



ardent 

entrepreneurship education
for rural development

Relatório de Análise de Necessidades

Desafios económicos e sociais
das comunidades rurais

ÍNDICE

1. Introdução	1
2. Os Eventos de Consulta	2
Münsterland, Alemanha	2
Saxônia-Anhalt, Alemanha	3
Małopolska, Polónia	5
Condados Eslavos, Croácia	6
Alto Minho, Portugal	8
3. Desafios Sociais e Económicos Identificados	12
1. Educação	12
2. Digitalização	15
3. Condições Regulamentares	16
4. Valorização e Distribuição de produtos locais	17
5. Financiamento	24
6. Estimular a atividade da comunidade local e promover atitudes de cooperação	25
7. Despovoamento rural e alterações demográficas	26
8. Cooperação Eficiente “Hélice Tripla”	30
9. Criar regiões autónomas e reduzir o impacto ambiental	31

1. Introdução

Esta publicação foi produzida no âmbito do projeto financiado pelo Erasmus+ intitulado ARDENT - Advancing Rural Development through Entrepreneurship Education for Adults (2019-1-DE02-KA204-006491). É intitulada de Análise de Necessidades, na qual apresentamos as necessidades e desafios sociais e económicos de uma determinada região ou comunidade, identificados no «evento de consulta». O relatório dá uma visão sobre os eventos de consulta que ocorreram em cada um dos países parceiros e enumera os desafios identificados agrupados num conjunto de temas principais.

No âmbito do nosso projeto Erasmus+ ARDENT, os resultados do evento de consulta contribuirão para que as Instituições de Ensino Superior (IES) parceiras possam programar outras etapas do projeto, em termos de abordagem e conteúdo, nomeadamente a formação em Empreendedorismo Rural baseada na Comunidade (Programa CBL). O Programa será personalizado de acordo com os temas que surgiram durante os eventos de consulta. Os desafios identificados são fixados neste relatório de análise de necessidades que foi produzido com base nos resultados dos eventos de consulta. Durante o programa CBL, os alunos/formandos adultos desenvolverão e implementarão projetos empreendedores visando a melhoria dos temas identificados apresentados no presente documento.

O relatório fornece, em primeiro lugar, uma visão geral de todos os Eventos de Consulta realizados em todos os locais parceiros em 2020, apresentando uma visão geral sobre como os eventos foram planeados, organizados e conduzidos, bem como informações sobre as experiências dos membros da Comissão de Acompanhamento e a sua contribuição para a reunião. O capítulo seguinte apresenta os resultados dos eventos de consulta, através de uma visão geral dos desafios económicos e sociais das comunidades rurais, e sugestões feitas pelos membros da Comissão de Acompanhamento sobre as soluções que orientariam os projetos empreendedores dos participantes, bem como possíveis temas para os workshops comunitários a serem oferecidos durante os lançamentos nacionais. O relatório de análise de necessidades faz parte do segundo resultado intelectual do projeto ARDENT, para além do roteiro de consulta rural. Além disso, o consórcio ARDENT desenvolveu um conjunto de outros materiais, muito relevantes, que também contribuem para a capacitação de adultos para o empreendedorismo.

2. Os Eventos de Consulta

Assumindo o roteiro como orientação, as IES parceiras do projeto ARDENT planearam e implementaram com sucesso os eventos de consulta nas suas respetivas regiões, e analisaram os resultados que serão integrados nas próximas etapas. Todos os parceiros realizaram os eventos de consulta, alguns virtualmente e outros fisicamente, dependendo das circunstâncias prevaletentes devido à pandemia de COVID-19. Um resumo do evento de cada parceiro dedicado e adaptado à sua respetiva região é apresentado a seguir.

Münsterland, Alemanha

A Universidade de Ciências Aplicadas de Münster (MUAS) organizou o seu evento de consulta em outubro de 2020 sob o título: Região de Münsterland: COVID-19 Desafios para o desenvolvimento regional. O workshop foi organizado pelo Science-to-Business Marketing Research Centre (S2BMRC) da Universidade de Ciências Aplicadas de Münster num local atrativo no porto de Münster (Hafenkäserei Münster). Os preparativos para o evento tiveram que ser cuidadosamente coordenados de acordo com os atuais regulamentos em relação ao COVID-19 para garantir a segurança e a saúde de todos os participantes. Estes preparativos colocaram alguns desafios à equipa, pois era a primeira vez que um evento externo era organizado durante a pandemia, de uma forma não digital e com o envolvimento de trabalhos de grupo.

Representantes de parceiros associados, tais como TAFH Münster, representantes de IES, empresários, especialistas regionais em desenvolvimento de negócios ou empreendedorismo, bem como residentes de Münsterland foram convidados a participar no workshop, constituindo um amplo grupo de debate, com potencial de gerar contribuições valiosas e traduzindo diferentes perspetivas.

O evento começou com uma breve introdução do Prof. Thorsten Kliewe, diretor executivo do S2BMRC, que salientou a importância do espírito empreendedor como condição para o desenvolvimento de Münsterland, nomeadamente em termos económicos. Posteriormente, Iulia Stroila, coordenadora do projeto ARDENT e investigadora no S2BMRC, e Ana Gathmann, assistente do projeto ARDENT, explicaram o objetivo e o curso do workshop - definir os desafios económicos e sociais das zonas rurais da região de Münsterland - e a utilização posterior dos resultados do workshop como base para o programa de educação de adultos "Acelerador do Empreendedorismo Rural". Os participantes foram divididos em três grupos de trabalho constituídos por 3-4 pessoas cada. Após uma curta sessão de brainstorming individual sobre os atuais impulsionadores e barreiras na região de Münsterland, os grupos passaram a um animado debate. Uma vez que todos os participantes contribuíram com as suas ideias sobre os desafios económicos e sociais, foi solicitado a cada grupo que os priorizasse de acordo com a sua relevância para a região. A parte seguinte do trabalho de grupo envolveu a identificação de aspetos específicos relacionados com o desafio escolhido. Por exemplo, tais aspetos envolveram vantagens em abordar e dominar o desafio, potenciais barreiras ou partes interessadas envolvidas, entre outros. Estes aspetos derivaram principalmente do modelo "Societal Innovation Canvas" (retirado do roteiro), que serviu de estrutura para apoiar e orientar a organização do processo criativo. Numa sessão final de pitching, os grupos discutiram os resultados do trabalho em grupo e partilharam os seus

desafios identificados. Um total de seis áreas temáticas foram identificadas como cruciais, na medida em que constituem desafios determinantes para a construção de uma cultura de empreendedorismo vibrante na região de Münsterland e para a revitalização da economia rural.

As discussões revelaram que a propensão para iniciar uma empresa é menor na zona rural de Münsterland do que nas regiões densamente povoadas. Isto também se deve à atual situação do mercado de trabalho. Embora haja muito poucas startups em Münsterland, a probabilidade de sucesso é ligeiramente maior do que a média do Estado. Startups bem-sucedidas como Münsterlander Bauernbox ou Güllemarkt24 são uma evidência real de que em Münsterland existe potencial empreendedor e que este, em meio rural, deve ser ainda mais incentivado. O desenvolvimento do empreendedorismo rural é vital porque, nos últimos anos, as zonas rurais têm enfrentado vários desafios, nomeadamente a percentagem de desemprego e a migração da população para as zonas urbanas tem aumentado consideravelmente. Atualmente, a crise em torno da pandemia COVID-19 acrescenta ainda mais dificuldades, tornando mais difícil para os empresários sobreviver no mundo incerto, arriscado, turbulento e ambíguo de hoje.

Foram identificados os seguintes desafios para a região Münsterland:

- A educação empresarial precisa de ser melhor promovida dentro da região onde as imagens “clássicas” do empreendedorismo precisam de ser desafiadas;
- A burocracia está a mudar a inovação na região;
- Identificação de competências para o futuro no âmbito do novo “normal”;
- Medidas de encerramento sem precedentes resultaram em colapsos de PME's;
- As PME's na região dependem mais do que nunca de um ambiente empresarial favorável, incluindo apoio no acesso ao financiamento, à informação e ao mercado;
- Existem diferentes atitudes por parte dos empresários rurais e urbanos.

Saxônia-Anhalt, Alemanha

O Evento de Consulta em Saxônia-Anhalt, acolhido pela Universidade de Ciências Aplicadas de Anhalt, realizou-se no dia 1 de outubro, em Bernburg (HS Anhalt). O evento foi organizado pela Univations GmbH, juntamente com o Centro de Competência de Inovação Social de Saxônia-Anhalt (KomZ) e reuniu 13 especialistas do conjunto de stakeholders e organismos relevantes da Comissão de Acompanhamento. Apesar da difícil situação de pandemia, a impressão geral e a aceitação do evento foram muito boas. Os participantes participaram ativamente na discussão, numa atmosfera muito construtiva, contribuindo de forma entusiasmada para o debate de ideias relativas aos temas apresentados.

O processo de preparação foi mais difícil do que o habitual, dadas as circunstâncias especiais e o facto do evento ter sido planeado para se realizar presencialmente no HS Anhalt. As medidas de segurança sanitárias tiveram de ser rigorosamente seguidas e a evolução da situação pandémica foi acompanhada dia a dia. O evento foi preparado com o apoio da KomZ e HS Anhalt. Foram realizados três workshops diferentes com dois temas diferentes cada para identificar os desafios para as regiões rurais do sul da Saxônia-Anhalt. Os participantes vieram de várias áreas relevantes e todos puderam trazer a sua perícia, respetivamente os parceiros associados, como o KomZ, o centro de startup da Universidade, docentes,

gestores de projeto com experiência em mobilidade e logística, uma Corporação de Desenvolvimento Local e Desenvolvimento Empresarial e de diferentes direções da autoridade pública regional. Todos foram convidados a participar no evento e a partilhar conhecimentos e ideias. Após uma breve introdução e um ponto de situação do projeto, o CEO da Univations, Dr. Daniel Worch, explicou o objetivo do evento - definir os desafios económicos e sociais das zonas rurais do sul da Saxônia-Anhalt. Subsequentemente, o grupo foi dividido em três workshops separados para cobrir o maior número possível de temas e, assim, usar o tempo disponível de forma mais eficiente. Cada workshop teve o seu próprio tema e destaque para o qual o respetivo grupo definiu os desafios económicos e sociais. Os participantes eram livres de propor também outros desafios. No total, foram identificadas 6 necessidades prioritárias:

O primeiro workshop debruçou-se sobre o tema da mobilidade, das infraestruturas e do uso do hidrogénio neste contexto. A mobilidade e uma boa rede de infraestruturas são pré-requisitos para a atratividade e viabilidade futura de uma região, tanto como local para habitação como para a fixação de empresas. Com a falta de uma boa acessibilidade para os centros, as famílias jovens, em particular, não querem mudar-se para a região, e as empresas que procuram trabalhadores qualificados também continuam ausentes. A proteção climática é um exemplo da mudança das condições que irão influenciar a nossa mobilidade de amanhã. Outra é uma sociedade em envelhecimento que está a aumentar a procura por infraestruturas que atendam às necessidades dos idosos.

O segundo workshop foi dedicado aos temas de educação e digitalização, que se tornaram relevantes especialmente na atual situação de pandemia. A região de Anhalt-Bitterfeld apresenta uma elevada percentagem de abandono escolar, acima do nível nacional. A oferta educativa tornou-se um desafio que é intensificado pela dinâmica da mudança demográfica, como a migração para o exterior, um número decrescente de alunos e uma população envelhecida. São necessárias possibilidades de aprendizagem ao longo da vida, transferência de conhecimento, educação digital e apoio (individual), educação cultural, e soluções para os casos em que o ensino presencial não é possível. As oportunidades de digitalização das zonas rurais também foram discutidas neste formato, bem como a possibilidade de criação de redes/networking, reforço da proximidade, ancoragem local, dinâmica, independência, e, em geral, a adoção de novos rumos.

O terceiro workshop tratou do envelhecimento e declínio da população, especialmente nas zonas rurais, e da deterioração da rede de cuidados médicos nessas regiões. O desenvolvimento demográfico e a saída dos jovens para as cidades, provoca o despovoamento das zonas rurais, que passam a enfrentar problemas e desafios inteiramente novos. O número crescente de idosos exige cada vez mais o acesso a cuidados médicos. Uma questão a ser abordada não só nas zonas rurais da Saxônia-Anhalt, mas também a nível nacional.

Todos os workshops tiveram muito potencial para um vasto número de desafios subjacentes. Portanto, as discussões nos workshops continuaram animadas e verificou-se que a descoberta de um problema era frequentemente apenas a ponta de um iceberg revelando outros. Posteriormente, os grupos apresentaram os seus resultados aos demais membros da Comissão de Acompanhamento. O feedback foi bastante positivo, e tornou-se claro que vários stakeholders precisam trabalhar em conjunto, e que são necessárias mentes criativas e ideias inovadoras para encontrar soluções sustentáveis para superar algumas das questões levantadas.

A economia da Saxônia-Anhalt pode ser descrita como estruturalmente bastante fraca. Não importa quais os indicadores de desempenho económico considerados, Saxônia-Anhalt encontra-se sempre na parte inferior das classificações. Numa comparação nacional, está em antepenúltimo em desemprego, com uma taxa de cerca de 8%. O quadro é ainda mais sombrio para o PIB, o indicador económico mais importante, em relação ao qual Saxônia-Anhalt ocupa o penúltimo lugar na comparação federal.

A difícil situação económica no período pós-reunificação levou a um êxodo quase sem precedentes. Embora quase três milhões de pessoas ainda vivessem na Saxônia-Anhalt no final de 1989, hoje existem cerca de 700.000 pessoas a menos. Especialmente os mais jovens (principalmente os mais qualificados) deixaram o estado, o que gerou efeitos demográficos e de oferta de mão-de-obra desfavoráveis nos tempos atuais.

Małopolska, Polónia

A Universidade de Economia de Cracóvia realizou uma reunião online no dia 19 de novembro de 2020 com 16 participantes. A reunião foi muito bem-sucedida, o que pode ser explicado pelas vívidas discussões sobre os temas levantados. Antes da reunião de “análise de necessidades” foi enviado um questionário de pesquisa para os participantes para obter a sua opinião sobre os desafios inicialmente indicados. Além disso, a palavra foi aberta à proposta de outros desafios que poderiam ser descritos como parte integrante da vida rural quotidiana.

A reunião foi realizada nas instalações da Universidade de Economia de Cracóvia. A preparação do evento foi seguida de mensagens de e-mail, bem como de chamadas telefónicas para efeitos de confirmação de participação. Para permitir um brainstorming individual sobre os diferentes desafios recorreu-se a “breakout rooms” virtuais. Os contactos do grupo-alvo, tais como representantes de empresas, ONGs, unidades da administração pública e universidades (agrícolas), foram guardados e mantidos numa base de dados ARDENT. Isto representa a hélice quádrupla da região, mas do ponto de vista rural. Depois de receber os participantes e providenciar as necessárias “assinaturas eletrónicas” formais, o grupo foi dividido em dois painéis de discussão. Cada um deles contava com um moderador e uma pessoa encarregada de tomar notas para não perder nenhum ponto importante levantado durante o brainstorming. Os principais desafios foram identificados antes da reunião com base nas respostas ao questionário que foi distribuído. Foram escolhidos quatro temas principais de todas as respostas recebidas. Os participantes são todos especialistas em matérias associadas ao meio rural, o que serviu de base para as suas nomeações como membros da Comissão de Acompanhamento.

Durante o evento de consulta foram discutidos os seguintes desafios das zonas rurais na região de Małopolska:

- Comercialização e promoção de produtos e serviços locais fornecidos por organizações sociais e famílias - cujo desafio tem como causas diretas a falta de interesse nos produtos locais, o egoísmo e as barreiras mentais, e a sua promoção insuficiente ou inadequada, a falta de sistemas logísticos estáveis para a venda de produtos manufaturados, problemas resultantes da pandemia, principalmente relacionados com a limitação da atividade económica e social, riscos para a saúde e fatores psicológicos e sociológicos;

- Baixo nível de conhecimento sobre oportunidades de financiamento e falta de capacidade de angariação de fundos - resultante do insuficiente desenvolvimento de infraestruturas materiais e financeiras, risco sistémico relacionado com o financiamento de projetos específicos, desafios relacionados principalmente com a redução da atividade socioeconómica e financeira devido à situação pandémica;
- Fomento de atitudes de patriotismo económico local - o desafio relacionado com a falta de conhecimento dos benefícios da compra de produtos e serviços locais para a comunidade e economia locais, sem hábitos de compra de produtos/serviços locais;
- Estímulo à atividade da comunidade local e promoção de atitudes cooperativas - apesar da crença bastante comum no sentido e eficácia de empreender a cooperação em várias esferas da vida social e económica, na prática, a atividade social e a disponibilidade para empreender ações para o bem comum ainda são relativamente raras. Muito frequentemente faltam líderes locais que tenham a capacidade de integrar a comunidade local em torno de um objetivo comum.

O evento de consulta na Universidade de Economia de Cracóvia revelou necessidades legais e sociais a serem superadas. Quanto às ações legais, as autoridades a nível local e regional poderiam ser, na sua maioria, as que se dirigem às partes para fazer mudanças para apoiar as comunidades locais. Como opinião comum em ambos os grupos que participaram no workshop, o desenvolvimento local é um domínio dos líderes locais, as pessoas que mais frequentemente se envolvem na vida social e conhecem melhor os hábitos sociais dos adultos, mas também dos jovens adultos. Criam a riqueza social das regiões pelas suas paixões e pelas atividades locais adaptadas. A sua perceção das necessidades e exigências locais é simplesmente o barómetro das necessidades regionais. Por conseguinte, as ações legais devem ter em consideração as opiniões dos líderes locais e estas ações devem começar e ser promovidas pelas autoridades da administração pública local e regional.

As zonas rurais regionais na Polónia são especialmente confrontadas com questões financeiras. Os recursos financeiros devem ser realocados para apoiar microempresários locais e não apenas empresas locais, mas também organizações sociais que oferecem produtos e serviços locais, mas em quantidade inferior à necessária, ou carecem de melhor promoção.

Condados Eslavos, Croácia

A Universidade de Osijek utilizou o resultado de duas reuniões da Comissão de Acompanhamento para identificar os desafios da sua região. A primeira reunião da Comissão de Acompanhamento foi realizada em junho de 2020 e fez parte de uma reunião de início do projeto com 18 participantes. A ideia era apresentar os membros da Comissão, apresentar o projeto e dar-lhes informações gerais para pensarem sobre o projeto e as suas atividades. Após a apresentação do desenvolvimento das zonas rurais e da produção agrícola no Condado de Osijek-Barânia, os participantes salientaram os problemas e desafios com que se depararam enquanto trabalhavam nas zonas rurais. A equipa croata concentrou os seus esforços em 5 condados eslavos. A Eslavónia situa-se no leste da Croácia, zona entre as fronteiras com a Hungria, Sérvia e Bósnia e Herzegovina, e entre os três rios principais e maiores da Croácia: Donau, Drava e Sava. Esta parte da Croácia está tradicionalmente orientada para a agricultura.

Foi também fortemente devastada durante a guerra da Pátria (1991-1995). Uma vez que todas as fábricas foram destruídas, muitas pessoas deslocaram-se (para outras partes da Croácia - geralmente Zagreb e Ístria - ou outros países, predominantemente Áustria e Alemanha). Esta parte da Croácia está dividida em 5 condados: Condado de Virovitica-Podravina, Condado de Požega-Eslavónia, Condado de Brod-Posavina, Condado de Osijek-Barânia e Condado de Vukovar-Sírmia. Estes condados, com a dimensão de 12,486 km², concentram-se predominantemente na indústria alimentar, agricultura e indústria transformadora.

A apresentação do projeto ARDENT atraiu muito interesse por parte da comunidade local, incluindo o governo local. O local da reunião foi cuidadosamente escolhido, uma vez que se teve de considerar as sugestões de medidas impostas pelo protetorado civil devido à pandemia de COVID-19. De facto, o protetorado civil croata decidiu colocar medidas muito rigorosas, e semelhantes às de outros países da EU, para um encerramento total a 19 de março de 2020. A equipa croata começou a planear ambas as opções, a primeira reunião do projeto a ser realizada presencialmente e através da plataforma ZOOM. Nessa altura, o planeamento tinha dois objetivos principais - atrair grupos-alvo e cumprir o cronograma do projeto. A primeira reunião do projeto foi anunciada em todos os meios de comunicação locais - televisão, rádio e jornais. A televisão local (Slavonska televizija - STV) cobriu o evento (<https://youtu.be/Tm-I4d0FCBY>).

A Faculdade de Economia de Osijek está ativamente envolvida na gestão de projetos da UE desde 2002, e a reunião inicial não foi a sua primeira tentativa de organizar um evento desse tipo. No entanto, a organização deste evento tendo em mente todas as medidas relacionadas com a pandemia de COVID-19, foi uma nova experiência. Para que todos estivessem devidamente seguros durante a reunião, foi garantida a distância recomendada entre os participantes, as mesas e as cadeiras foram desinfetadas, e a temperatura corporal de todos os participantes foi verificada antes da reunião. Alguns possíveis membros da Comissão de Acompanhamento, que não puderam participar na reunião, mas que estavam interessados em aderir ao projeto, foram contactados posteriormente, e informados dos resultados da reunião. Todos os membros da Comissão receberam a ata da reunião com o convite aberto para a próxima reunião. Os participantes na reunião inicial foram empresários locais, diretores de empresas locais (por exemplo, mercado verde em Osijek), representantes de instituições de apoio empresarial, diretores e coordenadores de projetos de agências de desenvolvimento local, coordenadores de projetos de grupos de ação local, professores da Faculdade de Ciências Agrobiotécnicas em Osijek e da Faculdade de Economia em Osijek e representantes do governo local. Para aumentar a visibilidade do projeto, representantes dos meios de comunicação locais (portal agrícola - AGROKLUB) também foram convidados para a Comissão de Acompanhamento. Foram também convidados empresários que tiveram um impacto na ligação dos produtores agrícolas locais. SEG (grupo ecológico solidário), projetos que são vistos como exemplos de boas práticas, juntamente com o projeto e a organização sem fins lucrativos - Bio Q.

A situação no setor agrícola foi apresentada aos participantes por Silva Wendling (Chefe do Gabinete de Agricultura do Condado de Osijek-Barânia), que foi o orador principal selecionado. Durante a reunião, os participantes debateram os problemas da zona rural, que deram origem a uma análise SWOT dos 5 condados eslavos. Os participantes foram divididos em 4 grupos de acordo com os desafios que foram identificados como sendo os maiores. A equipa do projeto encarregou-se de tomar notas e de acompanhar a discussão nos grupos. Após a discussão da equipa, os participantes discutiram os principais desafios e sugeriram soluções. Todas as soluções foram adaptadas de acordo com os

problemas e desafios croatas. Foi incluído o princípio da Hélice Tripla (cooperação entre universidade, governo e setor empresarial).

Durante a reunião, os participantes debateram sobre todos os problemas que encontraram no seu trabalho quotidiano com pessoas de zonas rurais. Os problemas estão relacionados com a falta de uma abordagem estratégica às zonas rurais e à produção agrícola. Há muitos projetos já implementados, ou em vias de ser implementados, mas todas estas iniciativas são fragmentadas e não há qualquer ligação entre elas. Através dos projetos da UE com a Hungria (cooperação transfronteiriça), o condado de Osijek-Barânia criou ciclovias que ligam Osijek e Mohacz, mas não existem ciclovias que liguem os condados eslavos. Todos os projetos e atividades devem ser implementados em conjunto, e de forma integrada, reforçando o posicionamento da região, e tornando os produtos e serviços reconhecíveis e distinguíveis.

A segunda reunião da Comissão de Acompanhamento foi realizada no dia 1 de outubro de 2020, novamente de acordo com as medidas do Protetorado Civil Croata para prevenir a propagação do vírus COVID-19. Estiveram presentes 15 participantes, membros da Comissão de Acompanhamento. Após a divisão do grupo em 4 equipas, os participantes continuaram a trabalhar nos desafios identificados, os respetivos problemas principais, possíveis soluções e principais obstáculos. Os participantes também apresentaram os exemplos de boas práticas do seu ambiente e concluíram que os melhores exemplos deveriam ser um teaser para atrair os participantes para a parte do projeto relativa à educação.

A reunião começou com uma breve recapitulação da primeira reunião. Os participantes, membros da Comissão de Acompanhamento, apresentaram os seus exemplos de boas práticas: ekotrznica.hr (SEG Osijek, mercado online) e www.lokalno2go.hr (mercado online) por LAG Slavonska ravnica. Após as apresentações, os participantes debateram os problemas da zona rural, dando seguimento aos que já tinham sido acordados na primeira reunião. Os participantes enfatizaram os seguintes problemas/fraquezas: falta de conhecimentos, quadro regulamentar complicado, demasiado trabalho administrativo, a agricultura não é atrativa para os jovens, perda de identidade, subsídios não estão ligados aos rendimentos, agricultura verde, falta de centros de produção de agricultura inteligente. Os participantes apontaram como pontos fortes: recursos e pessoas, e sublinharam as seguintes oportunidades: não estamos a utilizar todas as possibilidades que temos como membros da UE, concentrarmo-nos em jovens empreendedores, unirmos as "forças" através do modelo Hélice Tripla, concentrarmo-nos no exemplo de boas práticas, economia circular, revitalização das zonas rurais, formando centros de educação em agricultura, união em agro-clusters, produção alimentar. Nos 5 condados eslavos, foram reconhecidos os seguintes tratamentos: Ainda não há uma estratégia aceite para a produção agrícola, as grandes e pequenas explorações agrícolas familiares não têm os mesmos problemas e exigem abordagens diferentes, o lobby de importação na Croácia é demasiado forte, algumas colheitas são exportadas antes de as colheitas estarem maduras.

Alto Minho, Portugal

O Alto Minho é um território marcadamente rural, com áreas mais remotas largamente despovoadas, em detrimento das áreas urbanas, que concentram mais de 75% da população em apenas um terço do território. O Alto Minho é uma região envelhecida em relação à média do país e à região norte, como resultado do envelhecimento generalizado da população em todos os municípios, e também das

dificuldades de renovação da população (os dois grupos etários mais jovens, até aos 24 anos, vem assumindo proporções modestas no total da população). Além disso, a população do Alto Minho apresenta baixos níveis de escolaridade. A escolaridade da população ativa do Alto Minho sugere uma mão-de-obra menos qualificada no contexto nacional e com níveis salariais inferiores à média nacional, o que levanta limitações a uma especialização em termos produtivos, à competitividade da região. O espírito empresarial do Alto Minho é menos intenso quando comparado com os indicadores regionais (região Norte) e nacionais. Embora as iniciativas empresariais sejam, em geral, bem-sucedidas, as ideias de negócio que surgem na região requerem mais medidas de incentivo e apoio contínuo. Em geral, o Alto Minho é uma região onde os setores produtivos (agricultura, indústria e construção) são mais representativos.

Atualmente, a crise em torno da pandemia de COVID-19 conduz a mais dificuldades, tornando mais difícil aos empresários sobreviverem no mundo incerto, arriscado, turbulento e ambíguo de hoje. Por outro lado, e embora a pandemia possa ter deixado vários setores em má situação, no Verão de 2020, o turismo teve resultados "excelentes", sem compensar as perdas sentidas nesse ano difícil. Em todo o interior do Norte, a época foi marcada pela elevada procura, com muitas unidades de alojamento totalmente reservadas, numa procura de férias tranquilas em família, longe das multidões/aglomerações.

No dia 27 de novembro de 2020, o Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC) realizou o evento de consulta. O evento foi realizado online devido à evolução da pandemia de COVID-19 em Portugal e às medidas e restrições adotadas para conter a sua expansão. O formato online facilitou a participação dos stakeholders, já que muitos são de áreas remotas e sentem-se mais confortáveis ao limitarem os contactos pessoais em geral durante a pandemia, mesmo que alguns estivessem a participar na reunião a partir do seu local de trabalho.

A Comissão de Acompanhamento, que é composta principalmente por organizações governamentais regionais, instituições de educação e formação, e associações de desenvolvimento local, foi convidada por e-mail para participar no evento e contribuir com as suas experiências, conhecimentos e ideias. No total, foram convidadas cerca de 18 organizações.

Foi criado um Padlet para recolher as ideias dos participantes. O Padlet (www.Padlet.com) é uma ferramenta online que permite aos utilizadores afixar notas num mural ou quadro virtual e que encoraja a participação. A reunião foi gravada para efeitos de documentação, mas também para a potencial promoção do projeto.

O evento começou com a apresentação dos participantes, objetivos e atividades previstas no projeto ARDENT, bem como projetos recentemente concluídos na área do empreendedorismo promovidos pelo IPVC, uma vez que alguns dos participantes não participaram na reunião inicial. Goretta Silva, que apresentou o projeto, também explicou o objetivo e o curso da reunião - definir os desafios económicos e sociais das zonas rurais do Alto Minho - e a utilização posterior dos resultados da reunião como base para o programa de educação de adultos "Acelerador do Empreendedorismo Rural". Posteriormente, a Alexandra Borges apresentou o formato do "Acelerador do Empreendedorismo Rural": público-alvo e o seu perfil/orientações, número de participantes, calendário e a metodologia a ser proposta pelo IPVC, que inclui módulos gerais (comuns a todos os participantes) e módulos específicos (de acordo com as necessidades de cada projeto). Goretta Silva apresentou então os seguintes desafios que foram

identificados com base nos contactos/entrevistas realizados para fazer o estado da arte e a reunião inicial.

- Número reduzido de habitantes nas zonas rurais,
- População envelhecida,
- Excesso de burocracia,
- Acessibilidade e acesso a serviços,
- Jovens não estão motivados,
- Manter as pessoas empenhadas e interessadas no desenvolvimento rural,
- Os responsáveis políticos precisam de se empenhar na resolução dos problemas das áreas remotas.

Alguns destes desafios são genéricos e comuns ao Alto Minho e a outras zonas rurais (tais como o número reduzido de habitantes e a população envelhecida).

A equipa do IPVC solicitou o apoio dos participantes na identificação dos desafios sociais e económicos específicos da região. Os participantes foram incentivados a escrever as suas ideias no Padlet. Os participantes receberam um link da equipa do IPVC e registaram as suas ideias e notas num quadro virtual. Os participantes identificaram desafios e aspetos específicos, tais como oportunidades, potenciais barreiras e stakeholders envolvidos, entre outros. Estes aspetos derivaram principalmente do modelo "Societal Innovation Canvas", que serviu de modelo para apoiar e orientar a estrutura do processo criativo.

Durante o evento de consulta, foram identificados os seguintes desafios para a região do Alto Minho:

- Distribuição de produtos locais,
- Retorno da população ao território,
- Melhorar a qualidade/diversificar os produtos locais,
- Oportunidades de negócio,
- Desenvolvimento de um modelo económico local/regional.

Os participantes mostraram-se interessados e fizeram intervenções interessantes e pertinentes, assim como manifestaram vontade de colaboração entre todos.

O Diretor do Centro de Emprego de Viana do Castelo (que abrange os municípios de Viana do Castelo, Caminha e Ponte de Lima), José Matos, mostrou-se disposto a promover o programa de formação a desempregados inscritos e eventualmente a formandos em empreendedorismo. Sugeriu que a equipa do IPVC enviasse a informação também à Diretora do Centro de Emprego do Alto Minho, Benvinda Gonzalez, que não pôde participar no evento, uma vez que a área de abrangência deste Centro (municípios de Arcos de Valdevez e Valença) é fundamental em termos de potenciais interessados. Por último, lançou a ideia de que o IPVC e os Centros de Emprego podem articular momentos de formação em conjunto.

Teresa Pouzada (Coordenadora da ATA) está convencida de que podemos ter um projeto de sucesso, rejuvenescendo as aldeias atraindo os jovens. No entanto, alertou que muitos jovens, que nunca viveram numa aldeia, vão para aldeias com um sonho e a pensar que é uma forma fácil de viver, mas

que regressam rapidamente à cidade. Os filhos da terra, que conhecem e têm uma ligação com o meio rural, são os que têm tido sucesso no retorno às aldeias e na garantia da continuidade dos negócios. Assim, sugeri que seria interessante se o IPVC pudesse identificar alguns jovens interessados em desenvolver projetos no seu local de origem, quer através de novos negócios, quer continuando o negócio da sua própria família.

Bernardino Ramires (empresário) sugeriu que a equipa do IPVC tentasse compreender as lições aprendidas de outros projetos/programas semelhantes. Ele também sugeriu que a localização do programa de formação deveria ter em consideração a acessibilidade dos empresários rurais. Muitas pessoas com potencial interesse podem ser de áreas remotas.

Sónia Almeida (ADERE Peneda Gerês) sugeriu a procura de potenciais pessoas interessadas em Centros e Escolas Profissionais "Qualifica". Ricardo Lemos (CEVAL) sugeriu os produtores (aderentes à marca "100% Alto Minho") como potenciais interessados.

3. Desafios Sociais e Económicos Identificados

Esta seção apresenta um total de 22 desafios identificados em todas as regiões, resumidos sob os destaques que cobrem diferentes sub-desafios. Alguns dos desafios identificados em diferentes regiões eram comparáveis e estão, portanto, listados sob o mesmo título. Os desafios mostram um claro impacto da pandemia de COVID-19 nas economias regionais e apresentam as dificuldades com que os países têm de lidar neste momento. Devido à pandemia, surgiram novos desafios e os já existentes agravaram-se.

1. Educação

Para a região de **Münsterland, Alemanha:**

Educação Empresarial

As necessidades de educação empresarial devem ser melhor promovidas na região, onde as imagens "clássicas" do empreendedorismo precisam de ser desafiadas.

Os principais problemas identificados:

- As escolas têm um currículo demasiado rígido que não está adaptado às necessidades atuais
- Laços económicos não são considerados/ensinados
- O empreendedorismo é visto como "mal" nas escolas
- Os professores não são tão socializados, mas sim "esquerdistas" treinados

Os problemas básicos são evitar riscos e o igualitarismo, que é prejudicial. Existem demasiadas regras, regulamentos, leis e condições e falta de uma mentalidade "adequada", pelo que as pessoas devem ser encorajadas a ganhá-la. Tudo é desenvolvido por si próprio, não há confiança na experiência dos outros, todos os erros são cometidos.

Oportunidades:

Exemplos de boas práticas e lições aprendidas podem ser encontrados nos Países Baixos.

Este desafio visa estabelecer formadores de startups nas escolas e não apenas assistentes sociais! Foram identificados como stakeholders, o cenário de startup, o hub de impacto ou as associações de redes.

Para os **5 Condados Eslovacos, Croácia:**

Educação e Planeamento

A Universidade de Osijek identificou que os pequenos produtores agrícolas e prestadores de serviços veem a educação e o planeamento da atividade dos seus produtores entre as suas tarefas. É necessário

realçar a importância do planeamento, da educação e da motivação, especialmente dos proprietários mais jovens de pequenas explorações agrícolas em eventos de educação regular.

Os principais problemas identificados:

- Baixo interesse e motivação
- As pessoas pensam que a única maneira de ter sucesso é "conhecer a pessoa certa" em vez de reforçar as suas próprias capacidades e conhecimentos
- A oferta de educação não é coordenada (há períodos em que diferentes organizações e instituições fornecem o mesmo tipo de educação, enquanto há períodos em que ninguém fornece nem informação nem educação sobre determinados tópicos (por exemplo, como fazer negócios durante a crise))

Oportunidades:

- Elevar o nível de conhecimento, especialmente entre os mais jovens das zonas rurais, mas também as competências de planeamento de atividades entre os pequenos produtores agrícolas que podem, eventualmente, conduzir ao seu agrupamento na produção.

Obstáculo:

- A duração potencialmente longa do projeto.

Os stakeholders são ministérios, governo local, universidades e pequenas explorações agrícolas familiares.

Para os 5 Condados Eslovacos, Croácia:

Educação sobre mercados e preços de venda

Os membros da Comissão de Acompanhamento salientaram que os produtores têm normalmente problemas em definir os preços de venda dos seus produtos. É necessária educação sobre o mercado, preços de venda, mas também sobre a qualidade da produção e dos serviços.

Os principais problemas identificados:

- A literacia financeira é geralmente baixa entre os empresários na Croácia, mas especialmente nas zonas rurais.
- O problema básico é o baixo interesse na educação, especialmente quando focado nas finanças.

Oportunidades:

- Através da educação sobre o mercado e preços de venda, mas também, de um modo geral, sobre os custos e as receitas, a literacia financeira pode ser aumentada entre os pequenos produtores agrícolas

A educação poderia ajudar os pequenos produtores agrícolas a compreender melhor o mercado, a oferta e a procura, e a calcular os preços dos seus produtos e serviços, sendo os stakeholders os ministérios, governo local, universidades e pequenas explorações agrícolas familiares.

Para **Saxônia-Anhalt, Alemanha:**

Educação Digital para além do ensino escolar ou individual

A diminuição do número de alunos em todo o país, por um lado, e o declínio da qualidade e quantidade da educação são um grande problema não só para a próxima geração, mas também nas zonas rurais. A região de Anhalt-Bitterfeld mostra uma elevada proporção de alunos que abandonaram a escola sem diploma em 2008 - 14,2% e 2018 ainda 13,2%, o que é superior à média do país de 11,5%. A educação digital será fundamental para apoiar individualmente as crianças em idade escolar e para aumentar a oferta de educação durante os períodos de confinamento, quando as visitas escolares não são possíveis. A oferta educativa é um desafio que é intensificado pela dinâmica das mudanças demográficas, tais como a migração para o exterior e o envelhecimento da população.

Outro problema no âmbito da educação é a falta de formação avançada para os colaboradores no trabalho. Muitas empresas mais pequenas localizadas nas regiões rurais da Saxônia-Anhalt estão a perder possibilidades de educação para os colaboradores (nas empresas mais pequenas não há departamentos de RH). As possibilidades de educação dos adultos no emprego precisam de ser aumentadas a fim de melhorar as possibilidades de carreira e o nível de satisfação do pessoal.

Os principais problemas identificados:

- Programas completos,
- Escassez de professores em todas as áreas,
- Elevada percentagem de abandono escolar, especialmente nas zonas rurais,
- Longos percursos de deslocação para a escola,
- Perda de educação,
- Inquéritos sobre o progresso da aprendizagem em falta,
- Não há mercado para a educação,
- Modelo de negócio não é visível,
- Os estudantes têm equipamento técnico insuficiente.

Oportunidades:

- Para cobrir faltas à escola ou durante períodos de interrupção da educação (como COVID-19),
- Apoio individual,
- Apoio no ensino doméstico.

Obstáculos:

- Falta de equipamento técnico em casa,
- Falta da pressão do mercado,
- Falta de departamentos de RH ou gestores responsáveis pela educação e formação.

Este desafio visa aumentar o número de alunos que terminam a escola com um diploma, para talvez integrar idosos, reformados que tenham sido professores ou tenham trabalhado na área pedagógica anteriormente. A aprendizagem ao longo da vida seria outro objetivo do desafio. Os stakeholders são HS Anhalt, alunos, pais, reformados, professores e gabinetes escolares estatais, bem como empresas, Kreisvolksschulen e departamentos de RH.

2. Digitalização

Para a região de **Münsterland, Alemanha:**

Competências do futuro: Como é que nos preparamos melhor para o futuro?

O tema foi desencadeado pelos problemas que a região enfrenta na situação atual, tais como a incerteza em tempos de crise e a falta de estratégias à mão para a nova situação provocada pela pandemia, que é atualmente abordada de forma bastante experimental. A pandemia atingiu a economia e a sociedade de forma muito dura e sem precedentes. As medidas de confinamento resultaram em colapsos de PME. Esta é uma triste realidade, não vivida apenas nesta região.

Por sua vez, as competências digitais tornaram-se ainda mais importantes, não há um plano B nem uma diversificação de riscos. As oportunidades devem ser aproveitadas, uma vez que as PME da região dependem, mais do que nunca, de um ambiente empresarial favorável.

Os principais problemas identificados:

- O confinamento (devido ao COVID-19)
- Consequência: os produtos analógicos já não podem ser utilizados

Oportunidades:

- Estratégias de digitalização do estado (federal)
- Universidades
- Futurologistas
- Autores (por exemplo, Schätzing)

Os objetivos do desafio são criar algo novo, acelerar os processos de mudança e aprender processos de mudança contínua. Os obstáculos identificados são a falta de vontade/capacidade de crescer e aprender continuamente e a falta de recursos.

Para a região do **Alto Minho, Portugal:**

O retorno da população ao território – teletrabalho e co-working

Este desafio está relacionado com as novas oportunidades de negócio que podem surgir no meio rural, devido à pandemia, que levou muitas empresas a praticar o teletrabalho. Por conseguinte, estas não necessitam de grandes escritórios nas cidades, que estão frequentemente associados a rendas elevadas.

Por outro lado, alguns trabalhadores podem preferir não trabalhar a partir de casa, uma vez que lhes falta privacidade ou estão demasiado confinados às paisagens urbanas. Os ambientes rurais são assim uma solução alternativa, oferecendo soluções mais saudáveis e baratas para este problema. A procura por espaços rurais para teletrabalho durante a pandemia aumentou exponencialmente.

O problema básico é "**Como aproveitar o aumento da procura por espaços rurais para teletrabalho?**". A oportunidade é que tais espaços já existem nas cidades e agora o desafio visa a criação de um espaço rural de co-working. O principal obstáculo do desafio é uma população envelhecida. Os stakeholders são empresários e agentes de desenvolvimento, que podem ser facilitadores na criação de espaços.

3. Condições Regulamentares

Para a região de **Münsterland, Alemanha:**

Burocracia e Regulamentos

O problema é determinado na mentalidade - existem diferentes atitudes entre os empresários rurais e urbanos, bem como as instituições reguladoras.

Os principais problemas identificados:

- O cenário dos pubs e bares está a "morrer" (já que o governo impôs o encerramento devido ao COVID-19)
- A força inovadora diminui
- Cultura do erro
- Problema de sucessão
- Legitimação para uma ideia

Oportunidades:

- Respetivos ministérios
- Münsterland e.v.
- Pessoas-chave fortes
- Câmara de artesanato
- Redes de projetos comunitários

O desafio visa encontrar soluções para um "acolhimento caloroso", efeitos de sinergia, otimização de processos, agilidade, ser proativo e tornar-se pioneiro, o que deverá assegurar a viabilidade/sustentabilidade futura da região. Os obstáculos a este desafio são as restrições/complexidade regulamentar, o ceticismo e as áreas rurais associadas ao "odor permanente" e ao "clique". Os stakeholders neste contexto são a política, o município/administração, bem como os residentes.

Para a região do **Alto Minho, Portugal:**

Oportunidades de negócio

Este desafio está relacionado com o impacto negativo da pandemia nos negócios rurais.

Os principais problemas identificados:

- Cafés, restaurantes e tabernas das zonas rurais (aldeias) estão a perder clientes, apesar dos bons resultados alcançados durante o Verão.
- O confinamento e o encerramento afetaram as empresas em grande medida, e os proprietários não sabem como poderão recuperar, e como ultrapassar a crise.

O problema básico é **“Como restabelecer a confiança dos clientes em cafés, restaurantes e tabernas?”**

Oportunidades:

- Podem ser os fundos/mecanismos governamentais para ajudar as empresas a recuperar da crise.
- A GR50 – Grande Rota Peneda-Gerês é um dos elementos transversais da região do Alto Minho que pode contribuir para agregar as zonas rurais, com um interesse comum. Os Caminhos de Santiago já o fazem. Ao longo destas duas rotas, pequenas/microempresas podem aparecer/reforçar a sua atividade.

Obstáculos:

- A falta de conhecimento/perceção dos proprietários.
- A falta de clientes/turistas devido às regras de confinamento.

Os stakeholders são empresas privadas.

4. Valorização e Distribuição de produtos locais

Para a região de **Małopolska, Polónia:**

Comercialização e promoção de produtos e serviços locais fornecidos por organizações sociais e famílias.

Este desafio, identificado pela Comissão de Acompanhamento na Polónia, é na realidade um desafio abrangente que cobre várias matérias como a educação, problemas estruturais e burocracia. Os produtores locais possuem produtos e serviços específicos para a perspetiva local ou regional. Devido à sua fraca posição competitiva, não conseguem atingir a quota de mercado suficiente para desenvolver as atividades operacionais e expandir a área impactada.

Os principais problemas identificados:

- Falta de infraestrutura educacional, ou conhecimento da sua existência ou de formas específicas de funcionamento das instituições de ensino em áreas específicas.
- Mentalidades expressas na falta de envolvimento dos residentes e produtores de regiões específicas em questões relacionadas com a angariação de fundos. Isto é particularmente verdade para os residentes.
- Falta de interesse nos produtos locais.

- Egotismo e barreiras mentais (por exemplo, hábitos de compra nos supermercados).
- Falta de interesse pelos produtos locais e a sua promoção insuficiente ou inadequada.
- Falta de sistemas logísticos estáveis para a comercialização de produtos manufaturados.

Desafios resultantes da pandemia, principalmente relacionados com a limitação da atividade económica e social, riscos para a saúde e fatores psicológicos e sociológicos.

Estes problemas surgem de barreiras legislativas que consistem na falta de regulamentos legais claros sobre a promoção e distribuição de produtos locais e de uma cooperação informal devido à falta desses regulamentos.

Existem:

- Barreiras ao nível da cooperação que provocam a falta ou instabilidade do produtor-consumidor.
- Cadeias/Redes de abastecimento e falta de esquemas/modelos de cooperação desenvolvidos.
- Falta de vontade de cooperar, barreiras mentais, falta de sistemas produtores e produtores-consumidores.
- Oportunidades limitadas para vender produtos locais relacionadas com problemas produtor-consumidor.
- Baixo capital social (baixa confiança) entre produtores (agricultores) e consumidores.
- Falta de visão de desenvolvimento coerente.
- Individualismo.

Obstáculos:

- A cadeia de abastecimento é demasiado longa.
- Barreiras relacionadas com a escala de produção.
- Má experiência do consumidor com a desonestidade de fornecedores.
- Migração de população causando certos hábitos (por exemplo, comprar perto de casa).
- Falta de uma visão comum para o desenvolvimento de um mercado amplamente compreendido para os produtos locais.
- Falta de soluções nesta área.
- Barreiras mentais - criando "maneiras" de as ultrapassar - um certo sistema de reconhecimento social
- Excesso de burocratização.

Os objetivos são estabelecer cadeias e sistemas de abastecimento eficientes, flexíveis, estáveis e transparentes que liguem produtores e consumidores. Outro objetivo é formalizar formas de cooperação, popularizando o funcionamento de organizações sociais destinadas a promover a comercialização de produtos locais e, por fim, criar sistemas de incentivo envolvendo líderes locais. Os stakeholders relevantes são autoridades locais, agricultores, grupos de produtores, líderes sociais locais (principalmente do lado das relações públicas).

Para a região de **Małopolska, Polónia:**

Situação geral: As regiões podem ser percebidas como os fornecedores de excelentes produtos. Esta situação, embora descrita como estável, pode mudar significativamente num futuro próximo devido a

vários obstáculos e ameaças que podem ser observados e ganham importância. A sua natureza não é apenas económica, mas também social. Parece que o fator social está a tornar-se cada vez mais importante e isto pode ser útil em termos de criação de patriotismo local na mudança de mentalidade dos clientes, o que acontece, mas não na medida esperada e necessária. O empreendedorismo rural poderia ser a excelente solução se apenas tal tratamento pudesse ter influência na mudança de mentalidade. Isto não se refere exclusivamente ao comportamento do cliente e à vontade das autoridades locais e regionais de aumentar a mudança de apoio para a direção rural. Isto também se refere à geração jovem de possíveis empreendedores que está disposta a reconhecer as suas regiões como um local atrativo para trabalhar e se desenvolver.

O patriotismo económico local significa tomar decisões económicas conscientes, considerando o impacto positivo dessas escolhas na comunidade local. As decisões económicas são entendidas não só como a compra de produtos, mas também como a utilização de serviços locais.

Como local de produção e prestação de serviços, as zonas rurais oferecem uma vasta oferta de diferentes tipos de produtos locais, incluindo produtos alimentares e artesanato local, bem como serviços prestados por entidades locais (empresas, agricultores, pequenos artesãos). A oferta das zonas rurais inclui também serviços turísticos que representam um potencial especial da região. Nos últimos anos, tem sido dada cada vez mais atenção ao apoio à produção local e aos serviços locais, o que deverá levar à revitalização económica das zonas rurais, preservando simultaneamente a especificidade da aldeia e protegendo o seu património cultural e natural. O principal objetivo deve ser o de encurtar a distância (cadeia) entre o produtor ou prestador de serviços e o cliente final, o que implica a criação de cadeias de abastecimento curtas. Neste contexto, é importante criar um sistema em que os consumidores recebam não só um produto/serviço local, mas também informação que os incentive a comprá-los. O verdadeiro desafio, portanto, não é apenas fornecer locais onde estes produtos e serviços possam ser adquiridos, mas também desenvolver sistemas de marketing eficazes para promover produtos e serviços locais.

Os principais problemas identificados:

- O problema de moldar os fundamentos do patriotismo económico local entre os consumidores é complexo.
- Nível de riqueza - muitas vezes os preços dos produtos e serviços locais são superiores aos dos produtos e serviços semelhantes oriundos de processos de produção em massa (industrial).
- Desconhecimento dos locais onde os produtos locais são comercializados ou inexistência de tais locais. A maioria das compras é feita em cadeias de lojas (supermercados, lojas de desconto), onde os produtos locais são incluídos apenas marginalmente na oferta. Muitas vezes, as lojas locais também mostram pouco interesse na oferta dos produtores locais.
- Falta de marcações nos produtos indicando o seu carácter local, falta de marcações nas lojas - por exemplo, espaços/prateleiras separados com produtos locais.
- Produtos/serviços locais não podem ser adquiridos regularmente - são comercializados, por exemplo, uma vez por semana nos mercados locais ou apenas sazonalmente.
- Os fabricantes preferem vender por grosso, distribuindo a sua oferta principalmente fora do mercado local.
- Feedback - a falta de conhecimento dos benefícios para a comunidade local de apoiar os fabricantes e prestadores de serviços locais através da compra dos seus produtos/serviços transforma-se numa baixa procura dos mesmos, o que desencoraja os fabricantes de procurarem ativamente oportunidades de vendas no mercado local.

Oportunidades:

- Concentração das atividades que ativam produtores e outros elos da cadeia de distribuição num grupo restrito/selecionado de entidades - atividades dirigidas a um vasto leque de entidades (por exemplo, produtores, lojas) geralmente não trazem os resultados esperados.
- Maior envolvimento do governo local (por exemplo, fornecimento de instalações, assistência organizacional, técnica e financeira).
- Lançar vendas em cidades próximas, onde o mercado é mais absorvente.
- Utilizando modelos prontos de países da UE - por exemplo, a experiência francesa - lojas criadas e operadas por produtores com o apoio das autoridades locais.
- Apoio a instituições locais (por exemplo, Grupos de Ação Local) e a possibilidade de financiamento público de atividades a este respeito (por exemplo, para assistência aos produtores, atividades de informação e promoção dirigidas aos consumidores)

Obstáculos:

- Infraestrutura comercial - falta de pequenos pontos de venda (lojas locais substituídas por cadeias).
- Finanças - geralmente um nível mais baixo de riqueza dos clientes nas zonas rurais.
- Baixo nível de cooperação entre as entidades locais (por exemplo, hotéis ou estabelecimentos de restauração muitas vezes não utilizam a oferta de produtores locais ou pequenos vendedores, as lojas locais não estão interessadas em incluir produtos locais na sua oferta).
- Falta de apoio suficiente por parte das autoridades locais.
- Barreiras mentais - os clientes preferem fazer compras convenientes (o efeito é que compram nas lojas).

O desafio visa criar um sistema de informação e promoção que permita aos clientes saber porque vale a pena adquirir produtos e serviços locais - sensibilização para os benefícios para o cliente e para o sistema económico local e networking - apoio a iniciativas que envolvam ações conjuntas de produtores ou prestadores de serviços, criação de grupos que comercializam produtos/serviços locais (por exemplo, grupos de restaurantes que ofereçam produtos culinários locais). Além disso, visa a criação de pontos de venda locais que comercializem apenas produtos locais de forma regular (todos os dias, ao longo de todo o ano).

Os stakeholders envolvidos são consumidores, produtores e prestadores de serviços locais, organizações locais (por exemplo, GAL) e autoridades locais.

Para a região do **Alto Minho, Portugal:**

Distribuição de produtos locais

Os produtores locais enfrentam dificuldades para vender os seus produtos. Existe uma necessidade de interligação em cadeias curtas de produtores com restaurantes, tabernas e comércio locais.

Os principais problemas identificados:

- Os produtores não têm acesso ao mercado,
- Os produtos não são vendidos em mercados semanais/produtos excedentes,

- Pequena dimensão dos produtores:
 - o Custos de produção elevados,
 - o Sem poder de negociação com os grandes supermercados,
- Falta de conhecimento dos produtores sobre a distribuição,
- Baixo nível de escolaridade dos produtores,
- Produtos não qualificados.

Há agricultores e produtores tradicionais com orientação para o produto, mas sem competências de marketing. Eles tentam vender o produto o mais possível e o mais rápido possível, ao invés de criar uma proposta de valor; falta de interconexão entre produtores (redes e associações).

O problema básico é **“Como criar uma cadeia de distribuição eficaz para os pequenos produtores?”**.

Oportunidades:

- Os municípios podem apoiar os produtores locais criando espaços para a distribuição de produtos - pequenos espaços abertos, atraentes, acessíveis - para que os produtores possam vender diretamente ao consumidor,
- Oportunidade de melhorar os produtos locais,
- Criação de uma imagem de marketing comum para os produtores,
- Qualificação de produtos locais,
- Aumento da procura por alimentos orgânicos,
- Aumento da adoção de comportamentos e consumo saudáveis.

O objetivo é a criação de condições para a distribuição de produtos locais, tendo como stakeholders os municípios e empresas privadas.

Para a região do **Alto Minho, Portugal:**

Melhorar a qualidade / diversificar os produtos locais

Este desafio está relacionado com a valorização e diversificação dos produtos locais. Uma das sugestões foi a produção de ervas aromáticas, considerando a identificação de espécies autóctones do Parque Nacional da Peneda-Gerês.

Os principais problemas identificados:

- Melhoria da qualidade dos produtos locais/desenvolvimento de novos produtos,
- Necessidade de criar uma estratégia de marketing eficaz para os pequenos produtores,
- Os produtos existentes são de baixa qualidade, há uma falta de perceção sobre os produtos e uma falta de cooperação entre produtores e consumidores,
- Desenvolvimento de novos produtos: As empresas de turismo e outros serviços podem carecer de clientes devido ao atual quadro restritivo e muitas pessoas estão/estarão desempregadas e as famílias carecem de rendimentos; Para tirar partido do seu enquadramento rural/quintais/explorações agrícolas familiares.

O problema básico é **“Como criar uma estratégia de marketing eficaz para os pequenos produtores?”**

Oportunidades:

- Sensibilizar os restaurantes e o comércio local para a aquisição de produtos locais
- Sensibilizar as escolas, as IPSS e os municípios para a compra de produtos locais
- Utilização de produtos locais em cantinas escolares

As boas práticas são por exemplo o “Almoce e Jante Connosco”, uma iniciativa promovida pelas “Aldeias de Portugal” que convidava a população a fazer uma refeição na casa dos habitantes das aldeias; Slow Food ou a marca “100% Alto Minho”.

Obstáculos:

- Burocracia e requisitos legais,
- Distribuição de produtos locais (conforme identificado noutro desafio),
- Falta de perceção sobre os produtos existentes por fornecedores de restaurantes/F&B,
- Os restaurantes/tabernas/café tiveram que fechar. Atualmente, devido à pandemia do Coronavírus, é necessário criar condições para que os restantes permaneçam abertos ou reabram,
- Despovoamento das zonas rurais,
- Não há produção suficiente para satisfazer a procura (por exemplo, feijão tarrestre, que é muito divulgado, bem como a carne cachena),
- Diminuição da produção,
- População idosa.

Os objetivos são proporcionar experiências rurais (atividades agrícolas, gastronómicas ...), bem como estratégias de promoção conjunta e valorização dos produtos locais, tanto a nível local como através de uma cadeia de distribuição.

Os respetivos stakeholders seriam a ADRIL, ADRIMINHO, ATAHCA e as autarquias locais.

Para os 5 Condados Eslovacos, Croácia:

“Identidade Perdida” desta parte da Croácia

A região eslava na Jugoslávia foi reconhecida como celeiro da Jugoslávia. Na região da Eslovénia e nos campos da região de Voivodina (atualmente parte da República da Sérvia) foram produzidas colheitas para as necessidades da Jugoslávia. Ao visitar esta parte da Europa, tem a oportunidade de experimentar uma região onde as heranças croata, austro-húngara e otomana se encontram. Esta parte da Croácia é mais conhecida pelos campos espaçosos e férteis, grandes rios e pântanos, florestas, cidades antigas, produção de vinho e pessoas alegres com tradições ricas. Apesar de tudo isto, as pessoas nesta parte da Croácia sentem-se frequentemente negligenciadas e esquecidas, quando as estratégias e regulamentos são desenvolvidos. Através da marca dos condados eslovacos como uma região, a marca dos produtos e serviços desta região, poderia haver mais oportunidades para atividades empreendedoras, e isto poderia ajudar a manter as pessoas nas zonas rurais desta região.

Os principais problemas identificados:

- A produção agrícola ainda carece de estratégias de desenvolvimento - as colheitas estão a ser planeadas e produzidas de acordo com os subsídios do Estado.
- Não há divisão na produção de vegetais e colheitas.
- Sem sistemas de irrigação.

- Nenhuma marca de produtos eslavos.

Oportunidades:

- A criação de uma identidade da região da Eslavónia.
- Oferecer diversidade em produtos, serviços e experiências.
- Criar novas oportunidades para iniciar pequenas empresas.

O objetivo seria uma análise dos pontos fortes e fracos dos condados eslavos, unindo esta parte da Croácia (não separadamente). Os stakeholders são ministérios, governo local, universidades e pequenas explorações agrícolas familiares.

Para os 5 Condados Eslavos, Croácia:

Definição de objetivos estratégicos

Para agrupar todos os problemas relacionados com as zonas rurais, a opinião predominante é que todas as explorações agrícolas familiares devem primeiro desenvolver os seus objetivos estratégicos, o que deve acontecer em ligação com os objetivos estratégicos globais das zonas rurais e do desenvolvimento regional. Isto pode ajudar a marcar a região eslava, mas também a devolver a identidade perdida desta parte da Croácia. Os objetivos estratégicos devem ser alcançados a nível nacional, mas também a nível de cada região e exploração agrícola. A educação deve ajudar as pessoas a compreender o papel das decisões estratégicas, mas também a desenvolver decisões estratégicas para as suas quintas (produtos, serviços). Os objetivos estratégicos são a primeira etapa, após a qual se seguem outros desafios identificados.

Os principais problemas identificados:

- sem uma forma estratégica de pensar e planear a produção e a prestação de serviços não há possibilidade de oferecer qualidade e quantidade de acordo com a procura do mercado.

Uma estratégia para a produção agrícola deve dar um enquadramento, mas a nível regional ou mesmo nos territórios abrangidos pelos GAL deve haver discussão, acordo e planeamento conjunto para a oferta de produtos e serviços no mercado. Os produtores agrícolas sublinharam o facto de que a produção e as receitas não estão relacionadas com os subsídios que devem fomentar e reforçar a produção local.

Oportunidades:

- o desenvolvimento e a marca da região eslava como uma região onde se pode desfrutar, relaxar, provar boa comida e vinhos.

Obstáculos:

- a duração a longo prazo do projeto (muitas vezes as pessoas perdem o interesse no projeto que se desenvolve a longo prazo e não mostram resultados imediatos)
- lobbying a nível nacional para os interesses da região da Eslavónia.

Tem como objetivo o posicionamento da região eslava no mapa do turismo rural e como um lugar com produção de produtos bons, saudáveis e ecológicos. Os stakeholders são ministérios, governo local, universidades, GALs, pequenas explorações agrícolas familiares.

5. Financiamento

Para a região de **Małopolska, Polónia:**

Baixo nível de conhecimento sobre oportunidades de financiamento e falta de capacidade de angariação de fundos.

Os atores locais (stakeholders) podem ser caracterizados como entusiastas das interações e do levantamento de novas ideias nas suas regiões locais. Graças a essas pessoas, realizam-se iniciativas muito interessantes. Contudo, as relações demasiado formalizadas que são efeitos da chamada tecnologização, bem como a corrida para o sucesso e outras ações orientadas para o sucesso, provocam mudanças de mentalidade. A perceção da angariação de fundos poderia, portanto, ser redirecionada para a realização de ideias interessantes e para apoiar as atividades de desenvolvimento desses entusiastas.

Os principais problemas identificados:

- Permitir a comercialização de produtos regionais e a sua utilização como uma fonte alternativa de rendimentos para a comunidade local através da utilização adequada dos recursos locais e do potencial social.
- Escolaridade insuficiente para o financiamento de atividades empresariais ou desconhecimento da existência de centros que prestam tal informação.
- Falta de recursos financeiros.
- Baixo nível de conhecimento e escolaridade insuficiente sobre as possibilidades e sistemas de financiamento específicos para projetos relativos à comercialização de produtos biológicos pelos produtores rurais.
- Desconhecimento da existência de centros de apoio à economia social.

Oportunidades:

- Sistemas de reconhecimento social e apoio a pessoas ativas (na forma financeira, mas também as convidando a participar em visitas de estudo nacionais e internacionais).
- Utilização de boas práticas, mas também de más.
- Disponibilizar mecanismos que não obriguem os produtores a subsidiar as suas operações, uma vez que isso cumpriria uma função anti-motivação.
- Aplicar uma abordagem abrangente nesta área (nenhum elemento, mesmo o mais pequeno, pode ser negligenciado). Graças a isto, podem surgir efeitos de sinergia positivos.

Obstáculos:

- Falta de iniciativas conjuntas devido a vínculos sociais insuficientes entre residentes e produtores e dentro destes grupos. Isto deve-se principalmente a uma falta de feedback direto,

que foi amplamente substituído por contatos à distância. A escala do problema aumentou com a pandemia. (A ação conjunta é a chave para o sucesso!).

- Mecanismos de motivação insuficientes.
- Obstáculos ao funcionamento ineficiente da administração pública e à sua falta de envolvimento nos problemas locais. De que resulta isso?
- Utilização insuficiente de entusiastas (pessoas empreendedoras).
- Barreiras mentais.

O objetivo deste desafio é a criação de mecanismos/sistemas de apoio financeiro para atividades de distribuição local de produtos. Além disso, a criação de mecanismos de incentivo para lideranças/líderes sociais locais, cuja atividade se pode traduzir noutros novos produtores e vendedores destes produtos (obtendo o efeito de spill-over nesta área).

Stakeholders que são abordados pelo desafio são representantes de autoridades locais principalmente de nível médio, gestores nos gabinetes de impostos e controlo (por exemplo, SANEPID, polícia fiscal, etc.), organizações GAL (Grupos de Atividade Local) e chefes de líderes comunitários, bem como as pessoas para quem trabalham.

6. Estimular a atividade da comunidade local e promover atitudes de cooperação

Para a região de **Małopolska, Polónia:**

Cooperação Local

Apesar da crença bastante comum no sentido e eficácia de empreender a cooperação em várias esferas da vida social e económica, na prática, a atividade social e a prontidão para empreender ações em prol do bem comum são ainda relativamente raras. Muitas vezes, faltam líderes locais que possam integrar a comunidade local em torno de um objetivo comum.

Os principais problemas identificados:

- Falta de líderes locais que iniciem mudanças em torno de problemas importantes para a comunidade local e que motivem a realização de ações conjuntas.
- Sistema educativo inapropriado para crianças e jovens que promove ações individuais, não desenvolve suficientemente as capacidades de cooperação e atitudes para o bem comum.

O baixo nível de atividade social e o baixo envolvimento em projetos comuns, embora causados por muitas razões, são principalmente uma questão de:

- número insuficiente de organizações sociais que operam localmente
- mentalidade (indiferença generalizada aos problemas que afetam a comunidade local)
- estilo de vida (tempo insuficiente, ritmo de vida acelerado, carga de trabalho excessiva)
- falta de conhecimento, ideia e crença na eficácia da ação conjunta
- algumas pessoas estão mais preocupadas em resolver os seus próprios problemas privados do que com a atividades social.

Oportunidades:

- Promover um modelo participativo para a implementação de iniciativas e projetos - envolvendo diferentes elementos da sociedade (residentes, autoridades locais, empresários, etc.) em cada projeto para superar conjuntamente barreiras financeiras, organizacionais e de outro tipo
- Promover contacto com boas práticas nacionais e internacionais no domínio da atividade social e da cooperação - a boa experiência de uma iniciativa incentiva a empreender mais
- Concentrar-se mais na qualidade e não na quantidade de iniciativas
- Concentrando-se primeiro nos problemas que afetam diretamente uma determinada comunidade local (por exemplo, criação de organizações sociais que resolvem problemas em cada aldeia)
- Criação de uma estrutura hierárquica de organizações sociais em cada comuna, distrito - uma unidade de nível superior coordena as atividades das unidades de nível inferior, motiva para mais, incluindo iniciativas supra-locais

Obstáculos:

- Falta de incentivos dos governos locais e das organizações da indústria para realizar ações conjuntas
- A confusão das necessidades e expectativas sociais com os objetivos e capacidades das autoridades locais
- Obstáculos financeiros - falta de recursos para empreender iniciativas conjuntas
- Obstáculos técnicos e organizacionais (por exemplo, falta de instalações para operar, falta de conhecimentos e competências para implementar estas atividades)
- Basear as atividades sociais num grupo muito limitado de pessoas (iniciativas sucessivas realizadas pelas mesmas pessoas o tempo todo, baixa eficácia do envolvimento de outras pessoas nas atividades)
- Relutância em empreender ações em maior escala (por exemplo, fora da própria aldeia)

Este desafio visa a educação de crianças e jovens moldando atitudes sociais, centradas na cooperação, aumentando a sensibilização e o envolvimento das autoridades locais a fim de melhor utilizar o potencial dos residentes e das organizações sociais locais - criando condições para o funcionamento da organização, apoiando as atividades empreendidas (financeiras, organizacionais, técnicas, etc.) e criando organizações sociais com atuação local. Os stakeholders são residentes locais, organizações (por exemplo, GAL), empresários e autoridades, instituições educacionais.

7. Despovoamento rural e alterações demográficas

Para os 5 Condados Eslovacos, Croácia:

Despovoamento

Os jovens não veem o seu futuro nas zonas rurais, especialmente na agricultura. Prevalece a opinião de que não se pode ser bem-sucedido e feliz nas zonas rurais. Através da educação, uma das nossas tarefas deveria ser manter os jovens nas zonas rurais e ajudá-los a moldar o futuro que desejam. Esta é a única forma de manter as aldeias vivas e de desenvolver ainda mais o turismo rural na zona. Os jovens precisam de educação, apoio, rede, mas também de infraestruturas que acompanhem as necessidades das famílias jovens (por exemplo, jardins de infância, escolas primárias, etc.). Para manter os jovens no

meio rural, é necessário garantir uma maior qualidade de vida, mas também salientar exemplos de jovens que conseguiram desenvolver a sua carreira enquanto permaneceram no meio rural.

Os principais problemas identificados:

- O estado esquece frequentemente as necessidades da população das zonas rurais.
- A qualidade de vida é inferior (faltam jardins de infância, escolas primárias, cinemas, etc.).
- Os idosos geralmente aconselham os mais jovens a mudarem-se para as cidades onde tenham acesso a todas estas instituições e onde tenham melhores infraestruturas.
- As pequenas explorações agrícolas familiares não estão ligadas e não existe uma estratégia que as possa auxiliar na formação de redes ou no planeamento de atividades futuras.

Este desafio poderia ser enfrentado planeando cuidadosamente tarefas mais pequenas e uma estratégia para a produção agrícola a nível nacional. A qualidade de vida poderia ser significativamente mais elevada se os fundos da UE fossem utilizados de forma estratégica.

O problema básico é descrito como o aumento da qualidade de vida nas zonas rurais. Manter os jovens no meio rural, transferir pequenas explorações agrícolas familiares para as gerações mais jovens, conectar todas as pequenas explorações e desenvolver o acesso conjunto ao mercado são as oportunidades que este desafio cria.

Obstáculo:

- trata-se de um projeto de longo prazo (muitas vezes as pessoas perdem o interesse no projeto que se desenvolve a longo prazo e não mostram resultados imediatos). Este não é o problema que poderia ser resolvido no nível do projeto; algumas estratégias e políticas nacionais são necessárias.

Os objetivos seriam educar os jovens na gestão de projetos e criação de novos empreendimentos na indústria agrícola, ligar as pequenas explorações agrícolas a uma organização mais visível, promover e pressionar pelos seus interesses, para um acesso mais rápido ao mercado. Ministérios, governo local, universidades ou pequenas explorações agrícolas familiares como stakeholders.

Para a **Saxônia-Anhalt, Alemanha:**

Envelhecimento da sociedade / mudança demográfica - Prevenir a deterioração da construção nas aldeias, e ao mesmo tempo reforçar a transferência de conhecimentos geracionais

A Saxônia-Anhalt, e especialmente as suas regiões rurais, são particularmente afetadas pela mudança demográfica. Em 2030, mais de 33% da população da Saxônia-Anhalt terá mais de 65 anos. 11,7% dos trabalhadores com idades compreendidas entre os 65 e os 70 anos ficam para trás na comparação nacional. Mais pessoas deixam as regiões rurais em comparação com o número de pessoas que entram (especialmente entre os 18-30 anos de idade). Entre os 18 e 30 anos de idade: mais mulheres do que homens. Prevê-se que o distrito de Anhalt-Bitterfeld perderá um total de 14% dos seus habitantes até 2030 (base: 2014). Este fato contribui fortemente para o despovoamento rural na Saxônia-Anhalt. As aldeias estão ameaçadas pelo declínio e, por conseguinte, tornam-se cada vez menos atraentes para as gerações mais jovens viverem. Este problema precisa de ser abordado em muitos aspetos, mas um ponto a abordar seria o estabelecimento de um tandem geracional a ser utilizado para trocar

conhecimentos e, assim, aumentar as competências da geração mais jovem de artesãos e, ao mesmo tempo, utilizar as competências dos idosos para restaurar os centros das aldeias em declínio.

Os principais problemas identificados:

- Muitas aldeias degradam-se e permanecem sem ser restauradas,
- Falta de valor e valorização do trabalho artesanal,
- O artesanato tradicional é esquecido,
- Perda de competências,
- Pouca valorização do artesanato pelo público, mas a procura é maior do que os artesãos disponíveis.

“Que tipo de plataforma ou fórum poderia ser utilizado para reunir gerações com este propósito?”

Oportunidades:

- Restauração de praças e edifícios,
- Transferência e disseminação de competências artesanais,
- Reintegração de artesãos reformados,
- Transferência de conhecimento económica

Obstáculos:

- Incentivos,
- Como unir gerações,
- Vontade de aprender uns com os outros,
- Aumentar a responsabilidade e a ideia de valorizar a manutenção de edifícios e infraestruturas.

O desafio visa o estabelecimento de um tandem geracional, troca de valores, reconhecimento de conquistas de vida e reforço da vida em comunidade. Os stakeholders são as autoridades locais, a população rural e os artesãos reformados.

Para a **Saxônia-Anhalt, Alemanha:**

Mobilidade, Infraestruturas – Correspondência entre a oferta e a procura de transportes públicos nas zonas rurais

Outro aspeto para manter as zonas rurais vivas e atrativas é uma infraestrutura de mobilidade suficientemente funcional. Contribui para garantir a sustentabilidade de uma região como local residencial e empresarial. Se as ligações aos centros forem más ou insuficientes, as famílias jovens, em particular, não querem mudar-se para as zonas rurais e as empresas falham na procura de trabalhadores qualificados. A ligação entre as zonas rurais e as cidades ou centros requer melhorias em termos de eficiência, horário de funcionamento e frequência. A deslocação para o trabalho ou para a escola leva mais tempo aos clientes do que poderia ser devido à má coordenação dos horários de funcionamento dos transportes públicos, o que leva muitas pessoas a utilizar o automóvel. Por outro lado, geralmente há trajetos em vazio durante o dia, quando termina a hora de ponta.

A proteção climática é um exemplo de mudanças nas condições que influenciarão a nossa mobilidade no futuro. O envelhecimento da sociedade aumenta a procura por uma infraestrutura adequada para os idosos. A sustentabilidade e um comportamento responsável em relação ao meio ambiente, no que diz respeito aos transportes públicos, também devem ser considerados neste contexto.

A adequação entre a procura e a oferta de transportes públicos (por exemplo, através da programação de uma aplicação) deverá contribuir para melhorar a mobilidade nas zonas rurais e aumentar a eficiência como aspeto ambiental.

Os principais problemas identificados:

- Os autocarros e comboios fazem percursos longos e muitas vezes estão a circular abarrotados ou vazios.
- Falta de adequação entre a oferta e a procura das operações de transporte público nas zonas rurais.
- Muitas pessoas tendem a usar o seu carro pessoal para se deslocarem, uma vez que permite maior flexibilidade.
- Isto causa tráfego e poluição atmosférica.
- Uma conectividade funcional e eficiente aos centros é muito importante para a população e empresas localizadas em regiões rurais.

Oportunidades:

- Aumento da atratividade das zonas rurais,
- Contribuição para o ambiente se as pessoas usarem os transportes públicos ao invés dos seus carros.

Obstáculos:

- Descobrir a oferta e a procura e intervir em ambos os lados.

O objetivo deste desafio é desenvolver uma aplicação ou software ou encontrar qualquer outra forma adequada para apoiar a procura e a oferta, individualizando o transporte público. Os stakeholders seriam a comunidade pública, HS Anhalt, utilizadores e provedores de transporte público.

Para a **Saxônia-Anhalt, Alemanha:**

Assistência médica nas zonas rurais – Estabelecer um espaço social de interação como um Fórum para manter os idosos em forma e saudáveis nas zonas rurais

Há um aumento previsível do número de pessoas muito idosas, o que significa um número crescente de pessoas que necessitam de cuidados. Isto cria uma necessidade crescente de cuidados médicos, com uma população em declínio, por outro lado, e, portanto, menos pessoal médico disponível, como médicos e enfermeiros. É e tornar-se-á necessário um esforço tremendo quando se trata de cuidar de familiares em casa. Como este problema não pode ser resolvido a curto prazo, é necessário um plano para manter os idosos em forma. Isto se aplica especialmente às regiões rurais, já que a densidade dos gabinetes médicos é muito inferior à das cidades.

Para apoiar os idosos a manterem-se em forma e adiar a idade de prestação de assistência, a criação de comunidades que realizem eventos sociais como caminhadas, aulas de desporto, pontos de encontro para reunir os idosos pode ajudar. Isto poderia criar algum alívio nas salas de espera dos

gabinetes médicos (que, aliás, são frequentemente usados como um ponto de encontro social para as pessoas idosas).

Os principais problemas identificados:

- Falta de cuidados médicos para população rural que sejam abrangentes, adequados às suas necessidades e próximos de casa.
- Os idosos muitas vezes não têm interação social.
- Aceitação.

Oportunidades:

- Manter a senioridade em forma e menos dependente do pessoal médico.

Obstáculos:

- Falta de financiamento.
- Encontrar voluntários para organizar e liderar tais grupos.

O objetivo deste desafio é alcançar algum alívio para o setor médico, manter a geração mais velha em forma e integrada com os stakeholders sendo os idosos, assistentes sociais e pessoal médico.

8. Cooperação Eficiente “Hélice Tripla”

Para os 5 Condados Eslovacos, Croácia:

Todas as atividades e projetos são fragmentados e fazem parte de diferentes iniciativas, sem ter em vista os objetivos gerais. Todos os stakeholders devem trabalhar em conjunto para criar soluções que sejam do melhor interesse de todos. Todas as atividades e convites à apresentação de propostas a nível nacional e regional devem ser programados de acordo com os objetivos estratégicos. Os objetivos estratégicos devem ser criados por todos os stakeholders (setor empresarial, academia e governo).

Os principais problemas identificados:

- Embora o desenvolvimento rural seja financiado por diferentes projetos da UE, os resultados não são suficientemente visíveis e, frequentemente, não são sustentáveis.
- Sem estratégias a nível nacional, não é possível aos ministérios planear e preparar convites à apresentação de propostas que conduzam a benefícios visíveis que promovam o desenvolvimento rural.
- O problema básico identificado neste contexto é que as atividades centradas no desenvolvimento rural não estão ligadas e não são coordenadas. Muitas vezes não resolvem os problemas mais prementes.

Oportunidades:

- A coordenação e cooperação de todos os stakeholders podem ajudar a uma utilização mais eficiente de todas as fontes de financiamento e a melhores resultados.

Obstáculos:

- Trata-se de um projeto a longo prazo (muitas vezes as pessoas perdem o interesse no projeto que se desenvolve a longo prazo e não apresentam resultados imediatos).

O objetivo é o desenvolvimento das zonas rurais e a resolução permanente dos problemas mais prementes, tendo como stakeholders os ministérios, governo local, universidades e pequenas explorações agrícolas familiares.

9. Criar regiões autónomas e reduzir o impacto ambiental

Para a Saxônia-Anhalt, Alemanha:

Criar uma cidade com zero emissões

A independência das regiões rurais e o impacto ambiental da utilização de energia tornam-se cada vez mais importantes. O uso de hidrogênio e especialmente o uso de hidrogênio verde pode levar a um aumento do valor acrescentado. Utilizando hidrogênio produzido de forma regenerativa como combustível para veículos ou para energia estacionária ou geração de calor por meio de turbinas a gás e células de combustível, a poupança de CO₂ leva a um aumento substancial do valor acrescentado e, portanto, pode ser uma grande oportunidade para a região, especialmente para as zonas rurais.

Os principais problemas identificados:

- O uso de hidrogênio é muito caro
- Alimentação da energia eólica em hidrogênio - faltam dados
- Mudança estrutural
- Importância do impacto ambiental

Oportunidades:

- Um passo em direção à sustentabilidade,
- Enfrentar a mudança estrutural,
- Espaço para investigação e trabalhos académicos.

Obstáculos:

- informação onde pode ser utilizado
- falta de investigação sobre este tema

O objetivo deste desafio poderia ser programar uma micro-rede, criar uma cidade autónoma utilizando hidrogênio e aumentar a investigação académica nesta área. Os stakeholders são fornecedores municipais, fornecedores de energia locais, HS Anhalt, administração, Fraunhofer, Siemens, Chemical Parc Bitterfeld-Wolfen.



entrepreneurship education
for rural development

www.ruralentrepreneurs.eu

Contacto dos autores:

Univations GmbH

Kerstin Müller (mueller@univations.de)

Florian Bratzke (bratzke@univations.de)

Daniel Worch (worch@univations.de)