco e Liliana de embarcarem num novo desafio profissional. Após criarem e gerirem durante 35 anos uma das gastronomias mais influentes em Tortona e em todo o panorama italiano, decidiram que estava na altura de voltar às raízes, na faixa de terra na fronteira entre Val Curone e Val Borbera.

Graças ao importante trabalho de recuperação (que durou seis anos!) de uma casa de campo dos anos 70 que estava totalmente abandonada, nasceu, em 2016, uma das realidades mais dinâmicas de todo o panorama turístico, num dos lugares mais espetaculares das redondezas.

Nas encostas do Monte Giarolo, entre Val Curone e Val Borbera, com uma vista de cortar a respiração das colinas de Tortonese e uma localização estratégica, a Foresteria La Merlina é o local ideal tanto para descobrir a área através das trilhas que podem ser percorridas a pé ou com as novas bicicletas elétricas, quanto para relaxar junto à piscina com um coquetel na mão enquanto aprecia

o pôr do sol.

Os quatro confortáveis quartos, cada um com o nome de uma casta de uvas, estão preparados para lhe dar as boas-vindas e oferecer-lhe momentos mágicos de descontração.

Nesta estrutura, cada hóspede pode desfrutar de um restaurante com cerca de 30 lugares, no qual encontrará uma cozinha que oferece o melhor do território e utiliza ingredientes, tanto vegetais como animais, produzidos diretamente pelo casal proprietário.

Adicionalmente, existem quatro quartos virados para a piscina onde pode descansar após o jantar ou tirar o máximo partido das instalações, que também incluem uma piscina com vista para o vale, extensos prados onde pode fazer BTT, andar a cavalo, fazer *trekking* ou simplesmente descontrair na natureza.

O objetivo deste local é valorizar os produtos culinários, oferecendo a oportunidade de degustar produtos locais genuínos das redondezas.

Um exemplo claro deste desejo é certamente a criação de suínos no seu meio selvagem.

Levar os produtos da exploração de gado para a mesa da clientela foi um sonho tornado realidade, tal como oferecer às pessoas a oportunidade de acompanharem o crescimento e o processamento da carne para desfrutarem de produtos genuínos e certificados com selo de qualidade. O desejo é tornar a cultura e tradições gastronómicas acessíveis a cada hóspede através da criação suína própria.

Por este motivo oferecem atualmente dois tipos de produtos: «cortes frescos» e «cortes frios» (incluindo o seu famoso salame «Angels with String») temperados durante três a doze meses nas antigas caves de pedra situadas nos vales.

Seguindo a cadeia de frescos, é possível escolher entre os seguintes cortes de carne:

- Lonza;
- Coppa;
- Salamelle;
- Salsicha;

- Pernil;
- Costeletas;
- Cotechino;
- Filete.

Se desejar degustar os cortes frios, pode escolher entre os seguintes produtos:

- Salame «Nobre» temperado durante três a seis meses;
- Salame «Cucito» temperado durante mais de seis a doze meses;
- *Cacciatorini* temperado durante 30 dias;
- *Pancetta* temperada durante mais de 12 meses;
- *Coppa* temperada durante mais de seis meses;
- Salame cozinhado.

Mas porquê escolher os produtos da Pensão Merlinia:

Ração dos porcos: Na pensão, os porcos são criados ao ar livre, com uma dieta complementada com forragem e cereais provenientes da quinta.

Onde vivem os porcos: Os porcos vivem a cerca de 700 m da pensão numa área verde protegida, com mais de um hectare de pradarias e florestas intocadas.

Porquê escolher esta oportunidade: Esta é uma nova forma de compreender a economia gastronómica e doméstica. Cada hóspede recebe a oportunidade de contribuir para a comunidade em termos da gestão direta e da compra de um porco para que não sejam gerados excedentes ou desperdícios alimentares e para que possa ter a certeza da qualidade dos seus alimentos.

Outra excelente proposta deste local é o serviço de bicicletas elétricas com pedalagem assistida.

Na verdade, é possível admirar as bonitas paisagens e mergulhar na natureza pedalando ao longo das trilhas com vários níveis de dificuldade, ou em estradas de terra ou pavimentadas, desfrutando

da pedalagem assistida das bicicletas elétricas.

www.foresteriamerlina.it





17. Lindhouse — Casa de campo

Lindhouse é uma pequena casa de campo com dois apartamentos no final de uma estrada sem saída. A alguns quilómetros de Alba e Asti, é uma excelente solução para quem procura ter o seu próprio apartamento para passar umas férias agradáveis no meio da natureza. A casa encontra-se perto do centro histórico de Govone, que oferece todos os serviços necessários, tais como restaurantes, bares, farmácias e supermercados.

A casa é simples, mas especial. Com dois apartamentos pequenos, mas extremamente acolhedores com mobiliário simples e feito à mão pelos anfitriões, é perfeita para umas férias simples e tranquilas. A Lindhouse é perfeita para bicicletas e ciclistas: estacionamento fechado e coberto para bicicletas, sala de manutenção, instalações para lavar as bicicletas e roupa de desporto e sugestões de circuitos.

A equipa anfitriã é constituída por Andrea, Sara e Linda. Tudo começou quando o casal decidiu criar a sua filha num local calmo e sereno, onde pudesse correr livremente e crescer rodeada pela natureza. Assim, em 2016, compraram duas pequenas casas com um pátio comum e um velho alpendre.

Uma divisão de cada vez, tentaram dar uma nova vida a estas duas casas, respeitando a estrutura original. Outro aspeto importante é que a Lindhouse é ecológica: num mundo em constante mudança, decidiram fazer a sua parte ao tentar, sempre que possível, fazer escolhas responsáveis e respeitar a natureza circundante. Assim, esta é uma casa verde por dentro e por fora.

A Lindhouse está localizada em Govone, uma pequena cidade rodeada pelas colinas onduladas da região de Roero. O pequeno jardim da casa está equipado com mesas, cadeiras, espreguiçadeiras e uma confortável rede para aproveitar ao máximo os dias de sol. Ao redor da casa existem muitas trilhas para fazer caminhadas ou bicicleta de montanha. Pode chegar facilmente a San Damiano, famosa pelos seus fantásticos festivais de verão, ou a Priocca e Canale.

O acesso à casa é feito através de um pequeno pátio que, no verão, equipamos com um conjunto de jardim para relaxar e desfrutar da vista. Assim que entra, encontrará um espaço de estar com uma cozinha totalmente equipada, ideal para estadias mais longas, uma mesa de jantar, uma

televisão e uma cama abatível para uma terceira pessoa. Na cozinha encontrará gratuitamente uma chaleira, uma máquina de café com cápsulas, compotas, bolachas e chás de ervas.

Quente e aconchegante no inverno, fresco e luminoso no verão, o quarto é simples, mas extremamente acolhedor. Projetámos e construímos o mobiliário do quarto com materiais naturais e reciclados. O quarto está equipado com ar condicionado, duas janelas com vista para o jardim e uma confortável cama de casal. Também podemos adicionar uma cama com grades para bebé. Luzes e velas criam a atmosfera perfeita para as suas férias relaxantes.

Todas as manhãs encontrará um cesto de piquenique com o pequeno-almoço, repleto de iguarias locais e bolos caseiros.

O casal anfitrião assumiu o compromisso de utilizar, em todas as refeições, alimentos de origem responsável, num esforço de ter um impacto positivo num mundo em constante mudança. Pode comer o que quiser e onde quiser!

Pode até trazer o seu cesto para o jardim e tomar o pequeno-almoço no exterior, se a meteorologia o permitir.

Poderá perguntar-se porque deve visitar a região de Langhe e Roero.

São inúmeras as razões para visitar esta região, a qualquer altura do ano: castelos antigos, paisagens lindíssimas e uma cultura gastronómica e enológica fascinante.

Vamos descobrir mais detalhes sobre esta parte de Piemonte.

Entre dois rios, o Tanaro e o Bormida, esta área é conhecida pelas suas lindíssimas colinas onduladas e vales repletos de vinhas (o chamado Bassa Langa), bem como pelas cidades fortificadas rodeadas de bosques e campos de aveleiras (o fascinante Alta Langa). Alba é uma das cidades mais importantes, famosa em todo o mundo pelo seu leilão de trufas, pelo vinho e pelas inúmeras iguarias gastronómicas.

Barolo é também uma cidade a não perder que incorpora a essência de uma das mais nobres vinhas de Piemonte com o mesmo nome. A região de Langhe é magnífica durante todo o ano; mesmo no outono é simplesmente mágica devido à maravilhosa folhagem.

Em relação a Roero, primeiramente, Roero é o nome de uma área geográfica e histórica em Piemonte que engloba 24 municípios, localizados na parte nordeste da província de Cuneo. A

margem esquerda do rio Tanaro separa esta área de Langhe que, em conjunto com Monferrato, faz agora parte do Património Mundial da UNESCO.

A região de Roero estende-se até às províncias de Turim e Asti e é um excelente destino para qualquer pessoa que procure descontrair e fugir da cidade. Aqui encontrará uma gastronomia e vinhos excelentes, paisagens lindíssimas e incríveis trilhas para praticar desportos de exterior.

Um aspeto certamente inovador que estas instalações oferecem é o conjunto de experiências oferecidas à clientela: na verdade, o casal anfitrião, em parceria com a TourDivini, uma agência de viagens da área, selecionou algumas das experiências oferecidas pela área e, claro, recomendam-nas todas!

Estas incluem:

- Visita à fábrica de laticínios Altalanga (alimentos lentos) que oferece uma explicação sobre a criação de cabras, a recolha de leite exclusivamente para a sua própria produção, visita às instalações de produção própria, às caves de armazenagem e à quinta com os animais que poderá observar.

A experiência termina com uma prova de queijos preparados de acordo com receitas ancestrais.

- Aula de cozinha de massa fresca com a Avó Francesca:

Na casa, juntamente com a mãe do casal proprietário, a Nonna Francesca, é possível descobrir todos os segredos da correta preparação de massa fresca com ovos. Um meio-dia passado em conjunto para viver uma experiência familiar genuinamente italiana.

- Jantar nas vinhas:

Jantar e música ao luar nas vinhas de Roero. Um evento mágico, o sonho de uma noite de verão para mergulhar na atmosfera de outrora e viver uma experiência única nas colinas. Longas mesas preparadas entre vinhas centenárias com a degustação de um menu e de vinho de Piemonte em abundância.

- Crie a sua própria fragrância:

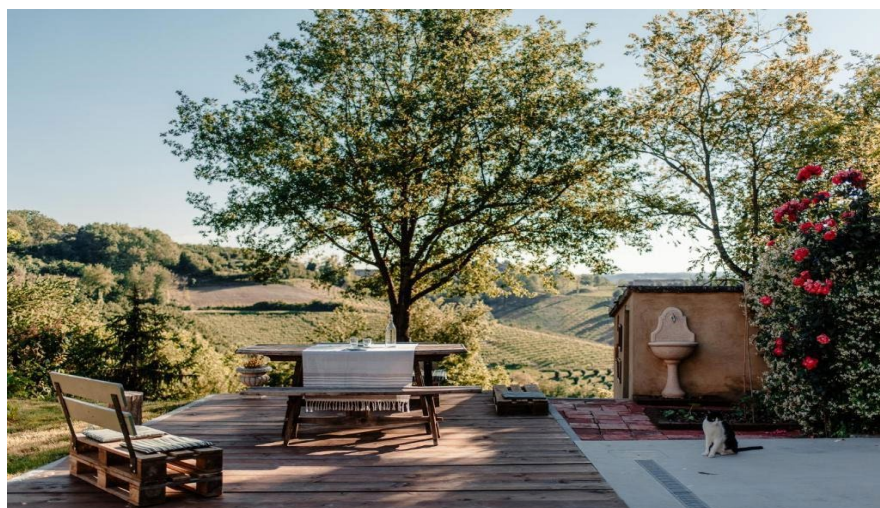
Seminário interativo com uma hora e meia de duração, realizado por um *maître parfumeur* que acompanhará cada participante a percorrer a história do perfume, dos óleos essenciais e das ervas, especiarias, essências e infusões para facilitar a criação do seu próprio perfume. A experiência é

concluída com a criação do seu próprio perfume e, se desejado, um almoço ou aperitivo.

- *Workshop* de ervas e aulas de cozinha:

O *workshop* dura de 2 a 3 horas e conta com a orientação de um/a especialista na área, bem como de um/a naturopata e um/a cozinheiro/a. O/a especialista orientará cada hóspede para aprender a incluir ervas nas receitas, como tirar partido da sua utilização, as propriedades das mesmas e como as dosear e utilizar para preparar pratos tradicionais, receitas saudáveis, decocções e chás de ervas. Parte do curso educativo será dedicado às ervas em produtos cosméticos.

<https://www.lindhouse.it/>





18. Granja Biológica do Etna — Agriturismo Biologico dell'Etna

A granja encontra-se na encosta do Monte Etna, a 550 m acima do nível do mar numa das aldeias mais antigas e fascinantes do Etna, Trecastagni, chamada de «Miradouro do Etna». O Etna é o maior vulcão ativo europeu, cujas correntes de lava oferecem uma vista evocativa, incrível e única. É neste contexto que foi criada a Agriturismo Biologico dell'Etna, num local saudável e tranquilo, fresco no verão e ameno no inverno, cheio de cor e fragrâncias que permitem uma estadia agradável. Conta com quase dois hectares e plantações de árvores de fruto e vegetais com gestão biológica (certificados AIAB) desde 1988 que, em conjunto com outros produtos tais como compotas biológicas sem açúcar, são vendidas diretamente na quinta.

O edifício, cujo restauro foi recentemente concluído, com acabamentos refinados como portas em madeira de nogueira e pavimentos «*cotto*» *sicilia*, está aberto durante todo o ano, sendo exigida uma estadia mínima de duas noites.

Estão disponíveis cinco quartos, cada um com uma entrada independente, totalmente mobilados e com uma casa de banho privativa, com um total de nove camas. Todos os quartos têm acesso a água quente, aquecimento, ar condicionado e iluminação de teto. As crianças poderão também desfrutar de um parque. O estacionamento é gratuito.

Possibilidade de carregar um carro elétrico gratuitamente (consoante a disponibilidade).

Em 2009, o edifício foi equipado com painéis solares, em conformidade com as políticas ambientais e de poupança de energia do mesmo.

Nas redondezas de Trecastagni é possível praticar vários desportos, ski, excursões até ao Monte Etna, patins no gelo, viagens de barco e natação na Costa Ionica, equitação, futebol, futebol americano, ténis, ginásio, karting, passeios de bicicleta e bicicleta de montanha, *trekking* no Monti S. Nicolò, Gorna e Ilice. A 20 km, também existe um campo de golfe disponível para quem apreciar o desporto. Durante a estadia na granja, cada hóspede irá receber folhetos gratuitos que indicam o trajeto para visitar locais de interesse, permitindo-lhe organizar a estadia da melhor forma possível. De grande interesse é a visita ao Monte Etna e ao Parco dell'Etna que começa a apenas 2 km da granja. A proximidade à autoestrada permite aceder rapidamente às províncias de Siracusa, Ragusa, Enna e Agrigento.

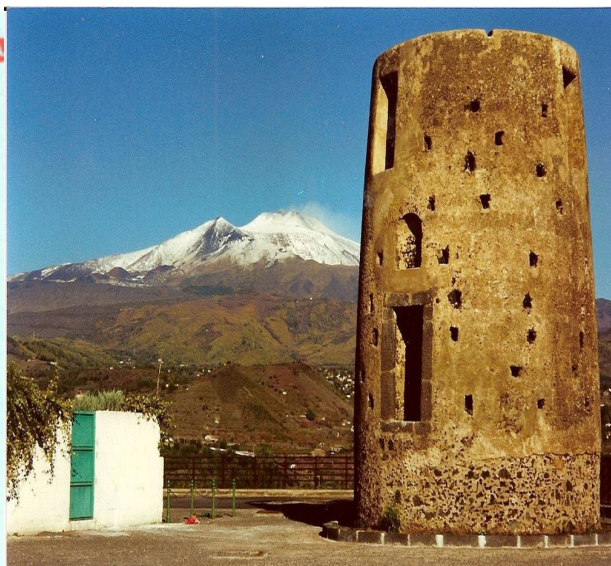
Um ponto forte e inovador desta granja é definitivamente a rota chamada «Rota dos vinhos do Etna» que permite um contacto direto com a realidade vinícola da área.

A Granja Biológica do Etna é o ponto de partida da «Rota dos vinhos do Etna» e inclui todos os itinerários culturais, históricos, naturais e enogastronómicos da região da Costa Ionica e do este da Sicília. Pode escolher os que mais se adequarem à SUA sede de conhecimento. (Existem itinerários junto ao mar, na montanha, religiosos e com castelos.) Pode combinar várias rotas entre as alternativas listadas acima para as personalizar conforme deseja. Assim sabemos como cada hóspede prefere passar os seus dias, tendo a oportunidade de criar memórias indelévels de tudo o que pode admirar durante a sua viagem na maravilhosa e incrível ilha que é a Sicília.

A partir da Granja Biológica do Etna, começamos a primeira rota da «Rota dos vinhos do Etna» com uma visita às vinhas do Nicosia Group para adquirir ou provar os vinhos «Etna Rosso» e o

«Etna Bianco» produzidos na área de Trecastagni (possibilidade de visita guiada às vinhas do Nicosia Group no Monte Gorna e no Monte Cava); no caminho, podemos admirar as paredes de pedra seca que suportam a terra onde se encontram as vinhas e os pomares, podemos ver o Eramo di S. Emilia e a Gruta Comum para descer o vale até ao Monte Serra para conhecer o museu da lava «MULA». Em seguida, voltamos à «Rota dos vinhos do Etna» com uma visita às vinhas do Monte Serra de Dr. Giuseppe Benanti de Viagrande, um produtor de vinhos DOC onde é possível provar vinhos especiais, cuidados até ao último detalhe por mestres especialistas da vinicultura. A um passo de Viagrande está à fábrica de licores Nonna Rufina, que produz licores com aromas particulares, tais como, para citar alguns, o «Laurel», o «Chilli» e o «Fennel». Descendo até Aci Bonaccorsi e depois Valverde, na «Rota dos vinhos do Etna», chegamos à fábrica de licores Le Antiche Delizie, onde podemos adquirir o Elisir dell'Etna ou o Rosoli di Mandarino ou Arancio produzidos com um método biológico. Passando a cidade de Aci Catena, a visita à zona arqueológica de Reitana em Aci S. Nicolò é imperdível, onde encontramos as termas de Santa Venera al Pozzo e alguns moinhos de água antigos. Continuamos a jornada até Acireale para visitar o centro histórico repleto de edifícios e igrejas de estilo barroco. Segue-se a visita à Azienda Autonoma delle Terme di Acireale, no caminho até Aci Trezza, tornada conhecida por Homero na Odisseia e por Giovanni Verga no romance «I Malavoglia» para um jantar de marisco seguido de uma pequena visita ao Aci Castello, o famoso castelo normando. A visita é concluída com o regresso à casa de campo.

www.agruturismobiologicoetna.it



19. Granja Falcare — Agriturismo Falcare

A Granja Falcare encontra-se a cerca de 550 m acima do nível do mar, integrada na bonita paisagem do planalto do Parque Nacional de Gargano. Uma estadia nesta casa permite-lhe absorver a ideia de uma vida mais calma, ditada pelos ritmos da natureza, num local pitoresco, calmo e tranquilo durante todo o ano.

A família que embarcou neste percurso de vida viveu sempre na cidade vizinha de Cagnano Varano, cultivando a terra neste planalto desde os anos 70 com plantações de trigo e legumes. No ano 2000 a família decidiu iniciar uma nova etapa enquanto empresa de agroturismo e, desde então, não voltou atrás, exercendo esta atividade com paixão e dedicação. Esta é uma empresa familiar na qual a atividade agrícola está incluída no agroturismo, onde Aldo e Dina, as pessoas que abriram esta empresa há mais de 20 anos, são uma parte ativa da vida organizacional desta realidade, contando com o apoio da progeneritura.

Existem vários serviços interessantes oferecidos por este tipo de local.

Primeiramente, o alojamento.

O alojamento inclui quartos duplos, quartos triplos ou apartamentos, todos com entradas independentes, rodeados de vegetação e com uma decoração simples e rústica — o toque perfeito para dias de descontração enquanto casal ou com toda a família.

Ao nível da restauração, oferecem as especialidades da quinta ao pequeno-almoço, almoço e jantar, com grande atenção à produção biológica: o leite, laticínios, legumes da época e carne são de produção própria, sendo servidos numa atmosfera familiar na sala do restaurante.

Para quem procura fazer desporto, por outro lado, nas nossas instalações, pode encontrar um parque com um circuito de cinco níveis de dificuldade que inclui pontes tibetanas e polias em árvores da floresta. Além disso, pode desfrutar dos circuitos «Nature Trail» e «Life Trail», equipados com bancos, exercícios com instruções e treinos na floresta.

Além disso, umas férias na granja podem ser uma oportunidade para fazer caminhadas entre as grandes árvores das florestas de Valle Ragusa, a floresta Umbra e Bosco Quarto, mas também

um local ideal para chegar a San Giovanni Rotondo, a cidade de São Pio, Monte Sant'Angelo com a Gruta de São Michael, um parte do Património Mundial da UNESCO, e às várias aldeias de Gargano, tais como a característica gruta de São Michael em Cagnano Varano e a bonita costa de Gargano junto ao Mar Adriático a apenas 20 minutos, Rodi Garganico, Peschici, Vieste, Mattinata, os lagos marítimos de Varano e Lesina, bem como o Lago Salso.

www.agriturismofalcare.com





20. Herdade Bramasole — Tenuta Bramasole

A herdade nasceu da paixão pela criação de cães de raça de Julius e Stephen, maridos e pais LGBTQ+.

Ao longo do tempo, a criação de cães expandiu-se e nasceu o desejo de também expandir esta paixão pelos animais.

Assim, nasceu a Tenuta Agricola Bramasole, uma propriedade de 32 000 metros quadrados em Inveruno, na área de Castanese, que, para além dos cães, é a casa de muitos animais que constituem agora a quinta educativa.

As estruturas da herdade e do clube foram concebidas com atenção especial à sustentabilidade e à ecologia, de tal forma que muitas das peças que compõem ambos os espaços provêm de velhas granjas abandonadas na área de Vercelli.

A cozinha da herdade Bramasole é predominantemente lombarda e local: o que não é produzido na herdade é comprado junto de pequenos comércio locais que vendem laticínios, carnes curadas e arroz, fazendo desta uma cozinha contemporânea e de alta qualidade.

O desejo dos proprietários para a herdade é que seja percebida como um local de abertura, relaxamento e liberdade: aqui, todas as pessoas são livres de serem quem são e — no respeito das outras pessoas e das regras — fazerem o que quiserem.

Quer vestir-se de arlequim? Sinta-se livre para fazer o que sentir que lhe faz bem!

Uma das vantagens oferecidas por esta herdade é oferecer a cada cliente a oportunidade de estar em contacto com a natureza através da quinta educativa.

Os animais que vivem na quinta têm apenas as funções de exibição e educativa: as pessoas adultas e as crianças interessadas no mundo dos animais podem observar os seus comportamentos e hábitos.

Todos os animais nasceram e foram criados em cativeiro e alguns foram resgatados de situações difíceis para o seu bem-estar (maus-tratos, subnutrição, etc.): trouxemo-los para a quinta para que apenas pensem em comer e sentir-se bem.

Pode caminhar entre os animais, conhecê-los e, se quiser, desfrutar de um dos nossos cestos de piquenique enquanto almoça a uma pequena distância deles.

Durante a semana, todos os anos escolares podem vir ouvir a história dos NOSSOS animais e visitar o nosso museu de equipamentos agrícolas antigos; poderá redescobrir o trabalho nos nossos avôs e avós diretamente a partir do equipamento utilizado.

Outro aspeto inovador é o mercado de objetos antigos e modernos.

Na verdade, quando ambos os proprietários abriram a herdade, imaginaram-na como um lugar que une pessoas, não apenas graças à cozinha e à quinta educativa, mas também através de eventos organizados que oferecem a todas as pessoas a oportunidade de serem protagonistas num território. Foi assim que nasceu o mercado da herdade: um dia em que todas as pessoas que pretendem expor ou visitar podem fazê-lo.

O mercado é realizado todos os segundos e quartos domingos do mês e está aberto a toda as pessoas que queiram expor antiguidades, arte moderna, artesanato e produtos vintage.

www.tenutabramasole.com



21. Empreendedor grego encontra grande sucesso ao regressar à natureza na aldeia do seu pai

Sotiris Liberopoulos é um homem grego que trabalhava numa multinacional. Após muita reflexão, mudou-se para a aldeia do seu pai em Raches, Messinia. Aqui, tem um jardim no qual produz produtos locais e legumes biológicos. Vende toda a sua produção a restaurantes premiados em Atenas e Paris. Os produtos colhidos no seu jardim são considerados de alta qualidade porque são frescos e não é possível encontrá-los em nenhum outro local. Adicionalmente, conta com o apoio de uma equipa que o ajuda a procurar e a entregar os seus legumes.

Sotiris Liberopoulos é considerado um líder no empreendedorismo alimentar grego líder fornecendo restaurantes premiados com alimentos biológicos e caseiros provenientes do seu próprio jardim. Além disso, o empreendedorismo que pratica é caracterizado como sustentável, uma vez que não utiliza substâncias químicas nos seus produtos e os legumes são transportados com o mínimo esforço ambiental.

<https://greekcitytimes.com/2018/05/21/greek-entrepreneur-finds-huge-success-returning-to-nature-at-his-dads-village/>





22. Vamvakou Incubator: A aldeia em Laconia que se está a transformar no Silicon Valley grego.

Vamvakou é uma aldeia grega localizada no lado oeste do Monte Parnonas em Laconia. A empresa social cooperativa «Vamvakou Revival» foi fundada em 2018 para aumentar a sustentabilidade da aldeia e conta com o apoio financeiro da Stavros Niarchos Foundation. A iniciativa Vamvakou Revival pretende atrair e desenvolver o empreendedorismo jovem nesta aldeia e tem contribuído para a revitalização da mesma.

Vamvakou Revival prova que o empreendedorismo pode reavivar uma aldeia. Desde o seu lançamento em 2018, o número de residentes aumentou para 26 (no período anterior havia apenas nove residentes) e recebe mais de 12 000 visitantes anualmente. Também transformou a escola num local onde são realizados programas educativos, eventos culturais e *workshops* de inovação. O programa Vamvakou Incubator pretende atrair juventude empreendedora que procure abrir *startups* ou grupos que pretendam implementar uma ideia de negócio que satisfaça as necessidades e agarre oportunidades de desenvolvimento da região de Peloponnese nas áreas da agricultura, alimentação, turismo, cultura, tecnologia e inovação. Finalmente, constitui uma fonte de inspiração de programas semelhantes que procurem focar-se no reavivamento de outras pequenas aldeias gregas.

<https://www.travel.gr/en/experiences-ee/travel-en/vamvakou-incubator-the-village-in-laconia-transforming-into-a-greek-silicon-valley/>





23. Estratégia para aldeias inteligentes de Kythera (Grécia)

Kythera encontra-se em Peloponnese e é considerada uma das maiores ilhas na Grécia. A sua economia local baseia-se principalmente no turismo e na agricultura, mas também em outras áreas, tais como o comércio, serviços, saúde e educação. A estratégia para aldeias inteligentes tem por objetivo desenvolver a aldeia ao melhorar as suas condições económicas, sociais e ambientais. A estratégia foca-se nas forças da ilha e exige um total envolvimento da parte de *stakeholders*, inovação e experimentação.

Este tipo de iniciativa tem por objetivo desenvolver a ilha de Kythera tornando-a numa aldeia autónoma. Os objetivos principais são reforçar a economia local e o estatuto social de Kythera, uma vez que a ilha é apoiada financeiramente pelo turismo e pela produção/agricultura local. Também procura torná-la mais sustentável. Existem três principais estratégias prestes a serem implementadas: O «Plano de ação de energia sustentável», o «Plano de mobilidade urbana sustentável» e o «Plano de gestão de recursos hídricos». Por fim, a estratégia para aldeias inteligentes irá atrair mais pessoas, especialmente jovens no empreendedorismo, para aí viverem de forma permanente e abrirem os seus próprios negócios.

https://www.smartrural21.eu/wp-content/uploads/Kythera_Smart-Village-Strategy.pdf

SMART RURAL
KYTHERA



24. Macedónia Central nomeada a «Região empreendedora europeia» do ano

O Comité das Regiões Europeu (CR) premiou em 2017 a Macedónia Central da Grécia com o título «Região empreendedora europeia». Este prémio destaca a formidável e inovadora estratégia de políticas empreendedoras seguida pela região. Adicionalmente, o Governador da Macedónia Central, Apostolos Tzitzikostas, referiu que este prémio provou que esta região e, de um modo geral, a Grécia pode produzir criatividade e empreendedorismo durante tempos difíceis (como a crise económica global).

Com este prémio, comprova-se que regiões como a Macedónia Central, compostas por imensas aldeias, também podem ser áreas de desenvolvimento empreendedor. Em particular, apesar das dificuldades económicas causadas pela crise económica global, a Macedónia Central provou seguir uma estratégia de políticas empreendedoras eficiente e produziu um grande número de empreendedores e empreendedoras criativas.

<https://greekcitytimes.com/2017/08/28/central-macedonia-named-european-entrepreneurial-region-year/>





25. Ecosistema em colaboração com Karditsa: desenvolver a economia social na Grécia rural

O «Ecosistema de colaboração» de Karditsa foi lançado inicialmente em 1989 e os primeiros passos foram a inclusão da incubadora nas suas atividades. O objetivo principal foi receber todas as iniciativas coletivas de inovação ou apoiar as já existentes. Em 1994, fundou-se o Banco Cooperativo de Karditsa, que se tornou o banco cooperativo desta região, apoiando a economia da prefeitura. Em 2017, o «Ecosistema de colaboração» local incluía 36 esquemas coletivos.

Este é um excelente exemplo de uma iniciativa que promove o desenvolvimento de uma aldeia como Karditsa. O objetivo principal do «Ecosistema de colaboração» é apoiar as atividades locais para impulsionar o processo de elaboração de planos de negócio e comunicar a iniciativa à sociedade local. Desde 2017, a incubadora apoia ou recebe mais de 15 esquemas coletivos:

- 2 cooperativas municipais;
- 5 cooperativas agrícolas;
- 3 cooperativas sociais;
- 3 redes de negócios familiares (pequenos ou micro);
- 2 ONG.

https://www.forum-synergies.eu/bdf_fiche-experience-178_en.html



26. Loft Chalet: Alojamento de luxo numa antiga granja perto de Gura Humorului, Suceava

A brilhante ideia de transformar um antigo celeiro de 1907 num magnífico alojamento foi desenvolvida com grande esforço. Um casal decidiu mudar-se de Bucareste para a sua cidade natal, na área de Gura Humorului, onde decidiu construir a pensão Loft Chalet, na qual investiu cerca de 250 mil euros. O casal ainda mantém os seus empregos, realizando o projeto Loft Chalet em paralelo, o qual pretende continuar a desenvolver. O casal diz que assistiu com interesse à conversão de edifícios antigos, algo que ainda não é muito comum na Roménia, pelo que pensou que a casa construída pelos seus bisavós há mais de 100 anos, quando se mudou para Bucovina, seria um edifício com potencial neste sentido. Embora inicialmente pensasse abrir uma pensão perto de Bucareste, o casal empreendedor escolheu construir a pensão na área de Gura Humorului por ter nascido na mesma, possuindo também conhecimentos que permitirão a abertura de uma segunda pensão. A decoração da pensão combina os estilos escandinavo e romeno tradicional. A ideia veio ao casal empreendedor ao perceber que queria uma casa moderna, não muito cheia, onde fosse possível incluir elementos arquitetónicos no estilo local.

O casal proprietário partilhou que: «A primeira coisa que propusemos quando começámos as obras foi tirar o máximo partido do valor estético da madeira e da estrutura original, à qual realizámos o mínimo de intervenções. A segunda coisa que procurámos foi que a silhueta e as cores da

construção correspondessem à arquitetura e história de Bucovina. Há centenas de anos que este estilo tem sido aprimorado na área, estilo esse que possui uma beleza especial: a agora icónica «casa da avó». O estilo moderno foi utilizado para permitir a entrada de luz natural e desfrutar da paisagem através da grande superfície de vidro, destacando-se os materiais utilizados — madeira, pedra, metal.»

A construção da pensão demorou cerca de dois anos, pelo que o casal empreendedor iniciou o projeto em 2017 e os primeiros grupos de turistas chegaram ao Loft Chalet em dezembro de 2019. Pretendem continuar a desenvolver a pensão, considerando abrir uma segunda casa construída no mesmo estilo e no mesmo local. Para além de outro chalé disponível igualmente para turistas, o casal empreendedor também pensa desenvolver instalações adicionais, tais como uma sauna.

No interior do Chalet, pode desfrutar de uma arquitetura rústica rica em madeira, vigas e objetos antigos recuperados. O gazebo, a área de jantar no pátio e o impressionante centro onde pode relaxar junto à fogueira são recantos que se poderão tornar os seus favoritos nas noites de verão.

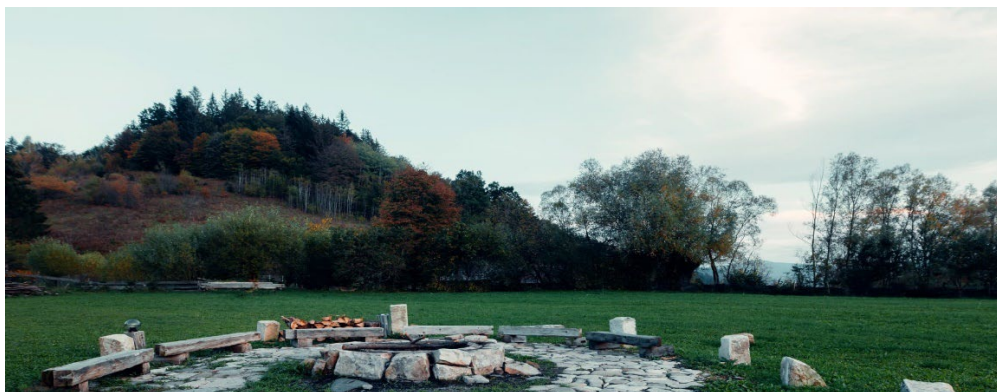
O Loft Chalet está localizado na comuna de Mănăstirea Humorului. A localização representa a união do antigo e do novo. Construiu-se uma pensão para 10 adultos a partir da antiga granja, com quatro quartos e um apartamento, cada um com uma casa de banho no quarto e salas de estar de dimensões generosas. Os elementos rústicos combinam-se perfeitamente com os modernos, garantindo, assim, todo o conforto necessário. Este é um perfeito exemplo sobre como podemos dar uma nova vida e adaptar ao século moderno um edifício antigo que poucas pessoas consideravam poder ser reabilitado, mas ao qual o casal proprietário dedicou toda a sua paixão, recursos e ideias — e o resultado é espetacular. O processo de desmontagem de construções antigas em madeira não é de todo fácil. As vigas têm de ser marcadas e desmontadas por ordem para que, mais tarde, caso se pretenda voltar a montá-las, possa fazê-lo corretamente. Um dos principais desafios foi reforçar a estrutura principal com peças metálicas que seriam escondidas com peças de madeira.

O Loft Chalet é um excelente ponto de partida para visitar os mosteiros pintados em Bucovina. Existem igualmente circuitos de ski nas proximidades. Este alojamento está perto da natureza, com colinas nas redondezas, bem como uma lindíssima floresta e um pequeno riacho. Pode explorar as

redondezas fazendo caminhadas, passeios de bicicleta ou apenas observando, sentando-se no pátio do chalé. O chalé é sem serviço incluído, mas pode encomendar alimentos específicos da área.

Facebook: <https://www.facebook.com/LoftChaletBucovina/>

Site: <http://loft-chalet-hotel.carpathiansromania.net/en/>





(Fonte: <https://www.facebook.com/LoftChaletBucovina/>)

27. «Casa Filip» de Sarichioi, um marco da arquitetura tradicional do delta do Danúbio

Casa Filip é uma antiga casa da região do delta do Danúbio, construída em 1921 no coração da aldeia de Sarichioi e a apenas alguns passos das margens do lago Razim. O casal que deu vida à casa, agora aberta para receber hóspedes, queria fazer uma pausa do ritmo acelerado da cidade e viver de forma diferente, mais lentamente. E foi isso que fizeram. Reformaram-se em Sarichioi, a aldeia natal da esposa, onde compraram e renovaram esta casa, cuidando agora do turismo e da quinta da família. Compararam 1000 metros quadrados de tradição por 20 000 euros. A história desta casa tem mais de 100 anos. A primeira casa foi construída na propriedade fundada pelo casal entre 1860–1870; depois, a área de 1000 metros quadrados foi comprada em 1921 por um casal russo lipovano da aldeia. Demoliram a antiga moradia e construíram uma nova em adobe, madeira e junco. A família Filips comprou a propriedade à sobrinha do casal em fevereiro de 2018, iniciando o processo de restauro em seguida. A reconstrução não englobou demolir tudo o que era antigo, pelo contrário. A casa antiga, com a janela, está intacta; as antigas paredes de adobe foram preservadas e grandemente reforçadas com reboco e cal natural. Todos os detalhes decorativos foram criados em madeira e posteriormente pintados num tom de azul específico do delta do Danúbio. Os três apartamentos da Casa Filip podem receber até 12 pessoas. Dois destes apartamentos estão localizados na casa antiga e o terceiro no sótão da casa nova. A Casa Filip de Sarichioi recebeu, no Concurso Anual de Arquitetura de 2019, um prémio na secção dedicada ao restauro, reabilitação e reconversão e, também, um prémio especial entregue pelo presidente da Ordem dos Arquitetos Romena (ramo de Dobrogea). Ganhou o terceiro lugar nos Prémios TopHotel de 2022 na categoria «pensão do ano com estilo tradicional».

A sua missão: oferecer experiências únicas e autênticas a cada hóspede com que se cruzem, mas sempre com o intuito de praticar um turismo responsável e lento.

A sua ambição: abrir as portas durante todo o ano porque acreditam que Dobrogea é uma área que merece ser visitada no verão, no outono e no inverno.

«As pessoas que nos visitam ficam impressionadas pela beleza da casa, pelas nossas preparações culinárias, pelo carácter pitoresco da aldeia e por tudo o que a área oferece a partir de um ponto de

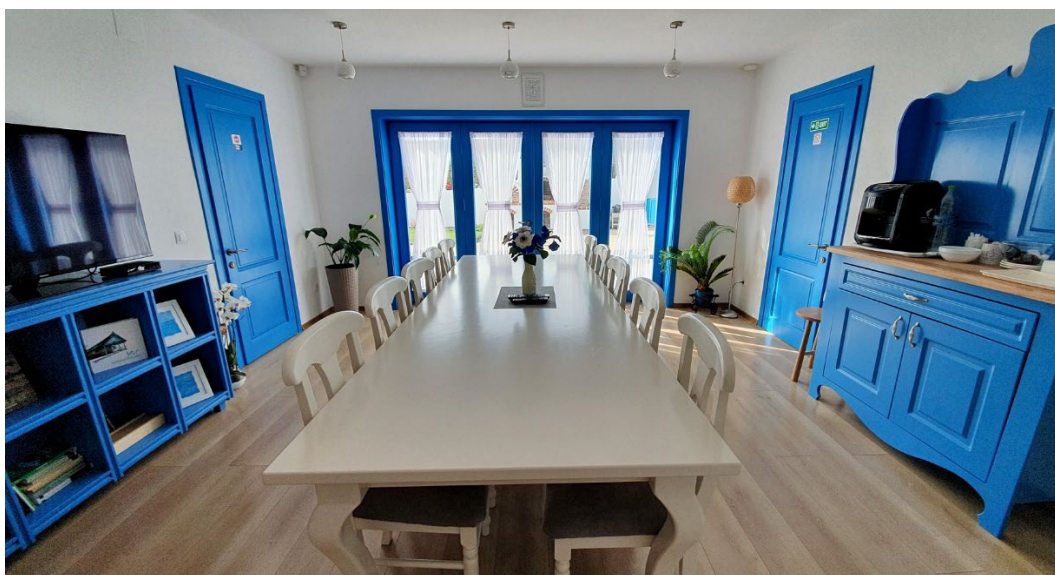
vista turístico». Os ingredientes utilizados nas refeições preparadas provêm exclusivamente da área, do peixe à fruta, queijo e leite. Os legumes, bem como o vinho e as cerejas amargas, são produzidos pelo casal empreendedor que procura oferecer produtos tradicionais específicos da região.

Este lugar especial é uma coleção única de pequenos elementos que se encaixam perfeitamente. Arquitetura, localização, ambiente, cozinha, conforto e tradição. Todos estes elementos compõem de forma especial a Casa Filip em Sarichioi — um lugar autêntico, recuperado e adaptado às normas modernas. A melhor combinação das duas experiências, a tradicional e a moderna, estende-lhe o convite para visitar Sarichioi e viver uma experiência única. A pensão inclui quartos com conforto moderno e uma sala de jantar tradicional, onde são frequentemente realizados eventos relacionados com o património cultural lipovano. Outros pontos fortes são a sauna e a certificação como ponto gastronómico local. Aqui pode degustar alguns dos alimentos biológicos preparados na cozinha.

Restaurar uma casa antiga custa definitivamente mais do que construir uma de raiz. Implica esforços consideráveis para reforçar as paredes com a aplicação de várias técnicas. Quanto à carpintaria, o trabalho com a madeira é particularmente bonito, mas também extremamente difícil. A maioria das casas antigas eram construídas com barro (as mais económicas) ou adobe (as mais dispendiosas), utilizando-se recursos naturais oferecidos pela área (solo, areia, cascalho, junco). Uma grande parte da pedra foi utilizada para a fundação, pedra essa que foi igualmente trazida da região. Para o telhado, utilizou-se, claro, o junco — um recurso acessível.

Facebook: <https://www.facebook.com/casafilipsarichioi>

Site: <https://casa-filip.ro/>





(Fonte: <https://www.facebook.com/casafilipsarichioi>)

28. «Verde de Bran», três em um: ponto gastronómico, produtos biológicos e aluguer de bicicletas

As razões por trás desde pequeno negócio rural: «Após muitos anos passados entre betão e semáforos numa cidade como Bucareste, quisemos voltar a viver na natureza. A procura foi longa, a discussão ainda mais longa, mas no final, decidimos assentar em Bran, no distrito de Brasov, pelo que ambos esquecemos a nossa antiga vida e, passo a passo, começámos a construir o nosso sonho. Descobrimos que as preocupações materiais se tornaram cada vez mais pequenas quando decidimos fazer uma pausa para apreciar a natureza à nossa volta, observar os esquilos a saltar de um abeto para outro e os ouriços a preparar os seus ninhos com a relva acabada de cortar, voltámos a encontrar o gosto pela vida! Sete anos depois de vivermos aqui, decidimos partilhar convosco um pouco da paz e dos sabores da área, pelo que começámos lentamente a preparar o ponto gastronómico onde pode parar após um passeio de bicicleta. A área de Bran é uma área especial a descobrir para seu deleite e a apreciar com a alma; está dividida em quatro aldeias afastadas do corre-corre quotidiano. Com uma curiosidade natural e em conversa com as pessoas, descobrimos vários itinerários que podem ser realizados em bicicleta, onde pode, em cada pausa, admirar as montanhas Bucegi ou Piatra Craiului, bem como as pradarias repletas de animais.

Site: <https://www.verdedebran.ro/>





(Fonte: <https://www.facebook.com/VerdeDeBran>)

29. Păstrăvăria Alex, o charme da histórica Maramureș

«No coração de Maramureș, no sopé das Montanhas Gutai, junto a águas frescas que correm suavemente das profundezas das rochas, existe um oásis de paz e relaxamento que se estende sobre colinas de cores vivas, como um colar de pérolas cuidadosamente escolhidas de sentimentos profundamente melancólicos. Sirag formou-se com pequenas casas cobertas de telhas recuperadas das gerações anteriores, mas com o suor dos habitantes locais que traziam a madeira sobre os seus fortes ombros desde o coração da floresta. Madeira que foi seguidamente entalhada pelas mãos talentosas de artesãos e artesãs da aldeia, preparada e montada cuidadosamente, como crianças que dão as mãos para brincarem na aldeia». Este é o Păstrăvăria Alex. Se optar por uma experiência gastronómica autêntica, Păstrăvăria Alex é o local ideal. Num local ideal da área, o restaurante foi construído com madeira entalhada e pedras provenientes da montanha. Ao observá-lo, é hipnotizante como nenhuma outra coisa. De longe, pode-se ouvir a cascata, e a pequena ponte está à sua espera para que a fotografe e crie memórias para toda a vida. Perto da água, em gazebos de madeira com lenços e candeeiros de rua romenos, estende-se o convite a cada viajante para desfrutar de um verdadeiro banquete em Maramureș.

Pastrăvăria Alex, um negócio familiar, oferece uma das trutas mais apreciadas da Roménia. A truta de Mara é originária da América do Norte, tendo sido trazida para a Roménia pela primeira vez no início do último século, no vale Putna. O chefe da família, com 46 anos, cuida pessoalmente das trutas, enquanto a sua esposa trabalha na cozinha, em conjunto com outros funcionários e funcionárias. Por dia, servem-se centenas de trutas no restaurante. O casal proprietário compreendeu que as pessoas desejam comer o peixe apanhado pelo casal. Se incluirmos também o cantar das rãs nos lagos, que substitui o toque irritante dos telemóveis, temos um perfeito dia de descontração.

Perto do Pastrăvăria Alex também existe uma bonita piscina, construída pelo mesmo casal empreendedor. O projeto Piscina pã Coastă na aldeia de Mara, na colina junto ao lago de trutas com o mesmo nome, surgiu após o proprietário querer criar uma piscina em sua casa, mas que não estivesse rodeada de cimento. Consegui-lo não foi tarefa fácil, mas depois de todo o esforço, o

resultado é extraordinário. Localizada a alguns metros acima do nível do mar, oferece uma vista de sonho. De cima, pode ver quase toda a aldeia, uma lindíssima cascata, mas também a floresta no centro da qual se encontra a piscina. Além disso, o *design* respeita as tradições da área, com o pátio da piscina construído exclusivamente em madeira. A caminho da piscina existe um velho portão de madeira com elementos tradicionais de Maramureș.

No sopé das montanhas Gutai, Pastravaria Alex encontra-se na DN18, a 25 km da cidade de Sighetu Marmatiei e a 40 km de Baia Mare, na aldeia de Mara, comuna de Desesti. Encontra-se num lugar maravilhoso onde é *musai* (ou seja, «obrigatório») parar e comer truta com farinha *malai* e *mămăliga* um molho com natas e alho. A equipa de empregados e empregadas de mesa, constituída especialmente por mulheres, veste-se com roupas tradicionais específicas da área, e os pedidos são trazidos para a mesa num cesto de junco. Pastravaria é gerido por um proprietário que trabalha «lado a lado» com funcionários e funcionárias; não perceberá sequer que ele é o «chefe» por trás das operações. Sendo um homem trabalhador, irá reconhecê-lo facilmente como a pessoa que alimenta os peixes no lago. No menu, pode encontrar pratos de peixe, *mămăliga* com queijo e *jumări*, pratos tradicionais com vários tipos de carne produzidos pelo casal proprietário, queijos e *pickles*. Todos os alimentos são caseiros, incluindo o molho de peixe que é feito num moinho de água. O pão servido aqui, que não vai conseguir parar de comer, é feito no forno a lenha de acordo com uma antiga receita com ovos. Como alternativa ao peixe, o casal anfitrião criou também uma quinta com ovelhas, vacas e cabras. O restaurante e os chalés estão sempre cheios, pelo que continuam a ser realizados investimentos. A pensão também inclui chalés especialmente concebidos para pescadores e pescadoras que venham até ao complexo turístico.

Facebook: <https://www.facebook.com/pastravariaalex/>

Site: <https://www.pastravariaalex.ro/index.html>





(Fonte: <https://www.facebook.com/pastravariaalex/>)

30. Căsuța din Scobai — Uma experiência tradicional romena

A pensão Căsuța din Scobai encontra-se nas margens do rio Mara, na cidade de Vadu Izei em Maramureș. As fundações dos chalés pertenciam a famílias camponesas de Maramureș, tendo sido trazidas por via aquática para Scobai, onde foi iniciada a construção. Toda a mobília dos quartos e chalés foi entalhada cuidadosamente por mestres de carpintaria. A decoração e os detalhes dos quartos trabalhados pela família anfitriã contribuem para a experiência autêntica e acolhedora a viver neste lugar.

Onde tudo começou: «Porque o tradicional sempre fez parte da nossa vida, decidimos combiná-lo harmoniosamente com peças de carpintaria, trabalhos manuais e jardinagem, mas também com turismo, para partilhar as belezas de Maramureș. Os nossos chalés tradicionais encontram-se em Scobai, ou seja, estão rodeados pela floresta e pelo rio, inspirando o nome da pensão: Căsuța din Scobai. Pode ficar numa casa romena autêntica. Camas de madeira, cortinas bordadas, pratos decorativos em cerâmica feitos à mão... A decoração é fabulosa. Sinta nos seus pés o toque da tapete de tecido colocada no quarto. Quanta história cabe numa pequena casa em Maramureș!» «A *draniță* (telhas de madeira de pinho) é um dos materiais mais antigos utilizados na Roménia para revestir o telhado. Este é um material natural muito ecológico. Não é utilizado frequentemente porque requer cuidados especiais em comparação com outros tipos de revestimento. Antes de serem instaladas no telhado, as telhas são fervidas em óleo. Ao longo dos anos, é necessário continuar a fazer manutenção e, como prova, este procedimento é feito todos os anos, mas de forma diferente. Após a instalação das telhas, é aplicada anualmente uma camada de óleo para formar uma película protetora contra a água e as intempéries. Este é um telhado bonito, tradicional e eficaz que requer cuidados especiais para combater a passagem do tempo.

As casas passaram o teste do tempo (cada uma com mais de 115 anos) e estão à espera da sua visita numa viagem ao passado, onde as pessoas viviam mais próximas da natureza e valorizavam cada presente desta. Aqui, a beleza das tradições de Maramureș combina-se com o conforto, a paz, a harmonia e o charme da natureza. Estendemos-lhe o convite para vir desfrutar de tudo isto e experimentar as bebidas e a gastronomia da nossa área!»

Maramureș é uma das regiões mais bonitas da Roménia, que deverá visitar, pelo menos, uma vez na vida. Aqui, os costumes das gerações antepassadas foram preservados, sendo mantidas as tradições, o artesanato, os dialetos e os trajes folclóricos com orgulho!

A família proprietária desta pensão ama e preserva as tradições, referindo que: «Na nossa aldeia, localizada perto de Sighetu Marmației, as pessoas são trabalhadoras e alegres e estão ansiosas por receber hóspedes com quem partilhar histórias em torno de um copo de *horinca*. Os domingos e feriados continuam a ser dias santos, nos quais vamos à igreja com todo o nosso amor pelos costumes tradicionais. Na Páscoa, Natal e Ano Novo, as pessoas de *ceterașii* juntam-se a nós e celebramos em conjunto, com canções e danças folclóricas, com *slană*, *pită* e *horinca*. Os casamentos são outra razão de celebração em conjunto com amigos e amigas, e as famílias de Maramureș são conhecidas pelas centenas de convivas (800 em média), bem como pelas grandes festas realizadas.»

A pensão Căsuța din Scobai é realmente uma experiência simples, mas que se aproxima do que queremos compreender melhor, da vontade de abrandar o ritmo e do desejo de apreciar o que uma cultura de madeira, tradições e fé tem para nos oferecer.

Na pensão localizada na colorida Maramureș existem duas casas centenárias que foram recuperadas de aldeias vizinhas e transportadas por via aquática para serem reconstruídas aqui. Detalhes autênticos, madeira antiga, um renascimento aliado à história do local, cores vivas, flores no pátio e nas janelas. As casas pequenas mergulham-nos num conto para crianças, onde tudo, problema ou preocupação, era muito menos relevante. No pátio rodeado pela cerca de madeira, descobrimos detalhes típicos do local: a árvore com vasos coloridos (sinal da riqueza da família), a fonte (símbolo da vida, juventude e imortalidade), o portão de madeira (o orgulho de uma família e da sua casa), as rodas de madeira (o símbolo do ritmo cíclico da vida) e o lindíssimo forçado, a identidade de Maramureș, numa muito maior escala. No gazebo contamos histórias junto à fogueira e saboreamos o charme do alpendre ao sol ou no baloiço de madeira. Tudo conta uma história na Căsuța din Scobai, uma pausa no tempo e um regresso ao mundo. Aqui também aprendemos que os costumes dos nossos avôs e avós continuam a ser preservados; aos domingos

ou nos feriados, os aldeãos vestem-se orgulhosamente com trajes tradicionais: camisa, *sumna*, tecidos e *opinci* para irem à igreja. A famosa Maramureș impressiona pelas suas igrejas e mosteiros de madeira, museus ou belezas naturais, bem como pelas vistas mais populares.

Facebook: <https://www.facebook.com/Casuta.din.scobai>

Site: <https://www.casutadinscobai.ro/>





(Fonte: <https://www.facebook.com/Casuta.din.scobai>)

31. Projeto de turismo rural El Jiniebro

El Jiniebro é uma herdade rural que conta com uma proteção florestal especial. Localiza-se a oeste da comuna de Estremadura num ambiente natural de grande valor ecológico, no sopé da Serra de São Pedro, e foi declarada uma área de proteção especial para pássaros, estando perto do Parque Natural da Serra de São Mamede (Portugal) e do Parque Natural do Tejo Internacional. Encontra-se no município de Valencia de Alcántara. Está a apenas três minutos do Berrocal de la Data, declarado Monumento Natural em 2021. Situa-se a 10 km da fronteira com Portugal e a 100 km da cidade de Cáceres.

Este pequeno complexo turístico oferece uma experiência única num ambiente rural idílico que convida a desfrutar da natureza. A partir daqui existem várias rotas que levam a locais megalíticos, que permitem visitar a cidade romana de Ammaia e a vila do Marvão em Portugal ou que podem ser percorridas a pé para visitar o bairro gótico-judeu de Valencia de Alcántara. Desfrute também do turismo ornitológico, de passeios a cavalo, das piscinas naturais portuguesas, da pesca e da caça.

Na receção do alojamento rural El Jiniebro pode encontrar livros, guias, brochuras, literatura sobre pássaros, trilhas, visitas guiadas, festivais, bem como os horários de comércio em Espanha e Portugal.

Este é um conjunto de seis casas rurais em Valencia de Alcántara, Cáceres, Estremadura (categoria: 4 ****) localizado numa herdade rural com piscina, receção, sala de estar/jantar e grandes áreas de jardim com árvores nativas, ervas aromáticas e árvores de fruto.

Todas as casas estão equipadas com lareira, ar condicionado, aquecimento central, roupa de cama, toalhas, equipamentos de cozinha e estacionamento numa quinta fechada.

Além de poder desfrutar das vistas invejáveis da herdade e de poder passear nos 12 hectares da mesma, também poderá descontrair junto à piscina. Cada casa tem jardins e terraços privados, onde pode fazer churrascos nas datas permitidas.

El Jiniebro foi projetado para que se delicie com uma experiência descontraída entre amigos, amigas e familiares, com todo o conforto das casas individuais e dos espaços comuns.

A líder deste projeto é Isabel, uma jovem sevilhana com raízes na Estremadura, que passou anos à procura de uma desculpa para se voltar a ligar diretamente à sua terra. Primeiro, procurou uma casa ou uma quinta neste maravilhoso enclave onde, em pequena, passava férias com a família. Mas, em maio de 2021, recebeu a oportunidade de adquirir este pequeno complexo rural que foi incentivada a desenvolver no setor da hotelaria e, após grandes obras de restauro e de *design*, nasceu o El Jiniebro, um projeto de turismo rural.

Este complexo de seis casas rurais está localizado no coração do Parque Natural do Tejo Internacional, uma área protegida em Espanha e Portugal. É um espaço dedicado à preservação de várias espécies de aves que vivem nas selvagens margens do rio e áreas circundantes. É também uma das áreas com menor densidade populacional na Península Ibérica, o que favorece o desenvolvimento da floresta mediterrânica.

Este complexo destaca-se pelo seu estilo natural — embora tenha sido totalmente restaurada e possua todo o conforto da habitação moderna, mantém a estrutura original de barro, ardósia e madeira no telhado.

O tratamento pessoal é imbatível: a equipa terá o cuidado de oferecer recomendações turísticas e sugerir destinos adaptados às características de cada cliente. Oferecerá igualmente uma longa lista de locais onde poderá viver as melhores experiências gastronómicas de ambos os países.

Também poderá comprar produtos e artigos típicos sem sair da quinta.

Algumas das inovações são:

La Casita Anta, uma das casas rurais, que está totalmente adaptada para pessoas com mobilidade reduzida; as outras casas são semiacessíveis.

Outra inovação é que todos os animais de estimação também são bem-vindos, oferecendo pequenas camas que podem ser solicitadas no momento da reserva e que serão colocadas nas respetivas casas.

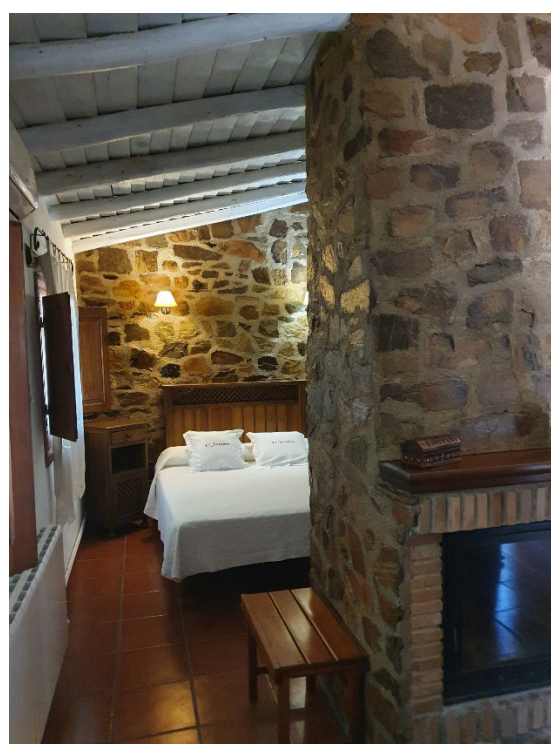
Oferecem também uma ligação à Internet e acesso ao Wi-Fi em todas as casas.

Outra razão que torna este lugar tão especial é que, todos os anos, a proprietária contribui para uma causa solidária (em 2021, Jini Solidario como indicado no *site*, em colaboração com El Viaje de Aladina, no hospital Virgen del Rocío em Sevilha, com a Fundação Aladina, que trabalha com crianças com cancro. Em 2022 colaborou com a Fundación Proyecto Esperanza na construção de um poço em África.

Algumas das razões que nos levaram a escolher este complexo rural é a perfeita adequação do mesmo aos objetivos do Flavours of Europe, uma vez que este projeto é realizado por uma mulher empreendedora num meio rural.

<https://turismoruraleljiniebro.es/>





32. Dehesia, cosmética ancestral

Dehesia é uma loja de produtos cosméticos naturais e biológicos certificados inspirados na vegetação das pradarias da Estremadura e que oferece cuidados para a pele com as melhores plantas medicinais da zona.

Encontra-se no município de Malpartida de Cáceres, em Cáceres, Estremadura. Pertence à comarca do Tajo-Salor A localização geográfica é estratégica por estar localizada nas alturas de Cáceres e da Serra de São Pedro.

É um enclave icónico em termos de atrações turísticas, tais como o Museu Vostell, a área natural Los Barruecos (cenário da famosa série Game of Thrones), bem como por ser a Cidade Europeia da Cegonha e incluir algumas ruínas arqueológicas importantes.

Centenas de plantas medicinais e aromáticas crescem na Estremadura, tais como o alecrim, lavanda, tomilho, menta, tabaibeira, romã ou a azeitona, elementos com grandes benefícios para a pele e o corpo.

A Dehesia Cosmética Econatural surgiu em 2004 quando a fundadora recebeu uma pomada com flor de calêndula, altamente eficaz para o alívio da comichão que sofria em todo o corpo devido à dermatite atópica.

Iniciou uma formação em produtos cosméticos, botânica, herbalismo e dermofarmácia para tirar o máximo partido das plantas e frutas dos pastos da Estremadura. Começou a trabalhar a partir da sua cozinha, cheia de potes e sacos com plantas aromáticas, com as quais criou fórmulas simples que se tornaram misturas que oferecia a amigos, amigas e familiares para que experimentassem as suas criações.

Após anos de estudo e descobertas, em 2017, fundou a Dehesia em conjunto com o seu marido.

Desde então realizaram estudos que comprovam que as plantas e os alimentos que crescem nos ambientes circundantes são mais eficazes para o corpo.

Na Dehesia, são criados produtos cosméticos totalmente biológicos e de alta qualidade, com ingredientes ativos locais, que incluem nutrientes, vitaminas e antioxidantes. O objetivo principal da Dehesia é oferecer cuidados diários para uma pele saudável e sem irritações da forma mais fácil e natural possível.

Todas as fórmulas contam com um certificado ecológico da ACENE para garantir a qualidade e a integridade dos produtos.

A Dehesia nasceu da necessidade da sua criadora de encontrar uma solução para os seus problemas de pele, uma vez que estava cansada de experimentar produtos químicos na tentativa de mitigar os sintomas de uma pele atópica. Após sofrer desta doença durante muitos anos, decidiu tentar criar os seus próprios analgésicos e oferecer uma solução para os problemas sofridos por milhões de pessoas.

Atualmente, conta com mais de 200 pontos de venda em toda a Espanha, incluindo nas Canárias e em Andorra. Para além de ter as suas próprias lojas, também oferece, a quem pretender, a possibilidade de distribuir os seus produtos. Oferece igualmente serviços de entrega internacional para que os produtos sejam acessíveis em qualquer parte do mundo.

Desde a conceção, oferece uma longa lista de produtos para o rosto, corpo e cabelo, todos os tipos de sabonete e até acessórios de cuidados, tais como escovas esfoliantes, esponjas de banho de *luffa* 100% natural, esponjas faciais Konjac para pele seca, etc.

Este é um excelente exemplo de crescimento e dedicação que transformou uma necessidade pessoal num negócio internacional.

<https://dehesia.com/>



33. Quesos Silva Cordero, los quesos de siempre a todo color

O queijo *acehúche* é um queijo da Estremadura de denominação de origem protegida (DOP), feito com leite de cabra de Murcino-Granadina, Málaga e Serrana, na região de Las Vegas de Coria, a oeste da província de Cáceres. Todo o leite provém de cabras que pastam nas margens dos rios Tejo e Alagón.

É um queijo com uma longa tradição, puramente artesanal, feito com leite de cabra cru e caracterizado pelo seu sabor intenso e paladar amanteigado.

Este tipo de queijo, cuja excelência foi inclusive reconhecida pelo Ministério da Agricultura, foi incluído no catálogo de queijos tradicionais espanhóis.

O queijo *acehúche* é feito a partir de uma pasta branca e compacta, de coagulação ácida, enzimática e levemente prensada. É salgado com sal seco que é esfregado na superfície. A maturação ocorre durante um mínimo de três meses. Durante a mesma, a casca é esfregada com uma mão mergulhada em água salgada com o objetivo de favorecer a distribuição e o desenvolvimento da microflora superficial.

Os ingredientes utilizados para a sua preparação são leite de cabra cru, quimosina e cloreto de sódio.

Uma das fábricas de queijo mais envolvidas no desenvolvimento e renovação deste produto tem sido a Silva Cordero. Um negócio familiar dedicado ao fabrico de queijos artesanais, criado em 1998.

Atualmente, conta com uma capacidade de produção de cerca de 120 mil queijos por ano, para os quais utiliza cerca de 600 mil litros de leite.

O queijo produzido nesta fábrica desde a constituição da mesma é feito com leite de cabra cru, o que faz do conhecido e famoso queijo *acehúche*, como diz o *slogan*: «Possivelmente um dos queijos mais requintados do mundo».

No entanto, desde o início de 2010 que incorporam leite de ovelha cru na produção, o que tem mostrado excelentes resultados.

Para além do queijo de cabra de *acehúche* tradicional na sua modalidade de pasta dura, há alguns anos a empresa incorporou na sua gama de produtos o queijo de cabra de pasta mole, de tipo bolo, tendo obtido com ambos os produtos (queijos duros e queijos moles) inúmeros prémios desde 2013.

Alguns dos prémios mais recentes são:

- Cups of Heart 2020;
- World Cheese Award — Bergamo 2019. Segundo prémio para a categoria de queijo de cabra curado preto;
- World Cheese Award — Bergamo 2019. Terceiro prémio para a categoria de queijo de cabra mole;
- Feira de queijos andaluza. 2019. 1.º prémio na categoria de queijo de cabra curado;
- World Cheese Award 2018–2019. Prémio de prata na categoria de pasta dura natural/pimentão-doce.

Este negócio de família tem-se destacado da concorrência com uma excelente estratégia comercial. Ao aumentar a sua oferta de um para onze queijos e tornando-se pioneiro na criação de queijos coloridos, tais como o queijo aromatizado carmim ou concentrado de açafão e espirulina.

É também de notar que, para além do queijo de cabra, nos últimos anos, a fábrica de queijos Silva Cordero tem produzido queijos com leite de ovelha, tanto de pasta dura como de pasta mole, com uma excelente qualidade, sendo cada vez mais procurados.

A última novidade introduzida pela queijaria Silva Cordero é a elaboração de queijos coloridos (verde, fúcsia, amarelo, preto, azul, etc.) cujo aspeto tem sido um verdadeiro sucesso em termos de novidade no mercado de queijos nacional, por ser uma técnica muito pouco conhecida em Espanha. Sublinhamos que a introdução de cores na pasta de queijo não afeta o sabor dos mesmos, mas é altamente notável e visualmente atrativa, sendo utilizada principalmente na preparação de queijos de mesa para vários eventos, uma especialidade que se tem tornado muito popular nos últimos anos. A fábrica de queijos Silva Cordero também oferece a produção de queijos de todas as formas e feitios — uma experiência única.

Outra inovação desenvolvida foram a forma e a embalagem dos queijos, de formas de coração a recipientes de vidro para queijos com texturas moles.

Na loja *online* oferecem todos os tipos de queijo, cestos *gourmet* e outros produtos, tais como creme de queijo fundido com mirtilos ou cubos de queijo em azeite.

Neste caso, podemos ver como um produto totalmente artesanal que tem estado no mercado há anos pode derivar em vários tipos de produtos inovadores.

<https://www.silvacordero.com/>







34. *Glamping* El Regajo, o luxo no meio da natureza

O *glamping* está a tornar-se numa tendência cada vez maior. É uma forma de alojamento que combina o prazer com a experiência autêntica do campismo. As melhores condições e todo o conforto de um hotel com as vantagens e a liberdade oferecidas pelo espaço exterior. O *glamour* e natureza combinados como nunca.

Este conceito chegou ao Valle del Jerte, um dos locais mais mágicos de Espanha, considerado um local de interesse cultural desde 1973.

O vale encontra-se na extremidade norte de Estremadura, fazendo fronteira a norte com as províncias de Ávila e Salamanca, a oeste com Valle del Ambroz, a sul com a cidade de Plasencia e a este com La Vera.

A sua localização e orografia conferem-lhe um microclima próprio, ideal para o cultivo de *picota* (a cereja com a denominação de origem de Jerte) e para desfrutar de um ambiente natural excepcional e alguns bonitos locais.

Todos os anos, na segunda metade do mês de março, o festival El Cerezo en Flor, declarado como uma festa de interesse turístico nacional, é celebrado no Valle del Jerte. Um milhão e meio de árvores florescem quase em uníssimo, pintando o vale de branco durante 15 dias.

Cria-se um lugar único, onde José Antonio García e Leticia Romero embarcaram numa jornada rumo a uma vida simples, baseada no que é realmente importante.

Valle del Jerte é um paraíso que se estende ao longo de mais de 373 km² e brilha especialmente durante a primavera, embora possa ser visitado em qualquer altura do ano. Aqui, na cidade de Casas del Castañar, o casal decidiu criar um alojamento único, como não há muitos.

Um espaço único, localizado numa quinta de cerejas ecológica com 5200 m². El Regajo oferece intimidade a cada hóspede, promovendo uma relação próxima com a natureza, com grandes janelas que permitem desfrutar das vistas espetaculares da paisagem do vale e dormir ao relento ou sob as cerejeiras em flor.

A inspiração veio das *yurts*, um tipo de alojamento tradicional dos povos nómadas da Mongólia. Então, puseram as mãos ao trabalho. Em 2018, após muitos esforços, reuniões com direções de turismo da Estremadura, procedimentos, etc., conseguiram alterar a lei relativa ao turismo e criar a figura de «alojamento único», uma vez que a legislação não contemplava a figura do *glamping*. O negócio nasceu nesse momento.

O casal proprietário deste alojamento único procura oferecer uma experiência totalmente relaxante, ocupando-se pessoalmente de todos os detalhes e de cada visitante, uma vez que o objetivo real deste negócio é viver fazendo o que gostam, desfrutar da vida e ver outras pessoas desfrutarem do que lhes é oferecido.

Em El Regajo, a inovação está sempre presente dado o facto de que a combinação do melhor do campismo com o conforto de um hotel de luxo é um conceito totalmente inovador.

Com foco em oferecer um verdadeiro descanso e uma desconexão total a cada hóspede, todos os quartos são completamente insonorizados e as vistas geram o mínimo de *stress*.

Outras características deste alojamento são o jacúzi exterior disponível durante todo o ano, bem como uma estadia exclusiva para pessoas adultas.

Também oferecem um serviço de piquenique local, vinhos da Estremadura, um sortido ibérico e queijos da Estremadura.

Em El Regajo, a inovação está sempre presente dado o facto de que a combinação do melhor do campismo com o conforto de um hotel de luxo é um conceito totalmente inovador.

Com foco em oferecer um verdadeiro descanso e uma desconexão total a cada hóspede, todos os quartos são completamente insonorizados e as vistas geram o mínimo de *stress*.

Outras características deste alojamento são o jacúzi exterior disponível durante todo o ano, bem como uma estadia exclusiva para pessoas adultas.

Também oferecem um serviço de piquenique local, vinhos da Estremadura, um sortido ibérico e queijos da Estremadura.

Em El Regajo, a inovação está sempre presente dado o facto de que a combinação do melhor do campismo com o conforto de um hotel de luxo é um conceito totalmente inovador.

Com foco em oferecer um verdadeiro descanso e uma desconexão total a cada hóspede, todos os quartos são completamente insonorizados e as vistas geram o mínimo de *stress*.

Outras características deste alojamento são o jacúzi exterior disponível durante todo o ano, bem como uma estadia exclusiva para pessoas adultas.

Também oferecem um serviço de piquenique local, vinhos da Estremadura, um sortido ibérico e queijos da Estremadura.

<https://www.glampingelregajo.com/>





35. Val de Xálima, apicultura sustentável

Val de Xálima, nasceu em 1985 pela mão do apicultor José Antonio Rodríguez e da apicultora Alicia Berrío. As instalações encontram-se num ambiente natural onde é desenvolvida a apicultura sustentável. Tendo ultrapassado muitas dificuldades, conseguiram criar produtos naturais de alta qualidade, no respeito do ambiente e das abelhas.

Val de Xálima é o nome do vale de Sierra de Gata onde trabalham com as suas abelhas, na parte noroeste da província de Cáceres, perto da fronteira com Portugal. Esta é uma área montanhosa, com paisagens lindíssimas e uma grande diversidade vegetal, entre as quais existem o carvalho-negral, a azinheira e a urze, bem como inúmeras espécies de flores endémicas.

As temperaturas nesta área são amenas no inverno e não muito quentes no verão. Por este motivo, a atividade realizada integra-se perfeitamente nestes locais sem poluição e repletos de uma grande camada vegetal. A configuração do Val de Xálima é ideal para praticar a apicultura sustentável. A Sierra de Gata é rica em lugares sem poluição e é o lar de ecossistemas naturais que incluem o carvalho comum, a azinheira ou o castanheiro.

A área de Val de Xálima tem um importante valor ecológico, bem como uma cultura única, uma vez que «A Fala», um dialeto que é praticado em apenas três cidades espanholas, é falado nesta área.

A proximidade com Portugal permite a realização de transumância para o outro lado da La Raia ou fronteira. Isto também é possível no verão, para áreas mais frescas de Salamanca, para obter uma variedade de carvalhos e azinheiras.

Em Val de Xálima é produzido um mel totalmente natural, obtido diariamente das melhores abelhas de Cáceres. Este mel é o resultado de um grande trabalho diário, uma recompensa pelo cuidado e dedicação que colocam em cada uma das colmeias.

As abelhas que produzem o mel estão num lugar imbatível. As instalações encontram-se num ambiente totalmente natural, numa região de grande valor ecológico.

As colmeias estão distribuídas em vários locais, estudados de antemão, na mesma região. Existem certas diferenças entre os vários locais para se obterem diferentes variedades de produtos, tais como o mel natural, pólen, geleia real, própolis, doces, produtos cosméticos, etc.

Adicionalmente, também vendem material destinado à prática da apicultura, tais como colmeias, fatos, alimento para abelhas, etc.

Um dos grandes objetivos de Val de Xálima é desenvolver uma atividade no máximo respeito do ambiente e das abelhas.

Esta empresa, dedicada à apicultura, conseguiu levar a venda de mel mais além com a criação de uma grande variedade de produtos, começando com mel e pólen que são comercializados em formatos tradicionais e noutros formatos únicos, tais como a colmeia em si ou recipientes de barro com uma amostra. Também criaram derivados interessantes tais como o mel com amêndoa ou o mel com morango amargo. Outra gama de produtos inclui o própolis e a geleia real, bem como os respetivos derivados.

Algumas das últimas adições ao seu catálogo de produtos incluem produtos cosméticos, todos os tipos de sabonete, cremes e até bálsamos para os lábios.

Recentemente abriram uma nova filial do negócio que visa formar futuros apicultores e apicultoras. Com 30 anos de experiência e formação, oferecem aconselhamento e materiais.

<https://valdexalima.es/>







36. Hotel Peña del Alba Hotel e restaurante La Era de mi Abuelo: Empreendedorismo sustentável numa zona rural

O Hotel Rural Peña del Alba encontra-se num local paradisíaco: no norte, na Sierra de Tormantos, o último sopé da Sierra de Gredos, na Estremadura, Espanha. O casal de proprietários optou por um modelo de turismo rural sustentável com elevadas normas de qualidade e atenção a cada detalhe.

Um casal de Madrid, cansado do *stress*, da poluição e do ruído do quotidiano na grande cidade, decidiu realizar um novo projeto e focou-se na procura de um novo destino no norte de Estremadura (Espanha). Pretendiam encontrar um local paradisíaco a poucos quilómetros de algumas cidades turísticas e suficientemente perto e acessível para pessoas que procurassem um refúgio de paz para descansarem e se desligarem da vida da cidade, ligando-se à natureza e desfrutando de um alojamento que não deixa nada a desejar em relação às grandes cadeias de hotéis.

Assim que encontraram o local ideal para a sua nova casa, em Arroyomolinos de la Vera, compraram o antigo *Era*, para desenvolverem o seu projeto. Aqui têm sido plantados e cultivados cereais desde há muito tempo, e o casal decidiu dar uma nova utilização à construção que ali estava.

Depois de procederem a trabalhos de adaptação e restauro, decidiram utilizar um grande número de móveis antigos e de estilo rústico que herdaram de amigos, amigas e familiares e, em conjunto com móveis novos, decoraram o edifício com um gosto singular, transformando-o num hotel rural de cinco estrelas.

Depois de terem a localização e o edifício, decidiram formar-se e entrar no mundo da hotelaria e restauração, descobrir e pesquisar tudo sobre receitas e pratos típicos da área e, para tal, dedicaram-se a viajar e visitar cada recanto da Estremadura com o objetivo de conhecer em primeira mão cada um dos ingredientes e produtos típicos que seriam posteriormente utilizados na preparação de cada prato.

Decidiram criar no Hotel Peña del Alba, um restaurante de cozinha típica da Estremadura chamado La Era de Mi Abuelo. Para a cozinha contrataram um dos melhores cozinheiros da região, tornando-se este um dos restaurantes mais populares da área.

Ao nível da localização, puderam recondicionar uma zona de debulha (um local onde os cereais eram debulhados no passado), espaço este que se tornou ideal para relaxar e desfrutar do exterior no meio da natureza. O casal de proprietários criou um alojamento atrativo e sustentável.

O Hotel Rural Peña Del Alba conta com uma piscina exterior, um jardim e Wi-Fi gratuito; a Sierra de Gredos está apenas a 40 km de distância. Na receção estão disponíveis informações sobre as imensas oportunidades turísticas nas zonas rurais das redondezas. Também estão disponíveis bicicletas de aluguer para explorar a área, e o estabelecimento possui um restaurante.

Mas a estrela do estabelecimento é a sua cozinha. O restaurante La Era de Mi Abuelo está rodeado de uma pequena floresta de carvalhos, e a sua decoração calorosa combina elementos de estilo tradicional, tais como paredes em tijolo e materiais como a madeira e o barro, com elementos mais modernos, tais como cores vivas e decorações de ferro forjado. O investimento em materiais rústicos, mas intemporais, foi uma prioridade para o casal proprietário.

Uma das razões que nos levou a esta escolha para o estudo de caso é que, apesar de estar localizado nas montanhas, os quartos estão sempre totalmente reservados e existe sempre um grande número

de reservas no restaurante. Este é um hotel rural de cinco estrelas que, ao longo dos anos, tem melhorado dia após dia e ano após ano para se tornar num alojamento de referência para o turismo na área.

Também queremos destacar que outra razão que nos levou a esta escolha são os produtos utilizados pelo restaurante na preparação dos pratos: estes são produtos locais entre os quais se incluem a paprica de La Vera, carnes e queijos, vinhos e sobremesas. Adicionalmente, o hotel está adaptado para pessoas com mobilidade reduzida e oferece uma grande variedade de possibilidades a cada hóspede.

Tirar o máximo partido das redondezas

Uma localização paradisíaca: a norte, a Sierra de Tormantos, o último sopé do Gredos; a este, a região de La Vera; a oeste, o Valle del Jerte; a sul, o Parque Nacional de Monfragüe. O Hotel Peña del Alba tira o máximo partido das redondezas, oferecendo guias, mapas e sugestões para desfrutar da natureza ao redor.

Utilização de matéria-prima e produtos de qualidade DOP da Estremadura

O menu do famoso restaurante La Era de Mi Abuelo conta com matéria-prima de excelente qualidade proveniente da zona, acompanhado de excelentes vinhos da Estremadura com o selo de denominação de origem.

Inovação nos detalhes

Conhecendo os benefícios da água salgada, o casal foi pioneiro em introduzir a primeira piscina de água salgada na comunidade. Esta é uma opção mais ecológica que reduz a utilização de produtos químicos para fins de manutenção e oferece a cada banhista uma opção mais saudável.

O Hotel Rural Peña del Alba cuida dos aspetos estéticos com grande detalhe, tendo uma decoração rústica, mas com grande conforto, para oferecer uma imersão completa no ambiente e permitir a desconexão do ruído e do corre-corre das grandes cidades.

- Facebook: <https://www.facebook.com/hotelruralpenadelalba>
- Site: <https://www.hotelpdelalba.es/>







37. Atelierul Sanzienelor

Na bonita aldeia de Valea Doftanei, no distrito de Prahova na Roménia, num lugar que promove tradições e preserva o genuíno espírito romeno, acontecem muitas coisas maravilhosas. Uma dessas coisas foi a abertura de uma loja, uma espécie de museu com loja, onde pode encontrar objetos com características tradicionais, feitos pelas mãos de Loredana Clinci.

Loredana Clinci, de Valea Doftanei, é uma produtora local e promotora das tradições romenas no Atelierul Sânzienelor. Aqui, o tear, o crochê e a agulha de bordar ganham vida.

Especializada no turismo e, inicialmente, com outros planos para o futuro, os passos de Loredana no domínio das tradições foram guiados pela sua mãe. Após alguns eventos familiares, começou a aprender sobre comércios antigos. Enquanto aprendiz, Loredana descobriu a sua grande paixão e, gradualmente, soube que um simples passatempo se transformaria numa fonte de rendimentos.

A primeira peça de artesanato feita por ela foi uma bolsa bordada com um padrão que teve um impacto inesperado e, assim, Loredana obteve as primeiras encomendas.

Um grande número de turistas para no local e mostra grande entusiasmo pelo que vê, pela riqueza do artesanato e pelos detalhes meticulosos.

Com estes objetos, Loredana Clinci procura promover as bonitas tradições romenas.

A inovação do negócio vem dos canais de promoção.

O *site* é fácil de utilizar e inclui todas as ferramentas necessárias para facilitar a compra do artesanato concebido por Loredana e a sua equipa.

Este é um dos poucos negócios onde poderá comprar vestuário e acessórios artesanais tradicionais da Roménia.

<https://sanzienele.ro/>



Fonte: <https://www.observatorulph.ro/>



Fonte: <https://sanzienele.ro/>



Fonte: <https://sanzienele.ro/>

38. Casa Pelinica

O chalé foi construído no final do século XIX e oferece a oportunidade de passar momentos de descontração num local maravilhoso, no mais puro estilo tradicional.

A casa é alugada apenas por inteiro e é ideal para quatro pessoas ou para uma família com duas a três crianças. A unidade conta com dois quartos, cada um com camas de solteiro, uma casa de banho e uma cozinha.

Em cada um dos quartos, combinaram-se várias categorias de objetos para ilustrar as especificidades socioeconómicas e culturais específicas da propriedade e da área.

A cozinha está equipada com loiça, talheres, torradeira, máquina de café, frigorífico e fogão elétrico. A localização não tem ligação à Internet nem televisão, o que oferece uma boa

oportunidade para deixar de parte os dispositivos e desfrutar da natureza e do que ela tem para oferecer.

O aquecimento é garantido por aquecedores elétricos na casa de banho, cozinha e um dos quartos, ao passo que no segundo quarto o aquecimento é feito com um forno de terracota. A água quente na cozinha e na casa de banho é aquecida por um aquecedor de água instantâneo elétrico.

No exterior, a casa inclui um churrasco, uma mesa e uma vista de cortar a respiração.

O parque de estacionamento encontra-se a aproximadamente 300 m da casa; não é possível aceder à casa com o carro.

Experimente a vida tradicional neste antigo alojamento em Bran, com uma localização que oferece uma imagem única da vida rural específica à área de Bran-Rucăr.

O carácter inovador é conferido pelo grupo-alvo deste negócio, ou seja, pessoas que pratiquem um determinado tipo de turismo cada vez mais comum, que procurem experiências e não o luxo ou hotéis de cinco estrelas. As pessoas adeptas deste tipo de turismo procuram locais com história e que se encontrem em lugares que permitam uma reconexão à natureza e momentos de relaxamento apenas a «ouvir» o silêncio e a admirar a vista das montanhas.

<https://www.airbnb.com.ro/rooms/46058379>

https://www.instagram.com/casa_pelinica/



Fonte: <https://www.airbnb.com.ro/rooms/46058379>



Fonte: <https://www.airbnb.com.ro/rooms/46058379>

39. Stana lui Aidan

A pequena unidade de alojamento encontra-se no coração da Transilvânia.

Este é um local saído de um conto de fadas e rodeado pelas maravilhas da natureza, de uma forma nunca antes explorada, que está à espera de lhe mostrar uma vista sobre o lago onde nadam todos os peixes da terra e sobre as generosas e voluptuosas formas das colinas que vai querer percorrer desde o primeiro ao último raio de sol, e onde também poderá ver como os nossos passarinhos e animais vivem em harmonia mesmo em frente à casa.

Pode descontraír no maravilhoso pátio e desfrutar de um café especial, observar o parque onde as crianças correm livremente e, ao mesmo tempo, admirar a beleza do lago e das colinas que rodeiam o local. Para as crianças, existe um lugar especial com uma torre, um escorrega e baloiços, onde se poderão divertir tanto quanto quiserem.

Os adeptos e adeptas de pesca poderão viver uma experiência extraordinária nas margens do lago. Aqui, deseja-se que cada hóspede passe tempo de qualidade na natureza e, por este motivo, a unidade não tem televisão nos quartos, mas sim uma quinta com animais livres muito afáveis que adoram desfrutar da companhia das crianças: pôneis, coelhos, cães, ovelhas e cordeiros, galinhas, patos e galinhas d'Angola.

Poderá desfrutar de momentos reais e profundos na natureza, em conjunto com os animais que agraciam o nosso terreno.

Os galos anunciam o nascer do sol a cada manhã, os cavalos correm e relinham felizes sobre o quão grande é o lugar onde vivem, as ovelhas contam consigo para as alimentar e os cães oferecem-lhe proteção e segurança noite após noite, alertando sobre qualquer ruído inabitual.

Pode contar com uma experiência genuína, uma quase total eliminação de tecnologia e a recriação do ambiente de um celeiro local.

Ao mesmo tempo, é oferecida a cada visitante a oportunidade de investir na propriedade.

<https://stanaluiaidan.eu/>

<https://www.facebook.com/stanaluiAidan>

<https://www.instagram.com/stanaluiaidan>



Fonte: <https://www.facebook.com/stanaluiAidan>



Fonte: <https://www.facebook.com/stanaluiAidan>

40. Retiro Seva Sana

Seva Sana encontra-se na colina de Arduş Vii, localizada a 20 km da cidade de Satu-Mare na Roménia. A paixão da proprietária por plantas medicinais motivou o seu sonho de criar uma pensão com um retiro, a única no país, com um conceito que prioriza a saúde e o bem-estar de cada visitante. Com o seu marido, abriu a primeira fábrica de saúde aberta a visitantes.

Inspirada pelo mundo das plantas, a proprietária Ioana criou uma casa saída de um conto de fadas, com três quartos espaçosos e acolhedores aos quais chamou: calêndula, lavanda e tomilho. Os quartos contam com terraços espaçosos e uma casa de banho partilhada. O preço é de 170 leu por noite e uma surpresa aromática está à sua espera no interior.

Viorel, o marido de Ioana, é advogado, mas deseja dedicar-se inteiramente ao negócio familiar. Apaixonado pela caça, muitos dos produtos que encontrará, a pedido, na mesa incluirão carne de caça.

A pedido, a família da Seva Sana pode oferecer-lhe leite e coalho provenientes de produtores locais, mas também pratos frescos e naturais provenientes da mercearia Danciu.

Exemplos de produtos que poderá experimentar:

- Cremes;
- Chás terapêuticos e medalhões;
- Perfumes.

A propriedade encontra-se numa área isolada, rodeada pelas colinas de Codr que parecem saídas de um conto de fadas. Esta é uma região histórica que se encontra nos distritos de Satu Mares e Maramureș.

Um oásis de tranquilidade onde a família se alimenta apenas com o que a natureza tem para oferecer.

Dezenas de vinhas e de árvores de fruto de todas as variedades salpicam a quinta que se estende ao longo de aproximadamente dois hectares.

Uma família vive na propriedade permanentemente, mesmo durante a época fria.

Seva Sana é o único local do tipo retiro na Roménia, onde pode ver como são produzidos os produtos cosméticos e medicinais, participar em cursos de saúde e bem-estar e experimentar uma cozinha 100% biológica.

<https://sevasana.ro/>

<https://www.facebook.com/sevasana.ro>





Fonte: <https://sevasana.ro/seva-sana-retreat/>

41. Quinta Cobor

Cobor é um local ideal para umas férias ativas em família, onde poderá aprender sobre os animais da quinta, os legumes do nosso quintal biológico, os cavalos no nosso estábulo, praticar desportos de equilíbrio, arco e flecha, passeios de carruagem ou trenó e visitar as redondezas — Cobor é um lugar incrível para passar tempo em família.

As colinas da Transilvânia oferecem algumas das últimas pradarias com maior valor natural da Europa. A aldeia de Cobor é o lugar perfeito para a preservação da biodiversidade e para a gestão da pradarias. Com as suas florestas de faias, colinas onduladas e pradarias férteis, Cobor oferece experiências únicas. A diversidade especial das aves da área é espetacular e terá a oportunidade de observar várias espécies de aves a partir do nosso observatório dedicado.

Na Quinta de Biodiversidade de Cobor são aplicados os métodos de pasto tradicionais à criação de gado. A biodiversidade da área só pode ser preservada se a gestão tradicional das terras continuar juntamente com a criação tradicional de gado, que é considerada a forma adequada de sustentar a biodiversidade das pradarias.

A Quinta de Biodiversidade de Cobor tem um programa de criação de gado para pastores romenos dos Cárpatos. Na quinta, durante todo o ano, podemos encontrar muitos cachorros desta raça. Estes são criados e oferecidos gratuitamente a proprietários e proprietárias de quintas nas montanhas Făgăraș para proteger os rebanhos e evitar perdas.

A quinta emprega residentes locais, bem como os respetivos cavalos para os passeios de carruagem, pelo que pode conversar e ficar a conhecer as suas histórias e mergulhar ainda mais na vida da aldeia. No caminho, pode até parar para desfrutar de um piquenique sempre que encontrar um lugar que seja do seu agrado. É possível realizar outras atividades tais como passeios de carruagem, campismo, passeios de bicicleta ou visitas botânicas.

A maioria dos alimentos em Cobor vem das quintas biológicas aí existentes. Os vegetais são típicos da Roménia e oferecem um sabor de outros tempos. Para além disso é uma das poucas localizações que permite observar a vida selvagem e que realiza um programa de criação de pastores romenos dos Cárpatos.

<https://cobor-farm.ro/>

<https://www.facebook.com/COBOR-ferma-ecologica-organic-farm-1593919307566916/>



Fonte: <https://cobor-farm.ro/>

13. LITERATURA ADICIONAL:

Materiais/conteúdo formativo existente

<i>A procura do turismo gastronómico</i>	
Nome do material/conteúdo	
1. 2.º estudo sobre a procura do turismo gastronómico na comuna de Madrid	
Ligação	
http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastron%C3%B3mico-en-Espa%C3%B1a.pdf	
Destques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)	
Este estudo realizado em novembro de 2017 analisa a procura do turismo gastronómico em Espanha, expandindo o conceito tradicional de turismo gastronómico, que caracteriza pessoas que viajam apenas motivadas pela gastronomia para passar a abranger igualmente o comportamento e as atividades de viajantes que escolhem destinos com base noutras motivações, sem que a gastronomia seja a principal razão da sua viagem.	
Pontos de interesse:	
<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar turistas cuja motivação é a gastronomia; ● Turistas gerais e influência da gastronomia; ● Destinos gastronómicos e posicionamento das regiões. 	
<i>Desenvolvimento de destinos rurais e turismo associado ao azeite</i>	
Nome do material/conteúdo	
2. Desenvolvimento de destinos rurais baseados no turismo associado ao azeite: O impacto da comunidade de residentes	
Relações e qualidade de vida no apoio ao desenvolvimento do turismo	
Ligação	

<https://www.mdpi.com/2071-1050/9/9/1624>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

A comunidade de residentes locais é uma parte essencial dos destinos turísticos, o que permite compreender melhor as atitudes destas pessoas em relação ao desenvolvimento do turismo, que são necessárias, uma vez que as atitudes favoráveis da parte da comunidade local podem contribuir para o sucesso do destino. Este estudo procura compreender as perceções de residentes rurais sobre o desenvolvimento do turismo na sua região, as quais afetam a sua intenção de apoiar o desenvolvimento adicional do turismo. A presente investigação também focou a influência das variáveis das relações com a comunidade e qualidade de vida percebida em termos da relação entre as perceções das pessoas residentes e da intenção destas de apoiar este desenvolvimento. Este estudo concentrou-se no caso do desenvolvimento do turismo associado ao azeite nos distritos de Sierra de Gata e Las Hurdes na Estremadura, Espanha.

Pontos de interesse:

- Perceções positivas de residentes rurais sobre o turismo;
- Modelo estrutural.

A gastronomia como património cultural e força impulsionadora do desenvolvimento do turismo

Nome do material/conteúdo

3. A gastronomia como património cultural e motor do desenvolvimento do turismo

Uma análise SWOT sobre Estremadura, Espanha.

Ligação

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Existe um crescente interesse nos alimentos tradicionais e pratos típicos que elevam a gastronomia ao nível de património cultural. O desenvolvimento do turismo gastronómico «começa antes do prato chegar à mesa». Assim, é necessário desenvolver as propostas de

turismo com base num processo de planeamento racional e abrangente. É também apresentada uma análise SWOT completa, que é muito útil neste primeiro manual.

Pontos de interesse:

- Relações entre o turismo e a gastronomia;
- Fraquezas e forças do setor rural.

Recursos para o empreendedorismo em zonas rurais

Nome do material/conteúdo

4. Recursos para o empreendedorismo em zonas rurais na Estremadura

Ligação

https://www.redruralnacional.es/sites/default/files/documents/Dossier_EmprendimientoRRN_Extremadura.pdf

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

A Rede Rural Nacional (RRN) é uma plataforma constituída por administrações (estatal, regional e local), agentes sociais e económicos, representantes da sociedade civil e organizações de investigação relacionadas com o meio rural. O objetivo principal é promover o desenvolvimento rural. Este documento descreve uma grande rede de recursos para o empreendedorismo em zonas rurais, o que pode ser interessante.

Pontos de interesse:

- Identificação e disseminação de exemplos de projetos e boas-práticas que podem servir como inspiração para outras pessoas;
- Partilha de experiências empreendedoras e criação de redes através de eventos e *workshops* participativos;
- Cursos e recursos de formação específicos.

Criatividade aplicada a negócios rurais

Nome do material/conteúdo

5. Técnicas de geração de ideias. Criatividade aplicada aos negócios

Ligação

<https://plandeempresa.extremaduraempresarial.es/users/downloadExamplePlan/65>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Ao iniciar um negócio, habitua-se a gerar novas ideias para resolver todos os tipos de problemas tanto seus como da clientela. É algo que não consegue deixar de fazer, embora isso não queira dizer que o faça de forma eficiente e lucrativa. A chave é gerir o processo criativo.

São muitas as definições de criatividade, mas focaremos a definição dada pelo psicólogo Frank Barrow: «Criatividade é uma disposição para a originalidade e a capacidade de produzir respostas adaptativas e incomuns».

Esta visão está estreitamente relacionada com as hipóteses de sucesso de produtos ou serviços no mercado; originalidade — vivemos numa era em que a clientela procura algo novo para se sentir diferenciada e única; adaptabilidade — ou seja, a conceção a partir da perspetiva do utilizador ou utilizadora final para oferecer uma proposta de valor que leve à tomada de uma decisão de compra que lhe seja benéfica.

Os Pontos de Apoio a Empresas da Extremadura oferecem este recurso de interesse para iniciar o processo empreendedor.

Pontos de interesse:

- Integração de uma equipa criativa;
- Organização de sessões de geração de ideias;
- Outras técnicas.

Empreendedorismo rural

Nome do material/conteúdo

6. Programa de empreendedorismo rural

Ligação

<https://empreendedoresrurales.com/programa-formate-aer/materiales-webinars/>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

O programa Fórmate AER é uma das linhas de ação estratégica da Associação de Empreendedorismo Rural. Os projetos de empreendedorismo precisam, acima de tudo, de um aspeto altamente prático, onde outros empreendedores e empreendedoras que já tenham passado pelas mesmas situações possam transmitir conhecimentos úteis.

Pontos de interesse:

- Formação em organização empresarial (operações, produção, RH);
- Digitalização e automatização de processos com ferramentas simples e gratuitas;
- Autoconhecimento e liderança;
- Comunicação empresarial e de marketing.

Atividade empreendedora em zonas rurais

Nome do material/conteúdo

7. Relatório do GEM sobre a atividade empreendedora em zonas rurais

Ligação

https://gemspain-my.sharepoint.com/personal/comunicacion_gem-spain_com/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fcomunicacion%5Fgem%2Dspain%5Fcom%2FDocuments%2FINFORMES%2FESPECIALES%2F2021%2D2022%2FInforme%20GEM%20Mapfre%20sobre%20la%20actividad%20empreendedora%20rural%20en%20Espa%C3%B1a%202021%2D2022%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fcomunicacion%5Fgem%2Dspain%5Fcom%2FDocuments%2FINFORMES%2FESPECIALES%2F2021%2D2022&ga=1

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

O Observatório do Empreendedorismo em Espanha lidera o desenvolvimento do projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no país. Este projeto é um observatório internacional que, desde 1999, analisa anualmente o fenómeno empreendedor à escala global.

Por exemplo, o relatório indica que a média de idades das pessoas que desejam abrir um negócio em zonas rurais nos próximos meses é de 38 anos e das pessoas que gerem a sua própria atividade é de 34 (atividade recente) e 50 anos (atividade consolidada).

Pontos de interesse:

- Valores, perceções e competências empreendedoras da população adulta;
- Atividade empreendedora e suas características;
- O contexto no qual ocorre o processo empreendedor.

Factos e números sobre o turismo rural em Espanha

Nome do material/conteúdo

8. Relatório anual do Observatório do Turismo Rural 2021

Ligação

<https://www.escapadarural.com/blog/datos-de-turismo-rural-espana-2021/>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Este relatório apresenta dados sobre o turismo rural em Espanha, com uma análise atual à procura e à evolução do turismo rural. O relatório foi desenvolvido pelo Observatorio del Turismo Rural, o maior projeto de investigação turística em Espanha, que se debruça sobre duas áreas de investigação: a procura por parte de viajantes rurais e a oferta, ao nível estatal, de alojamentos rurais.

Pontos de interesse:

- Média das despesas dedicadas ao turismo rural;
- O papel das mulheres no turismo rural;
- Os aspetos mais valorizados em destinos rurais (riqueza gastronómica a totalizar 45% das respostas).

Relatório sobre o turismo rural 2021

Nome do material/conteúdo

9. Relatório sobre o turismo rural Regiões de Tentudía e Ambroz (Estremadura).

Ligação

https://www.turismoextremadura.com/.content/observatorio/2021/EstudiosYMemoriasAnuales/Informe_turismo_rural_2021.pdf

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Este relatório faz parte das atividades do acordo estabelecido entre a Universidade de Estremadura e a Junta da Estremadura para o projeto «Geração de conhecimentos turísticos na Estremadura».

O estudo sobre a procura turística foi realizado através da incorporação de informações separadas baseadas em microdados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística e pela componente qualitativa de inquéritos realizados a turistas na rua em pontos de interesse turístico (PIT).

A oferta foi abordada a partir dos dados disponíveis no Registo Empresarial do Turismo da Estremadura. Sempre que possível, a situação atual de alguns indicadores foi comparada com a situação anterior em 2018, que foi o ano de celebração do primeiro destes acordos, estando disponíveis dados desse ano.

Pontos de interesse:

- Presença nas redes sociais;
- Digitalização de empresas no mundo rural;
- Importância da procura turística.

Rede Europeia de Desenvolvimento Rural

Nome do material/conteúdo

10. Grupo temático sobre empresas rurais inteligentes e competitivas

Ligação

https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/tg_rural-businesses_final-report_0.pdf

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

O relatório final do grupo temático REDR sobre «Empresas rurais inteligentes e competitivas» resume as principais recomendações e conclusões encontradas por este grupo. Também descreve o contexto, objetivos, abordagens, métodos e atividades do grupo temático.

Pontos de interesse:

- A importância de ideias criativas («impensadas») para negócios locais viáveis que possam responder a novos desafios rurais.
- Abordagens de apoio a empresas (como a abordagem de aceleração) para ajudar estas ideias de negócio a emergirem e ajudar as empresas a realizá-las.
- Criar um ecossistema de apoio (incluindo o acesso a banda larga e outros serviços) de modo a ajudar as empresas a se instalarem em zonas rurais.

Impacto da COVID na indústria hoteleira e medidas para ultrapassar desafios

Nome do material/conteúdo

11. Indústria hoteleira em Aragão e a COVID-19: Impactos económicos e medidas de recuperação

Ligação

https://www.camarazaragoza.com/wp-content/uploads/2021/01/HOSTELERiA-EN-ARAGoN-Y-COVID-19_Version-final-2.pdf

O estudo quantifica a queda da atividade económica sentida no ano de 2020 no setor da hotelaria em Aragão (Espanha) como consequência da COVID-19. Esta estimativa baseia-se nos dados disponíveis em fontes estatísticas públicas que nos permitiram contextualizar o impacto económico da pandemia e considerar como ponto de partida a estimativa específica sobre a variação do emprego neste setor. É necessário realizar um exercício de estimativa porque a representatividade dos dados do mercado de trabalho habitual foi distorcida pela utilização

generalizada de ERTES (planos de ajuste para o emprego), de apoios para trabalhadores independentes e a redução da força de trabalho.

Pontos de interesse:

- Medidas que possam ser do interesse de empresas relacionadas com o turismo gastronómico.
- Capacidade de reação do setor.

Pequenas ideias de negócio

Nome do material/conteúdo

12. 60 pequenas ideias de negócio para pessoas que queiram ter as suas próprias empresas

Ligação

<https://blog.hubspot.com/sales/small-business-ideas>

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Este estudo realizado em novembro de 2017 analisa a procura do turismo gastronómico em Espanha, expandindo o conceito tradicional de turismo gastronómico, que caracteriza pessoas que viajam apenas motivadas pela gastronomia para passar a abranger igualmente o comportamento e as atividades de viajantes que escolhem destinos com base noutras motivações, sem que a gastronomia seja a principal razão da sua viagem.

Pontos de interesse:

- Identificar turistas cuja motivação é a gastronomia;
- Turistas gerais e influência da gastronomia;
- Destinos gastronómicos e posicionamento das regiões.

Kit de arranque para empresas

Nome do material/conteúdo

13. 9 modelos para transformar uma ideia num negócio

Ligação

https://offers.hubspot.com/business-startup-kit?hubs_post-cta=anchor&hubs_post=blog.hubspot.com%2Fsales%2Fsmall-business-ideas&hubs_signup-url=blog.hubspot.com%2Fsales%2Fsmall-business-ideas&hubs_signup-cta=cta_button&hsCtaTracking=1a0a4e5a-b3ce-4c8b-bc42-4e24cde930ae%7C647c2da9-64b9-4057-88e0-1713cad40ed9

Destaques (que tópicos/partes são úteis? Por exemplo, estrutura, certos tópicos, etc.)

Por vezes é importante munir-se de ferramentas relevantes para o desenvolvimento de ideias de negócio. A consultora Hubspot oferece ferramentas avançadas gratuitas que contribuem para a conceção e desenvolvimento dos primeiros documentos da sua futura empresa.

Pontos de interesse:

- Modelo de análise das cinco forças de Porter;
- Modelo de *pitch deck*;
- Lista de verificação de *tech stack*;
- Modelo de plano de marketing;
- Modelos de *elevator pitch*.



Co-funded by
the European Union

PROJECT TEAM

www.flavoursofeurope.eu



North-East Regional Development Agency
(Romania) Lead Partner
www.adrnordest.ro



"Budakov Films" EOOD (Bulgaria)
www.bfstudio.eu



Inova+ Innovation Services, SA (Portugal)
www.inova.business



Eurocrea Merchant SRL (Italy)
www.eurocreamerchant.it



Aintek Symvouloi Epicheiriseon Efarmoges
Ypsilis Technologias Ekpaidefsi Anonymi Etaireia
(Greece)
www.idec.gr



Universitatea Ștefan Cel Mare Din Suceava
(Romania)
www.usv.ro



Fundación para el Desarrollo Directivo
(FUNDES) (Spain)
www.ebs.es



Asociația Incoming Romania (Romania)
www.incomingromania.org

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.