

à tona de água

Retratos de um Portugal em mudança

coordenação

Isabel Guerra
Teresa Costa Pinto
María Martins
Sara Almeida
Alda Gonçalves



Índice

- 11 Prefácio
- 15 Introdução
- 29 I. FAMÍLIAS SANDUÍCHE EM PORTUGAL
*Teresa Costa Pinto, Alda Gonçalves,
Marta Martins, Sara Almeida*
- 31 Introdução
- 37 Quantas são e quem
são as famílias sanduíche?
- 45 Perfil social, trajectória de vida
e estrutura do orçamento familiar
- 59 Rendimentos e necessidades
- 73 Estratégias de sobrevivência
e gestão do orçamento mensal
- 86 Factores explicativos:
eu, os outros e o sistema
- 89 Jogando na relação entre
oportunidades e capacidades
- 94 Posicionamento perante o modo
de vida actual: a importância
das aspirações
- 99 Expectativas: a vida em *stand-by*
e o futuro como incógnita
- 104 A percepção sobre as políticas públicas
- 109 Conclusões e recomendações
- 123 II. ACTIVIDADES ECONÓMICAS
DE PEQUENA Escala
*Nelson Dias, Priscila Soares,
Vanessa Duarte de Sousa*
- 125 Introdução
- 128 O contexto

133	Os perfis estudados
140	As dimensões de análise transversais aos perfis
178	As necessidades
192	Recomendações
204	Conclusões
207	III. TRABALHADORES SOBRECUPADOS <i>Jussara Rowland</i>
209	Introdução
211	A sobreocupação
221	Os casos estudados
229	Trabalho e sobreocupação
243	A conciliação do trabalho com a família
271	Tempo e necessidades
275	Conclusões
278	Recomendações
285	IV. ADULTOS EM TRÂNSITO DE FORMAÇÃO <i>Alcides A. Monteiro, Dina Cruz</i>
287	Dados empíricos e de contextualização teórica
301	Características dos casos estudados
305	Apresentação dos casos
329	O sentido dinâmico e processual das necessidades: expectativas e aspirações, recursos e constrangimentos
337	Tipologia de necessidades
339	Notas finais e algumas reflexões
347	V. PESSOAS EM TRANSIÇÃO PARA A REFORMA <i>Alcides A. Monteiro, Dina Cruz</i>
349	Dados empíricos e de contextualização teórica
364	Características dos casos estudados
368	Apresentação dos casos

389	O sentido dinâmico e processual das necessidades: expectativas e aspirações, recursos e constrangimentos
395	Tipologia de necessidades
397	Notas finais e algumas reflexões
405	VI. IDOSOS ISOLADOS <i>Nelson Dias, Priscila Soares, Vanessa Duarte de Sousa</i>
407	Introdução
411	A realidade do fenómeno
424	A apresentação dos casos
432	As dimensões de análise transversais aos perfis
447	Conclusões e recomendações
455	Anexos
459	CONCLUSÕES GERAIS

II

Actividades Económicas de Pequena Escala

NELSON DIAS, PRISCILA SOARES,
VANESSA DUARTE DE SOUSA

Introdução

O presente estudo debruça-se sobre uma realidade económica e social central no país, mas quase nada trabalhada em termos de pensamento e de acção.

De facto, quando se produz legislação, quando se concebem políticas, quando se architectam reformas, a pequena escala das unidades produtivas, das empresas, dos agentes económicos — da agricultura à produção artesanal e indústria, do comércio à prestação de serviços — é subestimada, desvalorizando-se a sua especificidade e não concebendo políticas adequadas às efectivas necessidades sentidas pelos seus promotores.

Assim, as políticas vão sendo pensadas em função de uma escala que nem sempre coincide com a realidade nacional, abatendo-se sobre as actividades empresariais de pequena escala de tal forma que, por vezes, limitam a sua própria capacidade de sobrevivência.

Nunca antes se sublinhou tanto a importância das pequenas e médias empresas como no quadro político actual. No entanto, grande parte das explorações agrícolas ou unidades de transformação agro-alimentar de tipo artesanal, a produção de artesanato, a generalidade do pequeno comércio ou da restauração familiar não correspondem, exactamente, ao que se designa por actividade empresarial. Os agentes responsáveis por estas actividades não são propriamente empresários, têm um modo de vida que congrega de forma indissociável o económico, o social e o cultural, quase sempre em torno de uma unidade familiar.

O presente estudo aborda estes actores e procura ouvir as suas dificuldades e anseios. Procura discutir a especificidade de cada uma das actividades, ao mesmo tempo que as entende como parte comum de uma problemática que as políticas sociais ignoram e que as políticas económicas não abordam de forma adequada. O estudo centra-se

nas seguintes actividades: produção agro-alimentar (produção de medronho, de enchidos e de queijos), produção artesanal (produção de objectos de cerâmica e em esparto e palma), comércio a retalho e restauração.

Não se pretende exaustividade, antes um olhar transversal que clarifique as necessidades apontadas por estes agentes económicos e as necessidades que, não tendo sido referidas, decorrem de problemas por eles diagnosticados.

Partindo da análise de cada um dos perfis e unidades económicas abordadas, procura-se identificar dimensões críticas comuns que permitam um recenseamento exaustivo das necessidades sem resposta eficaz.

A parte final do estudo centra-se na identificação dessas mesmas necessidades e na apresentação de recomendações, a partir da tipologia que orienta o Estudo *Necessidades em Portugal: Tradição e Tendências Emergentes*. Esperamos, sinceramente, que os resultados deste trabalho permitam dar visibilidade a um campo da nossa economia que se tem mantido no «quase anonimato», por não se enquadrar na realidade formal instalada, que, de forma hegemónica, transformou tudo o que não se situa nos seus padrões de referência em informal, ilegal ou para-legal.

Adoptamos aqui expressões utilizadas por Boaventura de Sousa Santos, em particular num dos seus últimos textos: «Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia dos saberes.»^{*} À luz dessa teoria, acrescentaríamos que estas actividades são o claro exemplo do Sul no Norte. Também nas sociedades do Norte vemos emergir linhas abissais que desenham rupturas e geram o «nós» e os «outros», criando os «hiper-incluídos» e os «hiper-excluídos». Trata-se de uma realidade sociologicamente pouco estudada e que, embora conhecida do ponto de vista económico, continuamente se transforma em invisível, por não seguir os padrões estabelecidos para o funcionamento da generalidade das actividades económicas. Não significa que a sua realidade não seja importante do ponto de vista social e económico, apenas que a anulamos ao procurarmos trabalhá-la a partir dos padrões culturais que a economia capitalista neoliberal impõe.

* in SANTOS, Boaventura de Sousa, MENESES, Maria Paula (orgs.) (2009), *Epistemologias do Sul*, Coimbra: Almedina.

Procura-se, aqui, r
que este autor propõe. J
dos de investigação, visa
ções que carece de um
actores.

ar (produção de
esanal (produção
ercio a retalho e

transversal que
tes económicos
rem de proble-

idades económi-
cas comuns que
idades sem res-

ção dessas mes-
ões, a partir da
al *Tradição e Tén-*
resultados deste
ossa economia
e enquadrar na
ta, transformou
ta em informal,

atura de Sousa
«Para além do
dos saberes.»*
são o claro
Norte vemos
o «nós» e os
idos». Trata-se
que, embora
te se trans-
ecidos para o
ómicas. Não
ento de vista
mos trabalhá-
ta neolibe-

), Epistemolo-

Procura-se, aqui, realizar o trabalho de tradução intercultural que este autor propõe. Não se trata, apenas, de dar conta de resultados de investigação, visa-se também, denunciar um conjunto de situações que carece de um olhar específico e requer a escuta dos seus actores.

O contexto

Tratar o conjunto das realidades sociais em presença do ponto de vista estatístico transforma-se numa tarefa quase impossível. A sua invisibilidade também é marcada pela inexistência de estatísticas claras e concisas, que permitam situá-las de forma objectiva. Estas actividades ficam praticamente diluídas na realidade estatística disponível. Por isso, embora tentemos apresentar os dados estatísticos disponíveis, temos consciência de que trabalhar este contexto económico particular obriga a uma análise de carácter marcadamente qualitativo.

Estas actividades económicas também procuram adaptar-se aos novos contextos de competitividade a nível global, mas a sua pequena escala circunscreve-as numa problemática muito específica*. Não podemos utilizar os mesmos parâmetros de comparabilidade. São mais do que actividades económicas, uma vez que não é possível dissociá-las de modos de vida que integram as dimensões económica, cultural e familiar.

O quadro normativo que as regula é similar ao que se aplica a todas as actividades, independentemente da dimensão. A sua escala, no entanto, limita-lhes a capacidade de agir ao nível dos preços praticados, das estratégias de *marketing* ou da capacitação dos trabalhadores para novos modos de produção.

Também não se trata de competir num qualquer mercado. Nos casos retratados, falamos de actividades que procuram a «excelência» no produto e no serviço, apesar de não disporem do capital económico que lhes permita lançar estratégias agressivas para vencerem no «nicho de mercado de qualidade», visto, cada vez mais, como elemento de distinção social.

É uma verdade inquestionável que os novos modelos de consumo se repartem, progressivamente, entre o *fast way of life* e o *slow*

* Vide a este respeito MOREIRA, Manuel (2001), *Globalização e Agricultura — Zonas Rurais Desfavorecidas*, Oeiras: Celta, pp. 151-168.

way of life. Este último mais-valia económica em produtos únicos, i modos de produção na é o que vamos defende produção baseada em zam a proximidade co denciam uma outra rea mentar, não escolhem

A sua capacidade frágil, o que afecta to lidade económica. En de redes sociais que u da e se enquadram na to comunitário. Os m facilmente mobilizáv ção de vulnerabilidad

Esta realidade so ma ter-se perdido co na sociedade. A civili lando as finalidades s

Não falamos de tido pejorativo freq tamos a formulação hegemónicos, que sobrevivem graças a

O olhar atento sar de essa herança tecnologias ou de n sos mais eficientes que se oferece. Tra e modernidade. Au geram novos conhe

Atentemos à r apresentados.

Em relação à tria alimentar e c

* Citado por LISBOA, António David (org.), L

way of life. Este último modelo de consumo poderia tornar-se uma mais-valia económica para os que apostam num serviço distintivo, em produtos únicos, imbuídos de saberes ancestrais e assentes em modos de produção nalguns casos em «vias de extinção». Em teoria, é o que vamos defendendo como dimensão potencial a explorar pela produção baseada em modos tradicionais e em serviços que valorizam a proximidade com o cliente. Mas os exemplos retratados evidenciam uma outra realidade. E, ao contrário do que se poderia argumentar, não escolhemos excepções à regra!

A sua capacidade de enfrentar o mercado competitivo actual é frágil, o que afecta todo o núcleo familiar no caso de falta de rentabilidade económica. Em contrapartida, assentam no estabelecimento de redes sociais que ultrapassam o âmbito da actividade desenvolvida e se enquadram nas lógicas mais tradicionais de desenvolvimento comunitário. Os mecanismos de protecção face ao risco são mais facilmente mobilizáveis, o que, no entanto, não diminui a sua situação de vulnerabilidade, como teremos oportunidade de aprofundar.

Esta realidade socioeconómica retrata o que Polanyi (1980)* afirma ter-se perdido com a economia capitalista: o imbricar da economia na sociedade. A civilização moderna deu prioridade à economia, anulando as finalidades sociais intrínsecas à economia dita tradicional.

Não falamos de formas tradicionais de saber e de fazer no sentido pejorativo frequentemente atribuído a essas expressões. Adoptamos a formulação por contraposição aos modos de vida modernos hegemónicos, que tendem a menosprezar práticas ancestrais que sobrevivem graças a uma herança familiar importante.

O olhar atento sobre os casos apresentados evidencia que, apesar de essa herança ser mantida, não se recusa a introdução de novas tecnologias ou de novos modos de produção que tornem os processos mais eficientes e garantam maior qualidade ao serviço ou produto que se oferece. Trata-se de exemplos claros de aliança entre tradição e modernidade. Actualizam os modos de produção tradicionais e geram novos conhecimentos sobre os processos produtivos.

Atentemos à realidade estatística passível de explorar nos casos apresentados.

Em relação à produção agro-alimentar, que se inclui na indústria alimentar e das bebidas, verificamos uma certa estabilização

* Citado por LISBOA, Armando de Melo (2004), «Mercado Solidário», in CATTANI, António David (org.), *La Outra Economia*, Buenos Aires: Altamira.

do número de unidades durante o período de vigência do anterior QCAIII. Face ao total da produção industrial, a indústria alimentar registou uma perda de representação, seja ao nível do número de unidades de produção, seja na representação das vendas. Em relação às actividades aqui analisadas, conclui-se que a única que regista um aumento importante de unidades é a fabricação de produtos à base de carne. A indústria do leite e derivados perdeu um número significativo de unidades (20,8% menos unidades em 2007 do que em 2000), mas a perda ao nível das vendas não é tão significativa (representava 13,2% das vendas na indústria alimentar, em 2000, passando para 12,2% em 2007). A fabricação de bebidas alcoólicas destiladas perde um número importante de unidades, durante o período 2000-2007, tendo uma representação residual nas vendas (0,5%).

Teremos oportunidade de analisar as possíveis causas desta perda de importância de algumas das actividades na área da produção agro-alimentar. Veremos que não se trata de um problema de rentabilidade económica das actividades, mas sim de regulação e organização do sector.

QUADRO I
Unidades e representação das vendas na indústria
alimentar e das bebidas, em 2000 e 2007

Actividade	2000			2007			
	Nº de Unidades	% face ao total	% de vendas face ao total	Nº de Unidades	% face ao total	Variação Unidades	% Vendas face ao total
Fabricação de bebidas alcoólicas destiladas	94	3,4%	1%	69	2,5%	-26,6%	0,5%
Fabricação de produtos à base de carne	119	4,3%	3,7%	165	5,9%	23,1%	4,4%
Indústria do Leite e derivados	120	4,4%	13,2%	95	3,4%	-20,8%	12,2%
Indústrias Alimentares e das Bebidas	2758	21,9%	19,3%	2801	19,8%	1,6%	17,1%

Fonte: Estatísticas da Produção Industrial — INE. Cálculos próprios, dos indicadores 5.

Quanto à produção artesanal, nem suficientemente produzida, que abarca diferentes sectores, por outro lado, também existem algumas oficinas oficiais disponíveis, mas os dados são exaustivos existentes no âmbito da representação dos Oficinas de Trabalho e da Solução.

De acordo com os dados disponíveis, os dados de desempenho são relevantes a representar a actividade artesanal inscritos em três actividades.

Em relação às actividades que uma se inclui na actividade artesanal — artes e ofícios — no conjunto das actividades e elementos vegetais.

segundo

Actividades Artesanais
Artes e Oficinas Têxteis
Artes e Oficinas da Cerâmica
Artes e Oficinas de Trabalho
Artes e Oficinas de Trabalho
Artes e Oficinas de Trabalho
Artes e Oficinas de Trabalho
Restauração de Bens Culturais
Artes e Oficinas ligadas
Artes e Oficinas ligadas
Produção e Confecção
Outras Artes e Oficinas

Fonte: PPARTE

Quanto à produção artesanal, não é possível ter dados comparativos, nem suficientemente exaustivos, dada a especificidade desta produção, que abarca diferentes tipologias de actividades económicas. Por outro lado, também não tem comparabilidade possível nas estatísticas oficiais disponíveis sobre a produção industrial. Os dados mais exaustivos existentes reportam-se ao PPART (Programa para a Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais, do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social).

De acordo com a informação disponível, os 1410 artesãos registados desempenham, na sua maioria, uma só actividade. No entanto, é relevante a representação daqueles que exercem mais do que uma actividade artesanal: 27,5% exercem duas actividades e 11,8% estão inscritos em três actividades económicas.

Em relação às actividades que fazem parte do estudo, concluímos que uma se inclui no conjunto das mais representadas na produção artesanal — artes e ofícios da cerâmica (29% dos artesãos) — e outra no conjunto das menos representadas — artes e ofícios de trabalhar elementos vegetais (6,7%).

QUADRO 2
Artesãos inscritos no PPART
segundo as actividades económicas desenvolvidas

Actividades Artesanais	Nº Respostas	% de casos
Artes e Ofícios Têxteis	587	41,6%
Artes e Ofícios da Cerâmica	409	29,0%
Artes e Ofícios de Trabalhar a Madeira e a Cortiça	211	15,0%
Artes e Ofícios de Trabalhar o Metal	130	9,2%
Artes e Ofícios de Trabalhar Peles e Couros	110	7,8%
Artes e Ofícios de Trabalhar Elementos Vegetais	95	6,7%
Artes e Ofícios de Trabalhar a Pedra	47	3,3%
Restauro de Bens Comuns	42	3,0%
Artes e Ofícios ligados ao Papel e Artes Gráficas	23	1,6%
Artes e Ofícios ligados à Construção Tradicional	4	0,3%
Produção e Confecção Artesanal de Bens Alimentares	25	1,8%
Outras Artes e Ofícios	447	31,7%

Fonte: PPART — Listagens de artesãos. Base de dados própria criada para o estudo e tratamento próprio dos dados. Variável múltipla.

[132]

Em relação à restauração e ao comércio a retalho, não conseguimos obter dados específicos, pelo facto de serem actividades que são tratadas, geralmente, de modo agregado: a restauração aparece associada ao alojamento e o comércio a retalho não é discriminado do comércio por grosso.

Tendo co
de pequ
a peque
cas da a
a produ
cífico, n
des de s

Fo
cutores
de aná
ficar a
activi

C
seguir

I
1.1
1.2
1.

2
2

* A
Co
**
con
ces

Os perfis estudados

Tendo como objectivo a análise do perfil das actividades económicas de pequena escala, foram seleccionados vários sectores de actividade: a pequena transformação agro-alimentar (que cruza as problemáticas da agricultura com as da produção industrial de pequena escala), a produção artesanal (actividade industrial com um perfil muito específico, não retratado na realidade estatística disponível) e as actividades de serviços.

Foram ainda realizados contactos exploratórios com interlocutores privilegiados do território, de modo a situar as dimensões de análise transversais ao estudo dos diferentes sectores e a identificar algumas das linhas de recomendações mais adequadas a estas actividades*.

O estudo assenta na realização de entrevistas a actores ligados às seguintes actividades:

1. Transformação agro-alimentar
 - 1.1. Produção de aguardente de medronho e licores (1)
 - 1.2. Produção de enchidos (1)
 - 1.3. Produção de queijos de leite de cabra (1)
2. Artesanato
 - 2.1. Confecção de objectos em esparto e palma** (1)
 - 2.2. Cerâmica e azulejaria (1)
3. Restauração (1)
4. Comércio de pronto-a-vestir (1)

* A este nível deve-se um especial agradecimento aos contributos dados por Margarida Correia, Joaquim Mealha, João Costa e Luísa Martins.

** Espécies vegetais existentes no barrocal algarvio, que podem ser transformadas para a concepção de diferentes utensílios de uso quotidiano, com destaque para a produção de cestaria.

A maior parte das entrevistas foi realizada de modo colectivo, integrando o núcleo familiar restrito que se dedica à actividade. As entrevistas associadas à produção de aguardente de medronho e licores, produção de queijos de leite de cabra e produção de cerâmica e azulejaria envolveram os dois elementos do casal. As entrevistas ligadas à restauração e ao comércio de pronto-a-vestir foram realizadas, em cada caso, com a mulher empresária e o filho associado à actividade.

Por razões de proximidade, optou-se pela realização de entrevistas na região do Algarve.

Todas as entrevistas foram efectuadas nas próprias empresas, permitindo associar inquirição e observação directa das actividades.

Podemos sintetizar a diversidade e a complementaridade dos diferentes projectos em análise, da seguinte forma:

- A maior parte dos casos corresponde a projectos familiares, conta com a adesão de cônjuges e filhos e garante o rendimento económico do agregado.
- A maioria dos inquiridos iniciou-se, precocemente, na actividade no seio da sua família.
- Todos os elementos inquiridos procuram adaptar-se, esforçadamente, aos normativos legais que recaem sobre as suas actividades.
- Alguns elementos efectuaram outros trabalhos antes, mas a sua opção pela actividade resultou da adesão existencial e afectiva à tradição familiar.
- Algumas das pessoas entrevistadas revelam criatividade, capacidade de explorar novas possibilidades e de correr riscos.
- Em alguns casos, a iniciação familiar foi complementada por formação formal, garantindo maior capacitação técnica e de gestão empresarial.

Caracterização perfil da actividade

Actividade global	Actividade específica
Transformação agro-alimentar	Produção de aguardente de medronho Produção de licores
Artesanato	Produção de cerâmica Produção de azulejaria
Restauração*	Restauração de roupa
Comércio*	Comércio de pronto-a-vestir

* Entrevista colectiva com os restantes ao casal

Os casos abordados são caracterizados por:

- Estão presentes nas próprias de casa
- Representam a actividade principal
- Garantem a subsistência
- Assentam em actividades tradicionais
- Podem ser moventes
- Têm capacidade de inovação
- Favorecem a utilização das terras

QUADRO 3
Caracterização da amostra segundo a actividade económica,
perfil da actividade, género e idade do/a principal promotor/a

Actividade global	Actividade específica	Perfil da actividade	Género do/a principal promotor/a	Idade do/a principal promotor/a
Transformação agro-alimentar	Produção de aguardente de	Empresa familiar	Masculino	67
	Produção de enchidos	Empresa familiar	Feminino	51
	Produção de queijos de leite de cabra*	Empresa familiar	Masculino	27
Artesanato	Confecção de objectos em esparto	Independente	Feminino	68
	Cerâmica e azulejaria*	Empresa familiar	Feminino/ Masculino	46/43
Restauração*		Empresa Familiar	Feminino	64
Comércio*	Pronto-a-vestir	Empresa Familiar	Feminino	64

* Entrevista colectiva — no caso da restauração e comércio realizada a mãe e filho, nos restantes ao casal

Produção agro-alimentar

Os casos abordados dizem respeito a actividades tradicionais (produção de enchidos, de queijos e de bebidas espirituosas) com as seguintes características:

- Estão presentes em todo o território nacional (com as variantes próprias de cada região, naturalmente).
- Representam um património cultural importante.
- Garantem a diversidade gastronómica do país.
- Assentam em saberes bem estabelecidos.
- Podem ser modernizadas, aliando tradição e inovação.
- Têm capacidade de gerar rendimentos significativos.
- Favorecem a sustentabilidade dos territórios rurais, porque mantêm as terras trabalhadas, fixam activos e criam riqueza.

Os três casos assentam numa exploração agrícola familiar, mobilizando sempre um casal e, quando possível, outros elementos, como a filha no caso da produtora de enchidos. A família produtora de aguardente de medronho envolveu um jovem do território, que, simbolicamente, substituiu o filho perdido.

Em termos etários e de desenvolvimento da unidade produtiva, o conjunto integra um casal jovem, em fase de licenciamento da actividade, uma produtora de meia-idade, com uma pequena empresa em plena laboração e um casal na casa dos sessenta, com uma destilaria bem equipada e estabilizada.

Os dois homens e a mulher responsáveis pelas três unidades produtivas têm um grande gosto pela sua actividade e uma profunda ligação à sua terra, ali tendo nascido e vivido toda a vida.

Artesanato*

A amostra contempla dois casos bem distintos:

- um casal relativamente jovem de artesãos-artistas, com formação profissional especializada, com uma produção versátil e moderna, que vive inteiramente da sua actividade produtiva e que quer assegurar um futuro à produção artesanal;
- uma artesã já reformada, entregue a uma actividade tradicional, embora desenvolvida de forma inovadora e criativa, iniciada na sua arte pela família e depois alvo de formação profissional, que retira da sua produção um pequeno rendimento complementar e que tem credida que o tipo de artesanato que produz está destinado a morrer a curto prazo.

Apesar das diferenças evidentes, a consciência da ligação a uma tradição e a postura criativa que assumem aproximam os protagonistas destes dois casos. Poder-se-ia referir, também, a forte ligação dos três à sua terra (pelo menos de adopção, no caso da ceramista).

* Em rigor, os transformadores agro-alimentares de pequena escala também desenvolvem uma produção de carácter artesanal, mas neste estudo reservou-se a designação artesão para a pessoa que produz objectos decorativos, dado que se considerou vantajoso tratar separadamente estes dois tipos de produtores.

Trata-se um pequeno negócio desenvolvido pelos pais e o filho, numa localidade de gastronomia tradicional constituída por restaurantes.

Corresponde, sobretudo, a um jovem.

É de realçar a presença de um restaurante, embora lamentavelmente roubado aos filhos. Também o filho da localidade onde viveu, quando jovem, foi obrigado a ir para as terras quadas à sua forma de vida. O pai deseja conciliar a vida com o restaurante.

O caso abordado trata-se de uma área do pronto-a-repôr empregada no comércio. O pai e o filho, que trabalham no estabelecimento.

De sublinhar a presença de um jovem através da sua actividade. O pai frequentava o comércio.

Mãe e filho trabalham sempre aí vive o comércio.

Uma última actividade abordada trata-se de casos contíguos ao comércio, o lojista, o artesão.

Para os dois casos corresponde.

Restauração

Trata-se um pequeno restaurante em meio rural, assente no trabalho desenvolvido pelos membros da célula familiar, baseado numa oferta de gastronomia tradicional, dependente de uma clientela exterior, constituída por residentes permanentes na região e por turistas.

Corresponde, seguramente, a uma tipologia presente em todo o país.

É de realçar a forte ligação à terra da proprietária do restaurante, embora lamente um pouco as oportunidades que poderá ter roubado aos filhos ao abandonar a situação de emigrante em França. Também o filho demonstra ter uma ligação profunda à pequena localidade onde vive: pode procurar alternativas profissionais adequadas à sua formação superior, mas mantém-se em casa da mãe e deseja conciliar uma futura nova actividade com a manutenção do restaurante.

Pequeno comércio

O caso abordado configura uma situação corrente: um negócio na área do pronto-a-vestir, explorado por uma senhora que começou por ser empregada numa loja e depois montou a sua própria, a que se juntou o filho, que passou a sua infância e juventude a acompanhar a mãe no estabelecimento.

De sublinhar o facto de a lojista ter tido uma formação informal através da sua experiência profissional, ao passo que o filho já procurou frequentar formação profissional especializada.

Mãe e filho nasceram no local onde desenvolvem a actividade, sempre aí viveram e gostariam de permanecer na terra e manter o seu negócio.

Os jovens dos casos seleccionados

Uma última nota sobre o posicionamento dos jovens associados aos casos contemplados por esta abordagem: o queijeiro e a queijeira, o lojista, o engenheiro restaurador e a engenheira alimentar.

Para os promotores, caso do queijeiro e do lojista, o que fazem corresponde ao seu projecto de vida.

Todos gostam da actividade, com excepção da queijeira, que foi arrastada para um projecto que não era seu e considera que a produção não lhes dá folga nem permite convívio. Mesmo assim, a sua situação vai melhorar uma vez conseguido o licenciamento e, se a unidade vier a integrar componentes de animação pedagógica e turística, ela verá satisfeitos alguns dos seus anseios.

Os que aderiram ao projecto da família (restaurador e engenheira alimentar, que se associaram aos negócios das respectivas mães) gostam do que fazem. No entanto, o primeiro, com formação superior numa área muito distinta, continua à procura de uma actividade alternativa, que espera poder conciliar com a restauração; a segunda, que já tirou uma licenciatura em função da produção da mãe, não sabe se poderá levar para a frente o empreendimento, dadas as difíceis condições em que a unidade opera desde que fechou o matadouro regional do Algarve.

Todos estes jovens estão bem inseridos no seu local, uma pequena aldeia (restaurador e queijeira) ou uma pequena vila (o lojista e a engenheira alimentar). A sua realização não parece exigir a deslocação para um aglomerado de maior dimensão.

QUADRO 4
Sinopse das características das várias iniciativas inquiridas

ACTIVIDADE ESPECÍFICA	ELEMENTOS DA FAMÍLIA A TRABALHAR NA ACTIVIDADE	EXPERIÊNCIA NOUTRAS ACTIVIDADES	PREVISÃO DE CONTINUIDADE DA ACTIVIDADE PELOS FILHOS	EXISTÊNCIA DE RENDIMENTOS COMPLEMENTARES À ACTIVIDADE	EXISTÊNCIA DE OUTROS TRABALHADORES AO SERVIÇO	RECURSO A MATÉRIA-PRIMA DE PRODUÇÃO PRÓPRIA	
PRODUÇÃO DE AGUARDENTE	J	J	N.A.	J	J	J	J

QUADRO 4

Sinopse das características das várias iniciativas inquiridas

ACTIVIDADE ESPECÍFICA	ELEMENTOS DA FAMÍLIA A TRABALHAR NA ACTIVIDADE	EXPERIÊNCIA NOUTRAS ACTIVIDADES	PREVISÃO DE CONTINUIDADE DA ACTIVIDADE PELOS FILHOS	EXISTÊNCIA DE RENDIMENTOS COMPLEMENTARES À ACTIVIDADE	EXISTÊNCIA DE OUTROS TRABALHADORES AO SERVIÇO	RECURSO A MATÉRIA-PRIMA DE PRODUÇÃO PRÓPRIA
PRODUÇÃO DE AGUARDENTE DE MEDRONHO/LICORES	J	J	N.A.	J	J	J
PRODUÇÃO DE ENCHIDOS	J	L	J	J	J	J
PRODUÇÃO DE QUEIJOS DE LEITE DE CABRA	J	J	?	L	L	J
CONFECÇÃO DE OBJECTOS EM ESPARTO E PALMA	L	J	L	J	L	K
CERÂMICA E AZULEJARIA	J	L	?	L	L	L
RESTAURAÇÃO	J	J	J	L	L	J
PRONTO-A-VESTIR	J	J	J	L	L	N.A.

Legenda: J — concordância com a afirmação; L — discordância com a afirmação; K — afirmação verdadeira em parte; N.A. — não se aplica

As dimensões de análise transversais aos perfis

As características das actividades

A relação afectiva com a actividade profissional a par da manutenção da tradição familiar

O investimento em qualquer uma das actividades resulta da relação afectiva com aquilo que se faz. Aliás, a aprendizagem da actividade confunde-se com o percurso biográfico destas pessoas. A sua vida foi marcada pelo contacto com um património familiar consolidado ao longo de gerações.

Na maior parte dos casos, a aprendizagem no seio da família foi central para o início e desenvolvimento da actividade, particularmente na produção agro-alimentar. Essa aprendizagem dotou os empresários e empresárias de competências específicas, mobilizadas depois para a criação das iniciativas.

«Sempre gostei de animais, fui criado com animais. O meu avô há mais de 60 anos que cria ovelhas, agora sou eu que tenho animais. É mesmo um vício que eu tenho. [...] sempre que ouvia a música do António Variações, Mudar de Vida, pensava sempre em mim: porque é que havia de estar a fazer uma coisa que eu não gosto nada, quando posso fazer uma coisa que eu gosto?» [Produtor de queijos de leite de cabra]

Por vezes, a iniciação familiar é complementada por formação específica, o que revela necessidade de adaptar o negócio e garantir condições de sustentabilidade. Em alguns casos, os incentivos ao investimento constituem um coadjuvante da decisão de dar início à actividade.

Embora com percursos diferenciados, as duas artesãs revelam um forte sentido estético relativamente à vida e ao seu meio envolvente e ambas têm consciência da relação entre a atracção pela sua

2. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

actividade e a necessidade do último elo de uma cadeia. Ela situa-se mais como arte

No caso da arte da aprendizagem da actividade só se co

«Era uma coisa que aí no campo poder uma coisa bonita e depois à noite aj das palmas, sempre palma]

No caso dos dois arvés de formação técnica familiar.

A intuição de de mais relaciona empresária de rest

Na comercial com a loja do pai filho viu-se envol

A centralidade da educação

As estratégias informais de ap um património

Um saber a ria, dificilmente formação profissional têm por hábito

* Na restauração sária de restauração do seu filho.

** Neste caso, as siderar que haja u

actividade e a necessidade de criar. No entanto, uma vê-se como o último elo de uma cadeia de artesãos tradicionais, enquanto a outra se situa mais como artista criadora.

No caso da artesã que produz objectos em esparto e palma, a aprendizagem da arte deu-se no seio da família, mas o investimento na actividade só se concretizou numa fase adulta avançada.

«Era uma coisa que eu achava bonita, a partir das palmeiras que vemos aí no campo poder-se criar uma peça com imaginação. Achava que era uma coisa bonita se eu pudesse fazer. Pedi à minha mãe para aprender, e depois à noite ajudava a minha mãe. E ficou-me sempre aquela ideia das palmas, sempre.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

No caso dos dois artesãos artistas, a motivação desenvolveu-se através de formação técnica específica, não tendo por base uma tradição familiar.

A intuição de haver uma oportunidade a explorar, a expectativa de mais relacionamentos e o gosto pessoal servem de base à opção da empresária de restauração*.

Na comerciante, o gosto pela actividade tem origem no contacto com a loja do patrão para o qual efectuava trabalho de costura; já o filho viu-se envolvido na actividade da mãe desde pequeno.**.

A centralidade dos processos informais e a menor importância da educação formal no desenvolvimento das actividades

As estratégias dominantes de formação passam por modalidades informais de aprendizagem ao longo da vida, em particular através de um património familiar passado de pais para filhos.

Um saber apreendido desde os processos de socialização primária, dificilmente traduzíveis em contextos formais de ensino ou de formação profissional. Não será por arrogância que estas pessoas não têm por hábito a frequência de formação.

* Na restauração não haverá indicação específica sempre que as citações forem da empresária de restauração. Apenas serão assinaladas as passagens correspondentes ao discurso do seu filho.

** Neste caso, as citações serão atribuídas à mãe ou ao filho, uma vez que não se pode considerar que haja um interlocutor privilegiado e um interlocutor complementar.

Quando, ao nível das políticas, se equaciona a necessidade de formação deste tipo de grupos profissionais, sem se pensar que essas necessidades podem não ser sentidas pelos próprios, corre-se o risco de fixar objectivos completamente irrealistas e destinados ao insucesso à partida. A percepção das dificuldades pode não conduzir, de forma directa, a uma enunciação clara de necessidades formativas: não se pode sentir falta de algo que nunca se experimentou.

No caso da produtora de enchidos, a filha tirou uma licenciatura numa área que permite fazer o controlo da segurança e higiene alimentar. No caso da empresária de comércio a retalho, o filho tem investido em formação para garantir um melhor serviço na loja familiar.

O casal de artesãos constitui o único caso de aposta na formação contínua. Parece que os mais jovens investem mais em estratégias formais de educação, enquanto os mais velhos privilegiam estratégias informais.

Mas a frequência de formação não se faz sem dificuldades. É referida, por exemplo, a oferta de formação em períodos desadequados. É preciso notar que estas produções requerem acções de formação específicas, nem sempre disponíveis nas suas áreas de implantação.

De resto, esta é uma questão que atravessa outros campos da pequena escala. São actividades que não se compadecem com a disponibilidade de «funcionários» ou dos próprios «empresários» para formação, em particular nos momentos em que há maior procura. Ou seja, só há disponibilidade nas alturas de baixa na produção.

Apesar de todas as dificuldades, o casal de artesãos continua a apostar na formação para inovar. E esse investimento implica que aumentem a produção para compensarem o tempo «perdido» na formação.

«...tanto nas Caldas da Rainha como no CEARTE, eles estão em constante actividade. Só que às vezes, nas alturas que nos dá menos jeito, que é em pleno Verão. Eu agora fui fazer um curso de joalharia contemporânea, em que a única pessoa que trabalhava a tempo inteiro era eu [...] E eles agora pediram para ter uma continuação da formação [...] e toda a gente pedia para ter agora no espaço de férias, agora no Verão. Para eu ir lá esta semana tive de trabalhar muito quinze dias antes, para deixar tudo mais ou menos, porque é nesta altura que temos mais trabalho.»

«Logo de
para ir às C
to, porque
começaram
cá em baix

Estas activi
sendo difícil
nal. Os temp
Eleva-se a p
em que as ve
do se tem de
serviço, mas

A sobre
destas famí
tivos. O pro
trabalhar, m

Todos t
não há meq
momento d
ras de maior

Também
não só gara
possibilida
geográfica,
de restaura
duas.». Hoj
abre o resta

A liga
acaso que e
o rendimen

A dedi
projecto d
a sol», há u
truir alter

«Logo de início tirava sempre uma semana ou quinze dias no Verão para ir às Caldas da Rainha. A pouco e pouco abandonámos esse hábito, porque no Verão é quando temos mais trabalho. Mas eles agora começaram a fazer cá em baixo. O último que fizemos do CEARTE cá em baixo foi de vitrinismo.» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

A sobreocupação como recurso para a sustentabilidade das actividades

Estas actividades organizam-se na continuidade da vida familiar, sendo difícil perceber a divisão entre essa dimensão e a vida profissional. Os tempos de trabalho são geridos em função das necessidades. Eleva-se a produção nas fases de preparação de feiras, nos períodos em que as vendas aumentam, ou, como se dizia num dos casos, quando se tem de partir para formação. Regra geral, há hora para entrar aô serviço, mas não há hora para terminar.

A sobreocupação faz parte do modo de vida, garante o sustento destas famílias. Há aqui uma clara gestão das actividades por objectivos. O produto não pode faltar quando há procura. Quanto mais se trabalhar, maiores são as possibilidades de retorno.

Todos têm os seus tempos de menor trabalho: é a altura em que não há medronho para apanhar, não há leite para retirar, etc. É o momento de recuperar as energias perdidas e preparar-se para alturas de maior laboração.

Também na restauração se opta por um trabalho intensivo, que não só garante a sobrevivência da actividade como se revela a única possibilidade em contexto de maior adversidade — no caso tanto geográfica, como social e económica. A este respeito, a empresária de restauração refere «... eu levantava-me às oito horas e deitava-me às duas». Hoje em dia, gere os seus horários em função da procura e só abre o restaurante durante a semana quando há reservas.

A ligação afectiva alimenta a vontade de continuar. Não é por acaso que estas actividades têm dificuldade em captar jovens: garantir o rendimento económico é mais penoso do que noutras actividades.

A dedicação que exigem implica que toda a família faça parte do projecto de investimento. Quando o trabalho continua a ser de «sol a sol», há uma parte da vida familiar que se perde ao pretender construir alternativas de futuro para o agregado.

«É difícil, porque eu sou mãe e sou pai. Ele agora vai para o campo às quatro, cinco da manhã, ela vai para o infantário oito, nove horas. À noite não a vê igual. Eu trato dela o dia inteiro e quando ele chega às onze e tal da noite, eu ainda estou acordada, mas é muito difícil.»
[Esposa do produtor de queijos de leite de cabra]

*Actividades que vão beneficiando
de apoios financeiros e institucionais*

As políticas têm previsto apoio ao investimento em actividades económicas de pequena escala como as abordadas. No entanto, a existência de apoios financeiros não dispensa o capital inicial para fazer face às despesas, que só serão reembolsadas posteriormente e em parte. Por isso, tem de haver uma poupança anterior ou tem de se recorrer a empréstimos.

Há um conjunto de apoios institucionais e financeiros que se reconhece terem sido fundamentais para o avanço das iniciativas. Valoriza-se o apoio técnico, seja na área de especialidade em que se insere a iniciativa, seja para a legalização e formalização das actividades.

É o caso da empresária de restauração, que recebeu formação antes e durante o lançamento do seu projecto e apoio financeiro e técnico para a criação do restaurante, no âmbito de projectos geridos pela Associação In Loco. O mesmo se aplica a todas as iniciativas de produção agro-alimentar.

«Antes de me legalizar, houve aquele trabalho de valorização do medronho. Antes disso, já a In Loco se debatia pela legalização dos produtores e disso tudo...» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

Ao nível da produção artesanal identifica-se o benefício de apoio financeiro por parte do Instituto de Emprego e Formação Profissional e do Programa LEADER.

Ainda se salienta o apoio autárquico à participação em feiras de artesanato, através do fornecimento de transporte e da isenção de pagamento da inscrição, no caso de feiras realizadas no concelho de origem dos artesãos.

«... a Câmara
Tavira e São F
as feiras de ar
eles contactar
co, numa feir
podemos ofer
esparto e palm

As r
quem ap

A co
e.

As referências a
te carga buroc
O que se comp
tivos legais apli

Para além
ainda de cump
Basta fazer um
car que a prod
e segurança ali
tos da União I
que visam regu

A estes se
veis à general
e das práticas
As dificuldades
polivalência c
organizadores

A pretex
a multiplicaç
agro-alimenta
as actividades

* Hazard Analys
trolo. Trata-se de
rança alimentar

«... a Câmara que nos dá transporte e nós vamos para as feiras de Tavira e São Brás. [...] os artesãos do concelho de Loulé não pagam as feiras de artesanato. E se surgir de ir a uma localidade mais longe, eles contactam-nos. Este ano, fomos a Lisboa, ao Pavilhão Atlântico, numa feira de turismo, e fomos fazer uma demonstração do que podemos oferecer aos turistas.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

As múltiplas dificuldades que enfrenta quem aposta nas actividades de pequena escala

A complexidade do sistema normativo vigente e a excessiva burocratização dos processos

As referências ao sistema de regulação das actividades e à consequente carga burocrática são recorrentes nos discursos destes actores. O que se compreende, dada a densidade e complexidade dos normativos legais aplicáveis.

Para além de regulamentos específicos, cada actividade tem ainda de cumprir obrigações fiscais e pagamentos à Segurança Social. Basta fazer um breve percurso pela página *online* da ASAE para verificar que a produção de enchidos é regulada, ao nível da saúde pública e segurança alimentar, por nove instrumentos, sendo seis regulamentos da União Europeia. Aqui se enquadram as normas de HACCP*, que visam regular o controlo e a segurança alimentar.

A estes soma-se um vasto conjunto de normativos legais aplicáveis à generalidade das actividades, ao nível da propriedade industrial e das práticas comerciais, assim como do ambiente e da segurança. As dificuldades destas actividades são ainda maiores em virtude da polivalência dos empresários, que são, simultaneamente, gestores, organizadores dos recursos humanos, operacionais, etc.

A pretexto de garantir a qualidade e a segurança alimentar, a multiplicação de legislação atinge o seu auge no caso da produção agro-alimentar. No entanto, as dificuldades são evidentes em todas as actividades, desde o licenciamento ao funcionamento. O exemplo

* *Hazard Analysis and Critical Control Point* — Análise dos riscos e pontos críticos de controlo. Trata-se de um processo de controlo que visa comprometer a entidade com a segurança alimentar e satisfação do cliente.

dado pelo produtor de queijos de leite de cabra é emblemático. Reflectindo sobre as dificuldades de aplicar o HACCP na unidade, particularmente no período das parições, diz:

«Parem cem cabras numa semana, cem ou duzentos cabritos, memorizar quais são as mães de cada cabrito, estar a marcar os cabritos, e depois há cabritos que não querem mamar. Depois andar mais a fazer registos de farinha, de várias coisas, do que comem e do que não comem. É complicado fazer tanta coisa. Eu fui às jornadas da cabra algarvia e a ASAE estava a dar informação do que era preciso para ter as coisas legais. E eles queriam rede mosquiteira no curral. Já não me lembro, era tanta coisa. Ficou tudo de boca aberta. E no fim da reunião — estavam lá 30 ou 40 pessoas que eu conheço, agricultores ali daquela serra — as pessoas estavam todas a dizer que iam vender as cabras». [Produtor de queijos de leite de cabra]

Os processos de licenciamento são complexos e morosos. Muitos produtores, nomeadamente os mais velhos, nem sequer tentam ultrapassar esta barreira, preferindo manter-se em circuitos de economia paralela. Mas, como o produtor de aguardente de medronho e de licores resume: «[...] têm os dias contados. Isso pode durar mais um ano ou três, mas vai acabar».

Quando se aposta na consolidação e modernização das unidades e na comercialização em circuitos mais alargados — exigidos pela maior quantidade de produto e/ou pela necessidade de encontrar clientes com interesse e poder de compra — tem de se investir no licenciamento da actividade produtiva. Essa foi a escolha das três unidades da amostra, embora o produtor de queijos ainda não tenha conseguido legalizar a sua actividade.

Os discursos evidenciam a descoordenação entre os serviços responsáveis pelo licenciamento e referem uma grande multiplicidade de actores institucionais envolvidos no processo.

Torna-se claro que apenas o gosto e motivação pessoais são responsáveis pela capacidade de levarem avante a sua ideia de negócio.

«Dificuldades? Tive muitas, nomeadamente durante o período de licenciamento. [...] Levei ano e meio a tratar do licenciamento disto. Tive problemas quase inultrapassáveis [...] A gente tratava de um assunto numa repartição e não nos diziam onde é que a gente tinha de

ir. [...] Depois fui da Câmara levantar a Câmara do dente de medronho. «Na altura, como estar à espera de permitia fazer a «Como o meu v gostar disto e s estar legal, de p sempre de pé a a ninguém, não um momento p porta e não po de leite de cabra

Uma outra dificuldade de controlo higiénico de deste tipo de o dificulta o desen se complexificar

«... antes já ti da na União E ça alimentar cada vez ma «Eu acho qu um bocad rem.» [Prod

A dificuldade e por todos. O e mático: desad vo à situação e

Resultado dade normat iva em emp contabilista, ter recebido

ir. [...] Depois fui para a Câmara Municipal e foi igual, o engenheiro lá da Câmara levantou-me todas as dificuldades e mais algumas, quando era a Câmara do concelho que devia era facilitar.» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

«Na altura, como eu tinha a propriedade em reserva agrícola, tive de estar à espera de alterar o PDM da Câmara, porque a RAN não me permitia fazer a fábrica, só a habitação.» [Produtora de enchidos]

«Como o meu veterinário diz, é um trabalho de Hércules, é preciso gostar disto e ser muito teimoso para continuar. [...] eu gostava de estar legal, de poder vender onde quisesse e aumentar. E assim estou sempre de pé atrás, pois não posso aumentar, não posso comprar leite a ninguém, não posso expandir, não posso meter pessoas, porque de um momento para o outro vem alguma fiscalização. E fecharem-me a porta e não poder trabalhar, isso é complicado.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

Uma outra dificuldade resulta da exigência de aplicação de um modelo de controlo higiénico-sanitário rígido. Não se menospreza a necessidade deste tipo de controlo, mas considera-se que a sobrecarga normativa dificulta o desenvolvimento das actividades e adianta-se que as regras se complexificaram com a integração de Portugal na União Europeia.

«... antes já tinha sido formada uma fiscalização, e depois com a entrada na União Europeia ainda foram mais as regras de higiene e segurança alimentar. Começaram a apertar um bocadinho, embora agora seja cada vez mais.» [Produtora de enchidos]

«Eu acho que aquilo [HACCP] tem tudo a sua lógica, mas também é um bocado de mais. Há coisas que é impossível fazer como eles querem.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

A dificuldade de adaptação à realidade burocrática existente é sentida por todos. O exemplo apresentado pela artesã de cerâmica é emblemático: desadequação do sistema de enquadramento fiscal e normativo à situação do trabalho artesanal.

Resultado? Foram os artesãos que se tiverem de adaptar à realidade normativa. Consequência? A formalização da pequena iniciativa em empresa comporta custos mais elevados: paga-se mais pelo contabilista, cobra-se o IVA, que por vezes se adianta ao Estado sem ter recebido do cliente, etc., etc.

«Nós tivemos que formar a nossa empresa [...] mais depressa, porque, quando nós íamos os dois às finanças por causa do IRS, era uma chaticice. Era assim, o [marido] tinha a roda, eu tinha o forno, portanto [ele] fazia as peças, mas, como não tinha forno, tinha que mas vender a mim cruas, para eu as poder cozer. Sempre que eu chegava ali às finanças, diziam sempre que lá vinha a confusão. Porque as próprias finanças não tinham um modelo que se adequasse a nós. [...] Antes pagávamos oito contos [ao contabilista] e passámos para duzentos e tal Euros. Nós temos de passar a factura e temos de pagar imediatamente o IVA, quando por vezes leva muito tempo...» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

O apreço que os políticos manifestam pela actividade não se traduz em medidas concretas. E a operacionalização do PPART parece revelar lacunas, de acordo com o discurso da artesã de cerâmica e azulejaria.

Na restauração, os problemas destacados não se centram na dimensão normativa, mas referem-se os encargos com a Segurança Social e as Finanças, a necessidade de manter os seguros da actividade — despesas difíceis de suportar num contexto adverso.

«E depois temos muitos encargos para manter isto. É Segurança Social, é a electricidade, são muitos seguros — são seguros para tudo e mais alguma coisa — contabilidade, finanças... que tudo junto é muito dinheiro.» [Empresária de restauração]

Modelos de ordenamento territorial que limitam o desenvolvimento das actividades

A sobrevivência não depende exclusivamente do reconhecimento político da actividade ou da existência de clientela para os produtos oferecidos. Há condições físicas e jurídicas que constituem entraves à realização das actividades de produção agro-alimentar. A disponibilidade do solo é uma das referenciadas.

Apercebermo-nos de que parte importante do solo com potencial agrícola foi convertido em área florestal ou em área de incultos. Por outro lado, verifica-se que a disponibilidade de solo para desenvolvimento da actividade agrícola é limitada. Como justificar este paradoxo? Na verdade, o solo, independentemente do contexto geográfico de localização, passa pelo processo de mercantilização cres-

cente em vigor na
espaço inutilizado
o acesso a agentes
Esta situação é p
culação sobre os s
O valor de troca c
produtivo, sendo
desterritorializa c
de bens de prime

Por outro la
proprietários, os
dos, nas últimas c
solo adquirido u
tem, basta que se

«...a agricultur
porque é peno
estamos, que
de um povo.
e o que não
para uma fas
é laranjeiras,
aguardente c

«Agora no n
para a frent
nos, que est
por exempl
só de boca.
dio das cal
projecto d
porque ele
de queijos

Quando a ac
os problemas
das actividades
cas em termo
gidas impede

cente em vigor na sociedade actual. Por maior valor de uso que um espaço inutilizado possa ter, o valor de troca sobrepõe-se, impedindo o acesso a agentes interessados na sua utilização para fins agrícolas. Esta situação é particularmente gritante no Algarve, onde a especulação sobre os solos se vem estendendo do litoral para o interior. O valor de troca decorre cada vez menos do valor de uso agrícola ou produtivo, sendo função do valor de uso turístico, que desvirtua e desterritorializa o valor intrínseco da terra como meio de produção de bens de primeira necessidade.

Por outro lado, e apesar de o solo não ser utilizado pelos seus proprietários, os processos de mobilidade social foram sendo traçados, nas últimas décadas, pela posse de bens, tendo a propriedade do solo adquirido um papel central. Não significa que se use o que se tem, basta que se tenha, mesmo que não se use.

«...a agricultura actualmente é uma actividade praticamente extinta, porque é penoso. Nós somos um país que estamos na situação em que estamos, que abandona os recursos que outrora eram a sobrevivência de um povo. É evidente que nessa altura explorava-se o que se devia e o que não se devia. Mas passou do oito para o oitenta, passou-se para uma fase que se abandonou tudo, pura e simplesmente. É hortas, é laranjeiras, é alfarrobeiras, está tudo abandonado.» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

«Agora no meu caso, e de alguns jovens que eu conheço, que não vão para a frente porque não têm terrenos. Têm familiares que têm terrenos, que estão no nome deles, mas não gostam de arrendar. Eu agora, por exemplo, arrendei um terreno, tem 60 hectares. Arrendei mas é só de boca. Tenho o parcelário do terreno, que dá para fazer o subsídio das cabras com as compensatórias, mas se eu quisesse fazer um projecto de jovem agricultor [...] não podia fazer com esse terreno, porque ele não me passa o arrendamento de cinco anos.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

Quando a actividade implica a construção de um espaço edificado, os problemas do uso do solo adensam-se. Por um lado, o perfil industrial das actividades implica a observância de um conjunto de regras específicas em termos de localização. Por outro, a sua localização em áreas protegidas impede a construção das infra-estruturas legalmente requeridas.

Parte das actividades retratadas localiza-se nas áreas da Rede Ecológica Nacional ou da Rede Natura 2000. Ainda não se conseguiu aliar a sustentabilidade ambiental à sustentabilidade social e económica dos territórios. Ao nível do ordenamento do território, preservação significa muitas vezes inutilização, quando, no passado, a sustentabilidade era assegurada pela acção das suas gentes.

*Um sentimento de abandono político face
às actividades económicas de pequena escala*

Parte destes empreendedores beneficiou de apoios ao investimento, seja na componente material, seja ao nível do apoio à criação de empregos. No entanto, isso não é suficiente face às múltiplas dificuldades que têm de enfrentar. Por outro lado, nem todos beneficiaram de apoio e alguns reclamam porque os apoios não se adequam à realidade da pequena escala económica, como no caso do pequeno comércio.

Refere-se que os fundos comunitários, que até poderiam ajudar a melhorar a imagem e a inovar, estão estruturados de tal forma que dificultam o acesso por parte dos pequenos empresários. Destacaram-se a burocracia dos processos e os custos elevados que comportam. Defende-se que os programas foram formatados para «alguns» e excluem uma parte importante dos que poderiam efectivamente necessitar de apoio ao investimento.

«Confesso que procurei [apoio] na altura que comecei a ficar por dentro do negócio, quando acabei o 12º ano e comecei a ficar por aqui.[...] E mais uma vez deparei-me com a realidade do mundo. É óbvio que esses fundos comunitários são só para alguns. E foi extremamente difícil, muita burocracia, em que me saía muito mais caro fazer o projecto e tudo o que exigiam. Era de tal modo caro, que mais valia eu utilizar esses recursos para fazer logo as coisas e não contar com ninguém.» [Filho da empresária do comércio]

Na verdade, a gestão dos fundos estruturais da União Europeia foi complexificando a carga burocrática e as exigências de acesso a apoios ao investimento. De resto, esta tem sido uma crítica central relativamente ao PRODER, orientado para pequenas iniciativas (com um montante total de investimento que não deve ultrapassar os 300 mil

euros), mas a realidade pode ganhar

De um modo geral, a falta de reconhecimento de quem os seus promotores

Considera-se que a ser preterida a produção agrícola resulta uma de decisões são tomadas vivida pelos produtores

É preciso que a carga burocrática partida, não considerado para investimento

Não é de esperar que os estatutos, que não têm a percepção de investimento — beneficiários

«A gente sabe que todos os dias há pedem. Por exemplo, As pessoas vamos apoiar ram declaro em cima para confiar queijos de

Estes produtos comercializar o financiamento dos produtos nesta «av

A produção necessária um

euros), mas a requerer condições que este tipo de empresários dificilmente pode garantir.

De um modo geral, face às fragilidades de apoio institucional e à falta de reconhecimento da sua importância económica, cresce a sensação de que o poder político abandonou estas actividades e os seus promotores.

Considera-se que a pequena transformação agro-alimentar está a ser preterida a favor de actividades como o turismo ou a grande produção agro-alimentar. Do sentimento de abandono político resulta uma descrença nos próprios políticos e a convicção de que as decisões são tomadas de forma muito distante da realidade concreta vivida pelos produtores.

É preciso notar que as pequenas unidades têm de suportar uma carga burocrática semelhante à das grandes empresas. E, em contrapartida, não contam com apoio técnico semelhante ao que é mobilizado para investimentos de maior dimensão.

Não é de estranhar que se sintam abandonadas pelos organismos estatais, que não exercem a sua suposta função providencial, quando têm a percepção de que outros — com maior capacidade de investimento — beneficiam desse suporte.

«A gente sente falta é de mais apoios. Nós vemos nas notícias todos os dias que se tem de apoiar o interior e as actividades agrícolas, e incentivar os jovens. E depois não vemos nada. E quando há, pedem mil e uma coisas. Eu até nem falo em apoio financeiro. Por exemplo, eu meti o projecto de licenciamento na Câmara [...]. As pessoas da Câmara viam um projecto daqueles e deviam pensar: vamos apoiar este jovem, pelo menos facilitar as coisas. Até pediram declarações. Por exemplo, a Junta de Freguesia fez um caminho em cima do meu terreno e eu tive de ir pedir certidões à Junta para confirmar que foi a Junta que fez o caminho.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

Estes produtores são polivalentes: produzem, administram, gerem, comercializam..., tendo de executar todas as tarefas inerentes ao funcionamento do seu empreendimento, e muitas vezes iniciam-se sozinhos nesta «aventura».

A produtora de enchidos tem uma proposta muito concisa: é necessário um matadouro na região, dada a presença de múltiplos

produtores e a relação identitária desta actividade económica com o território.

Destacam-se ainda os problemas relacionados com o investimento político na actividade agrícola. Não é novidade que passámos de um país que produzia cerca de 80% do que era consumido internamente, para um país que importa o dobro dos produtos agrícolas que exporta*. De fonte de subsistência, a agricultura passa a ser entendida como fonte de resistência.

Na restauração existe o mesmo sentimento, mas a culpa é atribuída à autarquia local. Chama-se a atenção para o facto de a promoção turística esquecer o interior algarvio, embora pouco distante da faixa de sol e praia.

«Quando se fala do Algarve, toda a gente se lembra do Algarve das praias — isto é que é Algarve. E nós estamos a trinta quilómetros da costa, ou até menos, e não se entende a Câmara [...], eles apoiam mais o litoral. A serra está sempre esquecida em relação a qualquer iniciativa. Eu sinto isso. Às vezes há alguns contactos connosco e alguns apoios, mas podia haver mais estímulos para o interior, no global.»
[Filho da empresária de restauração]

Em relação à actuação do Estado, são muitas as críticas por parte do pequeno comércio. Sente-se que existe uma relação completamente desigual, em que o poder político faz muitas exigências, sem nunca retribuir.

Considera-se paradoxal o aumento da carga fiscal numa altura em que as iniciativas económicas lutam para combater a crise. Cresce o sentimento de que há abandono político do pequeno comércio, que se desvaloriza a sua importância económica a nível nacional. Por fim, critica-se a actuação da ASAE, que só fiscaliza e sanciona, sem apostar numa acção pedagógica.

«Eu às vezes ouço uns certos comentários que os comerciantes são um bocado malandros e que gostam de viver encostados ao Estado. É assim, nós nunca recebemos um tostão do Estado. Pelo contrário, o Estado ganha mais com a minha loja que eu próprio. [...] As coisas têm tido um decréscimo e o que o Estado nos cobra tem ido no senti-

* Fonte: CONFAGRI.

do oposte
ços estão
sentido é
de poder
muitas fa
manda fa
vivem do
que a AS.
mento: p
vigaristas
que não s
estabelec
to com a
Porque s
[Filho da

Podemos ser
se capacitam
No entanto.
competênci
rentes ao iní
Há cust
tem de cum
às Finanças
dos sistema
mas existen
e nos equip
satisfazer a
que resista.
por exemplo
mentos req
O caso
Para fazer f
na, ou até
muito pesad

do oposto. O que é um bocado contraditório. Porque quando os preços estão a subir e se paga mais impostos é compreensível, mas este sentido é um bocado estranho. Como é que nós vamos sentindo falta de poder de compra e o Estado nos vai exigindo mais coisas? [...] São muitas famílias que vivem do comércio. Acho que, às vezes, a quem manda falta um bocado esta noção da quantidade de famílias que vivem do comércio. Não temos quaisquer regalias. [...] ... ainda bem que a ASAE existe, mas às tantas a própria ASAE teve um comportamento: parte do princípio de que as pessoas não cumprem porque são vigaristas. E eu estou convencido que muita gente não cumpre porque não sabe. [...] nós precisávamos de uma ASAE que se dirigisse aos estabelecimentos e que dissesse às pessoas: Olhe isto não está correcto com a nova legislação. E desse um prazo de adaptação às pessoas. Porque se não, dá a sensação que o Estado anda aqui para nos bater.»
[Filho da empresária de comércio a retalho]

*Os encargos elevados para o início
e desenvolvimento da actividade*

Podemos ser levados a pensar que o empreendedorismo é frágil, que não se capacitam as pessoas para a criação das suas próprias empresas, etc. No entanto, para além da capacidade de enfrentar riscos não ser uma competência generalizável, não devemos menosprezar os custos inerentes ao início e desenvolvimento de qualquer actividade económica.

Há custos que fazem parte das obrigações que qualquer empresa tem de cumprir, como é o caso dos pagamentos à Segurança Social ou às Finanças. Mas há outros, de maior monta, que são indissociáveis dos sistemas de regulação das próprias actividades. Muitas das normas existentes obrigam a enormes investimentos nas infra-estruturas e nos equipamentos. Se não existir capacidade de investimento para satisfazer as exigências feitas, não há capacidade empreendedora que resista. E alternativas de financiamento como o microcrédito, por exemplo, estão muito distantes de sustentar os avultados investimentos requeridos pela maior parte destas actividades.

O caso da produção agro-alimentar é paradigmático a este nível. Para fazer funcionar qualquer unidade, mesmo que seja muito pequena, ou até para ampliar o negócio, são necessários investimentos muito pesados.

«Na altura candidatei-me a algumas ajudas, que não chegaram logo no início. E depois eu estava pensando que ia custar um valor e custou muito mais. Na altura foi 35 mil contos. [...] já tentei trocar estes carros de 3500 quilos dos vivos e das carcaças. Eu fui pedir um orçamento, e eu dava estes quase dados e tinha de pagar treze mil contos para poder levar mais quilos, para poder ir a Beja. E eu não tenho condições financeiras para fazer essa troca». [Produtora de enchidos]

«Só que isto é tudo muito caro, qualquer meia dúzia de ferros para montar uma sala de ordenha é um balúrdio. [...] E a mulher acrescenta: [...] tem de se pagar o projecto, do gás, da luz, telefones, etc. E depois pagamos 400€ de água e luz». [Produtor de queijos de leite de cabra]

Os produtores têm impostos específicos relativos à actividade que desenvolvem, para além da carga fiscal inerente a qualquer actividade empresarial. Tal como na dimensão normativa, também os impostos têm vindo a proliferar, diminuindo visivelmente os rendimentos da actividade.

«Paga-se o imposto sobre o álcool, o IRS, o IVA, o selo, que é uma brutalidade. [...] O injusto disto é que [...] a gente aqui não trabalha oito horas por dia, a gente levanta-se às seis da manhã e trabalha, às vezes, até à uma e duas da manhã. [...] No fim do ano aquilo é tudo líquido, isto é uma asfixia. [...] E outra coisa é o pagamento especial por conta, que eu acho a maior aberração deste mundo: a gente fazer um pagamento por conta de um lucro que não sabe se tem. É um empréstimo que a gente está a adiantar ao Estado. Porque é que a gente há-de estar a fazer um adiantamento de dinheiro ao Estado, se o Estado não nos perdoa, se não se paga um imposto hoje, amanhã já se tem de estar a pagar com juros de mora.» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

As orientações políticas relacionadas com a localização de infra-estruturas também podem ter impactos ao nível dos custos a suportar pelos empresários. Disso é exemplo o caso da produtora de enchidos, que tem de abater os porcos em Beja, à falta de matadouro no Algarve. Os antigos matadouros municipais foram extintos e o matadouro regional que os substituiu foi entretanto encerrado.

A con
em Odem
uma soluç

«Infeli
que ter
abalar
porcos
Ainda
prio pa
são me
é que s
frio e
enchid

Um impac
de se torr
Nalguns
casos em
o cumpr
linguagen
Por d
novos inv

«Ultim
ro foi
cada
mais
mais
[Pro

«Gasi
guran
teme
ser la
60 o
lhar
de ca

A construção do matadouro do Litoral Alentejano, localizado em Odemira, talvez minimize este problema e venha a constituir uma solução alternativa para o barlavento algarvio.

«Infelizmente, o matadouro do Algarve fechou, e já lá vai dois anos que temos de ir matar os porcos ao matadouro de Beja. [...] Temos de abalar do Algarve a caminho de Beja duas vezes por semana, para levar porcos, e duas vezes por semana ir buscar a carne desses porcos. [...] Ainda por cima não é o mesmo carro. Temos de ir com um carro próprio para animais vivos, esses porcos ficam lá repousando 24 horas, são mortos só no dia seguinte, para ficarem calmos. No dia seguinte é que são abatidos. Depois de abatidos têm de estar mais um dia no frio e depois é que é autorizado a levantar os porcos.» [Produtora de enchidos]

Um impacto indirecto relacionado com as obrigações fiscais é o facto de se tornar necessária a contratação de serviços de contabilidade. Nalguns casos exige-se mesmo a contabilidade organizada e, nos casos em que não é obrigatório, acaba por ser necessária, dado que o cumprimento das obrigações fiscais exige a compreensão de uma linguagem técnica muito hermética.

Por outro lado, as novas regras que vão sendo impostas implicam novos investimentos e custos.

«Ultimamente só nos estão a dificultar a vida. O fecho do matadouro foi muito mau [...] em pouco tempo apanhei duas multas de 1250€ cada uma. [...] hoje, por exemplo, multaram porque ele [marido] tinha mais quatro banhas do que estava na guia de transporte de carga [...] mais dois quilos que não estavam mencionados na guia de carga.» [Produtora de enchidos]

«Gastei montes de dinheiro em tirar coisas, em ir às Finanças, à Segurança Social, a perder dias de trabalho.» E a mulher lembra. «Agora temos de comprar um líquido, porque as coisas da queijaria só podem ser lavadas com o líquido que eles permitem. Logo, cada garrafão são 60 ou 70€. Vão sempre surgindo coisas. Eles não nos deixam trabalhar e nós temos que pagar as coisas.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

A frágil organização associativa

A dimensão associativa quase não é referida pelos entrevistados, ou porque a organização colectiva não lhes interessa sobremaneira ou porque não valorizam a organização existente.

No entanto, o produtor de aguardente de medronho refere esta questão, dando conta da falta e da incapacidade de organização dos produtores. O produtor de queijos ainda não está licenciado, mas parece mais orientado para formas de colaboração com produtores de leite (fornecedores) do que para a cooperação com produtores de queijo.

Trata-se de uma dimensão que acompanha as discussões sobre o futuro da agricultura, nomeadamente na região algarvia.

Basta dizer, a título de exemplo, que o Algarve é das regiões que tem menos produtos agro-alimentares com certificação de qualidade — tem apenas um produto com Denominação de Origem Protegida e dois com Indicação Geográfica — apesar do seu potencial neste domínio. Esta certificação é conseguida por grupos de produtores, sendo o baixo nível de certificação um indicador indirecto da baixa taxa de associação.

Esta incapacidade pode ser fruto do passado, que o destilador refere nos seguintes termos: «*O que eu sentia é que não havia, por parte das entidades que nos governavam na altura, não havia interesse que a situação melhorasse, porque isso era beneficiar os serrenhos, e quanto mais estúpidos e mais brutos melhor*».

A organização dos produtores de enchidos é igualmente referida. É importante registar que a aproximação entre os produtores de enchidos de Monchique, com vista à criação de um matadouro no concelho, é facilitada pela gravidade e impacto do problema e pela possibilidade de lhe encontrar uma resposta próxima, em termos geográficos, institucionais e de escala.

Quanto à restauração, o discurso revela uma experiência associativa frustrante. A empresária, que é sócia de uma das associações do sector, diz: «*A gente não conta com eles para nada. Só conta para pagar as quotas. Eles só mandam umas cartinhas com informação: um colóquio qualquer em qualquer parte, se quisermos ir. Mas nós pouco temos ido*».

Quanto à tentativa de organização dos prestadores turísticos da Serra do Caldeirão, conta: «*... há anos formámos uma associação no notário, mas depois não funcionou. [...] nós colaborámos todos, fomos aos sítios que*

fazia falta a organização. E não pelo trabalho, pelo comportamento

Para o produtor de da estrutura de defesa de

A incapacidade

A escassez de recursos e a incapacidade de

No caso da produção em alguns sectores sanitas nacionais outros países são substancialmente mais baratos nos preços associados

Aos produtores e os produtores de primeira mão mais rápidos

Em termos nacionais, o custo do produtor. Por termos vendas. Como de maneir

«Nós não tínhamos a dúzia de produtores

* A título de exemplo, as imitações de produtos locais. Como conseguirá o

fazia falta, organizámo-nos, fizemos reuniões e ficou consolidada essa associação. E não foi para a frente porque a pessoa que ficava a orientar queria pelo trabalho dela 120 contos por mês. Chegaram à conclusão que não se podia comportar esse valor.»

Para os entrevistados ligados ao pequeno comércio, a credibilidade da estrutura que os representa está minada pela politização e pela defesa de interesses que consideram não serem os dos comerciantes.

A incapacidade de enfrentar a concorrência

A escala, os custos elevados a suportar, a falta de apoio, as exigências burocráticas são alguns dos factores que explicam a incapacidade destes empreendedores para enfrentar a concorrência.

No caso do artesanato, refere-se que a maior dificuldade reside na concorrência da produção massificada de baixo custo, que, em alguns casos, reproduz com qualidade inferior os produtos artesanais nacionais*. Por outro lado, há casos em que os produtores de outros países têm rendimentos muito baixos e as matérias-primas são substancialmente mais baratas, o que, obviamente, tem reflexos nos preços finais (mesmo com custos de transporte intercontinental associados).

Aos poucos, o mercado de produtos artesanais vai ficando saturado e os rendimentos da actividade escasseiam. E, não sendo bens de primeira necessidade, a diminuição da procura dá-se de forma mais rápida.

Em contexto de crise, por mais que se valorize o que é produzido nacionalmente ou o que é produzido de forma tradicional e artesanal, o custo final passa a ser a variável determinante para o consumidor. Por todas estas razões, os artesãos reclamam da diminuição das vendas. Consequentemente, diminui-se o *stock* e diminui-se o fundo de maneo.

«Nós chegámos a vender para trinta lojas, neste momento temos meia dúzia de lojas. Porque essas lojas viraram-se todas para os artigos chamados Made in China, muitos produtos da Índia e da América Latina.

* A título de exemplo deve referir-se que, da parte do mercado chinês, já estão a surgir imitações de tapetes de Arraiolos, com lã de qualidade inferior, feitos em massa e vendidos a preços substancialmente mais baixos, o que contribui para a desqualificação deste produto local. O consumidor comum, que não conheça a especificidade desta produção, não conseguirá distinguir entre o produto artesanal e o produto industrial.

E nós vamos tendo muitas dificuldades em impor o nosso produto, de fazer concorrência de preços.» [Artesão de cerâmica e azulejaria]

Também se assinala o aumento da concorrência no sector da restauração. Considera-se que a localização do restaurante é um factor limitativo, que a existência de restaurantes similares, mais próximos de centros urbanos ou aglomerados de maior dimensão, não permite captar mais público.

Como é evidente, aqui, o factor de distinção em relação ao produto oferecido joga na escolha do consumidor. Sem um produto diferente do que existe em restaurantes mais bem localizados, a atractividade diminui. Sendo um factor importante na escolha, a localização não é determinante.

A própria empresária admite que não será apenas a localização a pesar na escolha.

«[...] depois de eu abrir o meu restaurante, houve outras pessoas que também abriram restaurantes deste tipo noutros sítios mais perto dos grandes centros [...] o nosso problema é o local onde estamos: estamos muito distantes dos grandes centros. Mas até acho que é psicológico...» [Empresária de Restauração]

O sentimento de constrangimento face à concorrência estende-se ao pequeno comércio. Por um lado, há o campo do ilegal, que não se sujeita aos impostos e responsabilidades que enfrentam os que têm as suas actividades legalizadas e cumprem as obrigações impostas ao seu ramo de negócio. Por outro, alimenta-se a resistência face à proliferação de comércio de proximidade com preços bem mais baixos do que os praticados pelos comerciantes locais. Esta nova realidade faz emergir ideias pré-concebidas que carecem de desconstrução e revelam a dificuldade das lógicas de interculturalidade.

No conjunto, diríamos que se trata de actividades lesadas pela liberalização do comércio e que, em simultâneo, não estão a conseguir propor bens e serviços com carácter distintivo. Lidam mal com a presença de outros mercados concorrenciais, porque sentem que não conseguem competir com os preços praticados.

Muda
a

As dificuldades
mudanças
mos à cons
— emblem
níveis socio
determinar
numa escal
centros cor
de bens e se
estão a con

No en
durante a f
vés da con
produção e
preocupaç
production,

«[...] en
fazer ac
mês e n
colegas
os saco
compra
uma ex
fazer n
ningué
as coisa
por mi
palma]

Na restaur
cura resid
comerciais
na serra.

* Vide a est
Estrela Polar.

Mudança nos estilos de consumo como factor condicionante da sustentabilidade económica da pequena escala

As dificuldades destas actividades prendem-se, igualmente, com as mudanças nos estilos de vida e nos modelos de consumo. Assistimos à consolidação das tendências paralelas dos modelos *fast* e *slow** — emblemáticos de formas de vida diferenciadas, mas igualmente de níveis socioeconómicos distintos — com o primeiro a afectar de forma determinante estas actividades. O facto pode significar que se situam numa escala intermédia, que não combate a concorrência dos grandes centros comerciais, nem capta públicos com capacidade de aquisição de bens e serviços distintivos. Se for o caso, pode concluir-se que não estão a conseguir incorporar os necessários valores acrescentados.

No entanto, a artesã tradicional sempre manifestou, mesmo durante a formação, um desejo de realização pessoal e artística através da concepção e confecção de peças exclusivas, desvalorizando a produção em quantidade e o rendimento resultante das vendas. A sua preocupação contrasta com o modelo de produção de massa — *fast production, fast consumption*.

«[...] enquanto eu estive lá nunca me senti à vontade, porque não podia fazer aquilo que eu queria. Como eu não ligava a chegar ao final do mês e não ter coisas para vender para acrescentar ao subsídio, eu tinha colegas que isso era o que contava — era o dinheiro. Então, faziam os sacos feitos à máquina e iam vender a um armazém que havia com compradores, enquanto as outras coisas feitas à mão esperava-se por uma exposição para podermos vender. E os bordados que eu queria fazer não podia, porque receava que as outras dissessem assim: agora ninguém sabe quando essa peça se vai vender. E, no final do mês, as coisas que as outras vendiam e rendiam dinheiro ia ser dividido por mim à mesma.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

Na restauração, um dos elementos explicativos da diminuição da procura reside no impacto negativo da abertura das grandes superfícies comerciais, onde é possível aceder a uma vasta oferta que não existe na serra.

* Vide a este respeito HONORÉ, Carl (2004), *O movimento Slow*, Cruz Quebrada: Estrela Polar.

Por mais argumentos que se avancem, justificando que outras alternativas de lazer se apresentam às pessoas, é um facto que os novos estilos de vida e modelos de consumo estão cada vez mais orientados para a procura «massificada» e padronizada.

Os nichos de mercado podem ser atingidos com níveis de distinção superiores do produto, porque é único, diferente, tem um qualquer valor acrescentado, etc. Mas muitos destes nichos também não são atingidos por lacunas no marketing territorial ou de empresa.

Há outro factor externo que se considera ter um impacto negativo sobre a actividade, o aumento do preço do combustível. Considera-se que o público da restauração serrana é exterior e que os custos superiores em combustível condicionam as deslocações das pessoas.

Este caso é claramente exemplificativo das dificuldades que enfrentam os modos de produção tradicionais face aos modelos vigentes de consumo e de produção. Da *fast food* passamos para um *fast way of life* que despreza, não aprecia e não procura estas ofertas em que se tenta recuperar a cultura gastronómica de uma região. No entanto, mesmo parca, a procura existente alimenta a esperança de dias melhores.

O pequeno comércio também responsabiliza os centros comerciais pelas mudanças nos hábitos de consumo, em particular da juventude.

A associação de comércio, lazer e serviços alimenta a atractividade dos centros comerciais. Competem com preços mais baixos e com estratégias de animação, e os pequenos comerciantes não conseguem enfrentar esta sinergia.

Mesmo que os preços do comércio de proximidade sejam mais baixos do que os registados nos centros comerciais, não é por essa razão que captam mais clientes. Fala-se, a este respeito, da necessidade de promover uma nova relação do comércio com o espaço envolvente, capaz de provocar a maior apropriação do espaço, por um lado, e o aumento dos negócios, por outro.

«Embora vendendo mais barato: são os próprios clientes que me dizem que é mais barato que os centros comerciais, [...] na rua não se tem sabido gerir bem a questão do comércio de rua, porta para a rua. Eu não gosto de lhe chamar comércio tradicional. Estou a inventar um novo conceito: porta para a rua.» [Filho da empresária de comércio]

De resto, os centros comerciais são considerados pelo entrevistado como um verdadeiro erro urbanístico: não possibilitam a apropriação

dos espaços
micas econ
mesmos esp

As f

Algumas da
tentando a
do sempre
acrescenta
mentados, e
produção ag

No caso
actividade, s
pessoas da c
não tinham

Apesar
dizagens que

Mencion
ra organizad
te. Acredita
mundial, co
temente na

O senti
estende-se a
objectiva na
à retracção.

«[...] aind
sentimen
As que nã
retrair na
juntar alg

Objectivame
soas controla
de lidar. Perd

dos espaços das vilas e cidades onde se instalam e fragilizam as dinâmicas económicas locais, tão necessárias à segurança e à vida desses mesmos espaços.

*As fragilidades económicas das actividades e a «crise»:
da percepção aos impactes sentidos*

Algumas das actividades estudadas permanecem na «corda bamba», tentando aguentar os diferentes condicionamentos e acreditando sempre que dias melhores virão. A actual conjuntura económica acrescenta dificuldades à vasta lista de constrangimentos já experimentados, embora o seu impacte ainda não seja tão visível ao nível da produção agro-alimentar.

No caso da restauração, refere-se que, quando se deu início à actividade, se registava uma maior procura do campo por parte das pessoas da cidade. Por outro lado, os caçadores que percorriam a área não tinham onde comer.

Apesar das dificuldades actuais, a empresária valoriza as aprendizagens que o restaurante lhe tem proporcionado.

Menciona-se a diminuição da procura, nomeadamente a procura organizada por empresas, que deixaram de procurar o restaurante. Acredita-se que o agravamento da situação se deve à actual crise mundial, com reflexos directos na actividade turística, e consequentemente na restauração.

O sentimento de crise que atravessa o sector da restauração estende-se ao pequeno comércio. Para além de se revelar de forma objectiva na vida das pessoas, a percepção subjectiva da crise conduz à retracção.

«[...] ainda a crise não chegou propriamente às pessoas, mas há um sentimento geral de que qualquer coisa não vai correr bem no futuro. As que não têm não podem gastar, e as que têm algum acabam por se retrair nas compras, porque não se sabe o dia de amanhã e preferem juntar algum em vez de gastar.» [Filho da empresária de comércio]

Objectivamente, a crise conduz à perda de poder de compra. As pessoas controlam-se face ao peso das despesas correntes com que têm de lidar. Perdem-se clientes habituais e os «bons» clientes.

«Eu conheço pessoas que, há uns anos atrás, viviam, compravam roupa. Agora, vêm aqui só para me visitar. É triste. É muito triste as pessoas chegarem à loja e dizerem: Eu gostava de comprar, mas não posso. Depois falam da vida delas, daquilo que ganham e nós ficamos... Realmente, isto não está bem. [...] chegavam aqui as pessoas e diziam: Estas calças, que cor é que tem? Respondia: Tenho azul, cinza... Experimentavam umas e diziam: Ponha uma de cada. Eram quatro ou cinco pares. Isto acontecia com muitos clientes. Os clientes bons. Não eram todos os clientes. Um ou outro cliente fazia isso. E isso desapareceu, como é óbvio. Eu deixei de somar.» [Empresária do comércio]

«Ainda apanhei a época que se vendia sempre umas calças com uma t-shirt. As pessoas compravam duas e três peças. Hoje em dia não, é impensável. É muito raro. Há uma ou outra que faz isso, enquanto antes era normal. Agora é a exceção.» [Filho da empresária do comércio]

O clima é de insegurança, não apenas pela diminuição do consumo, mas também pelo facto de se registarem cada vez mais infracções nos pagamentos. A empresária relata um exemplo ilustrativo: um cliente experimenta uma série de produtos caros e ela quase o dissuade de levar as coisas com receio de obter um cheque falso. O que não veio a verificar-se. Ou seja, como a lógica de proximidade se vai esbatendo, estes pequenos empresários têm dificuldade em lidar com o desconhecido, encarado com desconfiança e medo.

Grupos que permanecem em situação de grande vulnerabilidade social

Existe também um sentimento de vulnerabilidade social por parte dos empresários relativamente ao desemprego ou doença, dado que se encontram menos protegidos do que os outros trabalhadores pelas políticas sociais.

Na verdade, os trabalhadores independentes ou empresários em nome individual suportam custos com a Segurança Social superiores aos trabalhadores por conta de outrem e, em contrapartida, a protecção de que usufruem é substancialmente menor. Em caso de desemprego, os trabalhadores independentes não têm direito a subsídio de desemprego.

Estes grupos, junto das políticas dos trabalhadores e dos grupos sociais, incluem nestes

Um sentimento

Se é certo que, virão, os discursos de dificuldades do comércio. As forças a enfrentar de pretenda intrinsecamente ser-se ouvido do produtor

«Eu tenho dificuldades, tenho falhas, falar comigo, jaria, depois do jardim e u... Ter o pavão, animais. [...] [Produto

Ao nível das pintas, mas q... velhas e a m... arte conden

«Nós nas assim: Al... eu me m... deixar de... ter uma a... sabia tu... fazer.» [L

Estes grupos sociais não são, regra geral, contemplados no conjunto das políticas sociais. Se hoje olhamos com mais atenção para os trabalhadores independentes é porque parte deles se integra em grupos socialmente vulneráveis. No entanto, raramente pensamos incluir nestes grupos os pequenos negócios familiares.

Um sentimento de incerteza face ao futuro: da esperança ao desânimo

Se é certo que ainda se continua a acreditar que tempos melhores virão, os discursos parecem marcados por um certo desânimo face às dificuldades que se apresentam a quem pretende aumentar o negócio. As forças utilizadas para o criar esmorecem quando é preciso enfrentar de novo os serviços públicos para qualquer mudança que se pretenda introduzir na actividade. Alimenta-se a esperança de um dia ser-se ouvido com atenção por alguém, como transparece no discurso do produtor de queijos.

«Eu tenho muitas ideias, mas é complicado concretizá-las devido à dificuldade em fazer as coisas. [...] É fazer queijos de vários tipos — tenho falado nisso. E tenho os contactos de pessoas que já tentaram falar comigo para virem aqui visitar com os ingleses. Vêm ver a queijaria, depois levam alguns queijos. Fazer uma coisa diferente, fazer um jardim e uns bancos para as pessoas estarem, virem visitar a queijaria. Ter o pavilhão das cabras em condições, para verem as cabras e outros animais. Pode ser que um dia eles se apercebam que isto não vai bem.»
[Produtor de queijos de leite de cabra]

Ao nível da produção artesanal, verificamos posições igualmente distintas, mas que traduzem a dualidade existente entre as gerações mais velhas e a mais nova. A artesã tradicional considera que pratica uma arte condenada à extinção e o seu discurso carrega essa amargura.

«Nós nas feiras ouvimos sempre os comentários das pessoas que dizem assim: Ah, a minha avó fazia estas coisas. Eu depois digo: Desculpe lá eu me meter na conversa, mas daqui por alguns anos, a senhora vai deixar de dizer isso e todas as netas que vierem daqui para a frente vão ter uma avó professora, uma avó que sabia mexer no computador, que sabia tudo e mais alguma coisa, mas disto não. Isto, essa avó não sabia fazer.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

O casal de artesãos reconhece as dificuldades do presente, mas espera manter a actividade e viver exclusivamente dos seus rendimentos. Só que o trabalho abarca, hoje em dia, a realização de ateliês para crianças e adultos, a prestação de serviços de formação, a recepção de turistas, o trabalho ao vivo em espaços de exposição e venda, a par da própria concepção e produção.

Na restauração, o discurso é de reserva face ao futuro. Já nem se espera que voltem os dias cheios de antigamente. Como diz a empresária, basta uma «retomazinha». O filho aguarda a instalação de um empreendimento turístico na proximidade, mas a mãe não a encara como uma oportunidade.

O sentimento de incerteza face ao futuro paira também no pequeno comércio. Não se trata apenas da rendibilidade económica da actividade, mas da própria sobrevivência. E isto tem repercussões na forma como se prevê a actividade no curto prazo, cada vez mais difícil de gerir. Também aqui, a esperança da retoma e a experiência anterior de uma vida desafogada alimentam o quotidiano dos empresários.

Os recursos actuais e a transformação das actividades de pequena escala em oportunidade

O aliar da tradição com a modernidade

A forma como os produtores se adaptam às novas exigências normativas traduz-se na criação de estruturas com meios de produção modernos e eficientes. Refere-se a rapidez na produção, o aumento da quantidade do produto final e a garantia de maior qualidade em todo o processo.

A modernização das infra-estruturas é, simultaneamente, um recurso e uma estratégia para vencer no mercado. O passar do recinto casa para a produção em espaço próprio permite o crescimento das iniciativas.

Não se trata de uma ruptura total com os processos tradicionais, mas de uma adaptação dos saberes ancestrais aos novos conhecimentos que permitem enfrentar os desafios da modernidade.

Também na produção artesanal, a modernização das práticas tradicionais de produção se alia à criatividade, eficiência e qualida-

de do pro
diferença

É visível d
das, há un
lizados pé
A realizaç
regionais
ção turíst
lar para as
de restaur
de dar a c
cializaçã
esta conv
ser pensa

Os d
têm uma
de aguar
criação d
ra feira d

No
constitui
e, sobre

No
a partici
tiam alo
a produ
económ
cia faz-s
que par

«[...]
aloj

* No cas
hoje assu
tes verten

de do produto final. Aposta-se em produtos inovadores, que façam a diferença face ao que existe no mercado.

A manutenção de feiras como espaços privilegiados de escoamento de produtos

É visível que, para parte importante das actividades aqui mencionadas, há um conjunto de investimentos indirectos que podem ser realizados pelas autoridades públicas, a nível nacional, regional ou local. A realização de feiras de artesanato, feiras de gastronomia, feiras regionais*, que se vêm disseminando e constituem factores de atracção turística, é disso um exemplo. Para estas actividades, em particular para as de produção agro-alimentar, produção artesanal e mesmo de restauração — a participação em feiras pode ser uma oportunidade de dar a conhecer o produto/serviço e uma forma de apoio à comercialização. Os produtores agro-alimentares e os artesãos partilham esta convicção e, em simultâneo, tecem críticas à forma como estão a ser pensadas e organizadas.

Os dois produtores agro-alimentares com unidades licenciadas têm uma forte ligação às feiras de produção artesanal. O produtor de aguardente comercializa toda a sua produção nestes certames e a criação da empresa da segunda é, em grande medida, fruto da primeira feira dos enchidos de Monchique.

No entanto, é preciso compreender que as feiras não podem constituir a única resposta para quem tem uma produção importante e, sobretudo, um produto que exige escoamento regular.

No caso da produção artesanal, refere-se que em tempos passados a participação nas feiras era apoiada pelos organizadores, que garantiam alojamento e apoio à deslocação. De produção a valorizar, passa a produção indiferenciada, mercantilizada: vai quem tem recursos económicos para pagar a sua presença. Uma vez mais, a sobrevivência faz-se a custo, numa luta permanente contra os constrangimentos que parecem ser cada vez em maior número e mais complexos.

«[...] há uns tempos atrás, éramos convidados para ir às feiras, com alojamento, subsídios [porque saíamos das nossas instalações], com

* No caso algarvio, a experiência das Feiras da Serra, lançadas pela Associação In Loco e hoje assumidas pelos Municípios, serve ilustra a possibilidade de articulação das diferentes vertentes da produção tradicional.

deslocações. Agora as coisas mudaram muito, já não há alojamento, já não há subsídio de alimentação — é muito raro. E as fichas de inscrição é a um preço exorbitante, que eu não sei como o artesão pode pagar aquilo. Há uns tempos, recebemos uma ficha de inscrição que, para oito ou dez dias, pedia 400 €.» [Artesão de cerâmica e azulejaria]

Está a verificar-se uma tendência para uma maior desterritorialização e descontextualização das feiras realizadas. Desterritorializadas na exacta medida em que não se restringem ao território onde se realizam. A participação crescente de produtores de outros países é entendida como ameaça ao desenvolvimento da actividade artesanal nacional, dada a concorrência dos produtos que oferecem a preço imbatível.

Descontextualizadas porque se confunde, muitas vezes, produção local com produção artesanal. Ao ampliarem o espectro de participantes, as feiras de artesanato diluem os valores identitários e abrangem ofertas que nada têm de artesanais.

Embora a apresentação directa do produto pelo produtor faça parte da venda, é cada vez mais frequente o aparecimento de intermediários, o que também desvirtua a lógica de proximidade que deveria imperar nestes eventos.

«Eu acho que as Feiras da Serra* actuais não têm nada a ver com as Feiras da Serra de início, em que as nossas coisas eram mais valorizadas. [...] As feiras abriam às dez da manhã, e das dez ao meio-dia era quando nós tínhamos os melhores clientes. Que iam escolher, que tinham o prazer de ser os primeiros a escolher as peças. Iam mesmo à nossa procura. Neste momento, as feiras já estão muito grandes, já têm tudo e mais alguma coisa.» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

*«Ingredientes» da sobrevivência:
trabalho familiar, qualidade e inovação*

Para garantir a sua sustentabilidade económica, as empresas apostam no trabalho familiar, o que implica esforço adicional por parte de

* As Feiras da Serra foram criadas em 1992 pela In Loco, no quadro do Programa LEADER, em colaboração com Câmaras do território de intervenção. Chegou a haver 4 feiras: Primavera — Tavira, Verão — São Brás, Outono — Silves, Inverno — Loulé. No final dos anos 90, as autarquias assumiram a responsabilidade da sua organização. Actualmente, mantêm-se as feiras de Tavira, São Brás e Loulé.

todos os elementos, mas garante, também, a minimização das despesas com contratação de pessoal.

»A actividade é rentável porque nós trabalhamos aqui que nem dois, porque se a gente tivesse aqui pessoal de fora, em vez de nós os dois, não dava.» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

Relativamente à filha, diz «*que se formou em engenharia alimentar para poder ser ela a responsável pela qualidade*». E também diz que trabalha «*muitas horas porque, por exemplo, se fizesse um horário igual ao dos meus empregados e me pagassem as horas que faço a mais, não tinha lucro*». (Produtora de enchidos)

Quanto ao produtor de queijos, o trabalho é efectuado por ele e pela mulher, e por vezes conta com o apoio do pai no mancio das cabras.

Excelência, distinção, qualidade, manutenção dos modos de produção tradicionais têm sido estratégias utilizadas por estes produtores agro-alimentares, tanto no momento do lançamento das iniciativas como na fase da consolidação.

[Referindo-se à aguardente de medronho:] «sonhava que era possível fazer do medronho um produto de excelência». [Produtor de aguardente de medronho e licores]

[Falando da sua produção:] «é um produto que é feito sem qualquer aditivo ou conservante [...] é tudo natural. Se formos a um supermercado é difícil encontrar um produto igual ao nosso, puro, sem químicos». [Produtora de enchidos]

«As queijarias que há aí já ninguém faz com cardo, é tudo com coalho. É mais fácil, mais barato, e não é difícil de arranjar, é só ir comprar. Então a gente tem um produto que sai bem.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

Ao nível da escala de produção, as três unidades repartem-se neste aspecto: o produtor de medronho não está interessado em crescer, a produtora de enchidos espera que seja a filha a fazê-lo e os queijeiros apostam no crescimento. Não é por acaso que o primeiro produtor é o mais velho da amostra e não tem descendência (mesmo assim encara a diversificação, com a criação de uma unidade de compotas para

tornar o negócio mais interessante e rentável para o jovem engenheiro que com ele trabalha), a segunda é uma mulher de meia-idade e os últimos são dois jovens.

«Eu até me dou ao luxo de não vender. Porque se eu quisesse, vendia para as garrafeiras para todo o país. [...] sou sozinho, com mais a minha mulher — tive um filho e perdi-o. Sinto-me realizado, vendo o suficiente e não estou para ter chatices de colocar os produtos ali nas lojas e ficar sem receber o dinheiro e depois ter de pagar os impostos e isso tudo. Eu prefiro serem os clientes a andarem atrás de mim e eu não querer vender, do que eu andar atrás deles para me pagarem e não me pagarem. [...] Se eu não amplio mais o negócio é porque eu não quero.» [Produtor de aguardente de medronho e licores]

No caso da produção artesanal, o gosto pela arte sobrepõe-se à eficiência económica, como é visível num dos casos analisados, em que o rendimento obtido com a produção constitui um complemento da reforma.

«Isto é trabalhar por gostar, não ligar a horas, nem a dias. Quando está acabado está acabado. Fazer as contas de quanto sai à hora é impossível. E agora com a idade que tenho não tenho poder de escolha para substituir isto por outra coisa. Mas como gosto tanto disto, nunca fico a pensar se isto levou tanto tempo, não se justifica de se fazer. E agora como tenho a reforma, já há dois anos, são 260 €, juntamente com aquilo que vou fazendo vai dando para viver, como já não tenho os encargos com a Segurança Social.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

Embora a actividade não seja propriamente rentável, a artesã tradicional aposta na sua transmissão, pelo seu valor cultural e afectivo.

«[...] se eu deixasse de fazer, deixava de fazer uma coisa que gostava. E enquanto eu puder quero deixar para esta geração moderna todas estas coisas que se usavam noutro tempo, e que se vai perdendo à medida que as pessoas vão envelhecendo. E passando para a minha mão, era mais uma geração que estava a contribuir para continuar.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

À semelhança da mão-de-obra. Trata-se de utilizar todos os elementos do dimento económico.

Anteriormente de produção. Em alguns casos, o marido da empresa a seu cargo.

Hoje em dia da produção do produto, decorre está associada à ideia de pensar em produção.

Também da empresa, a

Embora a criatividade depende que a fragilidade desse tipo de indústria.

No pequeno clientes é um dos que as grandes obriga a maior parte dos casos como o centro comercial.

«As pessoas têm acontecimentos apertados nas lojas grandes, uma pessoa a trabalhar, tem de ser diferente.

Uma outra e prios. Relat

À semelhança da produção agro-alimentar, o restaurante socorre-se da mão-de-obra familiar para garantir a sustentabilidade económica. Trata-se de um modelo de polivalência funcional que permite que todos os elementos da família dêem o seu contributo para o empreendimento económico.

Anteriormente, o restaurante representava o fim de uma cadeia de produção. Iniciava-se com a criação de animais, a sua matança e, nalguns casos, a sua transformação — tarefas da responsabilidade do marido da empresária — até «chegar ao prato», cuja confecção ficava a seu cargo.

Hoje em dia, esta estratégia é inviabilizada pelo maior controlo da produção animal. Assim, a suposta garantia de maior qualidade do produto, decorrente da aplicação dos modelos de controlo actuais, está associada à inegável liquidação da produção informal. Poder-se-ia pensar em alternativas, mas isso exigiria uma escala e condições de produção difíceis de concretizar.

Também a fidelização dos clientes se apresenta como um recurso da empresa, algo que é igualmente verificado na produção artesanal.

Embora se considere que a capacidade de inovar e agir de forma criativa depende dos próprios comerciantes, tem-se consciência de que a fragilidade económica em que se encontram os impede de fazer esse tipo de investimento.

No pequeno comércio reconhece-se que a proximidade face aos clientes é uma mais-valia: há uma prestação complementar de serviços que as grandes lojas não disponibilizam ou que, quando o fazem, obriga a maiores deslocações. E isto aplica-se, particularmente, em casos como o retratado, que se situa a uma distância significativa do centro comercial mais próximo.

«As pessoas gostam sempre de comprar numa loja próximo. Porque têm aconselhamento, porque nós arranamos, subimos as bainhas, apertamos. Claro, damos outra assistência, que as pessoas nas outras lojas grandes não têm. As outras são mais distantes também. Porque uma pessoa vai comprar umas calças a Faro e depois, se deixar a arranjar, tem de voltar a Faro para as ir buscar. Enquanto aqui está ao pé. É diferente.» [Empresária de comércio]

Uma outra estratégia passa pela aposta nos recursos financeiros próprios. Relativamente ao investimento já realizado, afirma-se «(saiu)

tudo do trabalho, do nosso dinheiro. Vai-se comprando conforme se vai ganhando» (Produtor de queijos de leite de cabra).

O recurso a rendimentos complementares não fica excluído quando as dificuldades são muitas. Há pessoas já reformadas cuja pensão serve de complemento à actividade desenvolvida; recorre-se à pluriactividade, visível tanto na produção agro-alimentar como na restauração (que complementa a actividade produtiva e de serviços com a produção alimentar para subsistência familiar); ou pode acontecer que os filhos apostem na sua formação como recurso a mobilizar se for necessário, como acontece com o filho da empresária de restauração.

*Estratégias diferenciadas para enfrentar a crise:
da aposta em novos clientes e redução de custos
ao conformismo e à inacção*

Apostando em viver integralmente da sua produção, o casal de jovens artesãos multiplica as estratégias. Por um lado, faz variar os preços em função de encomendas específicas. Por outro, diversifica a oferta, apostando mais em produtos de menor dimensão, que saem mais e se tornam mais rentáveis.

«Temos uns preços muito elásticos, principalmente com associações, pois eles dizem-nos assim: Temos este montante, o que é que podem fazer com este montante? E a gente estica, porque também queremos apresentar coisas bonitas e com qualidade. [...] Nos nossos primeiros oito anos de [empresa], à procura do título de artista, fazíamos muitas peças grandes, únicas, em painéis de azulejo. Depois começámos a enveredar por peças mais pequenas, para ser mais rentável.» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

Estratégia similar é adoptada pelo pequeno comércio. Os empresários tanto optam por adquirir colecções a preços mais baixos, para vender a preços mais competitivos, como se desdobram em promoções para captar uma maior procura.

«Há uns anos atrás comprávamos com facilidade. Eu chegava a ir ver colecções que nem sabia o preço das coisas. Não perguntava o preço de nada. Comprava porque gostava, porque sabia que ia vender. Hoje em dia, a primeira coisa que faço é ir ver o preço, porque se for muito

caro já não compro. Mesmo que goste já não compro. Porque sei que o cliente não tem poder de compra para aquela peça, que há uns anos atrás eu comprava e vendia, não tinha dificuldade nenhuma, porque as pessoas gostavam e, desde que gostassem, compravam.» [...] Nós fazíamos saldos na época dos saldos. E agora temos sempre algumas peças em promoção, para entusiasmar, para as pessoas comprarem. Estudamos sempre alguma coisa, de modo que o cliente compre.» [Empresária do pequeno comércio a retalho]

Um outro elemento importante é a flexibilidade nos horários para garantir maior produção. Em paralelo, a presença em mais feiras, dado tratar-se de um meio importante para o escoamento do produto.

«Às vezes, entro aqui às nove horas da manhã e quando dou conta estou a sair à meia-noite, duas da manhã. Até já tenho saído às quatro da manhã, para manter aquela base de equilíbrio para as despesas mensais.» [Artesão de cerâmica e azulejaria]

«... nós antes fazíamos poucas feiras [...] agora temos de fazer mais feiras.» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

Uma outra possibilidade é a oferta de formação na área em que desenvolvem a actividade. A artesã de cerâmica refere que o casal pensou na organização de ateliês, razão pela qual tirou o certificado de aptidão profissional como formadora.

Para garantir maior rentabilidade tem de se fazer um pouco de tudo e só a criatividade parece dar alento a encomendas menos motivadoras.

«[...] fazer umas coisas que a gente gosta menos. Mas é como tudo. Há coisas que tenho de andar uma semana a mentalizar que tenho de agarrar naquela encomenda e fazer. Mas como aquilo também tem uma criatividade, eu depois de começar esqueço.» [Artesã de cerâmica e azulejaria]

A procura de públicos diversos foi uma estratégia permanente para garantir ao restaurante clientela ao longo do ano. Assim, a restauradora associou o seu serviço a formas específicas de turismo organizado (como as viagens realizadas por empresas de jipes para grupos de visitantes) e respondeu, em simultâneo, à procura auto-organizada.

A publicitação da empresa é relegada para segundo plano, não porque se negue a publicidade como meio de captar novos públicos ou por puro desinteresse relativamente à divulgação da iniciativa. A opção é consciente. A família continua apostada em fazer valer a sua iniciativa junto de clientes com perfil específico, que apreciem e valorizem o seu trabalho. A divulgação feita directamente pelos clientes que já experimentaram o restaurante continua a ser a estratégia mais eficaz. Por isso a empresária refere: «... nós já comentámos se a publicidade nos traz clientes desejáveis [...] se calhar é melhor virem cá porque um amigo disse.»

Outra estratégia, que permite à família realizar tarefas complementares ou abrir novas frentes, baseia-se na obrigatoriedade de marcação durante os dias úteis, dado que ao fim-de-semana o restaurante se mantém aberto.

No entanto, a empresária não deixa de revelar algum conformismo face às dificuldades que enfrenta. Revela que poderá não ter capacidade de as superar por não dispor de recursos que lhe permitam assumir uma posição mais competitiva. A crise não permite gastos supérfluos, não é propícia a grandes investimentos, seja para alargar o campo de negócio, seja para ampliar as estratégias de *marketing* e de comercialização.

No pequeno comércio refere-se que os cortes nos gastos significaram a perda de funcionários, pelo que a iniciativa se cinge, agora, aos dois elementos da família. E a contenção estende-se, igualmente, aos gastos pessoais.

«Como a minha mãe disse, antes tínhamos empregados e agora não temos. Temos de ficar os dois e reduzir o pagamento de segurança social, ordenado, uma série de coisas. [...] Temos de reduzir nos gastos em tudo o que é possível, o supérfluo, o que não é estritamente necessário.» [Filho da empresária de pequeno comércio a retalho]

«Nos nossos gastos pessoais também. Temos de reduzir. Não gastamos como gastávamos. Em tudo.» [Empresária de pequeno comércio a retalho]

Embora não abone a favor da sustentabilidade, tem de se recorrer a práticas antigas: vender fiado ou prestações com cheques «pré-

-datados». /
no pequeno
pelos outro:

«Sempre
e de apd
desuso.
sem doi
pagame
empresá

pro

O discurso
escala sup
estranhar o
Num caso
uma maior
-se, també
diminuição

A par
burocracia
equipas re
e apoio té
gabinetes»

«Eu fa
agricul
— que
nessa p
també

* Embora c
pagamento
empresa e cli

-datados»*. A utilização de facilidades de pagamento só é referenciada no pequeno comércio, mas não é de excluir o recurso a estas práticas pelos outros empresários.

«Sempre houve tradição neste comércio de ter os famosos bloquinhos e de apontar. Nós tínhamos acabado com isso há uns anos. Caiu em desuso. Mas é evidente, como as coisas estão, permitimos que passem dois ou três cheques, que se divida ali a conta em dois ou três pagamentos. Evidentemente, também se tem de fazer isso.» [Filho da empresária de comércio a retalho]

«E se eu mandasse no futuro?»: propostas políticas na voz dos entrevistados

A necessidade imperativa de actuar sobre a carga fiscal e a burocracia

O discurso dos entrevistados revela a dificuldade com que a pequena escala suporta a carga fiscal que sobre ela se abate. Por isso, não é de estranhar que todos frisem a necessidade de diminuir esses encargos. Num caso, sugere-se o aumento dos escalões de IRS, para garantir uma maior justiça social nas taxas cobradas aos contribuintes. Propõe-se, também, em sintonia com empresários de dimensão distinta, a diminuição do IVA e o fim dos pagamentos por conta.

A par da diminuição da carga fiscal, defende-se a diminuição da burocracia nos processos de licenciamento e a necessidade levar as equipas responsáveis pelo licenciamento a assegurar enquadramento e apoio técnico, porque é preciso acabar com a distância entre «os gabinetes» e «o terreno».

«Eu facilitava a burocracia, não tinha tanta papelada para trabalhar na agricultura. [...] Já que há tanto dinheiro para investir na agricultura — que eles falam — metiam pelo menos as pessoas que trabalham nessa parte [licenciamento] a ver caso a caso. Não era só papel, era também visitar as pessoas, verem os projectos que elas tinham [...] e

* Embora corresponda a uma figura que já não existe, a expressão caracteriza o tipo de pagamento fraccionado, com recurso a cheques, assente na confiança recíproca entre empresa e cliente.

não a gente fazer um projecto por escrito, com projectista, que já está tudo feito e é só preencher.» [Produtor de queijos de leite de cabra]

O Estado deve actuar como parceiro, não como polícia, e assumir uma atitude pedagógica quando os pequenos empresários cometem infracções.

«Aqueles senhores que estão no governo, sejam estes ou outros quaisquer que venham, terem respeito e consideração por quem trabalha e ajudar as empresas a levantarem-se e não a afundar. [...] Se as empresas têm falta de formação, aí ajudá-las dizendo o que está mal e o que está bem, e não fazer como o pai tirano, que multa, castiga. Nem os filhos educamos dessa forma, hoje educamos os filhos com mais amor, mais carinho e mais atenção. O governo tem de dar mais atenção às pequenas empresas, que são uma mais — valia para este país. Tratá-las com mais carinho, aceitá-las.» [Produtora de enchidos]

Como forma de captar iniciativas empresariais para o interior sugere-se a criação de incentivos fiscais para os que aí queiram instalar-se.

«... neste negócio no interior pouco habitado devia haver isenção de alguns encargos com Finanças, redução de qualquer coisa, por exemplo, de Segurança Social, das contribuições que pagamos. Podia haver uma redução.» [Empresária de restauração]

A possibilidade de integração das actividades de pequena escala num turismo selectivo de qualidade aliado à componente da animação

Uma artesã reconhece que, num momento de sobrecarga de trabalho, deixou passar a oportunidade de ser incluída na rota da cerâmica.

No entanto, tem ideias bem concretas para o futuro. Sugere a criação de espaços de exposição e de comercialização dos produtos artesanais, de forma a dar visibilidade ao trabalho e a garantir o escoamento da produção. Estes espaços, que poderiam incorporar a experimentação ao vivo, deveriam multiplicar-se, no território de proximidade e nos grandes centros.

«[...] Deveria haver espaços onde o nosso trabalho estivesse exposto de maneira a enriquecê-lo mais. [...] Nos próprios postos de turismo

ter locais de venda, as próprias Câmaras, Juntas de Freguesia. [...] Criarem uma montra do artesanato e dos artistas portugueses. Nos locais históricos que se podem visitar por todo o concelho. [...] Teríamos um espaço de venda, material de todos, e também um espaço onde pudéssemos dar ateliês e estar a trabalhar ao vivo. [...] Depois deveria haver nos grandes centros, nem que fosse rotativo, para abranger todos os artesãos e artistas. Um espaço onde se pudesse circular, onde mantivessem sempre alguma amostra de alguns.» [Artesã de produção de cerâmica e de azulejaria]

Também no caso da restauração se defende a ligação à actividade turística. Apesar das dificuldades que a localização na serra coloca, há iniciativas que podem trazer clientes. Daí o terem sido efectuados contactos com empresas organizadoras de percursos turísticos para garantir a inclusão do restaurante nos seus roteiros.

Por outro lado, surgiu recentemente a «Via Algarviana»*, que pode ser percorrida a pé, de bicicleta ou a cavalo. Nos últimos tempos tem havido um esforço para desviar as rotas até ao restaurante.

«[...] com a Via Algarviana, passa relativamente perto daqui [...] Nós estamos um pouco desviados. E eles passam a pé, em BTT ou equestre. Eles têm tentado sempre desviar-se quando vão fazer alguns passeios. Também é há relativamente pouco tempo que a via Algarviana está aberta. Mas quando fazem passeios, têm tentado chegar aqui. Comunicam-nos para arranjar o almoço ou o jantar.» [Filho da empresária de restauração]

Ainda se refere a possibilidade de enriquecer o serviço de restauração com animação. No entanto, os tempos são de contenção e qualquer nova actividade implica mais burocracia, olhada com muitas reservas.

O filho da empresária refere, ainda, a necessidade de a Câmara investir na divulgação e animação do território interior, deixando de se centrar, exclusivamente, na cidade.

«[...] divulgação, acho que é um passo importante. Algumas actividades que dêem a conhecer o interior, tipo uma feira ou um festival de Verão, quando as pessoas estão de férias aqui em Loulé. [...] Eles

* Grande via que atravessa o interior do Algarve, desde o Guadiana até à Costa Vicentina.

até têm esse tipo de actividade, mas está tudo centrado na cidade de Loulé.» [Filho da empresária de restauração]

Tornar visível a actividade económica de pequena escala

A actividade económica de pequena escala precisa de visibilidade social. O poder político tem de assumir esse desígnio, procurando favorecer condições de trabalho dignas e remuneração justa para as pessoas directamente ligadas a estas actividades.

A este respeito a artesã tradicional esboça, dubitativa, uma eventual proposta.

«[...] era preciso que houvesse alguém, uma entidade, que desse um ordenado a uma pessoa, num lugar que não fosse em casa, e que ganhasse no final do mês o salário mínimo. [...] Era preciso que fosse uma entidade a fundo perdido, que desse o dinheiro àquelas pessoas e não olhasse às peças que eram feitas: pois se fossem vendidas, não davam o dinheiro de uma pessoa só que lá estivesse a trabalhar.» Acrescenta: «isso tinha de acontecer enquanto houvesse alguém que fosse lá e ensinasse essa dita pessoa a fazer, porque, se se perde por completo o que ainda há hoje, então é que não dá». [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

Se não for assim, há valores humanos, saberes e artes que se perdem.

«Agora, chega-se lá na loja, escolhe-se, paga-se e traz-se para casa, e não existe ligação nenhuma, não existe amor. Porque as coisas que fazemos, quando eu vendo lá na feira, eu olho para o dinheiro e fico a pensar: este dinheiro é igual ao outro, que eu vou ao supermercado e gasto. E aquela peça que eu vivi para ela, dei um pouco de mim em cada momento da confecção dela, eu vivi aquela passagem do começar do nada até a acabar.» [Artesã de confecção de objectos em esparto e palma]

Uma forma de valorizar as actividades poderia passar pela certificação de produtos e serviços. Não se trata de burocratizar mais os processos, mas de validar as competências e mais-valias inerentes aos bens propostos.

«Dev
portu
quem
fazer
de ce

O jovem
tros com
das lojas,
autonom

«Pen
sarm
sítio
se qu
balho
os pe
com

Trata-se
activida
Glo
social d
zação p
certifica
em estr

«Deveria haver um selo de certificado de origem da peça, de origem portuguesa e considerada artesanato. [...] Por exemplo, na bijutaria há quem se limite a comprar os materiais e a montá-los, e há outros que o fazem do princípio ao fim. Deveria haver uma diferenciação.» [Artesã de cerâmica e de azulejaria]

O jovem comerciante propõe a transformação das cidades em centros comerciais ao ar livre e pede apoio financeiro para a remodelação das lojas, dado que os comerciantes estão sem capacidade de a realizar autonomamente.

«Pensar no conceito de centro comercial ao ar livre. Sobretudo pensarmos numa questão urbanística, do que é que queremos para o sítio onde vivemos. Isto tem, obviamente, repercussões económicas, se queremos dar emprego às pessoas, se queremos criar postos de trabalho. Neste momento o comércio não consegue criar. Se somarem os postos de trabalho são muitos, são muitas famílias que vivem do comércio.» [Filho da empresária de comércio]

Trata-se de uma visão ousada, que propõe a integração da própria actividade numa dinâmica de promoção de todo o território urbano.

Globalmente, as propostas vão no sentido do reconhecimento social das actividades de pequena escala, o que passa pela sua valorização política, pela criação de condições de justiça económica, pela certificação da qualidade dos produtos e serviços e pela sua inclusão em estratégias de animação territorial.

As necessidades

O presente documento aponta as necessidades sentidas por estes actores, quer as que expressam de forma clara e organizada, quer as que transparecem nas suas palavras de modo latente, talvez porque menos apropriadas ao nível da consciência. O estudo apresenta, também, necessidades que não chegam a ser expressas mas que são igualmente reais e prementes na visão de quem analisa o material recolhido.

O modelo seguido para análise dessas necessidades é o que serve de referência ao estudo. (TESE, 2008)

Necessidades físicas e de recursos

Ao nível das necessidades físicas e de recursos salientam-se, essencialmente, as condições de trabalho necessárias para garantir a sobrevivência da diversidade de actividades em análise e dos seus empreendedores. Como denominador comum destaca-se a necessidade de certificação da qualidade dos produtos ou serviços emerge em todas as actividades — não num sentido burocrático e formal, mas enquanto mecanismo que permita a valorização social e a integração em planos de *marketing* territorial. Este desígnio podia ser realizado através de marcas regionais ou mesmo sub-regionais, dado que as actuais certificações não correspondem às necessidades* dos agentes.

Também é sentida a necessidade de diminuir os custos de instalação e funcionamento das actividades, resultantes, sobretudo, dos quadros legais existentes.

* As exigências feitas a quem pretende obter a certificação e os custos de funcionamento da estrutura de controlo e certificação são demasiado elevados para poderem interessar à maioria dos produtores de pequena escala.

2. ACTIVIDAD

Os proc
asfixiante, q
• a redução
ção de um
• a diminuiç
• a dedução
lho efectua
familiar;
• o fim do p

Os vários em
vel, simplifi
actualmente

Dadas as esp
seguida, assi
cada uma de

As necessida
físicas ou de
dade produt
tabilizar — e

No que
ção, os prod
• instalações
buição e d
higio-sani
• frequenter
cionamen
que dificu
dades prod
agrícolas;
• realizar inv
dução req
• na genera
-estar ani
mais flexí

Os produtores carecem de uma fiscalidade mais ajustada, menos asfixiante, que comporte:

- a redução do número de taxas e impostos, tendendo para a imposição de uma taxa única;
- a diminuição do IVA;
- a dedução na matéria colectável do valor correspondente ao trabalho efectuado pelos produtores e demais elementos do agregado familiar;
- o fim do pagamento especial por conta.

Os vários empresários sentem, também, que seria necessário, e possível, simplificar a contabilidade, diminuindo a despesa que representa actualmente.

Dadas as especificidades de cada uma das actividades, importa, em seguida, assinalar as necessidades mais relevantes que se colocam a cada uma delas.

Produção agro-alimentar

As necessidades consideradas podem não constituir, em si, necessidades físicas ou de recursos, mas todas estão associadas ao exercício da actividade produtiva — em termos de a possibilitar, favorecer, potenciar, rentabilizar — e têm implicação nos rendimentos que dela resultam.

No que diz respeito às condições de regulamentação da produção, os produtores agro-alimentares têm necessidade de:

- instalações e equipamentos para produção, armazenamento, distribuição e comercialização, que satisfaçam a exigente legislação de higio-sanidade, bem-estar animal e segurança no trabalho;
- frequentemente, tornear ou ultrapassar os constrangedores condicionamentos resultantes de políticas de ordenamento do território que dificultam (quando não impossibilitam) a instalação das actividades produtivas em meio rural, e nomeadamente nas explorações agrícolas;
- realizar investimentos pesados para se dotar das condições de produção requeridas.
- na generalidade, a higio-sanidade, segurança no trabalho e bem-estar animal poderiam ser satisfeitos no quadro de normativos mais flexíveis e ligeiros, pensados em função da pequena escala da

produção. Embora as exigências impostas pela União Europeia sejam grandes, há uma margem de interpretação e de manobra que pode e deve ser assumida pelo Estado Português.

Sendo assim, não basta concentrar os esforços no apoio à instalação das unidades, é fundamental investir na produção de quadros legais que facilitem o licenciamento e o normal funcionamento das unidades produtivas.

Em termos da viabilização das produções e valorização dos produtos, os produtores agro-alimentares de pequena escala têm necessidade de:

- infra-estruturas de apoio ao exercício da actividade produtiva*, como matadouros de proximidade** (para os produtores que fazem transformação de carnes, ou centrais meleiras, para os apicultores);
- apoio à criação, multiplicação e consolidação de circuitos curtos, favorecendo a maior proximidade possível entre a produção e o consumo, através de:
 - manutenção de feiras já existentes e criação de novas, e também da aposta na sua crescente qualificação;
 - reforço, ou criação em muitos casos, de formas de comercialização directa pelos produtores em espaços como mercados (municipais ou de freguesia) ou lojas de produtos locais de qualidade, nas próprias explorações***;
 - criação de esquemas de entrega, mediante subscrição, de cabazes de produtos locais, ao domicílio ou em espaço considerado apropriado pelos produtores e consumidores.

Em termos de enquadramento geral, existe ainda necessidade de:

- apoiar a manutenção e reforço da actividade agrícola e as explorações familiares;

* A escala da produção e a fragilidade actual destes agentes produtivos não lhes permite avançar sozinhos para a criação destas infra-estruturas e não parece haver agentes privados interessados em avançar, na expectativa de um longo período de retorno do capital investido.

** Mesmo um matadouro regional pode não assegurar resposta adequada a necessidades mais específicas de pequenos e médios produtores. Um exemplo, apenas. Não era possível matar e desmembrar no matadouro do Algarve os borregos de produção biológica provenientes de uma quinta da Serra do Caldeirão, porque nada garantia que a carne que se receberia no final correspondia à dos animais entregues inicialmente, perdendo-se o benefício de a poder comercializar como carne de produção biológica. A pequena escala requer infra-estruturas colectivas de apoio adequadas à sua dimensão

*** O que será facilitado pela criação de rotas específicas para visitantes exteriores, pela sinalização adequada de todos estes produtores e pela divulgação da sua actividade.

- propiciar a criação de bolsas de terra que facilitem a instalação de jovens agricultores e, eventualmente, de neo-rurais;
- criar dispositivos de mediação entre proprietários de terra e proprietários de rebanhos que facilitem a utilização pelos segundos da terra dos primeiros em condições contratuais formalizadas.

Este último tipo de necessidades, em particular, exige uma abordagem do mundo rural e da actividade agrícola, nomeadamente das explorações familiares pluriactivas, muito distinta da praticada nas últimas décadas.

Ora, essa abordagem só será possível com a adopção pelos políticos e pelos técnicos de uma postura que conjugue:

- a aposta num mundo rural vivo e activo, em que os agricultores tenham uma palavra determinante na definição das políticas;
- o reforço de uma actividade agrária multifuncional e sustentável;
- o reconhecimento de que na base do comportamento dos agricultores (em sentido lato) existe uma racionalidade camponesa e não um obscura e anacrónica resistência à mudança.

Artesanato

Os artesãos não se confrontam com exigências tão pesadas em termos de instalações e equipamentos, mas partilham muitas necessidades com os transformadores agro-alimentares de pequena escala.

Em termos da viabilização das suas actividades e valorização dos produtos, os artesãos têm necessidade de ver garantidas:

- condições favoráveis à promoção e comercialização dos produtos:
 - manutenção de feiras já existentes e criação de novas, circunscrevendo claramente os vários tipos de artesanato e descriminando positivamente o artesanato de qualidade;
 - sinalização das oficinas dos artesãos e integração destes espaços de trabalho em rotas turísticas, mais ou menos especializadas;
 - colocação dos seu produtos à venda nos postos de turismo do território em que se inscreve a produção;
 - criação de galerias de exposição e venda dos produtos, de iniciativa autárquica, associando, sempre que possível, espaços de trabalho ao vivo, em que poderão ser organizados ateliês para visitantes, e especialmente para crianças,
 - instalação de galerias de exposição e venda, de âmbito nacional,

nas maiores cidades, onde poderá haver também espaços de trabalho ao vivo e ateliês;

- apoio à participação em feiras e outros eventos, garantindo custos controlados de participação e aluguer de *stands* e concessão de subsídio para as despesas com alimentação, alojamento e deslocação;
- incentivo ao contacto e cruzamento entre artesãos, artistas e *designers*, com vista à criação de produções conjuntas*.

Alguns tipos de artesanato não são passíveis de ser transformados em actividades economicamente viáveis. Nesses casos, é preciso responder à necessidade de os artesãos auferirem de um rendimento digno e à necessidade de a sociedade assegurar a sobrevivência de um património cultural importante. A resposta poderá ser encontrada através do enquadramento dos artesãos em espaços institucionais de carácter museológico, que lhes assegurem um rendimento regular e dêem a conhecer a sua actividade e produtos, inserindo-os numa tradição com valor cultural reconhecido. Esta opção permitiria desenvolver, em simultâneo, uma componente de animação que tanto escasseia nos territórios.

A regularização da actividade não deveria requerer a duplicação de processos actualmente existente, em que se exige, em simultâneo, a detenção do cartão de artesão e o documento relativo à unidade produtiva.

Restauração

Relativamente ao exercício da sua actividade dentro das normas legais existentes, os restauradores têm necessidade de:

- dotar-se de instalações e equipamentos que correspondam aos exigentes normativos de higio-sanidade e segurança no trabalho, o que significa ultrapassar um processo de licenciamento difícil e penoso;
- realizar investimentos pesados para assegurar as condições requeridas pela confecção de alimentos e serviço de refeições.

Em termos de viabilização das suas actividades carecem de:

- planos e dinâmicas de desenvolvimento integrado para os territórios em que se inserem (particularmente os que se situam em zona

* Dois exemplos apenas. É possível ter artesãos a executar peças concebidas por *designers*, que requerem competências produtivas muito especializadas; como é desejável fomentar a colaboração entre artesãos e estilistas, decoradores ou artistas.

rural),

taurad

- a int

- a ass

maç

- a arti

gura

- a org

visit

- promo

numa p

- integ

- inclu

terri

- camp

- sinal

Relativa

ciantes t

- contar

josas)

- adquir

alugue

vestir

rência

Em terr

e dinâ

sem p

- revital

comér

- segu

- anir

- contro

ciais c

- campa

mos d

nuten

rural), que, entre outras virtualidades, poderão assegurar aos restauradores:

- a integração dos seus estabelecimentos em rotas turísticas;
- a associação a ofertas compósitas (alojamento, restauração e animação);
- a articulação com agricultores e com produtores locais (para assegurar oferta diferenciada);
- a organização de eventos ou ciclos de animação que atraiam os visitantes ao território;
- promoção adequada, que exige recursos financeiros e deve ser feita numa perspectiva abrangente, nomeadamente em termos territoriais
 - integração em *sites* promocionais do território (concelho e região);
 - inclusão em folhetos (de restauração, de rotas, de promoção do território, entre outros);
 - campanhas vocacionadas para divulgar e valorizar o território;
 - sinalética adequada, etc.

Pequeno comércio

Relativamente ao exercício da sua actividade, os pequenos comerciantes têm necessidade de:

- contar com instalações (espaços apropriados em localizações vantajosas) e equipamentos adequados ao comércio que praticam;
- adquirir o espaço ou pagar uma renda mensal (que no caso de novos alugueres é elevada), obter o equipamento de apoio requerido e investir na apresentação da sua loja (numa situação de grande concorrência e de rápida mudança dos gostos e dos consumos).

Em termos de viabilização das suas actividades, carecem de planos e dinâmicas de defesa e promoção do pequeno comércio, que passem por:

- revitalização dos centros urbanos, transformando as suas áreas de comércio em centros comerciais ao ar livre que garantam:
 - segurança, limpeza e condições de sociabilidade agradáveis;
 - animação que atraia o público;
- controlo da actual proliferação indiscriminada de centros comerciais como espaços próprios separados da malha urbana;
- campanhas de informação sobre o valor do pequeno comércio, em termos de postos de trabalho, relação humana, serviços pós-venda, manutenção de centros urbanos vivos e dinamização da economia local;

- eventualmente, estratégias radicais, como a criação de moedas locais*. Ao invés de se utilizar a moeda corrente, os consumidores poderiam utilizar moedas alternativas como sistema de troca, incentivando ao consumo dos produtos locais. Em alguns contextos já existem sistemas mais aprofundados que deram origem à criação de bancos comunitários.

Necessidades de competências e capacidades

Mesmo havendo investimento na formação por parte de alguns, todos têm necessidade de formação específica sobre a sua actividade, como forma de complementar a aprendizagem realizada através do próprio trabalho. As várias actividades partilham necessidades de capacitação em:

- quadros legais e política de qualidade, para que não se limitem a fingir que cumprem mas se apropriem do que pode, efectivamente, garantir maior qualidade às condições de trabalho, produção e produtos;
- prospecção do mercado e *marketing*, para detectar os possíveis clientes, conhecer as suas preferências e expectativas e desenhar estratégias básicas para os atrair;
- organização colectiva, para negociar enquanto interlocutores credíveis com o poder político (autárquico, regional e central), mas também com outros agentes económicos, promover e controlar o funcionamento de marcas certificadas, implementar esquemas de abastecimento conjunto em equipamentos e matérias-primas, conceber e fazer funcionar sistemas de distribuição e comercialização dos seus produtos.

Entre as várias actividades regista-se igualmente a necessidade de apoio e enquadramento técnico por parte de estruturas de animação e promoção do desenvolvimento local.

Entre a restauração e o pequeno comércio, é igualmente comum a necessidade de formação inicial em línguas, para permitir a comunicação com visitantes estrangeiros das nacionalidades mais frequentes.

* A título de exemplo refira-se que no Reino Unido estão a realizar-se experiências de moeda social em algumas cidades (como Brixton — bairro no sul de Londres, ou Leeds), ajudando a relançar o comércio e a produção local e a vivificar os laços entre as pessoas

A f
como a
de mod
cas recl
empres
aos ritm

Os
particip
process
tação e

Os tran
sidade
ções esp
ou em c
saberes
entre tr

Os arte
relativ
ou «mo
formaç
caso do
do pass

Er
tores d
No ent
pluri-r
para en
menos
encont
artesar

* Trata-
dade con

A formação a realizar pode requerer modalidades mais flexíveis como a formação-acção. E pode exigir formação individualizada, de modo a possibilitar o desenvolvimento das competências específicas reclamadas pelas características únicas de cada uma das unidades empresariais. Por outro lado, exige-se uma formação que se adapte aos ritmos da laboração.

Os processos de formação terão de apostar em metodologias participativas, colocando os empresários em posição de sujeitos no processo de diagnóstico dos problemas e de concepção, implementação e avaliação das possíveis soluções.

Produção agro-alimentar

Os transformadores agro-alimentares de pequena escala têm necessidade de capacitação ao nível das técnicas relativas às suas produções específicas: os saberes empíricos desenvolvidos junto da família ou em contacto com os seus pares têm de ser complementados com saberes científicos e técnicos, numa estratégia de interacção criativa entre tradição e inovação.

Artesanato

Os artesãos revelam necessidades de capacitação ao nível das técnicas relativas às suas produções específicas, sejam artesãos tradicionais ou «modernos»^{*}. Por outro lado, ainda se identificam necessidades de formação na área do *design*, para garantir capacidade de inovação no caso do artesanato «moderno» e de refuncionalização das propostas do passado no tocante ao artesanato dito tradicional.

Em termos de afirmação do sector, há que privilegiar os produtores que fazem da actividade artesanal o seu meio de subsistência. No entanto, numa perspectiva de viabilização da pluriactividade e pluri-rendimento, que podem configurar estratégias interessantes para enfrentar a actual crise, ou mesmo constituir opções mais ou menos generalizadas numa sociedade pós-industrial, é importante encontrar formas de apoiar os restantes amadores e praticantes do artesanato.

* Trata-se, uma vez mais, de uma designação inadequada, para ser lida na complementaridade com a designação artesanato tradicional.

Restauração

Os pequenos empresários de restauração têm necessidade de capacitação em diversas áreas:

- gastronomia, para que possam definir uma oferta diferenciada e de qualidade (sendo necessário conhecimento e respeito da gastronomia do território, acesso a outras formas gastronómicas* e capacidade de harmonizar tudo numa oferta interessante);
- dietética, para que possam estabelecer ofertas criteriosas do ponto de vista alimentar**;
- atendimento e serviço à mesa, para assegurar eficiência e civilidade;
- organização e decoração dos espaços, para garantir funcionalidade e qualidade global da oferta.

É de referir, ainda, que os pequenos empresários de restauração têm necessidade de apoio e enquadramento técnico por parte de estruturas especializadas, nomeadamente de animação e promoção do desenvolvimento local.

Pequeno comércio

Os pequenos comerciantes têm necessidades de capacitação nas áreas de decoração e vitrinismo para tornar o seu espaço funcional e aprazível. Também carecem de formação em atendimento, para assegurar uma comunicação e serviço eficientes e calorosos.

Necessidades sócio-afectivas

As várias actividades apresentam necessidades sócio-afectivas bastante diferenciadas. Poderíamos pensar que seriam bem-vindos suportes de substituição, para permitir descanso e férias a estas pessoas. No entanto, torna-se difícil montá-los sem prejuízo da parca rentabilidade económica destas actividades, nomeadamente na produção artesanal.

* Basta pensar que é cada vez maior o número de pessoas que exige uma alimentação vegetariana ou que prefere uma refeição mais ligeira.

** O que poderá estabelecer a diferença se o restaurante receber um número significativo de pessoas idosas ou de crianças ou se servir alguns clientes numa base mais regular.

Nesta dime

- criação de
- res gozar o
- intensifica
- tratégias (
- favorecimo
- abastecim
- dores de p
- existência
- mobilizaçã
- ta, ao níve
- realizaçã
- dos seus
- organiza
- contact

Neste camp
para a famíli
É que a
sãos a adopt
tempo cons

Não é fácil
mente aos p
No ent
restauração
rada como t
implica. A n
nheira do p

* Esta necessi
em termos de c
** Há hoje un
tendo alguns de

Produção agro-alimentar

Nesta dimensão, sobressaem as seguintes necessidades:

- criação de esquemas de substituição que permitam a estes produtores gozar de períodos de férias e descanso*;
- intensificação dos relacionamentos sociais, através de múltiplas estratégias (sem pretensão de exaustividade);
- favorecimento dos circuitos curtos, especialmente sob a forma de abastecimento directo junto dos produtores por parte de consumidores de proximidade;
- existência de rotas que tragam visitantes externos às unidades;
- mobilização dos produtores para espaços de comercialização directa, ao nível da freguesia, município ou sub-região;
 - realização de feiras e certames de promoção e comercialização dos seus produtos;
 - organização de viagens e visitas de estudo que os coloquem em contacto com produtores e experiências congéneres.

Artesanato

Neste campo, a grande necessidade é a de dispor de tempo para si, para a família e para o relacionamento social.

É que a baixa do poder de compra e a falta de procura levam os artesãos a adoptar estratégias que se saldaram pela necessidade de dilatar o tempo consagrado à produção e à participação em feiras e certames**.

Restauração

Não é fácil indicar necessidades sócio-afectivas específicas relativamente aos pequenos empresários de restauração.

No entanto, foi possível verificar que o filho da empresária de restauração deseja encontrar uma actividade complementar, encarada como um antídoto para a rotina e estreiteza que o restaurante implica. A mesma insatisfação com a rotina foi detectada na companhia do produtor de queijo de leite de cabra. Talvez seja mais uma

* Esta necessidade é particularmente premente no caso dos mais jovens, mais exigentes em termos de condições de vida.

** Há hoje unidades artesanais que asseguram presença em cerca de 50 feiras por ano, tendo alguns destes acontecimentos uma duração superior a uma semana.

questão que se coloca a gente jovem e não tanto um problema associado a uma actividade profissional específica.

Pequeno comércio

Os pequenos comerciantes precisam de ultrapassar a situação de dispersão e isolamento em que se encontram actualmente, apostados na mera sobrevivência, em muitos casos sem qualquer perspectiva de continuidade familiar e sem qualquer estratégia consistente de viabilização do seu negócio.

É urgente apostar na criação de uma identidade social estável e positiva e na organização do sector, de modo que os pequenos comerciantes possam participar no processo de diagnóstico dos problemas que os afectam e de concepção e implementação de estratégias que visem superá-los.

É importante fomentar a consciência de que o combate a travar lhes diz respeito mas também interessa à sociedade em geral: está em jogo a manutenção de centros urbanos vivos e até o tipo de modelo económico que regulará a vida dos cidadãos.

Necessidades de desenvolvimento pessoal e de bem-estar

Ao nível do desenvolvimento pessoal e do bem-estar, há uma necessidade que é partilhada, a de reconhecimento e valorização social das actividades e dos produtos e serviços propostos.

No caso dos produtores agro-alimentares, essa necessidade poderá encontrar resposta através das múltiplas estratégias referidas no ponto anterior. Vai requerer, também, uma atitude distinta por parte das administrações e poder político, traduzida num novo relacionamento com estes actores e na aposta de os fazer reconhecer e valorizar, e às suas actividades produtivas, pela sociedade em geral.

No artesanato, a necessidade referida pode encontrar resposta através de um conjunto diversificado de meios:

- políticas de discriminação positiva e promoção do artesanato de qualidade;
- qualificação e dignificação de feiras e certames centrados no artesanato ou em que o artesanato se integra;
- existência de espaços de divulgação, promoção e comercialização com condições e imagem equivalentes às das galerias de arte;

- funcionamento o público em
- realização de c jovens, numa p de experiment profissão;
- fomento do co tistas e *designer*

Os empresários reconhecimento autarquias e soci

Os pequen cimento da soci preguiçosos e re damente autarq de centros come

Os pequen novos horizont morte anunciad

Sínte

GRUPO DE NECESSIDADES	NEC ESP
FÍSICAS E RECURSOS	Inv pes equ esp des da
	No flex
	Inf de cíc da div

- funcionamento de ateliês que permitam aos artesãos contactar com o público em torno da iniciação às suas criações e produções;
- realização de classes de artesanato, especialmente para crianças e jovens, numa perspectiva de salvaguarda patrimonial, mas também de experimentação de ofícios que podem constituir uma futura profissão;
- fomento do contacto e das oportunidades de colaboração com artistas e *designers*.

Os empresários de restauração revelam também necessidade de reconhecimento e valorização social, da parte das suas comunidades, autarquias e sociedade em geral.

Os pequenos comerciantes revelam necessidade de reconhecimento da sociedade — na sua opinião, os outros consideram-nos preguiçosos e reivindicativos — e dos poderes constituídos, nomeadamente autarquias — responsáveis, segundo eles, pela proliferação de centros comerciais e pelo abandono a que se encontram votados.

Os pequenos comerciantes têm necessidade de estabilidade e de novos horizontes, num momento em que tudo parece indicar a sua morte anunciada.

QUADRO 5
Síntese das necessidades das actividades económicas
de pequena escala

GRUPO DE NECESSIDADES	NECESSIDADE ESPECÍFICA	PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR	PRODUÇÃO ARTESANAL	RESTAURAÇÃO	PEQUENO COMÉRCIO A RETALHIO
FÍSICAS E RECURSOS	Investimento pesado em equipamentos específicos para desenvolvimento da actividade	ü		ü	ü
	Normativas mais flexíveis	ü		ü	
	Infra-estruturas de apoio ao exercício da actividade e suporte à divulgação	ü	ü	ü	ü

GRUPO DE NECESSIDADES	NECESSIDADE ESPECÍFICA	PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR	PRODUÇÃO ARTESANAL	RESTAURAÇÃO	PEQUENO COMÉRCIO A RETALHO
FÍSICAS E RECURSOS	Certificação de qualidade	ü	ü	ü	ü
	Manutenção/ Realização de eventos para escoamento de produtos	ü	ü	ü	
	Menor carga fiscal	ü	ü	ü	ü
	Criação de circuitos curtos de comercialização	ü	ü		
	Garante de um rendimento digno de subsistência		ü		
	Apoio técnico e financeiro e reconfiguração da actividade	ü	ü		ü
COMPETÊNCIAS E CAPACIDADES	Capacitação sobre técnicas específicas de produção/ recolheção	ü	ü	ü	
	Capacitação sobre quadros legais e política de qualidade	ü	ü	ü	ü
	Capacitação sobre marketing e comercialização	ü	ü	ü	ü
	Organização colectiva	ü	ü	ü	ü
	Formação em línguas estrangeiras	ü	ü	ü	ü
	Formação-acção individualizada e adaptada aos timings das empresas	ü	ü	ü	ü

GRUPO DE NECESSIDADES	NECESSIDADE ESPECÍFICA
COMPETÊNCIAS E CAPACIDADES	Apnh co de de de loc
	Ini da soc em —
SÓCIO-AFFECTIVAS	Re da de pro
	Re me zaç act
DESENVOLVIMENTO PESSOAL E BEM-ESTAR	Op çã de qu o u ter e d

GRUPO DE NECESSIDADES	NECESSIDADE ESPECÍFICA	PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR	PRODUÇÃO ARTESANAL	RESTAURAÇÃO	PEQUENO COMÉRCIO A RETALHO
COMPETÊNCIAS E CAPACIDADES	Apoio e acompanhamento técnico de estruturas de animação e de promoção do desenvolvimento local	ü		ü	
SÓCIO-AFECTIVAS	Intensificação das relações sociais entre empresário/a — cliente	ü			
	Reforço positivo da identidade social da profissão	ü	ü	ü	ü
DESENVOLVIMENTO PESSOAL E BEM-ESTAR	Reconhecimento e valorização social da actividade	ü	ü	ü	ü
	Operacionalização de sistemas de substituição que permitam o usufruto de tempo para férias e descanso	ü	ü		

Recomendações

As recomendações são organizadas a partir de duas dimensões de actuação: por um lado, propostas relacionadas com respostas inexistentes ou insuficientes e, por outro, formas de adequar as respostas existentes de modo a melhorar as condições de vida e de subsistência destes empreendedores.

Respostas inexistentes ou insuficientes

OBJECTIVO 1.1. Criar circuitos curtos de comercialização e de distribuição, que facilitem as trocas de proximidade e uma relação directa entre o produtor e o consumidor

ITÁLIA E AS PRÁTICAS DE VALORIZAÇÃO DOS PRODUTOS DE QUALIDADE
Seguindo as orientações comunitárias [COM(2008)400], no âmbito da implementação da estratégia nacional para o desenvolvimento sustentável e da Agenda 21, foi desenhado o manual para a «Aquisição pública Verde». Aqui se privilegia a introdução de produtos biológicos nas cantinas escolares (que em Ferrara, no Norte de Itália, já representa mais de 80% dos produtos dessas cantinas) a par do consumo de produtos de estação.

Entre outras acções de valorização dos produtos locais e de qualidade, a região da Toscana tem implementada a lei regional 18/2002 (alterada em 2007), que regula a introdução de produtos biológicos, típicos e tradicionais nas cantinas públicas e no programa de educação alimentar da região. Contempla a possibilidade de financiamento aos municípios, entidades na área da saúde e de educação superior, para utilização desses produtos nas cantinas escolares, bem como no serviço de refeições do Hospital Universitário aos seus pacientes.

Prevê ainda programas de educação pessoal escolar e a introdução do mo

Proporciona rede regional de d te para a realizaçã ços locais e acordos sectores — restaur produtos de qualic

Também na lamentos que visuais nas cantinas Mense Bio» que v além disso, dispõe do consumo e da

Fontes: <http://www.itaebook.it.pdf>; <http://servizi.regione.toscana.it/educazione-alimentare> de Março de 2010]

ACÇÃO 1.1.1. Rev

cimento das cant Actualmente nã A contratação de me geral da com de refeições que alguns programas tanto, são opções

Não pondo circulação de be concursos públicos a uma maior pr A escolha de pro como de ement para uma educa longo prazo e a p

Também po produtos frescos

Prevê ainda financiamento aos municípios que introduzam programas de educação nutricional, assim como apoio à formação do pessoal escolar e dos trabalhadores dos serviços para que promovam a introdução do modelo da dieta mediterrânica.

Proporciona financiamento (80% das despesas elegíveis) para uma rede regional de distribuição directa dos produtos locais, nomeadamente para a realização de mercados agrícolas, espaços de produtores, espaços locais e acordos sectoriais (entre produtores e profissionais de outros sectores — restauração, comércio ou turismo) para incentivo à venda de produtos de qualidade e de origem local.

Também na região de Emilia Romagna há um conjunto de regulamentos que visam a introdução dos produtos de qualidade e regionais nas cantinas das escolas públicas. Criaram um serviço «Sportello Mense Bio» que visa apoiar a administração regional nessa missão. Para além disso, dispõe de um programa trienal específico para a orientação do consumo e da educação alimentar.

Fontes: http://www.itaca.org/documenti/Specialc%20contratti/buying_green_handbook_it.pdf; http://servizi.comune.fe.it/attach/agenda21/docs/manuale_acquisti_vardi.pdf; <http://www.regione.toscana.it>; <https://www.ccmestgicoflora.it/La-pagina-del-consumatore/Educazione-alimentare>; <http://www.sportellomensebio.it/index.php>. [consulta realizada a 15 de Março de 2010]

Accão 1.1.1. Revisão da legislação relativa aos contratos para abastecimento das cantinas escolares

Actualmente não existe legislação que oriente as ementas escolares. A contratação do abastecimento das cantinas escolares segue o regime geral da contratação pública. Há contratos para fornecimento de refeições que revelam preocupação com a qualidade nutricional e alguns programas visam a introdução da dieta mediterrânica. No entanto, são opções da exclusiva responsabilidade dos municípios.

Não pondo em causa a legislação comunitária referente à livre circulação de bens e o direito que assiste às empresas de aceder aos concursos públicos, seria possível adoptar cláusulas que conduzissem a uma maior proximidade entre os produtores e os consumidores. A escolha de produtos biológicos ou de qualidade (DOP/IGP), assim como de ementas regionais ou locais, seria um contributo valioso para uma educação alimentar, a valorização destas produções no longo prazo e a promoção da saúde das crianças e jovens no ensino.

Também podem ser identificadas regras relativas à distribuição dos produtos frescos, em particular dos hortícolas, nomeadamente através

da limitação da distância de deslocação e do tempo entre a recolha e a transformação, com efeitos evidentes em termos da qualidade alimentar e impacto ambiental. Se esta opção pode condicionar as fontes de abastecimento por parte das empresas fornecedoras de refeições ou bens alimentares, contribui, por outro lado, para a implementação das sugestões contidas na comunicação da Comissão Europeia relativa aos «contratos públicos ecológicos» [COM(2008) 400], definidos enquanto processos mediante os quais «as autoridades públicas procuram adquirir bens, serviços e obras com um impacto ambiental reduzido em todo o seu ciclo de vida quando comparado com bens, serviços e obras com a mesma função primária que seriam de outro modo adquiridos».

ACÇÃO 1.1.2. Criação de plataformas *web* para comercialização *on-line* de produtos agro-alimentares e artesanais

O comércio electrónico tem cada vez maior importância: pode facilitar o acesso de produtos de pequena escala a consumidores menos próximos, permite associar um leque mais alargado de produtores, favorecendo a inclusão de produções mais reduzidas, torna possível integrar a venda de produtos artesanais. Trata-se de um campo de acção passível de ser dinamizado pelas associações de desenvolvimento local, com o envolvimento dos próprios produtores.

ACÇÃO 1.1.3. Realização das feiras de produção agro-alimentar e artesanal dando privilégio aos produtores locais e regionais

A importância das feiras e dos mercados para o escoamento dos produtos agro-alimentares e artesanais é reconhecida mas nem sempre os custos de participação podem ser suportados pelos produtores de pequena escala. Por outro lado, feiras e mercados que tinham características locais vêm perdendo as suas raízes identitárias. Privilegiar estes produtores não é apenas um apoio à sua sustentabilidade, traduz-se também numa mais-valia em termos de promoção turística e consumo sustentável.

Trata-se de uma acção que pode ser operacionalizada através da discriminação positiva dos produtores agro-alimentares ou produtos artesanais de base local na comercialização em mercados e feiras municipais. Pode ser feito através da isenção no pagamento de espaços para comercialização ou de apoios à deslocação dos produtores. Em Portugal, estas estratégias vão sendo implementadas de forma avulsa e muito dependente da estratégia dos municípios nesta maté-

ria. Loulé é através da por parte d Há est radas. É im lado, a com mais-valia p

OBJECTIVO actividade

O CONCEITO

De mo nidade, Cyr Quebeque, nal de Econ ou de artesa ou de um sa do público,

O con Workshops d Interpretaç leitura, doc

Para al elegibilidad tor, a qualic tradicionai elementos i mínimo de dólares, esta ço de recon

No Qu foi criado e

Fonte: <http://www>

ACÇÃO 1.2.1 to feito na r ver a experi

Nos últ núcleos mu

ria. Loulé é um dos concelhos que criaram esse tipo de incentivos, através da isenção de pagamento de espaços em feiras e mercados por parte dos produtores locais.

Há estratégias na promoção destes eventos que podem ser melhoradas. É importante que se diminua o efeito de sazonalidade. Por outro lado, a componente de experimentação da produção é sempre uma mais-valia para o visitante, pelo que também deve ser potenciada.

OBJECTIVO 1.2. Promover a animação territorial sustentada nas actividades económicas de base local

O CONCEITO E A REDE DE ECONOMUSEUS®

De modo a dar vida ao património e a aliar a tradição com a modernidade, Cyril Simard lançou o conceito de Economuseu®, a partir do Quebec, estando actualmente em funcionamento a Rede Internacional de Economuseus®. Um economuseu® é um negócio agro-alimentar ou de artesanato cujos produtos são resultado de uma técnica autêntica ou de um saber-fazer específico. O negócio contempla a participação do público, ao qual se propõe a interpretação da produção.

O conceito contempla seis componentes: 1) Recepção; 2) *Workshops* de produção; 3) Interpretação dos objectos do passado; 4) Interpretação da produção contemporânea; 5) Espaço público para leitura, documentação e arquivos; 6) Boutique ou espaço de vendas.

Para além destas funções, são delineados critérios específicos de elegibilidade, relacionados com a experiência profissional do produtor, a qualidade reconhecida dos produtos, a utilização de técnicas tradicionais na produção, a capacidade e vontade de introdução de elementos inovadores na produção, abertura ao público num período mínimo de quatro meses ao ano, ter uma produção mínima de 70 mil dólares, estar na proximidade de rotas turísticas, operação num espaço de reconhecida qualidade.

No Quebec existem 33 economuseus® e o primeiro na Europa foi criado em 2009, na Noruega.

Fonte: <http://www.economusees.com> [consulta realizada a 13 de Março de 2010]

Acção 1.2.1. Criação de museus «vivos», aproveitando o investimento feito na musealização de um conjunto de espaços para desenvolver a experimentação de produtos e a sua comercialização directa

Nos últimos anos têm proliferado os investimentos em museus e núcleos museológicos, em particular os de carácter etnográfico, sem

que seja visível uma clara vantagem económica e social para os territórios em que se enquadram. De resto, grande parte deles nem consta da rede portuguesa de museus. Aproveitando o facto de alguns não estarem sequer abertos de forma permanente e sabendo a dificuldade em afectar pessoal dos municípios a estes espaços, podem criar-se incentivos para integração nestes museus, de artesãos, de produtores agro-alimentares e mesmo de restauradores de cariz regional.

Nalguns casos, pode prever-se um complemento financeiro pelo serviço prestado à comunidade. No entanto, estes museus podem ser equacionados numa lógica empresarial, tal como os *economuseums*[®]. Os empresários poderiam aliar a produção à comercialização directa, e criar *workshops* de produção, proporcionando experimentação aos visitantes.

Trata-se de um estratégia que associa a prestação de um serviço público de interesse cultural à manutenção e sustentabilidade económica das actividades de pequena escala de cariz tradicional.

ACÇÃO 1.2.2. Ordenamento das cidades como «centros comerciais ao ar livre», abrindo lojas e actividades de produção local ao espaço envolvente

Ao nível nacional, os consumos estão cada vez mais centrados nos centros comerciais, onde é possível ter acesso a uma multiplicidade de bens e serviços a preços competitivos. No entanto, esta opção tem conduzido os «comerciantes tradicionais» a dificuldades de sobrevivência e ao esvaziamento dos centros das cidades. Esta é uma proposta feita directamente por um dos entrevistados, chamando a atenção para a necessidade de animação dos espaços onde subsistem actividades comerciais e para a possibilidade dos produtos das lojas serem vendidos no seu exterior. Quando se refere aos «centros comerciais ao ar livre», remete para a urgência de garantir uma nova centralidade aos cascos urbanos das cidades, impedindo a sua desertificação e morte. Também neste caso existe a oportunidade de aliar o comércio dos lojistas e a venda dos produtores agro-alimentares e artesanais. Enquadram-se neste domínio acções de algumas autarquias voltadas para a animação dos centros urbanos.

OBJECTIVO 1.3.

Promover a valorização social e económica da produção agro-alimentar e das actividades artesanais

O COMITÉ DE PROMOÇÃO DA REGIÃO NORD-PAS DE CALAIS E A MARCA SAVEURS EN'OR NO NORTE DE FRANÇA

No seio da de Promoção c -negócio; a pro ção da concert

Congrega Tem associad regionais, pro actividades pe pedagógico «A ças a riqueza d mentar, introd para o sentido

A marca « sas, tendo crite dos produtos: -primas têm de rios exigidos pe outra região ou dação da qualic que controla o encontrar todo 140 negócios,

Fonte: <http://www. www.saveurs-npdc>

ACÇÃO 1.3.1. I projectos edu

Já vai ser procuram inte agro-alimenta da «boa vanta parte de uma pedagógico ce mia e da Agric tar as escolas das produçõe práticas de co

São muito volvidas: reali

No seio da Região Nord-Pas de Calais foi constituído um Comité de Promoção que tem como missões: o apoio aos produtores e ao agro-negócio; a promoção da imagem gastronómica da região; a facilitação da concertação da promoção gastronómica.

Congrega como parceiros entidades públicas e privadas da região. Tem associado um *site* de gastronomia da região, que divulga receitas regionais, produtos, restaurantes, a marca «Saveurs en'Or» e propõe actividades pedagógicas. Neste domínio lançaram recentemente o *kit* pedagógico «Alice no país da gastronomia», que visa ensinar às crianças a riqueza da gastronomia regional, dar-lhes a conhecer a cadeia alimentar, introduzir referências a uma dieta equilibrada e despertá-las para o sentido identitário regional.

A marca «Saveurs en'Or» foi criada por um conjunto de 30 empresas, tendo critérios específicos para garantia da qualidade e da origem dos produtos: a produção tem de ser realizada na região, as matérias-primas têm de ser de origem regional desde que respondam aos critérios exigidos pelo produtor, não se aceitam produtos que façam alusão a outra região ou a outra cultura reconhecida e, por fim, é feita uma validação da qualidade dos produtos através de organização independente que controla o processo pelo menos uma vez por ano. No *site* é possível encontrar todos os produtos associados à marca. Agrega actualmente 140 negócios, 70 produtores e mais de 500 produtos regionais.

Fonte: <http://www.saveurs-npdc.com/public/>; <http://www.saveursenon.com/index.php>; http://www.saveurs-npdc.com/public/alice_theo/ [consulta realizada a 14 de Março de 2010]

Acção 1.3.1. Integração das práticas agro-alimentares e artesanais nos projectos educativos das escolas aos mais variados níveis de ensino

Já vai sendo mais comum encontrar projectos educativos que procuram integrar o conhecimento e experimentação de produções agro-alimentares e artesanais, mas resulta ainda do voluntarismo e da «boa vontade» de professores e escolas. É que esta prática não faz parte de uma estratégia nacional. O estabelecimento de um projecto pedagógico concertado entre os Ministérios da Educação, da Economia e da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas, poderia incitar as escolas a promover junto dos alunos actividades de valorização das produções, produtores e produtos, contribuindo também para práticas de consumo responsável.

São muitos os exemplos das actividades que podem ser desenvolvidas: realização de trabalhos sobre as actividades produtivas de

pequena escala, *workshops* nas escolas, visitas às unidades de produção, realização de hortas pedagógicas nas escolas...

ACÇÃO 1.3.2. Realização de *workshops* e de cursos de formação abertos à comunidade

A formação na área agro-alimentar e artesanal tem vindo a ser muito orientada para públicos vulneráveis. No entanto, é sabido que muitos das pessoas envolvidas, frequentemente em situação de desemprego, não se integram nas actividades em que se formaram e não chegam a criar o seu próprio emprego na área, como era esperado.

Mas há públicos que têm sensibilidade e vontade de conhecer a produção de cariz tradicional. São grupos de classes médias, simultaneamente, consumidores potenciais e interessados na valorização dos produtos locais e regionais. Nesse sentido, a formação dirigida a estes públicos é uma oportunidade que pode ser potenciada pelas associações de desenvolvimento local, autarquias, empresas e outras organizações.

ACÇÃO 1.3.3. Aposta em sistemas de marketing territorial integrado que englobe a divulgação e promoção das actividades de pequena escala

Se é certo que o marketing territorial faz, cada vez mais, parte das estratégias de desenvolvimento local e regional, a divulgação e promoção das actividades de cariz tradicional nem sempre são integradas nessas estratégias. Por outro lado, com excepção da promoção específica de alguns produtos de qualidade, não existem, em Portugal, marcas associadas à venda directa de produtos de pequena escala (através da restauração, de postos de artesanato, de distribuição de cabazes.).

É mais um campo de oportunidades que pode aliar actores diferenciados: empresas de transformação e de venda directa, produtores, autarquias, órgãos públicos regionais, associações de desenvolvimento e associações dos diferentes sectores.

ACÇÃO 1.3.4. Garantir sistemas sociais de protecção mais adequados às actividades económicas de pequena escala

A vulnerabilidade da pequena escala não resulta apenas das condições de competitividade no mercado, mas também da desigualdade face aos sistemas de protecção social. Não é à toa que muitas acti-

vidades têm um
são conseguida
recursos não ex
manutenção es

Estes emp
bilidade social
conta de outre

Deve acau
empendedor
de trabalhador
actualmente se

O actual s
o futuro (que e
rendimentos de

lidade e às flutu
por conta de ou
para a Seguranç

no mínimo, cen
desconta esse v
entidade patro

le percentualm
Mas, face à espe
um sistema que
contribuem dir

tenção da ident
A
OBJECTIVO 2.

ACÇÃO 2.1.1. Cr
industrial das p

A maior pa
cessos de licenc
existirem difer

industrial das gr
mos dar o exemp
nal n.º 28/2009/

vidades têm uma «morte anunciada». Na verdade, as receitas obtidas são conseguidas à custa da mobilização e exploração familiar. Se esses recursos não existissem ou não fossem passíveis de mobilização, a sua manutenção estaria claramente condicionada.

Estes empresários encontram-se em situações de maior vulnerabilidade social e económica do que a maioria dos trabalhadores por conta de outrem.

Deve acautelar-se o subsídio de desemprego para este tipo de empreendedores, na maior parte dos casos integrados na categoria de trabalhadores independentes/empresários em nome individual, actualmente sem direito a esta prestação social.

O actual sistema de descontos à Segurança Social não é justo e o futuro (que entrará em vigor no ano de 2011) tem em consideração rendimentos do ano anterior, o que em nada se adequa à imprevisibilidade e às flutuações de vendas destas actividades. Os trabalhadores por conta de outrem descontam, actualmente, 11% do seu rendimento para a Segurança Social, quando um trabalhador independente paga, no mínimo, cerca de 160€. Um trabalhador por conta de outrem só desconta esse valor se tiver um salário superior a 1400€. É certo que a entidade patronal desconta uma outra parte importante, que equivale percentualmente ao valor pago pelos trabalhadores independentes. Mas, face à especificidade destas produções e actividades, justifica-se um sistema que seja mais adequado e mais justo: estes trabalhadores contribuem directamente para a riqueza do nosso país e para a manutenção da identidade cultural dos territórios e comunidades.

Adequação das respostas existentes

OBJECTIVO 2.1. Rever os sistemas normativos vigentes

Ação 2.1.1. Criação de modelos simplificados para o licenciamento industrial das pequenas unidades produtivas

A maior parte das pequenas unidades produtivas passa por processos de licenciamento altamente complexos e morosos, dado não existirem diferenças significativas face ao modelo de licenciamento industrial das grandes unidades de produção. Ao nível nacional podemos dar o exemplo da legislação da Madeira (decreto legislativo regional n.º 28/2009/M de 25 de Setembro), em que se procura diminuir

os requisitos para o licenciamento industrial. A par do processo de licenciamento existe a componente do projecto arquitectónico da unidade, que «engrossa» significativamente a carga burocrática e o tempo de concretização do projecto. Não faz sentido que algumas destas pequenas unidades continuem a ter de esperar mais de 2 anos para ver a sua actividade licenciada: é um convite claro à ilegalidade e ao abandono. Numa altura em que existe uma estratégia de modernização e simplificação administrativa, pode considerar-se prioritário intervir neste domínio.

Acção 2.1.2. Implementação de regimes de excepção às regras e normativos legais aplicados às diferentes actividades económicas de pequena escala, tendo em conta a especificidade que decorre da sua dimensão, da sua função social e económica e do seu modo de produção

A pequena escala associa a pequena dimensão da produção à pequena dimensão da unidade de produção. As normas relativas ao funcionamento e à instalação destas actividades nem sempre se coadunam com a especificidade da produção a desenvolver. E isto é aplicável ao nível das normas de higiene e segurança alimentar (HACCP) e das normas relativas aos equipamentos e à construção/reabilitação das unidades de produção.

O reconhecimento da importância dos normativos, não impede a consciência da dificuldade de os implementar integralmente em situações específicas. De resto, alguns implicam custos elevados de instalação, inoportunos para a pequena escala. Exige-se um olhar específico, por actividade e unidade produtiva, apoiando os empreendedores a este nível.

Entidades reguladoras, associações de desenvolvimento, associações dos sectores devem trabalhar em conjunto, de modo a apoiar os empresários na aplicação adequada dos normativos e na revisão daqueles que podem ser simplificados, sem comprometer a qualidade e a segurança do produto final. A realização de um trabalho mais localizado junto dos empresários é urgente, bem como o apoio individualizado e a aplicação dos normativos de forma adaptada ao contexto de cada unidade.

Esta revisão e adaptação contextualizada contribuirá para a diminuição dos custos de instalação e funcionamento, responsáveis por grande parte das dificuldades experimentadas por estes empresários, e favorecerá o aparecimento de novos empreendedores.

Acção 2.1.3. das actividades

A maior de apoios ao adequadas aos outras norma

A maior zação comple realizada ao viabilidade e mas candida gera mais cus mente, quem

Por outra por lei, essa 100.000 euro se exige algo implica custo 100 euros.

Também administrati sentam uma

Acção 2.1.4.

Para pro nas unidades da empresa, ao funcionar ainda não se gam ao dest legislação p

Por out mente infor de legislação trabalhador ou tem de h pas especial produção.

Ação 2.1.3. Adaptação dos sistemas de incentivos à especificidade das actividades de pequena escala

A maior parte destas actividades pode efectivamente beneficiar de apoios ao investimento. No entanto, as exigências feitas são desadequadas aos contextos. E há casos em que se entra em conflito com outras normas relativas ao funcionamento das actividades.

A maior parte destes empresários não tem modos de organização complexos e a gestão das unidades faz-se pela aprendizagem realizada ao longo da vida. Dificilmente farão uso de um estudo de viabilidade económico-financeira, embora este seja exigido por algumas candidaturas a financiamento. Trata-se de um procedimento que gera mais custos para o empreendedor e que não clarifica, necessariamente, quem faz a gestão do financiamento.

Por outro lado, também se exige contabilidade organizada. Mas, por lei, essa obrigatoriedade só existe para facturação superior a 100.000 euros em dois anos consecutivos. É difícil perceber porque se exige algo que não é obrigatório, tanto mais quando a obrigação implica custos mensais com o serviço de contabilidade superiores a 100 euros.

Também a este nível se devem aplicar sistemas de simplificação administrativa, garantindo mais rendimento a actividades que representam uma mais-valia económica e social.

Ação 2.1.4. Cumprimento da legislação existente

Para proceder ao pedido de licenciamento industrial das pequenas unidades de produção, os empresários têm de se registar no portal da empresa, a partir da qual respondem a todas as questões relativas ao funcionamento da sua actividade. Como uma parte das autarquias ainda não se inscreveu nessa plataforma, os pedidos feitos não chegam ao destino. Neste caso tem de haver um claro cumprimento da legislação por parte das autarquias.

Por outro lado, é frequente os empresários não serem correctamente informados pelos serviços, que lhes fazem exigências em nome de legislações que já não estão em vigor. Isto não pode acontecer: os trabalhadores destes serviços devem ser alvo de formação contínua ou tem de haver uma gestão centralizada destes processos, com equipas especializadas na instalação de pequenas empresas e unidades de produção.

ACÇÃO 2.1.5. Abolição da dupla tributação sobre alguns produtos agro-alimentares

Deve ser abolida a dupla tributação dos produtos agro-alimentares, até a bem do próprio consumidor. É o caso de bebidas alcoólicas como a aguardente de medronho, que pagam imposto sobre o álcool e IVA, não relativo ao valor base do produto, mas ao valor que integra o imposto sobre o álcool.

OBJECTIVO 2.2. Aproximar os decisores políticos e as entidades reguladoras das actividades económicas de pequena escala

ACÇÃO 2.2.1. Criação de espaços de interlocução entre representantes do Governo e deputados europeus e nacionais, por um lado, e empresários da pequena escala, por outro

Por mais que se fale em pequenas e micro empresas, percebe-se claramente que há uma distância entre os discursos políticos e o contexto territorial em que estas actividades de pequena escala se desenvolvem. É efectivamente necessário um trabalho de diálogo directo entre governantes e governados. Não se trata de dialogar com os representantes dos sectores, dado que muitas destas actividades de pequena escala nem sequer estão integradas em associações ou não se revêem nas existentes. Uma acção a desenvolver é a deslocação aos territórios de membros do Governo e de grupos parlamentares (eleitos para o parlamento nacional e europeu). Só no contacto directo e regular com estas unidades se tem consciência da distância entre as regras impostas e a realidade concreta em que operam.

ACÇÃO 2.2.2. Promoção de uma atitude pedagógica por parte das entidades reguladoras junto das actividades de pequena escala

As descrições relativas às actuações das entidades reguladoras junto das actividades de pequena escala não abonam muito a seu favor. É certo que há regras a cumprir. No entanto, também é preciso notar que, face à complexidade do quadro normativo vigente, nem sempre estes empresários têm capacidade de acompanhar todas as exigências feitas. Pela sua importância económica e social há que procurar manter estas actividades. Obviamente que tal não deve ser feito a qualquer custo!

Neste momento, consolida-se o sentimento de uma caça desenfreada à infracção. De forma muito pouco pedagógica, há dimensões

de incumprir
das quando l

É impor
pedagógica,
-as na fase d
ções legais, e
de uma parco
mais saudáve
fica a detecç
infracções e

de incumprimento por parte destes empresários que só são conhecidas quando lhes é aplicada uma multa.

É importante que as entidades reguladoras adoptem uma atitude pedagógica, apoiando as unidades na fase de instalação, informando-as na fase de funcionamento, mantendo-as ao corrente das alterações legais, etc. Esse comportamento favorecerá o estabelecimento de uma parceria entre todos, a favor da construção de uma economia mais saudável. Num contexto de informação generalizada, já se justifica a detecção das situações de incumprimento, a identificação das infracções e a aplicação das sanções.

Conclusões

As discussões políticas mais recentes têm vindo a colocar «em cima da mesa» a problemática das pequenas e médias empresas. No entanto, como não se ultrapassam as abordagens generalistas, a especificidade das unidades económicas de pequena escala não emerge. Este estudo pretende dar um contributo a esse nível, embora seja aconselhável uma análise mais aprofundada de cada um dos sectores em particular.

Do ponto de vista sociológico, temos dificuldade em situar a leitura destas actividades no quadro das políticas sociais, porque estas praticam uma abordagem por público-alvo, que exclui os pequenos empresários, e porque assumem um carácter generalista que não se adequa à especificidade da actividade económica de pequena escala.

Daqui se depreende, de forma clara e inequívoca, a necessidade de aliar as políticas sociais às políticas económicas, ambientais, comerciais, agrícolas, de desenvolvimento rural, de ordenamento do território, entre outras. A multidimensionalidade, que cada vez mais se reclama no equacionar das políticas sociais, é aqui um imperativo.

Globalmente, podemos enfatizar a luta que estes empreendedores travam pela sua subsistência e pela sobrevivência das suas actividades e saberes tradicionais. As políticas de carácter neoliberal e a falta de estratégias integradas de animação e promoção destas actividades, assim como a falta de reconhecimento da sua importância no desenvolvimento local, têm impactos altamente nefastos. No entanto, da sua sobrevivência dependem milhares de famílias portuguesas. Num quadro em que o desemprego emerge como problema maior, o contributo das actividades económicas de pequena escala não pode, nem deve, ser negligenciado.

A valorização social destas actividades não depende, exclusivamente, da vontade dos seus protagonistas, sendo prioritário que

a sua impor
mento polít

Nem to
cidade de ex
mente emb

e um consu
cados e a es
dades básico
vência pare
dificuldade

em assegu
Os valores
lham a pro
tégias de d

A pro
problemas
enfrenta n
pir os sis
Há investi
cimento e

A res
micas dis
Vivem di
ção do po
emergên

Para
apoios p
volverem
judicada
que esse
da União
sujeição
pequena
troca de
res econ

Sub
tura que
te ligad
sustent

a sua importância económica, social e cultural obtenha reconhecimento político.

Nem todas as actividades abordadas demonstram idêntica capacidade de enfrentar o mercado. O caso da produção artesanal é igualmente emblemático das dificuldades geradas por um mercado livre e um consumo que privilegia os preços baixos, os produtos massificados e a estandardização. Como não se visa a satisfação de necessidades básicas, começa a verificar-se uma certa saturação e a sobrevivência parece ameaçada. Pelos exemplos apresentados, verificamos a dificuldade em preservar a produção artesanal de cariz tradicional e em assegurar mercado para produções mais criativas e «modernas». Os valores artísticos e culturais inerentes a estas actividades aconselham a procurar a viabilidade do sector na sua articulação com estratégias de desenvolvimento turístico.

A produção agro-alimentar apresenta-se como a que tem menos problemas em escoar os seus produtos, mas, paradoxalmente, é a que enfrenta mais dificuldades em licenciar as suas unidades e em cumprir os sistemas normativos, que se complicam progressivamente. Há investimentos elevadíssimos associados à criação de um estabelecimento e custos igualmente elevados na sua manutenção.

A restauração e o pequeno comércio, sendo realidades económicas distintas, apresentam-se como sensores da actual conjuntura. Vivem dias difíceis, em resultado da crise económica e da diminuição do poder de compra, e são, paralelamente, dos mais lesados pela emergência de novos modelos e novos centros de consumo.

Paradoxalmente, muitas iniciativas deste tipo beneficiaram de apoios públicos — estatais e europeus — para se licenciarem, desenvolverem, e mesmo expandirem, mas, em paralelo, estão a ser prejudicadas pelas normas e pelas cargas fiscais, cada vez mais pesadas, que esses mesmos poderes públicos criaram. Os apoios recebidos da União Europeia e do Estado português, com a contrapartida de sujeição a um modelo asfixiante para as actividades económicas de pequena escala, transformam-se em «presentes envenenados». Uma troca desigual, em que os perdedores são os pequenos empreendedores económicos.

Sublinha-se, de novo, a importância social da família como estrutura que sustenta as actividades de pequena escala, indissociavelmente ligadas aos modos de vida dos seus promotores. As estratégias de sustentabilidade passam pela sobreocupação dos vários elementos

do agregado, em alturas de maior procura do produto ou serviço, pelo recurso a matérias-primas de auto-produção, pela ampliação da carteira de clientes através da diversificação da oferta.

Foi possível estabelecer um conjunto importante de necessidades, muitas das quais nem são formuladas pelos empreendedores, talvez porque delas não tenham consciência clara, mas que emergem claramente dos seus discursos.

Ao nível das necessidades físicas e de recursos, parte destas actividades exige investimentos avultados, bem como elevados custos de manutenção (carga fiscal, pagamento à Segurança Social, serviços de contabilidade, para além das restantes despesas correntes).

A maior fragilidade regista-se ao nível da capacitação. Embora alguns empresários entrevistados tenham frequentado formação, a predisposição para investir na qualificação existe sobretudo nos mais jovens. No entanto, a sustentação destes empreendimentos requer uma aposta clara na qualificação que permita incorporar valores acrescentados nos produtos e serviços, atraindo, por essa via, públicos mais exigentes e de gosto menos massificado.

Todos partilham a necessidade de ver a actividade que desenvolvem reconhecida socialmente. É sabido que a transição para a sociedade de serviços conduziu à desvalorização das actividades manuais. Nalguns casos, vão-se fazendo ajustes às terminologias das profissões, como forma de valorização das actividades. Mas muito há a fazer para que a sociedade alargada reconheça a sua importância na sustentação das nossas economias, na preservação de saberes e ofícios que representam um património cultural e artístico inigualável, na manutenção de uma economia de proximidade...

Destacando o empenho e amor colocados nestas actividades, terminaremos com uma frase emblemática do produtor de aguardente de medronho e de licores: «*Porque isto não é só isto, nós não somos ricos, mas temos valores!*»