

Plano de Marketing e Comunicação

Associação Respiro Sabor



RESPIRO SABOR

Resumo: Este relatório pretende responder às necessidades e aos desafios da EDP para com a região do Baixo Sabor. Baseado numa análise *benchmark* a diversos projetos com características idênticas e nos desafios enfrentados atualmente pela região em causa, foi criado um plano minucioso para projetar, num futuro próximo, uma associação não-governamental que tem como objetivo principal, promover os recursos naturais das regiões de Alfandega da Fé, Macedo de Cavaleiros, Mogadouro e Torre do Moncorvo. Através de pesquisas realizadas sobre fundos da UE foi nos permitido confirmar que a Associação Respiro Sabor tem todas as condições para usufruir dessas verbas. Um conceito inovador, obrigou-nos a realizar testes a várias faixas etárias sobre uma potencial participação no projeto e, foi possível verificar o elevado potencial de aceitação, fidelização e sustentabilidade do conceito.

Ficha Técnica

Código	UC5502FA924E4E1
Tema do Projeto	Associação Respiro Sabor
Alunos (nome)	Adriana Picareta, Bruno Mateus, Joana Simões, Liliana Azenha, Mariana Nóbrega
Instituição de Ensino	Universidade Autónoma de Lisboa

Objetivos

A construção de um espaço físico que irá servir para o desenvolvimento de atividades, espaço de lazer e acomodar. Com isso será criado uma marca de referência na promoção do território que vai trabalhar em conjunto com órgãos locais. Além disso, tem como objetivo atrair pessoas jovens através da promoção de Intercâmbios Europeus, Serviço Voluntário Europeu, estágios, workshops, entre outras atividades. Outros dos pressupostos passa pelo envolvimento direto com a comunidade através de atividades que promovam o desenvolvimento da zona, a estimulação e criação de postos de trabalhos para jovens trabalhadores e moradores da região, estabelecer contatos com a população mais velha para transmitir conhecimento da região e criar uma relação de entre ajuda; partilhar experiências, recursos, saberes, soluções e responsabilidades, numa lógica de paridade e de complementaridade, conservação da natureza com interseção das medidas compensatórias criadas pela EDP com a implementação de oportunidades para estagiários, voluntários nacionais ou estrangeiros e formadores, estimulação da região para o desenvolvimento profissional, Estabelecer parcerias com empresas de modo a enaltecer a região envolvente pela Barragem Baixo-Sabor, reforçar as capacidades e autonomia de todos os atores envolvidos, de forma a combater desequilíbrios e dependências, promoção da cidadania ativa entre membros, associados, público-alvo e parceiros enquanto reforço do papel dos indivíduos e das organizações da sociedade civil e promoção do território através das várias atividades e criação de produtos alta qualidade com base na natureza e região envolvente.

Metodologia

Após uma pesquisa sobre como criar valor a uma região iremos avançar para uma análise *benchmark*, tendo como exemplos:

- Modelo Teórico: Marketing Territorial;
- Associação de Turismo Koli, Finlândia (Koli National Park);
- Parque Natural Monfragüe, Espanha;
- Barragem Grand Coulee;
- Associação Spin

Análise PEST da região;

Teste de mercado para validar o nosso conceito e projecto: Inquérito e Focus Group

Aspetos Inovadores

- Atração de jovens portugueses e europeus, estudantes por programas nacionais e da União Europeia, como programa Erasmus+, bem como o acesso aos fundos da EU para a promoção e crescimento da região.
- Criação de uma associação com ligação local, nacional e internacional que promova aspectos como a promoção de produtos, conservação da natureza e envolvimento com a comunidade.

Principais Conclusões

O desenvolvimento de uma estratégia comunicativa integrada com os valores da região e as necessidades do mercado-alvo surge como uma fonte de criação de valor local, nacional e internacional. Propomos então a construção de uma Associação, que emerge como projecto inovador e dinâmico. Colocando a região do rio Sabor com maior notoriedade de modo a atrair uma massa jovem de interessados em contribuir para o desenvolvimento da zona, com especial destaque nas medidas compensatórias criadas pela EDP.

Índice	
Ficha Técnica	2
Introdução	5
Contexto	6
Benchmark	9
Barragem Gran Coulee, EUA	9
Parque Natural de Monfragüe	10
Associação Spin	12
Parque Nacional Koli, Finlândia	14
Projeto: Associação Respiro Sabor	16
Análise PEST	16
Concorrência	17
Estrutura da empresa	18
Estrutura Organizacional	18
Missão e Valores	19
Atividades	20
Hostel	25
Plano de Marketing e Comunicação	27
Factores-Chave para o sucesso	27
Análise SWOT	28
Posicionamento	29
Target	30
Imagem Institucional	31
Estudo de Mercado	32
Questionários	33
Marketing-Mix da Associação Respiro Sabor	37
Plano de implementação	39
Projeção de Receitas	40
Conclusão	44
Bibliografia	45

Introdução

No âmbito do projeto EDP University Challenge foi pedido a vários estudantes de várias licenciaturas que criassem um plano de marketing e comunicação para pôr em prática na região do Baixo Sabor, onde foi construída a mais recente barragem, tendo em conta a sua Biodiversidade – fauna, flora e habitats / património natural Rede Natura 2000. A região do Baixo Sabor abrange as zonas de Torre de Moncorvo, Alfândega da Fé, Mogadouro e Macedo de Cavaleiros. Foi aqui que foi construída a barragem que terá um aproveitamento hidroelétrico que duplicará a capacidade de armazenamento português de água no Douro possibilitando uma melhor gestão da produção.

Tentado unir a construção da barragem com algo diferente na zona, chegamos à conclusão que a área do turismo era algo a apostar. Portugal continua a dar cartadas no mundo das viagens e o turismo rural é uma área em crescimento, com os visitantes a quererem cada vez mais apostar em zonas com pouca intervenção humana, com um contacto direto com a Natureza.

Nessa área decidimos criar uma associação com o nome de Respiro Sabor que funcionará como uma organização não governamental e terá como objectivo atrair pessoas à região e com esse aumento de população visitante tirar partido das medias compensatórias destacadas pela EDP após a construção da barragem. Para a realização deste plano de marketing e comunicação da associação foi necessário o estudo de casos similares como o do Koli National Park, Parque Natural Monfragüe, Espanha, Barragem Grand Coulee e a Associação Spin (benchmark) para termos noção de como se transforma uma zona natural num ponto turístico. Para além de querermos usufruir desta associação num modo turístico, esta será também uma marca de referência na promoção do território que vai trabalhar em conjunto com órgãos locais que ajudará a atrair jovens portugueses e europeus, estudantes por programas nacionais e da União Europeia, como programa Erasmus+, bem como o acesso aos fundos da EU para a promoção e crescimento da região. Com esta associação irá nascer uma ligação local, nacional e internacional que promova aspectos como a promoção de produtos, conservação da natureza e envolvimento com a comunidade. Os estagiários, estudantes e voluntários irão trabalhar e procurar desenvolver as medidas compensatórias

distinguidas pela EDP nas área da Biodiversidade na região do Baixo Sabor, para além que ajudarão também no bom funcionamento da associação.

Para o sucesso deste projeto foi necessário a realização de uma análise PEST da região, seguida de um teste de mercado para validar o nosso conceito e projeto. Uma análise SWOT foi também imperativa para sabermos os pontos em que tínhamos que apostar mais e também aqueles que tínhamos que procurar defender face às ameaças exteriores.

Ao longo deste plano de marketing e comunicação fomos juntando peças de modo a criar um projeto sustentável com a visão de um futuro de sucesso para a região do Baixo Sabor. Percebemos que a junção de um ponto turístico como também educativo que ia ao encontro dos interesses da realização das medidas compensatórias prometidas pela EDP seria opção viável para a valorização da zona.

Contexto

Em Portugal, a EDP, tem como objetivo assegurar o *abastecimento* de energia elétrica de forma adequada às necessidades dos consumidores, assim como garantir o bom *funcionamento* do mercado através da monitorização das atividades de todos os intervenientes. Os *valores* que definem a EDP são inovação, iniciativa, confiança, sustentabilidade e excelência, que se traduzem na relação que a empresa estabelece com os seus colaboradores e clientes, bem como na busca de resultados satisfatórios para a empresa e no compromisso de sustentabilidade que a EDP assume com as regiões onde opera, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Através deste objectivo, houve a necessidade da criação de duas barragens que albergam quatro regiões, nomeadamente Torre de Moncorvo, Alfândega da Fé, Mogadouro e Macedo de Cavaleiros. Deste modo será possível um melhor aproveitamento hidroelétrico e a capacidade de armazenamento foi redobrada.

No entanto, para que tal pudesse acontecer, tiveram que ocorrer algumas alterações, nomeadamente a redução dos habitats para os animais selvagens e a recolocação destes mesmos noutros espaços já existentes. Com a ocorrência destas alterações a EDP criou medidas compensatórias:

- Habitat de Compensação da Vilariaça
- Valorização e Recuperação de habitats de Ribeiras Afluentes, incluindo pontos de água com objectivos ecológicos
- Valorização do corredor rupícola no Médio e Alto Sabor e rio Maçãs
- Programa de Proteção e Valorização de Habitats Prioritários
- Recuperação e criação de abrigos e habitats para Quirópteros
- Programa de Conservação da Lontra
- Programa de Conservação da Toupeira-de-água
- Programa de Proteção e Valorização do Lobo ibérico no Nordeste Transmontano e Beira Alta
- Programa de Proteção e Valorização da Avifauna Rupícola no Nordeste Transmontano
- Plano geral de proteção e valorização de Répteis, Anfíbios e Invertebrados no Vale do Sabor
- Centro de Interpretação Ambiental e Recuperação Animal

Contudo, os habitantes das regiões não se mostraram muito receptivos às alterações feitas e muitos deles estão relutantes relativamente à barragem.

Para que a visão dos habitantes mudasse e para que a região ganhasse notoriedade e pudesse crescer em termos produtivos e de conservação da biodiversidade, foi criado este projeto que visa não só o crescimento populacional como a ajuda e pesquisa da biodiversidade existente na região do Baixo-Sabor.

Modelo Teórico

A globalização e crescente competição entre os territórios, sejam cidades ou países, bem como a tendência de *stakeholders* cada vez mais informados e exigentes fazem com que as cidades enfrentem novos desafios. O Marketing Territorial assume especial importância não só na elaboração das estratégias, mas também na identificação das necessidades, desejos e interesses dos diferentes *stakeholders*, de forma a conseguir manter a cidade competitiva, sem nunca perder de vista a qualidade de vida dos indivíduos e dos lugares. Porter fala na importância como forma de diferenciação competitiva e da necessidade de funcionamento em rede, com o objetivo de reforçar

ligações e criar condições para a competitividade dos países. Kotler et al (Aragonez apud) defendem que o objetivo é o de desenhar uma comunidade que satisfaça as necessidades dos diversos grupos de utilizadores (visitantes, residentes e trabalhadores), as empresas e os mercados exportadores desse mesmo local.

A evolução ao nível económico e social resultou no desenvolvimento de um novo conceito de marketing que orienta estratégias no sentido de satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores, com uma maior preocupação em aspetos como a atuação ambiental e responsabilidade social das organizações (Aragonez apud Salgado e Leitão, 2011). Para Ramos (Aragonez apud 2003), o Marketing Territorial funciona ao nível da divulgação de uma nova abordagem em termos de planeamento das cidades, sendo exigido um reposicionamento dos espaços urbanos de forma a conseguirem sistemas territoriais competitivos por efeitos de proximidade geográfica, bem como através de parcerias ao nível social, político, institucional ou económico. É cada vez mais real que as cidades são conhecidas pelo trabalho que conseguem desenvolver, pelas capacidades em garantir através de campanhas de marketing. O desenvolvimento de uma política de marketing de um determinado lugar tem quatro importantes mercados alvo: visitantes e turistas, residentes e trabalhadores, negócios e indústrias e mercados de exportação (Almeida, 2004 e Kotler et al, 1993).

Alves (Aragonez apud 2008) refere que a competitividade assume, cada vez mais, um papel determinante para o futuro dos territórios, sendo que essa competitividade se alterou em quatro vertentes: competitividade acontece à escala global; competitividade entre empresas proporciona o aumento da inovação; inovação é fruto da dinâmica da informação cruzada entre o conhecimento codificado e conhecimento técnico e globalização dos mercados bem como o aumento da concorrência contribuem para o aumento da capacidade organizacional do território e potencia a dinâmica da região.

Para Martins (Aragonez apud 2007) todos os produtos ou serviços são relacionados a um espírito natural, resultado da associação entre imagens e sentimentos presentes no inconsciente do consumidor. Existe uma predisposição natural dos consumidores em atribuir mais valor ao que os agrada. Gaio e Gouveia (Aragonez apud 2007) referem que através da marca territorial pode-se fomentar a atratividade, a conquista de confiança e a credibilidade da cidade, posicionando-a e contribuindo para uma dinâmica de desenvolvimento. Face aos novos paradigmas de competitividade, as

idades sem capacidades para se posicionarem no mercado e enfrentar os novos desafios entram em declínio, saindo vitorioso o território que aplicar corretamente as ferramentas de marketing.

Benchmark

Barragem Gran Coulee, EUA

A construção da barragem do Gran Coulee começou em 1945 e terminou em 1955. A barragem está localizada na zona do Lago Nacional de Roosevelt. O processo de construção gerou alguma controvérsia antes e durante a construção, devido à população indígena e aos efeitos negativos em que a flora e a fauna podiam ser alteradas, destaque para os salmões que usam o curso natural do rio. Entre 1962 e 1992, a produção agrícola duplicou nesta zona. Isto resultou de uma melhoria dos rendimentos nas zonas agrícolas, principalmente, pela mudança para uma cultura de frutas e vegetais, e devido à expansão do tamanho dos campos que aproveitaram a melhoria das tecnologias e economias de escala.

Nesta zona foram introduzidas inúmeras medidas para a recriação do local afetado pela construção da barragem. As instalações recreativas criadas pela organização da barragem foram divididas em duas categorias: instalações associadas ao lago Roosevelt, e as instalações associadas com a área de comando de irrigação. Estes dois tipos de instalações são administrados separadamente. O Serviço Nacional do Parque e a população local ficaram na gestão das atividades recreativas associadas à área de recreação nacional. Com a criação de numerosas casas de campo, praias, docas de barcos, em 1996, o número total de visitas ao local tinha uma estimativa de três milhões de pessoas.

Desde 1980, o número de visitantes ao local tinha aumentou de 800 mil visitantes em 1980 para 1.4 milhões em 1997. Um questionário realizado pela organização da zona verificou que mais de metade dos visitantes tinham idades compreendidas entre os 15 e os 44 anos (62%). Quase três-quartos eram provenientes do estado de Washington (74%), e cerca de 13% eram do Canadá. Apenas 7% eram visitantes provenientes de outros estados dos EUA, e apenas 1% de fora dos EUA. A razão mais comum para as visitas eram acampar, nadar, barcos a motor e pesca.

Uma das mais populares atrações na barragem é o espetáculo de 36 minutos de luzes com a mostra de imagens gráficas. O espetáculo decorre durante todo o verão e acaba por atrair um grande número de pessoas para a zona da barragem e à volta da mesma.

Parque Natural de Monfragüe

Monfragüe é um dos espaços naturais protegidos mais relevantes de Espanha e, provavelmente, da Europa. Supõe-se que mais de 300 mil pessoas visitem o Parque Nacional de Monfragüe todos os anos, gerando uma dinamização socioeconómica das aldeias que o rodeiam, que demonstra a sinergia entre o desenvolvimento e conservação, entre ser humano e natureza, entre desenvolvimento sustentável e atividades de natureza.

Monfragüe encontra-se no centro da província de Cáceres, em Espanha. Com ligação ao rio Tejo rodeado de montanhas. Monfragüe ocupa uma zona de mais de 18 mil hectares, foi o primeiro parque protegido da Extremadura. Foi declarado Parque Natural em 1970, depois de anos de luta para evitar a plantação eucaliptos que iriam destruir toda a zona envolvente, tanto flora como fauna.

Desde a declaração como espaço protegido, Monfragüe tem consolidado com um santuário para observar aves. Todos os anos milhares de turistas chegam a esta zona para desfrutar do voo das cegonhas negras, abutres ou de rara águia imperial. Uma zona com uso público, uma zona das poucas privilegiadas, onde alberga animais em risco de extinção e trabalhar para que não chegue esse mesmo fim.

Em 1991 foi declarado como Zona Especial de Proteção para Aves, uma situação que foi “alargada” em Maio de 2004, ocupando hoje uma área protegida de cerca de 116 mil hectares coincidentes com a Zona Periférica da Proteção do Parque Nacional.

Municípios incluídos na área de influência socioeconómica:

Casas de Millán, Casas de Miravete, Casatejada, Deleitosa, Higuera, Jaraicejo, Malpartida de Plasencia, Mirabel, Romagordo, Saudecilla, Serradilla, Serrejón, Toril e Torrejón el Rubio.

O Parque Nacional de Monfrague encontra-se dividido em quatro zonas: Zonas de

Reserva, Zonas de Uso Restrito, Zonas de Uso Moderado e Zonas de Uso Especial.

Zonas de Reserva: São as áreas com maior qualidade biológica ou contém no seu interior os elementos biótipos mais frágeis, ameaçados e/ou representativos da zona. Também poderão incluir-se nos lugares que determinem o organismo competente na relação com o património histórico-cultural.

Zona de Uso Restrito: áreas onde o meio tem alta qualidade mas com características de uso limitado.

Zona de Uso Moderado: Aquelas cujas as características permitam compatibilizar a conservação com atividades educativas e recreativa, permitindo um moderado desenvolvimento de serviços com finalidades de uso público e melhor qualidade de vida dos habitantes da zona.

Zona de Uso Especial: Áreas que pela sua menor qualidade relativa dentro do meio natural que podem ser utilizadas para a localização de instalações de uso público com o principal benefício de entretenimento ou de melhor informação sobre o património natural envolvente, de modo que a desenvolverem-se diversas atividades que beneficiem a nível socioeconómico de todos os habitantes do território.

Existem outras duas áreas que rodeiam o Parque Nacional e que são consideradas com áreas de proteção devido à sua proximidade:

Zona Periférica de Proteção: áreas de fronteira com o perímetro do Parque Nacional cuja a função principal é evitar impactos ecológicos ou paisagísticos procedentes do exterior.

Zona de Influxo Socioeconómico: Área que afecte os municípios ligados ao parque e da sua zona periférica de proteção, sem contar com a parte incluída dentro do mesmo, cuja a atividade económica se vê influída pela presença do Parque Nacional.

Associação Spin

A Associação Spin para o Intercâmbio, Formação e Cooperação entre os Povos é uma organização sem fins lucrativos que tem como objetivo a realização de programas de mobilidade internacional para jovens.

A Spin tem como objetivo o aumento do diálogo intercultural e da cooperação entre os povos, a promoção da solidariedade e da inclusão ativa e participativa, o estímulo à formação e aprendizagem ao longo da vida.

A Associação Spin trabalha Segundo os seguintes valores e princípios: Interculturalidade (promoção do conhecimento entre diferentes culturas), participação (uma cidadania ativa que combata a intolerância e a desigualdade), inclusão social (acesso às condições que permitam a sua integração na sociedade) e independência (uma organização autónoma e independente).

Estrutura da Associação: Mesa da Assembleia Geral constituída por um Presidente, 1º Secretário e 2º Secretário; Direção composta por Presidente, Vice-Presidente e Secretária; Conselho Fiscal constituído por Presidente, Vice-Presidente e Secretária.

Receitas: A jóia inicial paga pelos sócios; o produto das quotizações pela Assembleia geral; os rendimentos dos bens próprios da associação e as receitas das atividades sociais; as liberalidades aceites pela associação; os subsídios que lhe sejam atribuídos.

Em 2012, a Spin enviou 17 estagiários ao abrigo da ação Leornado da Vinci. No mesmo ano, enviou cinco jovens portugueses participantes no Serviço Voluntário Europeu, do acolhimento recebeu de quatro jovens de quatro países Europeus ao abrigo da mesma ação do Programa Juventude em Ação (Anterior ao Erasmus+), e ainda de coordenação de cinco jovens em Serviço Voluntário Europeu para duas organizações parcerias (nomeadamente, quatro jovens para a Junta de Freguesia de Carnide e uma jovem para a Associação de Residentes de Telheiras).

No mesmo ano, a Spin participou em cinco projetos, sendo que foi coordenadora de dois e parceira em três. Ao longo do ano, promoveu vários workcamps ao longo do ano.

Ao todo, a Associação Spin durante o ano de 2012, realizou 31 projetos diferentes ao abrigo da mobilidade europeia. No seguimento das atividades realizadas, das parcerias estabelecidas obtiveram um resultado positivo de mais de 3 mil euros.

A Associação viu a maior parte dos seus projetos juvenis internacionais serem aprovados pela Agência Nacional para a Gestão do Programa Juventude em Acção, pelo que desta Agência foi recebido o valor de 67.616,47€ para implementação de projetos.

Em 2013, a Associação apostou na consolidação da equipa, em termos de recursos humanos e, como tal, foi despendido o valor de 19.778,55€ com salários e encargos respetivos.

Spin Hostel

Inserido no Espaço Comunitário Antiga Escola Rio Tejo no Bairro Padre Cruz em Lisboa. Projeto gerido pela Associação Spin com o apoio da Junta de Freguesia de Carnide. O Spin Hostel encontra-se aberto ao acolhimento de grupos e ao apoio de cursos de formação para jovens e adultos, campos de férias, workcamps, workshops, projetos culturais e sociais, grupos de turismo responsável e todas as atividades que promovam a socialização.

A capacidade máxima do Spin Hostel é de 28 utentes. O pagamento do valor de alojamento-base garante o direito à utilização de todos os serviços disponíveis e requisitados pelo grupo no Hostel.

Preçário: (preço pessoa/noite)			
Época Baixa 01/01 - 28/02 e 01/10 - 26/12 (datas inclusive)	16,5 €	Desconto de 30% parceiros JFC Carnide	11,55 €
Época Média 01/03 - 30/06 ; 01/09 - 30/09 e 27/12 - 31/12 (datas inclusive)	17,15 €	Desconto de 30% parceiros JFC Carnide	12,00 €
Época Alta 01/07 a 31/08 (datas inclusive)	17,85 €	Desconto de 30% parceiros JFC Carnide	12,50 €

Os preços praticados pelo Spin Hostel são de baixo-custo devido ao facto de se tratar de um projeto de promoção social de uma ONG. Com isto, não há intenção de produzir

lucro. Os preços praticados são para garantir a sustentabilidade do projeto e a qualidade das atividades propostas. No caso de obtenção de um balanço anual positivo, o eventual excedente será reinvestido em atividades sociais e educativas.

Parque Nacional Koli, Finlândia

O Parque Nacional Koli, Finlândia, está situado na parte norte de Karelia, na costa ocidental do lago Pielinen. Popularmente conhecido como uma das mais bonitas atrações naturais na Finlândia. Visto com único combinando um reconhecimento internacional e com valores culturais e naturais, com diversos serviços turísticos.

Koli é conhecido pelas paisagens e pelo Parque Nacional de Koli. Uma zona com visitantes na ordem dos 130 mil anualmente. O turismo foi de forma cuidadosa conciliado com a conservação da zona.

Inúmeras empresas de turismo realizam diversos programas em grupo por um dia ou dois. Programas de grupo para melhorar as capacidades de trabalho, bom relacionamento no trabalho e trabalho em equipa.

Com uma longa tradição, a área de Koli é também usada para campos de férias por escolas. O lago Pielinen com a diversidade natural, cultural e ligação histórica permite criar um ambiente de implementação de programas educacionais ao longo do ano.

A zona de Koli devido ao seu sucesso tem recebido inúmeras propostas na aposta desta zona para promoção turística, do qual encontra-se sobre um contínuo desenvolvimento de um resort turístico. Os principais investimentos dos últimos tempos inclui uma ciclovia, investimentos para um restaurante, spa e pistas de ski do Break Sokos Hotel Koli, ainda se prevê o início da construção do Koli Spa Lotus. Várias empresas e organizações têm criado novos eventos na zona de Koli. Esta ação tem sido bem recebida, fazendo com que o número de utentes tenha aumentado.

Dentro do Parque Nacional de Koli existe a Associação de Turismo Koli que parte de uma organização cooperativa de empresas e organizações do turismo de Koli do qual tem o principal interesse em desenvolver o turismo nesta área. Além disso, a associação tem como objetivo promover e atrair pessoas ao local. A associação também trabalha no

sentido de juntar os interesses das empresas e de proprietários locais, de modo a que estes não criem conflito entre os mesmos. A Associação tem cerca de 80 membros.

Associado ao Parque Nacional Koli está o Koli Nature Centre Ukko que presta auxílio e informa os visitantes que queiram visitar o Parque Nacional Koli. Este Centro Natural encontra-se ligado a uma série de programas de voluntariado internacional que permite qualquer um trabalhar nesta zona e cooperar para o seu crescimento. O Serviço Voluntário Europeu – Programa do Erasmus+ - faz parte em uma das formas de poder trabalhar nesta região.

Projeto: Associação Respiro Sabor

Análise PEST

De maneira a realizar uma análise qualitativa dos fatores externos da Associação Respiro Sabor foi desenvolvida uma breve análise PEST para contextualizar a Associação no seu ambiente de negócio. A Análise PEST constata os seguintes elementos macroeconómicos para avaliar o local: Políticos, Económico, Social e Tecnológico.

- I. **Político:** todas as medidas impostas pelo governo como, por exemplo, novas leis sobre as autarquias, IVA e a taxa de inflação, condicionam o modo como a Associação pode estabelecer os seus preços para a sustentabilidade do projeto. Por isso, a Associação terá que ter esse fator presente em termos de gestão do negócio para que não afete o valor de receita de uma forma negativa.

A Associação Respiro Sabor trabalha sob a região do Baixo-Sabor que engloba os concelhos de Alfândega-da-Fé, Macedo de Cavaleiros, Mogadouro e Torre de Moncorvo. Com o país a enfrentar uma crise financeira, as câmaras municipais destes concelhos não conseguem ajudar no desenvolvimento da região como pensariam em ajudar em anos anteriores.

- II. **Contexto Económico:** Sendo a Associação Respiro Sabor um organismo sem fins lucrativos, tem que acentuar o carácter de que não dispõe de fundos capitais para que possa sobreviver sem ajudas comunitárias. Com o país a crescer depois de uma crise financeira, as atividades agrícolas desta região são o principal eixo de evolução económica tendo um peso superior ao da média nacional, em que cerca de 1/5 da população trabalha neste sector, e a tendência tem sido de aposta no sentido de desenvolver a região economicamente aproveitando os produtos típicos da região, como a cereja, amêndoa, azeite, fumeiro, cogumelos, vinho, entre outras.

III. Fator Social: A densidade populacional tem valores acentuados nas grandes cidades e na zona litoral do país. No caso, da zona do Baixo-Sabor, os quatro concelhos têm cerca de 38 mil habitantes, sendo a população maioritariamente idosa. Ao longo dos anos tem vindo a ocorrer um grande despovoamento do qual têm vindo a mudar-se para o litoral do país, como é o caso da população jovem. As perdas populacionais tiveram importantes repercussões ao nível da estrutura etária traduzindo-se na redução de população jovem e um aumento de proporção no caso da população idosa.

A Associação Respiro Sabor, apesar de querer atrair população jovem nacional e internacional para o local, pretende adaptar-se à comunidade local consoante os seus gostos, comportamentos e, generalizando, a sua cultura, de modo a que não se sintam “incomodados” com a presença de uma organização com o objetivo de atrair população a visitar, a investir e/ou viver na região do Baixo-Sabor.

IV. Fator Tecnológico: A Associação Respiro Sabor dá grande importância ao contexto tecnológico para o bom desenvolvimento do seu negócio. Por exemplo, a Associação pretende usufruir de energias renováveis através da EDP e de controlo de energia com projetos anteriores, disponibilidade de uma rede sem fios em toda a infraestrutura da Associação. Em relação à zona, existe um escasso desenvolvimento tecnológico devido à população ser maioritariamente idosa e existe uma preferência pela agricultura e as únicas apostas são basicamente nos campos.

Concorrência

Com base na pesquisa intensiva que o grupo fez em busca de concorrência semelhante ao Respiro Sabor na região, encontrámos apenas um EcoParque com algumas semelhanças. Esse parque ecológico denomina-se Ecopark Azibo e situa-se num dos concelhos abrangentes da região do Baixo Sabor, Macedo de Cavaleiros, mais propriamente junto à albufeira do Azibo (local com movimentação turística devido à praia fluvial). Com o intuito de aproveitar a zona e desenvolve-la de modo a ter mais visitantes, este Ecopark assenta no conceito de “Eco-Discovery” que proporciona aos

amantes da natureza e do turismo ativo, algumas atividades ao ar livre como canoagem, paddle boarding, kayak's, caminhadas, passeios de bicicleta, trilhos do Azibo, entre outras.

Como instalações o EcoPark dispõe de 5 casas de montanha feitas em granito e madeira, apelando ao conceito rústico da região. Cada casa tem capacidade até 4 pessoas com um quarto com uma cama de casal (ou duas camas individuais), uma sala, um WC e uma kitchenet. O preço é de 60 euros por 4 pessoas. Para além destas habitações mais privadas, existe também uma casa de grupo que tem capacidade para 60 pessoas. Os interessados em utilizar esta casa de grupo, dormirão em beliches e têm acesso a balneários. Com pequeno-almoço incluído, o preço é de 15 euros por pessoa.

À semelhança do projecto Respiro Sabor, o EcoPark Azibo tem também campos de férias a decorrer no Verão com a duração de uma semana pelo preço de 230€ por participante (regime pensão completa).

Vemos neste parque uma concorrência devido às semelhanças com a associação Respiro Sabor que terá dez *teepees* à volta da casa principal e oito beliches (16 camas) e também dois programas de Summer Camps cada um com a duração de duas semanas. Com estas parecenças notórias a nossa associação terá que se destacar de modo a ter a preferência dos visitantes. Os preços serão mais baixos devido ao facto de sermos uma ONG, iremos apelar ao contacto com a natureza e fauna existente no local com o especial destaque nas medidas compensatórias da EDP, a convivência na associação será internacional devido aos estagiários, estudantes de Erasmus e voluntários que provêm de países estrangeiros permitindo assim uma convivência multicultural.

Estrutura da empresa

Estrutura Organizacional



A **Associação Respiro Sabor** tem como base da sua formação a **entreaajuda, confiança e lealdade**. Faz sentido para nós que todos os que venham a fazer parte dela se sintam integrados numa família de trabalho para que todos se sintam como se fizessem parte de algo único e respeitador.

Embora funcione por hierarquia e o presidente tenha sempre a última palavra, a democracia é a base das decisões. Todos os que fazem parte da família Respiro Sabor, todos os associados, voluntários, estudantes e trabalhadores terão sempre uma palavra a dizer sobre quaisquer tomadas de decisão importante dentro da associação, embora não participem diretamente nas reuniões da assembleia geral e direção. Ao ser um grupo pequeno, faz com que seja mais fácil a interação, fazendo com que **a conversa** esteja presente nas mais variadas situações da empresa, positivas ou negativas.

Missão e Valores

A missão da Associação Respiro Sabor está claramente vinculada à missão que a EDP detém. A EDP apresenta-se como uma empresa humana, que trabalha exclusivamente para todos os portugueses, num formato inovador e sustentável. A Associação Respiro Sabor, embora não trabalhe diretamente para estes, trabalha com o intuito de satisfazer as necessidades de todos os residentes da Região do Baixo-Sabor e de todas as pessoas que farão parte do Projeto que pretende ser reconhecido como inovador, jovem e sustentável. Alta qualidade de serviços é o primeiro de três pilares que fazem parte da missão da Associação que possui, assim como um elevado retorno para os acionistas e participantes, um bom progresso na carreira de todos os colaboradores que farão parte. Confiança, iniciativa, inovação e sustentabilidade são alguns dos valores presentes no Projecto que irá tentar dar uma nova imagem à zona do Baixo sabor.

Atividades

As atividades da Associação Respiro Sabor são fundamentais para o crescimento da própria associação e promoção da Região Baixo-Sabor, de modo a atrair população jovem com carisma, motivação, ideias, entre outros valores que a Associação aprecia. As atividades que a Associação se compromete a realizar são as seguintes: Intercâmbios Europeus, Serviço Voluntário Europeu, Summer Camp, WorkCamp, Estágios, Eventos Culturais e Sociais, Workshops, Ações de formação e sensibilização, entre outras. Estas atividades serão protagonizadas pela Associação em parceria com outras entidades locais que possam contribuir para “oferecer” conhecimento, tal como receber voluntários para contribuir no crescimento dessas mesmas entidades, reconhecidas como fundamentais para a Região Baixo-Sabor.

Intercâmbios Europeus

O Intercâmbio Europeu é um projeto que junta grupos de dois ou mais países, normalmente oriundos da União Europeia, do qual proporciona a oportunidade de discutirem e serem confrontados com vários temas ao mesmo tempo que aprendem sobre o país e a cultura de cada um. Um intercâmbio europeu baseia-se numa parceria transnacional entre dois ou mais promotores de países diferentes.

Com isto, os projetos organizados pela Associação Respiro Sabor estão ligados essencialmente com temas, como o diálogo intercultural, ambiente, democracia e comunicação. Temas relacionados com a região do Baixo-Sabor numa ótica de trabalho orientado para o desenvolvimento da mesma.

Um projeto de Intercâmbio Europeu é composto por três fases:

- Planeamento e preparação;
- Implementação da Atividade;
- Avaliação do projeto.

Nestes projetos está presente os princípios e as práticas de aprendizagem não formal. Nos Intercâmbios Europeus podem participar jovens entre os 13 e os 30 anos e que

residam legalmente num País do Programa. O intercâmbio Europeu pode ter a duração de 6 – 21 dias, excluindo os dias de viagem.

O programa oferece aos participantes alojamento, atividades, visitas, seguros, vistos; o reembolso dos custos da viagem internacional até ao limite estabelecido pela Comissão Europeia dependente da distância percorrida. Todos os participantes nesta ação são elegíveis para receber um certificado Youthpass, que descreve e valida todas as experiências de aprendizagem não formal adquiridas durante o projeto.

Serviço Voluntário Europeu

O Serviço Voluntário Europeu (SVE) permite aos jovens levar a cabo serviço de voluntariado com uma duração máxima de 12 meses num país que não o seu país de residência. Para além de trazer benefícios para as comunidades locais, os voluntários podem adquirir novas competências e aprendem novas línguas, para além de explorarem outras culturas. Um SVE pode ter incidência em diversas áreas, desde cultura, juventude, desporto, serviço social, património cultural, ambiente, etc.

O SVE tem por base a promoção da cidadania ativa, o desenvolvimento de competências e a melhoria da perspectiva de empregabilidade nos jovens. Os participantes têm de ter entre 17 e 30 anos. O projeto de voluntariado oferece ao voluntário viagem de ida e volta, de acordo com um sistema de quilometragem, para o local onde irá desenvolver-se o projeto, alojamento e alimentação, transportes do local da residência ao local de voluntariado, dinheiro de bolso, formação na língua do país de acolhimento e seguro de saúde. Todos os projetos necessitam de ser aprovados pela União Europeia de modo a ser concedido orçamento para a realização do mesmo.

O SVE para a Associação Respiro Sabor será importante por trazer jovens de diversos países para a Região Baixo-Sabor contribuírem para a promoção e desenvolvimento da região. Além de trabalharem para a Associação terão a oportunidade de trabalhar com as nossas entidades parceiras. Além do mais terá especial incidência sobre as Medidas Compensatórias da EDP que a Associação Respiro Sabor se compromete a ajudar no sucesso das mesmas. As áreas envolvidas no trabalho dos voluntários europeus será, por exemplo, ambiente, comunicação, animação sociocultural, serviço social, património cultural, juventude, entre outras.

Estágios

Os Estágios têm cada vez mais importância para um desenvolvimento profissional e pessoal de quem os pratica. Os programas de estágios não devem ser vistos como formas de escapar à contratação de novos membros na equipa mas como uma forma de partilhar experiências a curto prazo a quem participa. Por este motivo, a Associação Respiro Sabor pretende introduzir um serviço de Estágios remunerados e não remunerados.

Os Estágios Remunerados estarão ao abrigo do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), que em parceria irá contribuir com jovens adultos em programas de longa duração que poderão ir até 12 meses. Os Estágios Não Remunerados estarão ao abrigo da Associação Respiro Sabor. Ao contrário dos Remunerados, a duração será menor, estando previsto a realização com um máximo de três meses e com a incidência em períodos de maior procura, como a época de Verão.

A Associação Respiro Sabor irá promover programas de estágios que incidam nas áreas de Turismo, Animação Sociocultural, Educação Básica, Biologia, Medicina Veterinária, Engenharia Alimentar, Comunicação Social, Marketing, entre outras. Todas estas áreas têm como objetivo ajudar no desenvolvimento da Associação e Região, como também cooperar no trabalho das Medidas Compensatórias criadas pela EDP.

As condições dos Estágios Remunerados são as seguintes:

- Estágios com duração de 9 meses, sendo que alguns projetos poderão estar ao abrigo de regime especial de interesse estratégico para a economia nacional ou de determinada região tendo a duração de 6, 9 ou 12 meses;
- Desempregados inscritos nos serviços de emprego;
- Jovens com idade entre os 18 e os 30 anos, inclusive, com uma qualificação de nível 2, 3, 4, 5, 6, 7 ou 8 do Quadro Nacional de Qualificações;
- É oferecido ao estagiário uma Bolsa de estágio consoante a qualificação nível (entre 375,27€ e 801,83€), refeição ou subsídio de alimentação, seguro de acidentes de trabalho;
- A candidatura é efetuada por submissão electrónica, através do NetEmprego do IEFP.

As condições dos Estágios Não Remunerados são as seguintes:

- Estágios com a duração máxima de 3 meses, com incidência específica nos meses de Março-Maio e/ou Julho-Setembro (as temporadas são propostas com base na tendência de maior procura e necessidade de mão-de-obra na região);
- Jovens com idade entre os 18 e os 30 anos, com qualificação na área pretendida;
- Poderão candidatar-se jovens nacionais e internacionais, incluindo ao abrigo de Programas Erasmus+ (Programa de Mobilidade e Antigo Leonardo Da Vinci);
- O estagiário irá receber alojamento e alimentação;
- A candidatura é efetuada com base no CV e carta de motivação (português ou inglês), enviada via e-mail.

Summer Camp

Um campo de férias é um programa de atividades para crianças e adolescentes conduzidos ao longo dos meses de verão. É cada vez mais importante este género de atividades, tendo em conta que as crianças estão cada vez mais isoladas nas suas casas durante as férias escolares. Como tal, torna-se fundamental a organização de Summer Camp para que crianças e adolescentes possam desenvolver competências e valores sociais, culturais e adaptação a novos ambientes.

Os campos de férias que a Associação Respiro Sabor irá realizar vão ao encontro de princípios ligados à região Baixo-Sabor. Serão realizados quatro Summer Camps, tendo cada um a duração de duas semanas, entre os meses de julho e agosto, estando também na possibilidade a realização de um em setembro, caso o número de participantes nos anteriores justifique a sua realização. Este programa irá estar envolto de temas, como a Sustentabilidade, o Ambiente, Desporto, Cultura, entre outros temas. Cada programa terá ações formação, com especial enfoque sobre a construção da Barragem Baixo-Sabor e as medidas compensatórias a ela associadas.

O Summer Camp que será realizado terá um custo de 120€ por participante. Neste programa poderão participar jovens com idades compreendidas entre 12 e 17 anos, de território nacional. Estes Summer Camp serão organizados em parceria com as entidades locais. Além disso, parte dos voluntários e estagiários recrutados para

trabalharem na Associação e/ou Entidades Parceiras, irão cooperar na organização das várias atividades.

WorkCamp

Cada vez é mais popular o conceito de Work Camp. Um programa que transporta uma imensidão de oportunidades que ajudam no desenvolvimento de capacidades pessoais e/ou profissionais. Um local onde se trabalha de forma voluntária num curto espaço de tempo, enquanto se faz novas amizades e se descobre as diferenças culturais existentes entre cada um. Com isto, o programa de Work Camp permite que uma pessoa oriunda de qualquer país estrangeiro possa cooperar no crescimento de uma dada região.

Neste caso, a Associação Respiro Sabor pretende realizar Work Camp ao longo do ano com vista a trazer voluntários para cooperar no desenvolvimento da região, nomeadamente trabalhar em conjunto com habitantes locais, em diferentes ações, como agricultura, limpeza de matas, trabalho conjunto das medidas compensatórias da EDP, entre outras atividades. Ao contrário do SVE, os Work Camp permitem trazer voluntários fora da União Europeia, no entanto, os mesmos acartam custos maiores que não acontecem nestes programas.

O programa de Work Camp é elegido para participantes entre os 18 e 30 anos, internacionais. Serão estabelecidas parcerias com organizações que estão habituadas à realização deste género de atividades de modo a estimular a realização deste programa na região do Baixo-Sabor. O Work Camp tem a condição do pagamento de 15€ para fins administrativos. A Associação Respiro Sabor oferece alimentação e alojamento em política de partilha com outros empregados, estagiários e voluntários.

Eventos

Ao longo do ano a Associação Respiro Sabor irá realizar diversos eventos junto da comunidade, bem como ajudar na elaboração de eventos já calendarizados nas várias regiões, como festas, arraiais, feiras, quermesses, entre outras atividades. A receita e custos serão variados consoante o tipo de evento.

Workshops

A Associação Respiro Sabor irá realizar vários workshops de modo a que a população mais velha possa transmitir os seus conhecimentos à geração mais nova. Deste modo, poderá haver diversas ações de formação em áreas, como agricultura, pastorícia, gastronomia, apicultura, entre outras.

Ações de Formação e Sensibilização

Ações de formação e sensibilização em diversas temáticas relacionadas com projetos europeus, mobilidade, interculturalidade, natureza, conservação, barragem EDP, medidas compensatórias.

Hostel

Dentro da associação Respiro Sabor para além da estadia garantida aos estagiários e voluntários iremos ter um regime de Hostel em que a estadia será garantida a quem estiver interessado em ingressar no mesmo.

Para os visitantes que desejarem uma estadia mais privada, teremos à disposição cinco *teepees* que se encontrarão no recinto à volta do edifício da associação. Cada *teepee* alberga três pessoas (tendo a possibilidade de uma cama de casal e uma individual) e tem uma WC privativa (não tendo então que partilhar o balneário).

ÉPOCA: (TEEPEES)	PREÇOS:	
	Não sócios	Sócios (-15%)
Época baixa	16€	13,60€
Época média	17€	14,45€
Época alta	18€	15,36€

- Preço para pequeno almoço: +2€/dia

Quem quiser instalar-se na associação num dos quartos partilhados com beliches tem à sua disposição um dos 10 beliches (20 camas) divididos em dois quartos. Cada beliche terá dois grandes gavetões por baixo (fechados com chave) para o visitante

poder guardar os seus pertences sem preocupações. O regime de quarto partilhado não inclui WC privativa por isso terão que utilizar um dos dois balneários que estarão divididos em sexo masculino e sexo feminino. Cada balneário tem 4 chuveiros (um deles com infraestruturas adequadas a deficientes) e duas sanitas (sendo uma delas adequada para deficientes motores).

ÉPOCA: (BELICHES)	PREÇOS:	
	Não sócios	Sócios (-15%)
Época baixa	18€	15,36€
Época média	19€	16,15€
Época alta	20€	17€

- Preço para pequeno almoço: +2€/dia

No edifício principal da associação Respiro Sabor, para além dos quartos partilhados, do quarto com cinco camas destinadas aos estagiários, balneários e escritório que estarão no primeiro andar, no rés de chão estará a sala de convívio, a sala de refeições que estará em conjunto com a cozinha.

A sala de convívio estará ao dispor de todos. Será uma área de lazer, convívio e muitas vezes o palco de noites temáticas proporcionadas pela organização da associação. A cozinha é aberta a todos, qualquer visitante pode usar as instalações e fazer as suas próprias refeições. Como na associação Respiro Sabor se preza o valor da partilha e de confiança, muitas vezes tentaremos que vários visitantes partilhem os seus saberes na área gastronómica fazendo assim a refeição para várias pessoas.

Plano de Marketing e Comunicação

Factores-Chave para o sucesso

Sendo uma associação pioneira em Portugal devido às suas características inovadoras, promete fazer um trabalho de grande compromisso para com todos os seus sócios, colaboradores e habitantes da região do Baixo-Sabor, onde vai fazer a implementação de um projecto que, além de ser único está repleto de ideias e valores que podem servir de exemplo para que muitas outras associações se empenhem num futuro próximo, visto que Portugal tem muitos locais que são maravilhas desconhecidos e será um privilégio descobrir.

Para alcançar o sucesso, a associação respiro sabor vai trabalhar para os consumidores, para dar resposta a todos os seus pedidos, assim como vai tentar minimizar os factores que podem ser considerados de risco.

Para os Consumidores	Factores de Risco
<ul style="list-style-type: none"> • Apoio direto ao consumidor • Prestar um serviço eficiente de acordo com as normas da associação • Contribuir para um melhor ambiente, acentuando os ideais em factores de sustentabilidade • Preços acessíveis • Serviço telefónico e <i>online</i> para ouvir novas propostas, novas ideias e estar em grande contacto com a população • Variedade de opções • Ofertas e promoções 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco impacto da associação na sociedade • Pouca diferenciação • Preços altos • Má qualidade nos serviços e colaborações

Análise SWOT

De maneira a testar a potencialidade da associação Respiro-Sabor foi realizada uma análise SWOT. Através desta análise iremos expor os pontos fortes deste projeto assim como as suas fraquezas, oportunidades e ameaças.

Nos pontos fortes (*strengths*) temos uma associação que com a ajuda de voluntários, estagiários irá trabalhar nas medidas compensatórias da EDP. A Respiro-Sabor assenta numa visão intercultural, não se limitando apenas ao espaço português.

Em relação aos pontos fracos (*weaknesses*) é o facto de esta ser uma associação sem fins lucrativos ou seja teremos que nos organizar com patrocínios, o que pode não ser suficiente.

No campo de oportunidades (*opportunities*) temos o factor de associação inédita na região. Não existe nada igual ou sequer parecido nas redondezas o que nos garante que seremos pioneiros na zona do Baixo-Sabor. Como nos localizamos numa região escondida aos olhos dos visitantes, com esta associação tencionamos publicitar a zona para obter uma maior visibilidade nacional e internacional. Os fundos da União Europeia que são dados a associações como esta são uma mais valia pois, para além de poupar dinheiro de outros patrocinadores, publicitarão a associação entre jovens que estejam interessados em ingressar em estágios/voluntariado como por exemplo o serviço voluntário europeu, o que trará vários indivíduos estrangeiros à zona do Baixo-Sabor.

As ameaças (*threats*) que são mais preocupantes, é o facto da associação estar numa zona pouco conhecida com fraca acessibilidade. População envolvente pode não querer envolver-se com a associação pois como esta foi criada no âmbito da construc

<p><u>Strengths</u></p> <p>Enaltecimento das medidas compensatórias da EDP; Visão intercultural, jovem;</p>	<p><u>Weaknesses</u></p> <p>Associação sem fins lucrativos Recursos limitados para a comunicação do projecto Dependência de fundos externos;</p>
<p><u>Opportunities</u></p> <p>Associação inédita na região; Maior valorização da zona; Fundos da União Europeia;</p>	<p><u>Threats</u></p> <p>Localização pouco conhecida da associação; Distância e falta de acessibilidade à zona; População envelhecida;</p>

Posicionamento

O posicionamento pode ser definido com uma escolha estratégica que procura dar uma posição diferente e atrativa a uma oferta num mercado e na mente dos clientes.

No que toca ao posicionamento, o Baixo Sabor é pouco conhecido, não só em termos nacionais como em termos internacionais. Tendo em conta estes aspectos, a EDP em conjunto com as regiões que abrangem as barragens, estão a desenvolver um projeto de modo a ajudar o desenvolvimento da região.

O posicionamento de um produto engloba duas dimensões: a **identificação**, que escolhe a categoria à qual se deseja que o produto seja encarado pelo público (uma imagem mental) e a **diferenciação**, cujo objectivo é salientar as características distintivas.

Referente ao Baixo Sabor, a identificação corresponde a uma zona pouco conhecida e com uma densidade baixa de população, visto que pouca gente tem conhecimento da região, por isso a identificação será desenvolvida e criada a partir

deste projeto. E a **diferenciação** corresponde ao facto de ser uma região pouco desenvolvida com diversas áreas de cultivo assim como o convívio entre habitantes e animais selvagens. O Baixo Sabor tem uma área muito vasta onde se podem desenvolver projetos futuros ou investir no seu espaço para fazer crescer os seus produtos naturais e originários exclusivamente daquela região. Outro factor diferenciador é a biodiversidade existente na região. A enorme variedade de animais, organismos e plantas faz com que a região seja propícia à criação de um parque natural e torna a região mais rica e saudável.

Referente à Associação Respiro Sabor, a identificação corresponde a uma ONG (Organização Não-Governamental) que se situa no norte de Portugal e que pretende alargar os horizontes da região em que se situa e das outras três regiões que são albergadas pelas barragens. Um dos principais eixos de foco da Associação é o eixo cultural ou interculturalidade, não só dentro de Portugal como com o resto da Europa, ou seja, a população local terá a oportunidade de se envolver com indivíduos oriundos de todo o país e Europa. Já os membros inseridos dentro da Associação terão a oportunidade, eles mesmos, de comunicar, conviver e partilhar conhecimentos com indivíduos oriundos da Europa.

Já a **diferenciação** corresponde ao facto da Associação ser pioneira no norte do país, sendo esta também uma ONG. Este é não só um factor de identificação como um factor diferenciador. Este projeto possibilitará o desenvolvimento da região, a formação de novos profissionais e a sustentabilidade territorial, não só em termos da biodiversidade como também dos concelhos em si.

Target

A Associação Respiro Sabor pretende chegar às mais diversas idades, desde os 13 aos 55 anos de idade. Existem grupos compreendidos entre estas faixas etárias que terão direito a diferentes tipos de aventuras, formações ou atividades. Dos 13 aos 17 anos, a Associação pretende proporcionar atividades como os Summer Camps, que possibilita a interatividade entre eles, desenvolvendo novas competências sociais e de responsabilidade. Existe também um foco na aprendizagem ao haver contacto direto

com a natureza, fazendo com que novos valores sejam criados de modo a existir um futuro mais “verde”.

Dos 18 aos 30 anos de idade, existem sub-grupos que vão divergir em SVE's, estágios, Erasmus +, voluntariado e ainda Work Camps. Dentro destes a Associação tem como objectivo o desenvolvimento das 4 regiões envolventes através de jovens que se irão juntar a nós. Estes irão proporcionar às regiões uma maior mão de obra e auxílio no desenvolvimento das mesmas, sendo que, serão várias as áreas a desenvolver dentro destas atividades ou sub-grupos. Deste modo, será possível uma maior sustentabilidade e ainda conservação da natureza.

Dos 31 aos 55 anos de idade, a Associação oferece outro tipo de atividades, nomeadamente atividades de lazer. Neste caso, sabe-se que o projeto dá valor às regiões e como tal, proporciona grandes momentos em família para que seja possível também o interesse por parte de quem visita. Deste modo, a Associação tem em vista a criação de laços com quem já a visitou. Assim, haverá uma maior vontade de regresso não só à Associação Respiro Sabor como também à região Baixo Sabor.

Imagem Institucional



RESPIRO SABOR

O logótipo foi criado de raiz para associação Respiro Sabor. Para nós, faz sentido que os valores da região do Baixo Sabor sejam trespassados para a imagem daquilo que vamos representar e daquilo que somos. A nossa imagem está baseada essencialmente na natureza e a preservação do meio ambiente, no elemento de água e na sustentabilidade. As duas folhas verdes estão presentes na imagem, significam o lado verde da vida, a origem da mesma: a Natureza. Como a associação se insere numa zona rural, o uso do verde e das folhas pareceu uma escolha óbvia alinhado com as medidas compensatórias de preservação da Biodiversidade da zona destacadas pela EDP.

Por baixo das mesmas podemos verificar um reflexo da água que significa a ligação que todo o nosso projeto tem com a barragem do Baixo Sabor. Esse mesmo reflexo tem uma conotação calma e pacífica como toda a zona envolvente.

A letra com serifa indica ainda a seriedade da nossa associação e a determinação que temos em fazê-la crescer como um projeto viável e sustentável para a região e também para a EDP.

Estudo de Mercado

Erasmus+ - Bruno

O Programa Erasmus+ é uma iniciativa da União Europeia do qual promove a mobilidade dentro e fora das fronteiras da UE. Os eixos deste programa incidem sobre a aprendizagem não-formal e o diálogo intercultural, de forma a estimular o sentido ativo de cidadania europeia, desenvolvendo entre os jovens europeus a sua inclusão, independentemente da sua origem educacional, social ou cultural.

O programa permite a participação num conjunto diversificado de iniciativas, desde intercâmbios a projetos de voluntariado. A Agência Nacional é o órgão em Portugal que gere o Programa estando disponível todas as informações.

Intercâmbios Europeus:

Encontros de curta duração que permitem que grupos de jovens de diferentes países se reúnam em torno de interesse mútuo e conheçam outras culturas.

O SVE oferece ao voluntário viagem de ida e volta, de acordo com um sistema de quilometragem, para o local onde desenvolve o projeto de voluntariado; alojamento e alimentação; transportes do local da residência ao local de voluntariado; dinheiro de bolso; formação na língua do país de acolhimento; seguro de saúde.

Em todo o processo é obrigatória a existência de 3 partes: Voluntário, Organização de Envio Acreditada, Organização de Acolhimento Acreditada.

Permite aos jovens participarem num projeto de voluntariado num país dentro ou fora da União Europeia, por um período que pode ir até 12 meses.

Questionários

Com o intuito de querermos saber aprofundadamente o interesse da população na natureza e nas atividades que iremos realizar no Respiro Sabor, decidimos fazer 3 inquéritos diferentes, destinados aos jovens dos 13 aos 17 anos, jovens adultos dos 18 aos 30 anos e adultos dos 30 aos 55 anos.

No total de 67 respostas obtidas, conseguir tirar diversas conclusões que iremos aprofundar de seguida.

13 - 17

No questionário realizado aos jovens dos 13 aos 17 anos, o nosso maior interesse era saber se estariam interessados em ingressar no campo de férias no Respiro Sabor com diversas atividades interativas ao ar livre.

À resposta se costumam ter o verão livre, apenas 1 das 14 respostas recebidas afirmou que não. Assim, temos uma percentagem de 92.9% dos jovens inquiridos com o verão livre. À pergunta se costumam frequentar campos de férias ou algo semelhante, quase todos (12) os jovens dos 14 inquiridos afirmaram que não, onde apenas 2 têm o hábito de frequentar campos de férias.

Depois, decidimos aprofundar o interesse sobre uma possível ida para a região do Baixo-Sabor para um campo de férias. Na pergunta, se houvesse um campo de férias localizado no norte de Portugal onde pudessem estar em contacto com a natureza e a

realizar tarefas divertidas com a comunidade enquanto desenvolviam as capacidades pessoais e profissionais, a maioria respondeu que sim (11 jovens), que iria para um campo de férias localizado na região e apenas 3 jovens responderão que não iriam.

De seguida, enunciámos as atividades que iremos ter na Associação Respiro Sabor para sabermos as preferências dos jovens nas atividades propostas.

Com 71.4% de aceitação, as atividades desportivas (ski aquático, canoagem, insufláveis na barragem e caminhadas) foram as eleitas, de seguida, com 21.4% de interesse foram as atividades culturais (romarias, teatro, workshops, conhecer a história da região, cinema ao ar livre e concertos). Depois com apenas 7.1% de preferência estão as atividades de apoio à comunidade (ajudar os moradores da área nas suas atividades rotineiras como por exemplo a pastar as ovelhas) e por fim, com 0%, os jovens mostraram que não têm qualquer interesse em atividades educativas (conhecer mais a natureza envolvente como o habitat dos lobos, ajudar na criação de novas ninhadas de espécies de animais).

18-30

Este questionário destinou-se aos jovens estudantes e não-estudantes com o principal intuito de saber se estariam interessados em estagiar ou participar em campos de trabalho na associação em troca de alojamento e alimentação. Obtivemos 37 respostas no total, no qual 73% dos jovens são estudantes (27) e 27% não (10).

Perguntámos a área de estudo aos estudantes ou já licenciados, no qual as respostas foram bastante distintas: 5 de ciências do desporto, 4 de ciências da comunicação, 3 de jornalismo, 3 de biologia, 2 engenharia biomédica, 2 de turismo, 1 direito, 1 medicina veterinária, 1 línguas estrangeiras aplicadas, 1 de engenharia civil, 1 de enfermagem, 1 de artes plásticas e multimédia, 1 de tradução, 1 de artes, 1 de informática web, 1 de anatomia patológica, 1 de línguas, 1 de informática, 1 de comunicação e multimédia, 1 de hotelaria na vertente de cozinha), 1 de secretariado, 1 de ciências farmacêuticas, 1 de social media e por fim, 1 de contabilidade.

Após sabermos as áreas de estudo, decidimos aprofundar e saber as áreas de conhecimento dos jovens. As respostas variaram como por exemplo cozinhar, recursos humanos, turismo, tratamento de animais, agricultura, trabalhos de laboratório, reparações informáticas, atividade física, edições de som e imagem, vendas, comunicação, marketing, publicidade, design, tradução, fotografia, restauração de mobília, pintura, cuidar de pessoas, biologia, vendas, limpeza de serras e produção de eventos.

Na pergunta se estariam interessados em ingressar num estágio na Associação Respiro Sabor, dos 37 jovens inquiridos, 21 deles estariam interessados (61.8%) e 13 não (38.2%). Ou seja, grande parte dos inquiridos estariam dispostos a estagiar na região em diversas atividades. de seguida enunciámos que iremos fazer estágios nas áreas de medicina veterinária, biologia, educação, animação socio-cultural, comunicação, engenharia biológica e do ambiente, desporto, turismo (guia de lazer/ecoturismo) e garantimos a dormida e comida na associação. A esta pergunta houve uma aceitação de 80% por parte dos jovens, ou seja 20 deles aceitariam e 20% não quereria.

Destes que aceitariam fazer um estágio na Associação, perguntámos a área onde gostariam de estagiar, no qual as respostas foram à base da comunicação, desporto e turismo principalmente mas também há interessados em biologia, medicina veterinária e informática.

De seguida, à pergunta se gostariam de ir para um campo de trabalho, onde a alimentação e alojamento estivessem assegurados pela Associação, 62.9% estariam interessados, e apenas 37.1% não. Na pergunta se estariam interessados em voluntariar-se para um campo de trabalho na associação, onde haveriam áreas de trabalho como agricultura, cooperação com as medidas compensatórias da EDP (ajuda ao desenvolvimento e conservação das espécies de animais que existem na área), manutenção de zonas controladas de fauna e flora, limpeza de matas e para prevenção de incêndios, monitorização de campos de férias, estabelecimento de contacto com a população da zona e criar uma relação de entreatajuda, 60% dos inquiridos estariam interessados nestes tipos de voluntariado e apenas 40% é que não estaria interessado.

Tendo em conta as áreas referidas anteriormente para trabalhar nos campos de trabalho, as áreas de preferência foram a ajuda ao desenvolvimento e conservação das espécies de animais que existem na área e monitorização dos de campos de férias.

30 - 55

O questionário para as idades entre os 30 e 55 anos teve como base em querer saber o interesse das pessoas em fazer atividades ao ar livre na natureza que se podem fazer em família, amigos ou sozinho propostas pela associação Respiro Sabor. Foram obtidas 16 respostas, das quais 10 pessoas são casadas e 6 não. Também inquirimos se estas pessoas tinham filhos a resposta foi também de 10 pessoas das inquiridas tinham filhos e as restantes 6 não.

Aos questionados que responderam que responderam ter filhos, perguntámos que tipo de atividades fazem em conjunto nos tempos livres. As respostas variaram em passear ao ar livre, de bicicleta, ir à praia e jogar à bola com os seus filhos.

De seguida, achámos essencial saber se as pessoas inquiridas têm gosto pelas atividades na natureza, do qual, das 16 pessoas inquiridas, 14 afirmaram que sim e só 2 não apreciam atividades na natureza e à pergunta se fazem as atividades em família ou sozinho, as atividades em família predominaram mas também fazem por vezes sozinhos ou com amigos.

À pergunta se costumam fazer atividades em família, 14 pessoas responderam que sim, e apenas 4 afirmaram que não e à pergunta pela razão destas não fazerem atividades em família foram por passar por uma má fase de vida, por individualismo e apenas se interessar por conviver com amigos.

Por fim, decidimos saber a preferência das pessoas pela época do ano que prefeririam ir para a região do Baixo Sabor para a Associação que a maioria prefere ir nas férias, de seguida no verão e depois primavera e outono.

Em relação às atividades de preferência pelos inquiridos as eleitas foram atividades no campo, e de seguida praia e por fim, em relação à realização de atividades sozinhos ou

em família no Baixo Sabor, das 16 pessoas inquiridas, 13 delas estariam interessadas em fazer atividades no Baixo Sabor e apenas 3 não queriam.

Marketing-Mix da Associação Respiro Sabor

Produto

Podemos considerar o espaço da própria associação bem como a área envolvente como um produto. Além disso, todas as atividades que a mesma irá realizar constituem outra parte do produto que a Associação apresenta. A Associação Respiro Sabor irá reter uma ligação profunda com a região Baixo-Sabor e a natureza. O espaço dominado pelas energias renováveis e o conceito de sustentabilidade, representa uma mais valia na promoção da região do Baixo-Sabor.

As atividades da Associação são consideradas bens tangíveis. Num contexto nacional, a Associação Respiro Sabor apresenta uma estratégia de implementação de diferentes atividades, isto é, consoante a região geográfica (nacional ou internacional), o target e o interesse de cada um, criam-se diferentes atividades que atraiam visitantes e/ou voluntários/estagiários de diferentes localizações.

Para além disto, tal como se verifica em algumas associações, existe uma individualização de valores e objetivos, e uma grande variedade e inovação de atividades que promovam a interculturalidade e o conhecimento da zona de trabalho. Em Portugal, a Agência Nacional Programa Aprendizagem ao Longo da Vida (PROALV), analisa rigorosamente os procedimentos na produção, transporte e desenvolvimento das atividades necessárias para contribuir para a concretização dos objetivos propostos por cada associação.

Preço

O preço relaciona-se diretamente com o lucro e performance de uma empresa. Neste caso, Associação Respiro Sabor é um projeto de promoção social caracterizada como uma ONG que promove a interculturalidade, a mobilidade juvenil e cooperação para o crescimento da região do Baixo-Sabor. Como não parte de uma atividade

empresarial, não tem intenção de produzir lucros. Os preços praticados para cada atividade são exclusivamente para garantir a sustentabilidade do projeto. No caso de obtenção de um balanço anual positivo, o eventual excedente será reinvestido em atividades sociais e educativas do qual move a própria associação.

A percepção de valor do cliente é um importante determinante do preço cobrado. Neste caso e com base nos valores e na entidade da Associação, os preços praticados são relativamente baixos permitindo uma conotação psicológica para o cliente e movendo-o para visitar e/ou cooperar na zona do Baixo-Sabor.

A Associação Respiro Sabor também tem em contexto que a fixação de um preço baixo pode originar consequências negativas em termos da imagem. Se o preço for demasiado baixo, os consumidores podem começar a questionar-se sobre a qualidade do produto. Portanto, uma redução tem de ser combatida ou acompanhada de um alto teor de participações nas atividades, entre outros factores.

Lugar

Tendo em conta que a Associação Respiro Sabor trata-se de um espaço físico, a mesma estará localizada na região nordeste de Portugal continental, mais precisamente na **Região do Baixo-Sabor** do qual agrega 5 conselhos: Macedo de Cavaleiros, Alfândega da Fé, Mogadouro, Torre de Moncorvo e Miranda do Douro. Além disso, com a utilização de tecnologias estará presente na Internet com um **website**, **redes sociais** e na base de dados da União Europeia, devido à ligação com o Programa Erasmus+, sustentado numa comunicação poderosa e marcante que não só informe os turistas/voluntários/estagiários, mas que o “empurre” para pesquisar e conhecer mais sobre a região do Baixo-Sabor. Neste contexto, a grande pressão é posta sobre comunicação e promoção.

Promoção

A promoção e publicidade da Associação pode ser encarada de duas formas cruciais: **atrair** visitantes, estagiários e voluntários à região e **manter** jovens que

passam pela associação como colaboradores a longo-prazo. Assim, o primeiro ponto é atingido através de uma forte campanha nas redes sociais e criação de parcerias de modo a promover o turismo da Região do Baixo-Sabor. A Associação estará associada a uma imagem jovem, dinâmica e inovadora.

As redes sociais têm um papel decisivo, criando uma comunidade onde as reações iniciais à associação e à região podem ser partilhadas entre potenciais visitantes/estagiários/voluntários e com a Associação. Adicionalmente, através do website da Associação Respiro Sabor será possível obter mais informações sobre as atividades desenvolvidas, a região Baixo-Sabor, Serviço Voluntário Europeu, Intercâmbios Europeus, Estágios, etc. Além de estas fontes será publicada mensalmente uma *newsletter* com todas as informações que deverá ser solicitada subscrição para receber diretamente no e-mail.

Plano de implementação

De modo a que os clientes e interessados tenham acesso à associação Respiro Sabor vai ser criado um website.

Nesse website, quem o visitar poderá ter uma visita virtual das instalações, informações acerca da associação em si como preços e políticas de conduta, atividades propostas, acesso às parcerias e também uma zona especial para os voluntários e estagiários saberem quais as áreas disponíveis.

Dentro do site principal, existirá uma secção de “Experiências no Respiro Sabor”, um blogue, em que os hóspedes (incluindo voluntários e estagiários) poderão deixar o seu testemunho sobre o que viveram na associação. Com a existência deste pequeno blogue, o Respiro Sabor tenta despertar o interesse de futuros candidatos em ingressarem numa viagem para esta região escondida mas com tanto por descobrir.

Aliado ao website, a associação terá ao seu dispor contas em duas redes sociais: Facebook e Instagram. A popularidade que estes meios sociais têm nos dias de hoje é inquestionável, então é de extrema importância que o Respiro Sabor as utilize para comunicar de forma eficaz com quem está do outro lado da plataforma e também com um custo muito baixo. A publicidade feita nestas redes sociais é algo poderoso por isso nestas iria-se postar fotografias, divulgar eventos e trocar informações com quem

quisesse comunicar. Com esta tentativa de comunidade e de proximidade com o público, tentamos ainda que a marca crie um sentimento de confiança e de transparência.

A associação Respiro Sabor terá várias parcerias que visa o crescimento da região. Este género de parceria irá, não só, estimular o desenvolvimento da associação em si mas também das entidades envolvidas. A associação irá trabalhar com entidades empresariais, políticas e institucionais, como juntas de freguesia, camaras municipais, associações culturais e agrónomas. O trabalho com estes órgãos terá como especial enfoque as medidas compensatórias estabelecidas pela EDP, devido à construção da Barragem Baixo-Sabor.

Projeção de Receitas

A receita da Associação é parte integral para a sobrevivência do projeto apresentado. Existem inúmeros fundamentos que atendem à receita da Associação Respiro Sabor e que permitem que a mesma possa ter capacidade para acartar com diversos custos seja em recursos humanos, em organizar atividades, pagar salários, entre outros tópicos que possam advertir sobre o que a Associação deve pagar.

Fundos Europeus

Apesar dos Fundos Europeus serem uma forma “fácil” da Associação ter acesso a valores monetários, a verdade é que os fundos dos programas do Erasmus+, como o Serviço Voluntário Europeu (SVE) e Intercâmbios Europeus, apenas pode ser acedido com base na apresentação e aprovação de um projeto pela União Europeia. No entanto, não pode ser considerado receita. Cada projeto tem um valor monetário diferente e que só pode ser utilizado para cada projeto realizado, com isto o dinheiro que sobrar desse projeto ficará para a Associação Respiro Sabor, mas nunca sabendo do valor exato. Por exemplo, um projeto SVE pode originar a entrada de 3000-4000€ por cada pessoa por um período de 12 meses, no entanto, o valor dado pela União Europeia poderá ser ultrapassado, ou em alguns casos sobrar ficando como referido para a Associação.

Hostel

O Hostel é um dos espaços que irá gerar para a Associação mais receita e talvez o que irá atrair mais pessoas a visitar o local. Com um espaço que alberga 30 camas dispersas em diferentes tipos de serviço, *teepees* e quartos partilhados, permite a realização de diversas atividades organizadas pela Associação Respiro Sabor, ou por outra entidade interessada em colocar os seus visitantes no nosso Hostel.

Considerando o número de camas, introduzimos uma taxa de entrada de 80%. Com isso, 30 camas vezes 365 dias vezes 80% dá um total de 8 760 pessoas por ano no Hostel, sendo que para os Teepees é considerado um total de 4 380 pessoas e para os quartos partilhados um total de 5 840 pessoas

Ao longo do ano, existem diferentes preços para a pessoa poder pernoitar no Hostel, considerando uma época baixa, época média e época alta. Além disso, alguns têm a oportunidade de usufruir de um desconto de 15% com base no processo de sócio. É considerado a época média como fundamento de receita, não tendo desconto incluído. Para o Teepee foi considerado o valor de 19€ e para os quartos partilhados o valor de 17€ na época média. No total os Teepee tem um valor anual de 83 220€ e quartos partilhados tem um valor anual de 99 280€ que somado os dois lados tem um resultado de 182 500€

Sócios

A Associação pretende adquirir um sistema de Sócios que permite a fidelização de quem quiser. Ser sócio da Associação Respiro Sabor permite que tenha acesso aos programas da União Europeia, ..., mas que de algum modo possa contribuir para a sustentabilidade do projeto proposto. Com isso, os visitantes terão de registar-se como sócios para poderem usufruir das vantagens, bem como potenciais participantes nacionais em projetos como SVE e Intercâmbios Europeus. Dado que não é possível contabilizar os participantes, serão contabilizados com base no número de visitantes previstos.

Sendo previstos anualmente 8 760 visitantes, cada quota tem um valor de 12€ anuais equivale a 105 120€.

Summer Camp

Os Summer Camp são atividades que não tem qualquer ajuda por parte do Estado e/ou União Europeia. Sendo necessário apresentar um valor que possa reunir recursos humanos e materiais para a realização das várias atividades em cada Summer Camp. Por isso, foi considerado um valor de 150€ para duas semanas por pessoa. Por cada 6 jovens estará responsável um monitor que estará ao abrigo do SVE e/ou Programas de Estágios. No total por cada Summer Camp iremos ter 12 jovens. Está previsto a realização de quatro Summer Camp entre o mês de julho e agosto contabilizando no total 48 jovens mobilizados para a região. Cada jovem terá de ser sócio da Associação. Por isso, terá uma soma de 576€ em quotas e 7 200€ pelo pagamento do Summer Camp por jovem.

Eventos

Os eventos passa pelo que a Associação poderá realizar ao longo do ano de modo a promover os produtos da região, bem como em outros casos. Neste caso, tivemos em conta a receita em produtos que poderão ser vendidos nestes eventos, sendo que a receita será dividida em partes diferentes, seja para a Associação, produtor ou empresa. Neste caso, assumindo que em média o produto vendido tem um custo de 7€ e que cada visitante irá comprar um produto terá um valor total de 61 320€.

Workshops

Cada workshop terá um valor de 15€ que todos os visitantes, bem como voluntários, estagiários, entre outros, poderão participar mediante o pagamento de 15€. Considerámos que 80% dos visitantes iriam querer aderir. Ou seja: 8 760 vezes 15 vezes 80% que dá 105 120€.

WorkCamp

Os Work Camp não irão gerar receita a nível monetário por compreenderem um programa de voluntariado internacional. Com isto, os Work Camp terão uma contribuição de horas de trabalho para a região, dando uma poupança na contratação de pessoal para realizar as mesmas tarefas. Foi considerado o salário mínimo nacional como base para a realização das receita convertida em horas de trabalho. Por cada

semana, os voluntários irão trabalhar cerca de 40 horas semanais, o que corresponde a 126,25€/ semana. Considerando que o mesmo estará durante cerca de um mês irá contribuir com 160 horas de trabalho que equivale a 505€. Estando previsto a contratação anual de 5 voluntários mediante este programa está previsto que a região tenha uma poupança na ordem dos 2 525€.

Serviço Voluntário Europeu

O Serviço Voluntário Europeu aporta o mesmo fundamento dos Work Camp. Sendo que estão pensados a contratação de 10 voluntários distribuídos entre Associação e Entidades locais. Desde modo, decidimos dividir os 10 voluntários em dois grupos. Cinco voluntários apenas irão estar num projeto de seis meses e os outros cinco voluntários em doze meses. É de ter em conta que é apenas uma simulação podendo haver alterações na duração de cada projeto, dado que pode ter a duração entre duas semanas e 12 meses. Com isto, os 5 voluntários de seis meses irão contribuir dar uma poupança de 15 150€ à região, enquanto que os 5 voluntários de doze meses irão contribuir com 30 300€.

Estágios-Não Remunerados

Contabilizando da mesma forma como nos pontos anteriores. Foram tido em conta a entrada de 5 estagiários não-remunerados anualmente. Cada um irá realizar um estágio de três meses que equivale a 480 horas de trabalho, resultando no valor de 7 575€.

Quadro de Receitas

Atividades	Receitas	Horas
Hostel	182 500€	
Sócios	105 120€	
Summer Camp	576€ (quotas) + 7 200€	
Eventos	61 320€	
Workshops	105 120€	
WorkCamp	2 525€	800
SVE	30 300€	2880
Estágios	7 575€	480
Total	502 236€	4 160

Conclusão

A partir dos exemplos analisados no início do documento e dos questionários feitos ao longo do trabalho, foi-nos possível saber que este projecto, apesar de pioneiro, é viável. Não só será possível a criação de um Parque Natural que abranja as quatro regiões como também será possível o desenvolvimento destas a partir da Associação Respiro Sabor.

Este projecto tem em vista objectivos que irão complementar as medidas compensatórias e irão ainda dar valor à região do Baixo Sabor. Serão criados novos postos de emprego e outros projectos ou empresas poderão ter a sua origem através do nosso auxílio em conjunto com as Juntas de Freguesia.

Será através da Associação que irá haver uma maior envolvência entre os jovens e a população mais idosa da região Baixo Sabor, havendo assim uma transmissão de conhecimentos e saberes não só da região como também dos produtos nesta confeccionados. Os produtos são também uma parte importante e integral do projecto, sendo que estes serão vendidos, dando a conhecer a quem vem de fora, o que é que a região tem oferecer. No entanto, mais do que a região oferece, também a Associação oferece, não só a quem vem de fora mas também à população local. Este projecto proporciona diversas actividades que irá acrescentar valor à região, pois serão dadas horas de trabalho, ajudando na taxa de produtividade dos produtos e serão partilhados conhecimentos e experiências de outras culturas, fazendo com que a região passe a ser rica nos seus produtos caseiros e na interculturalidade local.

Tudo isto será possível e suportado através de uma comunicação activa, interactiva e direccionada para as suas características.

Bibliografia

- Almeida, C. (2004). Marketing das Cidades. *Revista de Gestão e Desenvolvimento* .
- Alves, A. (2008). A Competitividade dos Territórios num Contexto de Globalização: Uma estratégia ou um realidade? *VI Congresso Português de Sociologia*. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.
- Andray, M. J. (2010). *Monfrague Desde Dentro*. Espanha: Parque Nacional Monfrague.
- Aragonez, T., & Caetano, G. (2012). *Marketing Territorial: O Futuro das Cidades Sustentáveis e do Sucesso*. Algarve: Book of Proceedings - TMS.
- Association, K. T. (n.d.). *Koli*. Retrieved 2015 йил 28-05 from <http://www.koli.fi/en>
- Centre, K. N. (n.d.). *Koli Nature Centre Ukko*. Retrieved 2015 йил 29-05 from [outdoors.fi: http://www.outdoors.fi/en/kolinaturecentre](http://www.outdoors.fi/en/kolinaturecentre)
- Centre, K. N. (n.d.). *outdoors.fi*. Retrieved 2015 йил 28-05 from <http://www.outdoors.fi/en>
- Finland, M. r.-l. (2015). *Facebook*. Retrieved 2015 йил 27-05 from [Maailmanvaihto ry - ICYE Finland: https://www.facebook.com/maailmanvaihto/photos/a.475578135796597.106449.135832466437834/1039489969405408/](https://www.facebook.com/maailmanvaihto/photos/a.475578135796597.106449.135832466437834/1039489969405408/)
- Kotler, P., Haider, P., & Rein, I. (1993). *Marketing Places - Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations*. *Free Press* .
- ProAtlântico, A. (n.d.). *Intercâmbios Europeus*. Retrieved 2015 йил 12-06 from Associação ProAtlântico: <http://intercambioeuropeus.proatlantico.com/vagas/abertas>
- ProAtlântico, A. (n.d.). *Serviço Voluntário Europeu*. Retrieved 2015 йил 12-06 from Associação ProAtlântico: <http://sve.proatlantico.com/vagas/abertas>
- Professional, I. d. (n.d.). *Estágios*. Retrieved 2015 йил 12-06 from <https://www.iefp.pt/en/estagios>
- Sousa, G. (2015). *EDP University Challenge (Apresentações Visita de Estudo)*. Lisboa: EDP.
- Spin, A. (n.d.). *Associação Spin*. Retrieved 2015 йил 15-05 from <http://www.a-spin.pt/>
- Spin, A. (2012). *Relatório de Atividades e Contas (Ano de 2012)*. Carnide, Portugal.
- Spin, A. (n.d.). *Spin Hostel*. Retrieved 2015 йил 16-05 from Associação Spin: http://www.a-spin.pt/?page_id=1563