

# EDP University Challenge 2015

Reserva Natural do Baixo Sabor

Universidade Europeia



Reserva Natural do Baixo Sabor

**Trabalho realizado por:**

Alexandra Gomes nº 50032

Carolina Aragão Morais nº 50032486

Mark Paulo nº 50032714

## **Índice:**

- 1. Introdução**
- 2. Potencialidades e Expectativas**
  - 2.1. Visão
  - 2.2. Missão
  - 2.3. Objectivos
- 3. O Futuro**
  - 3.1. Procura Antecipada
- 4. Plano de Marketing**
- 5. Marketing Mix (Produtos, Distribuição, Comunicação e Preços)**
- 6. Produtos/ Serviços**
  - 6.1. Valor para o Cliente
  - 6.2. Potencial de Crescimento
- 7. O Mercado**
  - 7.1. Análise do Mercado
- 8. Operações**
  - 8.1. Fornecedores
  - 8.2. Inventário
  - 8.3. Tecnologia
  - 8.4. Horas de Negociação
  - 8.5. Canais de Comunicação
  - 8.6. Restituições
- 9. Seguro**
  - 9.1. Identidade Profissional
  - 9.2. Responsabilidade dos Serviços
- 10. Gestão de Risco**
- 11. Considerações Legais**
- 12. Opções Estratégicas de Implementação**
  - 12.1. Planeamento Estratégico e Posicionament
  - 12.2. Análise SWOT
  - 12.3. Recursos Humanos
  - 12.4. Inovação
- 13. Plano de Sustentabilidade**
  - 13.1. Impactos Ambientais
  - 13.2. Impacto na Comunidade
- 14. Conclusão**

## 1. Introdução

No seguimento da construção da barragem da EDP na região do BaixoSabor, para a produção de energia limpa e renovável, surgem as medidas de compensação a realizar pela empresa, por forma a diminuir os impactos causados nas localidades abrangidas pela barragem.

Uma destas medidas é a criação de uma reserve natural, com o objetivo de enriquecer a vida no campo e conservar o ecossistema.

Esta reserva fornece à população os meios necessários para potenciar a região de forma a corresponder aos seus ideais.

Além de contribuir para o desenvolvimento económico da região, esta reserva pretende criar habitats sustentáveis e favoráveis à sobrevivência e procriação do Lobo Ibérico, visto que esta é uma espécie que se encontra em vias de extinção.

O Lobo Ibérico não é a única espécie que merece proteção. Esta região de Trás-os-Montes é rica tanto na fauna como na flora e é necessário criar condições para estas espécies.

Esta Reserva pretende também criar postos de trabalho para os habitantes da região, quer seja dentro da reserve, quer seja por aumentar o turismo na região, o que leva à necessidade de criar mais infraestruturas na área, como restaurants, museus, produção artesanal, etc;

A gestão da Reserva Natural será repartida pela EDP *Energias de Portugal* e pelos Municípios de Alfândega da Fé, Macedo de Cavaleiros, Mogadouro e Torre de Moncorvo, que são afetados pela construção da barragem.

Em suma, a criação de uma Reserva Natural nesta zona é uma ação fundamental no crescimento económico do Baixo Sabor e na conservação do ecossistema.

## 2. Potencialidades e Expectativas

### 2.1. Visão

O plano é criar a Reserva Natural do Baixo Sabor, cujos objetivos principais recaem sobre a conservação da biodiversidade da região e do aumento da sua rentabilidade e ainda sobre a necessidade de povoar novamente o interior.

A Reserva Natural terá como modelo para o ponto de partida parques como Yellowstone e Yosemite, criando oportunidades para o turista adepto da vida selvagem, oferecendo condições semelhantes às dos parques mencionados.

Acreditamos que ajudar as comunidades locais, irá, a longo prazo, beneficiar a imagem da nossa reserva. Os produtos regionais terão lugar de venda na Reserva, para que sejam de fácil acesso para os turistas. Esta iniciativa irá aumentar fortemente o destaque dos produtores locais e impulsioná-los para o mercado gourmet internacional.

A nossa meta é alcançar um patamar de destaque Europeu, no que respeita a reservas naturais, a partir das nossas ideologias e no valor que atribuímos ao nosso consumidor enquanto parte fundamental do crescimento da Reserva Natural do Baixo Sabor.

Este projeto faz parte das medidas de compensação que a EDP tem de apresentar, o que confere a esta Reserva ainda mais importância. Assim, é necessário que haja um desenvolvimento contínuo entre o parque e as localidades envolvidas, para que a reserva continue a crescer, quer seja através do aumento de Lobos Ibéricos (*Canis lupus signatus*), preservação de árvores e aves ou criação de condições adequadas para pequenos anfíbios que são severamente afetados pela criação de barragens como a do



Baixo Sabor.

Em suma, a Reserva Natural do Baixo Sabor será responsável pela procura incessante da conservação da vida selvagem.

## **2.2. Missão**

Enquanto fundadores do Parque Natural do Baixo Sabor pretendemos abrir esta reserva para combater os impactos negativos causados pela construção da barragem. Devido a estes danos, vamos focar a nossa atenção na preservação da terra e na proteção da vida selvagem, envolvendo as comunidades neste processo.

Tendo em conta esta ideia, é necessário criar uma forte relação entre os produtores locais ( desde produtores de mel, a vinho entre outros), para que possamos oferecer na reserva um pouco do sabor da região.

Esta relação produtores-reserva é um importante ponto de partida para o lançamento destes pequenos produtores no mercado internacional, de forma a serem reconhecidos como um delicado e único mercado gourmet.

A necessidade da criação de uma reserva natural surge devido à estagnação da região, que está a ficar despovoada e da qual não são aproveitados devidamente os recursos naturais por falta de investimento e de criação de postos de trabalho. O objetivo é, em conjunto com as freguesias afetadas, desenvolver a região, criando trabalho, e melhores condições de vida em geral, para combater o despovoamento.

Esta entidade tem a capacidade para criar exatamente o que está a faltar na região, emprego e entrada de dinheiro para a população, nomeadamente através do turismo. Esta iniciativa pode estimular, quem saiu do interior para as grandes cidades do litoral, a voltar e a ajudar no crescimento da região.

Com a criação de emprego e estimulação económica da região, espera-se alcançar um aumento da rentabilidade.

Em termos de rentabilidade, enquanto Reserva Natural, esperamos ser uma entidade lucrativa. Apesar de ser primeiramente vista na dimensão de

conservação da natureza, é também importante criar lucro.

Sem rentabilidade torna-se impossível manter a Reserva Natural do Baixo Sabor, devido à constante necessidade de pesquisa e desenvolvimento de projetos de sustentabilidade, pois estes requerem um constante fluxo monetário à sua disposição.

O facto de Portugal ter uma grande lacuna no que respeita a parques naturais com características e infra-estruturas semelhantes às deste, faz da Reserva Natural do Baixo Sabor, um forte ponto turístico, que oferece aos consumidores as mais variadas atividades lúdicas.

O programa de atividades do parque conta com ações de formação e simulação da vida no campo, oferecendo áreas de campismo e workshops sobre animais e agricultura, de forma a proporcionar ao cliente uma experiência completa, para que este sinta que faz parte do parque.

Criando um ambiente de comunidade, o consumidor sentir-se-á mais próximo e valorizado pela nossa equipa, o que aumentará as probabilidades de regressar no futuro. Assim, o consumidor ficará satisfeito e sentirá que o seu investimento foi devidamente recompensado, não só pelas condições oferecidas, mas também por todos os conhecimentos adquiridos e pela globalidade da experiência, deixando a Reserva com o sentimento de dever cumprido e de que de certa forma contribuiu para o crescimento da nossa entidade.

No que respeita aos funcionários do Parque, é fundamental que estes se sintam totalmente integrados e convictos da importância que têm no desenvolvimento da Reserva Natural do Baixo Sabor. Juntos, formam uma forte família e assim garantem o bom funcionamento do projeto defendendo os melhores interesses para a região.

Os funcionários do parque têm o dever de criar laços entre a Reserva Natural e os produtores locais. Esta relação vai permitir a expansão do comércio local, e ajudar os pequenos produtores a evoluírem e a aumentarem a rentabilidade da região que têm imenso potencial para ser explorado.

Quanto mais valorizados se sentir o *staff* melhor será o seu desempenho profissional, logo melhor serão os resultados da Reserva, uma vez que o trabalho se irá refletir na experiência do consumidor.

Passando pela gestão e proprietários da Reserva, espera-se que a criação da Reserva Natural do Baixo Sabor aumente significativamente a cada ano a rentabilidade das freguesias afetadas pela construção da barragem. Espera-se que o retorno do investimento esteja concluído ao fim dos primeiros dez anos.

A nosso favor temos ainda o facto da EDP ser a principal distribuidora de energia de Portugal, com um objetivo constante de criar uma imagem mais “amiga do ambiente”, criando uma estratégia de marketing liderando na conservação e sustentabilidade dos recursos energéticos.

### **2.3. Objetivos**

Durante a visita ao Baixo Sabor em Trás-os-Montes, verificámos que a região contém um grande potencial de inovação, fornecendo-nos as ferramentas para avançar com esta ideia.

Esta região possui uma extensa área de campo, fauna e flora diversas, produção local (desde alimentos a artesanato) de qualidade elevada, o que a torna bastante interessante para exploração.

A nossa ideia consiste em construir um campo aberto o ano todo para a exploração da natureza, que ofereça várias actividades, tais como, observação dos animais, tiro com arco, plantação de árvores, cursos de preservação e cultivo da terra, simulando a vida no campo.

Dando uso à barragem, seria interessante criar actividades aquáticas tais como a pesca desportiva para que não haja perigo para nenhuma espécie.

Outro dos nossos objetivos seria a dinamização do comércio local através da produção. A região do Baixo Sabor produz amêndoa, castanha, azeite, mel e vinho de alta qualidade que não estão a ser aproveitadas, mas com o apoio da Reserva Natural pode atingir o Mercado gourmet internacional.

Devido à beleza natural desta região seria vantajoso criar pequenas áreas de campismo equipadas com WC e zona de churrasco, para proporcionar ao turismo uma verdadeira experiência no campo mas com todas as condições de conforto.

No que diz respeito à conservação da natureza, poderiam ser criados pequenos cursos e visitas guiadas de forma a alertar para a degradação da natureza e para ensinar a interagir e respeitar a natureza.

Durante estes cursos seria interessante a participação dos visitantes na criação de abrigos para as espécies de aves protegidas que habitam a região e assim assegurar a sua existência.



### **3. O Futuro**

#### **3.1. Procura Antecipada**

Em relação a procura antecipada, devemos prever a quantidade de consumidores que iremos ter durante o ano, tendo em conta que o nosso projeto envolve atividades ao ar livre, tais como acampamento, pesca e escalada, que estão limitadas pelas condições atmosféricas.

A oferta diversificada de atividades oferecidas pelo parque traduz-se num segmento de mercado alargado. Além disso, em Portugal existe uma grande procura de atividades desportivas e radicais.

Com a finalidade de obter uma boa percepção do número de visitantes, custos e atividades, utilizaremos o *Yosemite Natural Park*, situado

na Califórnia, como modelo, embora a região do Baixo Sabor contenha um terreno menor.

Apesar de tudo, a região do Baixo Sabor abrange terreno suficiente para obter entre 2500 a 3000 visitantes por ano, durante os primeiros cinco anos.

Para atingirmos este número de visitantes, teremos que fornecer alojamento, locais de acampamento e restauração adequados, de modo a agradar aos consumidores.

De maneira a atingir estas perspetivas, deverá haver uma rede de infraestruturas completa no local, de forma a assegurar o valor gasto pelo cliente.

#### 4. Plano De Marketing

- **Mercado Alvo:** Pessoas interessadas em atividades ao ar livre, promovendo a ideia de “vida no campo”. Famílias que trazem os filhos para explorar os espaços verdes.  
Investigadores e observadores de aves.



- **Vantagem no Mercado:** A oferta de dois tipos de alojamentos diferentes de modo a servir diferentes públicos, desde parques de campismo a bungalows, proporcionando uma verdadeira experiência

de vida ao ar livre, para os mais aventureiros e para os que não dispensam o conforto do interior.



- **Custos e estratégias de posicionamento:** a nossa estratégia de preços seguirá os preços dos restantes parques Europeus para ofertas semelhantes, apesar de nos primeiros 2 ou 3 anos oferecermos preços competitivos relativamente aos outros parques naturais já existentes em Portugal. O nosso parque irá apostar na biodiversidade e na sustentabilidade.

- **Ofertas:** visitas de 1 dia (sem alojamento) gratis para os primeiros 100 clientes do parque;
  - descontos de 25% para programas de acampamento para famílias;
  - Para grupos com 10 ou mais elementos as entradas no parque terão metade do custo normal do bilhete, e com alojamento 20% de desconto;
- **Materiais de Marketing:** Dando uso às tecnologias, utilizaríamos a rádio como forma de informar a população do nosso projecto, a televisão para dar a conhecer a região e a localização do parque e as suas características. Por fim, a internet construindo um site oficial do parque com todas as informações necessárias.
- **Estratégia Promoçional e Publicidade:** Oferta de descontos aos primeiros 5000 visitantes durante o primeiro ano. Esta estratégia de marketing compensaria a perda de lucro. O parque será promovido como uma reserva natural focada na biodiversidade. Com a utilização de energia hidroelétrica e as infraestruturas construídas tendo em conta o principio da sustentabilidade, que estarão na base da reputação da reserva natural. A nossa última estratégia é fazer desta reserva natural “A Reserva de Portugal”, que seja vista com um grande orgulho como uma iniciativa focada na perservação de uma das regiões mais bonitas do país.
- **Estratégia de Marketing:** utilizaríamos uma estratégia de marketing online para enriquecer a nossa ideia, como a de colocar anúncios no youtube e noutras redes sociais de modo a atingir o nosso mercado alvo, uma estratégia constantemente utilizada em grande escala e com custos acessíveis. Ainda na estratégia online, a criação de um site oficial do parque seria um uma tática benéfica para apresentar todas

as informações e também para efetuar as inscrições de investigadores, e efetuar reservas.

- **Objetivos de Venda:** os nossos objetivos de venda, tendo em conta todo o mercado comercial que nos rodeia, seria nos primeiros 5 anos atrair clientes e só depois focar no alargamento do mercado alvo e no aumento dos preços.
- **Pesquisa de Mercado:** de forma a compreendermos e a atingirmos melhor o nosso mercado alvo, é necessário realizar uma pesquisa de mercado. Para tal, decidimos ver informações relativamente a preços e a atividades praticadas, em parques semelhantes como é o caso do *Yosemite National Park* na Califórnia nos Estados Unidos e do Donña em Espanha. É importante termos acesso ao número de visitas ao nosso site, para depois analisar os dados.

## 5. Marketing Mix



## Preço

A reserva oferece vários pacotes diferentes, com e sem alojamento.

O preço para visitas guiadas variam conforme a duração e a idade dos visitantes e a sua condição (se são visitantes com limitações físicas).

## Tabela de Preços

<b>Idade</b>	<b>½ dia (9h-13h)</b>	<b>1 dia (9h-18:30h)</b>	<b>½ Dia (Com alimentação)</b>	<b>1 Dia (Com alimentação)</b>
<b>3-12</b>	Free	5€	13,50€	22€
<b>12-18</b>	12€	22€	30,50€	39€
<b>18+</b>	15€	26€	34,50€	43€
<b>Dificuldades Motoras</b>	12€	22€	30,50€	39€

## Produto

### Atividades desportivas

- Pesca desportiva;
- Atividades radicais;
- Caminhadas;
- Birdwatching;

### Atividades de Campo

- Workshops de agricultura;
- Criação de animais;
- Simulação de vida no campo;
- Apanha de fruta;

### Campismo

### Investigação e Criação de habitats

Esta atividade é exclusiva para membros acreditados pela Reserva.

## Restauração

- O restaurante da Reserva oferece uma seleção dos melhores produtos das áreas que a envolvem, tais como vinhos, frutas, queijos etc;



## Loja do Visitante

- Loja onde os visitantes podem comprar lembranças sobre o parque e também produtos artesanais feitos pelos locais assim como produtos gourmet.

### **Ponto (de venda)**

A Reserva Natural do Baixo Sabor vai, naturalmente, situar-se na região do Baixo Sabor, e é lá que serão realizadas todas as atividades e vendas.

### **Promoção**

A promoção do produto já está descrita no Plano de Marketing

## **6. Produtos/ Serviços**

### **6.1. Valor para o Cliente**

Criar valor Para o consumidor oferecendo uma experiência única num dos locais mais bonitos e remotos de Portugal. Dando-lhes a oportunidade de se fundirem com o meio natural da reserva.

Ao mesmo tempo, o consumidor tem à sua espera uma enorme variedade gastronómica, dando destaque à produção de vinho que é feita por toda a região.

O importante é criar uma atmosfera em redor do consumidor, onde tudo seja meticulosamente selecionado de forma a proporcionar ao consumidor a melhor experiência possível.

### **6.2. Potencial de Crescimento**

O potencial de crescimento exibido por vários parques nacionais é impressionante. Devido ao número de visitantes que cresce ano após ano há necessidade de aumentar o staff do parque, nomeadamente os responsáveis pela segurança.

Estas medidas vão permitir aumentar a quantidade de visitantes que o parque pode receber, o que se traduz num aumento do lucro. O crescimento do número de visitantes pode também resultar da criação de mais atividades.

Por outro lado, aumentar as atividades do parque irá também atrair mais visitantes até ao Baixo Sabor. Estas atividades devem variar ao longo dos anos e consoante as estações, de forma a que haja sempre novidades.

Isto deverá conceder-nos alguma diferenciação e capacidade de atrair diferentes segmentos de consumidores.

Com isto em mente, a estrutura do parque permite-nos ver o potencial de crescimento dos primeiros 5 anos, com uma visão de crescimento mais substancial a partir do quinto ano, uma vez que o período de implementação estará concluído. A partir deste momento o crescimento do parque irá aumentar positivamente ao longo dos anos.

## **7. O Mercado**

### **7.1. Análise do Mercado**

A realização de uma análise de mercado é essencial para o lançamento de um novo negócio ou produto. Com a análise de mercado iremos investigar o que os nossos clientes pretendem e o que os nossos concorrentes oferecem.

No que diz respeito ao interesse dos nossos clientes em Portugal, por ser um país com um clima agradável, existe uma grande variedade de adeptos das atividades ao ar livre. Nestas atividades estão incluídas no nosso parque, a pesca desportiva, observação dos animais, tiro com arco, plantação de árvores, canoagem, cursos de preservação e cultivo da terra e campismo.

O cliente alvo deste projeto é um cliente que esteja virado para a aprendizagem sobre a natureza, em particular para a exploração da fauna e flora da região do Baixo Sabor.

A região do Baixo Sabor é caracterizada por ter uma enorme e distinta variedade de aves, pelo que é bastante atrativa para os observadores de aves (Birdwatchers).

Além das famílias que possam vir visitar o parque, o focus vai para investigadores portugueses e internacionais que se dediquem à exploração e conservação da natureza, e que possam desenvolver, em conjunto com a equipa de investigação do parque, programas de sustentabilidade.

Em relação à nossa concorrência, em Portugal não existe nenhum parque que ofereça tantas atividades como o nosso. Existem parques como o Parque Nacional da Peneda-Gerês que oferece a prática de atividades como

a canoagem, ou o Parque Natural do Alvão que oferece atividades como o rafting ou o Parque Natural da Arrábida que oferece excelentes condições para a agricultura e pastorícia, mas nenhum parque disponibiliza tantas atividades como o Parque Natural da Região do Baixo Sabor.

## **8. Operações**

### **8.1. Fornecedores**

O nosso principal fornecedor, neste caso, é a EDP Portugal, através da sua ajuda monetária e energética.

Também recorreremos a comerciantes locais para produtos Para o restaurante e para a loja do visitante.

### **8.2. Inventário**

O inventário da reserva natural irá consistir principalmente dos materiais de acampamento, tais como tendas, redes mosquiteiras, comida e outros serviços, oferecidos aos visitantes. Não estando limitados nestas atividades, iremos oferecer pequenos itens que sejam memoráveis do nosso parque.

### **8.3. Tecnologia**

Tendo em conta a dimensão do nosso parque, existe a necessidade de saber onde é que se encontram os nossos visitantes e como é que se estão adaptar à visita e se estão a cumprir as normas do parque. Para tal, planeávamos possuir um pequeno GPS localizador nos braços de cada visitante, como uma pequena pulseira. Esta medida é também bastante útil no caso de ocorrer algum acidente, pois será mais fácil localizar o cliente.

Principalmente com a existência de lobos ibéricos, seria uma medida de segurança para que os clientes se sentirem protegidos durante a visita.

A utilização de câmaras de segurança em pontos estratégicos é significativo, tais como, áreas de campismo ou áreas que tenham sofrido incêndios. Estas câmaras iram alertar a vigilância sobre onde se encontram os animais e se existe a necessidade de encerrar alguns parques de

campismo por pequenos períodos, de modo a não colocar em risco o nem os animais, nem os visitantes.

#### **8.4. Canais de Comunicação**

Para manter o parque organizado, planeamos ter reuniões semanais com as diferentes equipas de gestão do parque.

A fim de realizar uma comunicação eficaz iremos utilizar 2 canais de comunicação que irão ser cruciais na utilização da mesma:

Canais eletrônicos:

Utilizaremos o e-mail e outras redes sociais para dar informações não só o nossos consumidores como também os nosso staff. Este método é bastante eficaz, no que diz respeito a anunciar os progressos do nosso parque, que irão ser geridas de uma forma pública. O aproveitamento do e-mail é um fator crucial na comunicação entre os trabalhadores, de uma forma rápida e acessível.

Walkie Talkie é também um meio de comunicação rápido e eficaz.

Canal de escrita:

Este método de comunicação será utilizado quando for necessário um contato direto com os clientes. Perante a existência de canais eletrônicos, também poderá ser utilizado na presença de questões ou consultas em relação aos documentos escritos.

#### **8.5. Restituições**

As restituições irão ser consideradas sob certas circunstâncias:

- A existência de uma lesão de doença sustentada durante a visita;
- Insuficiência de produtos disponíveis para venda e reservas mal efetuadas;
- Perante a permanência de circunstâncias não relacionadas com o parque que afete o consumidor, será facultada uma restituição.

## **9. Seguro**

### **9.1. Identidade Profissional**

De acordo com a identidade profissional do parque, o nosso objetivo era atingir a posição líder dentro dos parques de preservação natural existentes na Europa, mantendo as características de sermos um parque ambientalístico e sustentável. Admitindo esta posição, esperamos obter reconhecimento como o terreno mais bonito em Portugal, como também pela vasta gama de animais (morcegos, lobo ibérico, lontra e toupeira da água, anfíbios, répteis e invertebrados e aves de rapina) que habita esta área.

Um dos nossos objetivos é utilizar como modelo o maior parque natural existente neste momento na Europa, o Donãna em Espanha.

Na realização das nossas atividades, esperamos que o nosso staff esteja sempre no mais alto patamar das suas qualidades, fazer corresponder a qualidade associada com a nossa identidade profissional.

#### **- Compensação dos Trabalhadores**

No que diz respeito à compensação dos trabalhadores, é um tópico de extrema importância, para que o nosso staff se sinta encorajado a trabalhar e fazê-lo da maneira mais produtiva.

Em relação a benefícios médicos, o parque teria a responsabilidade de oferecer cuidados médicos, tais como seguro médico e cobrir qualquer tipo de prejuízo realizado durante os momentos de trabalho.

A oferta destes benefícios, descarta qualquer possibilidade de ocorrência de processamentos legais contra o nosso parque no caso de acidente.

#### **- Seguro da Responsabilidade Civil**

Dado a natureza do projeto, está presente uma grande necessidade de ter um seguro que envolva todos os acidentes que possam existir.

Considerando que o nosso parque contém uma grande variedade de perigos, tais como, a presença de lobos ibéricos e uma vasta área de

montanhas e falésias, é necessário que haja um seguro de responsabilidade civil, também para que os nossos clientes e trabalhadores se sintam seguros ao participar nas atividades que o parque oferece.

Enquanto parque natural, devemos tomar várias precauções para sustentar os nossos clientes e trabalhadores.

Utilizando este tipo de seguro, fecha as possibilidades de visitantes executarem um processamento na infelicidade de ocorrer uma morte.

As atividades em Portugal que possuem um certo risco, reúnem diferentes tipos de seguros. Este tipo de seguros só será reconhecido se a infracção for realizada pelo parque.

- Braço Partido: 2000€
- Perna Partida: 4500€
- Costas Partidas: 12000€
- Morte (Recompensa para a família): 55000€

## **9.2. Responsabilidade dos Serviços**

O objetivo do nosso conceito na região do Baixo Sabor está centrado na sustentabilidade e na preservação do campo e na beleza natural. Por esta razão, a posição do parque terá que ter sempre em atenção o aperfeiçoamento destes objetivos, de maneira a conseguir criar uma imagem líder na preservação do nosso parque natural não só em Portugal como também na Europa.

### **- Ativos de Negócios**

Os ativos de negócios que estarão associados com a nossa reserva natural seriam a terra em si, por tudo o que nos permite explorar e a loja do visitante para venda de produtos locais.

O equipamento para o parque de campismo e o nosso logotipo, será também um ativo importante, para a imagem do parque. Como também a necessidade de guardas-florestais de modo a vigiar os veículos existentes,

como tratores e moto-quadros, necessários para possível acesso a áreas remotas.

#### - **Receita de Negócios**

O volume de negócios será maioritariamente proveniente da bilheteira e reservas juntamente com o aluguer de equipamento de acampamento.

Pequenas partes do volume de negócios adveêm de visitas guiadas onde pretendemos que os nossos clientes aprendam como tratar e preservar os animais com ajuda dos guardas-florestais e do staff, e a produção local da região do Baixo Sabor.

### **10. Gestão de Risco**

Como em qualquer projeto, existem riscos de gestão que podem ocorrer, e para nos podermos preparar para combater esses riscos, é necessário estarmos cientes do que representam para a nossa Reserva.

Se um determinado risco se verificar, o seu impacto na gestão da reserva pode ter vários níveis.

A probabilidade de ocorrência de um risco não determina o seu grau de importância.

	<b>Probabilidade de Ocorrência</b>		
<b>Impacto</b>	Alta	Média	Baixa
Alto	Alto	Alto	Médio
Médio	Alto	Médio	Baixo
Baixo	Médio	Baixo	Baixo

Figura: Matriz de Impacto vs Probabilidade de Ocorrência de riscos

## **Riscos:**

- Falta de Financiamento;
- Decréscimo do número de visitantes;
- Lucro não cobrir as despesas;
- Causar impactos ambientais;

### **(1) Falta de Financiamento**

A EDP vai ser a principal financiadora deste projeto, por ser uma empresa de grandes dimensões e reconhecida no mercado, tem um capital elevado e facilidade em apoiar este projeto. Além disso, sendo este parque uma das medidas de compensação a realizar pela EDP no seguimento da construção da barragem, é lógico que seja esta a principal fonte de financiamento.

Existiram ainda algumas outras parcerias de financiamento por parte de outras entidades, nomeadamente o Estado Português.

Assim, consideramos que sendo a EDP uma empresa forte, a probabilidade de ocorrência deste risco é baixa, no entanto o seu impacto na rentabilidade do Parque seria alto.

### **(2) Decréscimo do número de visitantes**

A Reserva Natural do Baixo Sabor depende dos visitantes por vários motivos.

Primeiro, sem visitantes não há lucro, o que pode levar ao fecho da Reserva.

Segundo, uma parte dos visitantes do parque será direcionada para a investigação e sustentabilidade da fauna e flora, logo se estes visitantes não se registarem, o principal objetivo do parque que reside na preservação ambiental será posto em causa.

### **(3) Lucro não cobrir as despesas**

Embora o parque conte com o apoio financeiro da EDP e o seu objectivo principal seja a sustentabilidade da região do Baixo Sabor, se a Reserva não for lucrativa, não existirá desenvolvimento e acabará por encerrar.

O lucro da reserva é importante pois dele dependem as investigações e projetos de proteção da fauna e flora, tais como a exploração de aves raras ou a proteção do lobo ibérico de forma a evitar a sua extinção.

### **(4) Causar impactos ambientais**

O objectivo da Reserva passa exatamente por conservar o ambiente e diminuir os impactos ambientais criados pela construção da barragem. No entanto, há sempre alguns riscos. Um deles verifica-se na construção da reserva.

A construção irá ser o menos evasiva possível com poucas infraestruturas. No entanto, é necessário criar alguns edifícios tais como bungalows onde os clientes que não queiram acampar, podem ficar hospedados.

Também a receção, restaurante e centro de pesquisa serão construídos sendo o menos evasiva para o terreno possível, ao estilo dos bungalows, para manter a atmosfera natural e simples.

No entanto, este risco de causar um impacto no ambiente pode-se traduzir numa quebra de lucro e em processos jurídicos que podem comprometer o anágo da reserva.

## **11. Considerações Legais**

No âmbito das normas relativas à saúde e bem-estar dos animais, a Rectificação ao Regulamento do Parlamento Europeu traduz esta lei (em anexo):

*Rectificação ao Regulamento (CE) n.º 882/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, relativo aos controlos oficiais realizados*

*para assegurar a verificação do cumprimento da legislação relativa aos alimentos para animais e aos géneros alimentícios e das normas relativas à saúde e ao bem-estar dos animais («Jornal Oficial da União Europeia» L 165 de 30 de Abril de 2004).*

Em relação às áreas protegidas:

***Tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 510/2006 do Conselho, de 20 de Março de 2006, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (1), nomeadamente o n.º 5, terceiro e quarto parágrafos, do artigo 7.º.***

*5. Na sequência das consultas entre a Espanha, a Alemanha e a Itália, foram introduzidas precisões no caderno de especificações da denominação em causa. No respeitante à descrição do produto, o mel com frutos secos foi suprimido do caderno de especificações. Por outro lado, a relação entre o produto e a área geográfica delimitada foi destacada, sublinhando a reputação de que o produto em causa usufrui e precisando as características naturais da área geográfica, que conferem ao produto a sua especificidade, distinguindo-o dos méis elaborados noutras áreas geográficas.*

*7. À luz destes elementos, a denominação deve pois ser inscrita no Registo das denominações de origem protegidas e das indicações geográficas protegidas.*

De acordo com as logísticas dos Parques de Campismo que iremos ter dentro do parque:

***DECISÃO DA COMISSÃO de 9 de Julho de 2009 que estabelece os critérios ecológicos para a atribuição do rótulo ecológico comunitário a serviços de parques de campismo [notificada com o número C(2009) 5618]***

### ***Artigo 1.º***

*1. O grupo de produtos «serviços de parques de campismo» inclui o fornecimento, enquanto serviço principal e mediante pagamento, de alvéolos situados numa área definida, equipados para receberem estruturas móveis*

de alojamento. O grupo de produtos inclui igualmente a disponibilização de outras instalações para alojamento, adequadas ao fornecimento de abrigo a utentes, e de áreas de utilização colectiva, desde que localizadas na área do parque de campismo.

2. O «serviço de parques de campismo» pode ainda incluir o fornecimento de serviços de restauração e a disponibilização de equipamentos e actividades de lazer, no âmbito da gestão ou da propriedade do parque de campismo.

3. Para efeitos da presente decisão, os serviços de restauração incluem o pequeno-almoço; as actividades de lazer e de manutenção física e respectivas instalações incluem saunas, piscinas e outras instalações afins, situadas no terreno do parque de campismo, bem como os espaços verdes e jardins que não fazem parte do parque de campismo, mas que estão abertos aos utentes.

## **Artigo 2º**

1. Para que um serviço de parques de campismo receba o rótulo ecológico comunitário ao abrigo de Regulamento (CE) n.º 1980/2000 (a seguida denominado «rótulo ecológico»), deve preencher todos os seguintes critérios:

- a) Fazer parte do grupo de produtos «serviços de parques de campismo»;
- b) Cumprir todos os critérios previstos na secção A do anexo da presente decisão;
- c) Cumprir um número suficiente dos critérios previstos na secção B do anexo da presente decisão, a fim de adquirir os pontos referidos nos n.ºs 2 e 3.

2. Para efeitos da alínea c) do n.º 1, o serviço de parque de campismo deve adquirir pelo menos:

- a) Vinte pontos para o serviço principal;
- b) Vinte e quatro pontos se, além disso, disponibilizar outras instalações para alojamento adequadas ao fornecimento de abrigo a utentes.

3. Se os serviços seguintes forem prestados pela mesma entidade gestora ou proprietária do serviço de parque de campismo, as pontuações referidas no n.º 2 são aumentadas do seguinte modo:

- a) Três pontos para serviços de restauração;

- b) Três pontos para espaços verdes/exteriores ao dispor dos utentes e que não façam parte da estrutura do parque de campismo;
- c) Três pontos para actividades de lazer/manutenção física ou cinco pontos se a actividade de lazer/manutenção física for oferecida num centro de bem-estar.

## 12. Opções Estratégicas de Implementação

### 12.1. Planeamento Estratégico e Posicionamento

O posicionamento é uma descrição concisa do mercado alvo assim como uma imagem concreta de como queremos ser vistos pelo consumidor.

Em Portugal existem alguns parques naturais, mas nenhum se assemelha ao Baixo Sabor, o que faz desta reserva, única no país e por conseguinte há muita procura.

No entanto, o objetivo é criar um lugar de destaque internacional para este parque, tornando-o numa das maiores Reservas Naturais da Europa, o que é bastante ambicioso.

Pretendemos aumentar o nosso reconhecimento, com base na construção de uma relação com o cliente, que se traduza na criação de valor para o mesmo.

### 12.2. Análise SWOT



**Forças:**

- Amplos espaços cheios de biodiversidade aptos para receber turismo
- Forte apoio financeiro da EDP
- Interesse da câmara municipal
- Criação de novos postos de trabalho
- Empresa mundialmente reconhecida
- Ajuda socialmente através da EDP
- Facilidades de parcerias
- Região com grande capacidade de desenvolvimento

**Fraquezas:**

- Zona remota e com uma baixa população e pouca actividade commercial
- Pouca procura de turismo rural em Portugal
- Custos elevados de manutenção

**Oportunidades:**

- Desenvolver um parque natural de reconhecimento internacional
- Criação de um centro de pesquisa, que irá atrair vários encargos de várias áreas
- Desenvolver o comércio da região

**Ameaças:**Políticas:

- Problemas com as leis relativas ao tipo de Mercado
- Problemas por se tratar de uma area protegida
- Novas leis geram novos custos

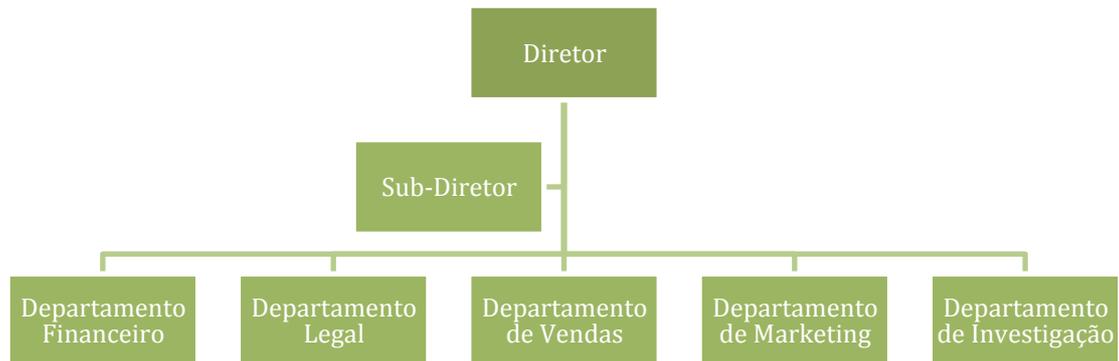
Económicas:

- Sempre que são criadas novas leis, os custos aumentam
- Possível entrada de novos concorrentes no Mercado, com ideias inovadoras difíceis de superar

### 12.3. Recursos Humanos

#### - Gestão e Propriedade

A propriedade pertence inteiramente à EDP. No entanto, a gestão da reserva será repartida entre a EDP e os Municípios envolvidos, de maneira a tirar melhor proveito deste poder municipal.



#### - Staff Recomendado

O Diretor – A designar pela EDP, alguém com conhecimentos fortes na área da gestão, que seja empreendedor e possua uma forte capacidade de liderança.

O Sub-Diretor – A designar pela EDP, alguém com características semelhantes às do Diretor, que consiga estabelecer facilmente contacto com o restante Staff.

Departamento Financeiro – O Departamento Financeiro será constituído maioritariamente por funcionários EDP. Neste departamento, é fulcral que exista um grande conhecimento de finanças e contabilidade, de forma a tornar o projeto o mais rentável e sustentável possível. A EDP deve recomendar os participantes deste departamento.

Departamento de Vendas – Este departamento funcionará com a ajuda dos Municípios e também da EDP. Os funcionários deste departamento terão a seu encargo a tarefa de conciliar os interesses dos consumidores/clients, com a oferta da Reserva.

Departamento Legal – Tratando-se de uma área protegida, é necessário ter especial atenção ao cumprimento de todas as leis relacionadas com a exploração da Reserva Natural, de forma a garantir que o ecossistema não sofre qualquer alteração negativa.

Departamento de Marketing – Neste departamento, serão criadas várias estratégias de marketing para publicitar a Reserva. Um trabalho feito pelos dois intervenientes, EDP e Municípios.

Departamento de Investigação – A equipa de investigadores será composta por geólogos e biólogos, e todos aqueles que ofereçam conhecimento sobre a material e que se possam tornar uma mais valia no avanço da Reserva.

#### **- Opções de Recrutamento**

O recrutamento do Staff é bastante importante. Por isso, a nomeação do Diretor e do Sub – Diretor são da inteira responsabilidade da EDP. Serão duas pessoas às quais a EDP confie estes cargos.

Os integrantes dos restantes departamentos serão contratados sob conselho do Diretor e Sub- Diretor.

O Departamento de Investigação funcionará da seguinte forma: haverá uma equipa fixa, que receberá outros investigadores por apenas algumas temporadas.

Esses investigadores serão identificados através da plataforma online.

#### **- Opções de Formação**

A quando da formação da empresa, é necessário que todos os funcionários participem regularmente em ações de formação, onde aprendam sobre a biodiversidade da região do Baixo Sabor, novas técnicas de preservação do ambiente em que estão a atuar, para que sejam capazes de desenvolver o melhor trabalho possível no Baixo Sabor.

Estes programas de formação periódicos irão fornecer vantagens não só para a qualidade dos funcionários como também para a sua aparência no exterior.

## 12.4. Inovação

O lado inovador da Reserva Natural do Baixo Sabor foca-se na preservação da fauna da região onde se insere.

Existe uma variedade bastante grande de espécies animais raras e que se encontram em vias de extinção.

### Morcegos

Os Morcegos contribuem de uma forma saudável para o ecossistema. No entanto não existem muitas condições para estes animais habitarem esta área, razão pelo qual a EDP já está a instalar caixas de abrigo para os Morcegos.

Na Reserva Natural da Região do Baixo Sabor existe um grande número de morcegos, daí ser um factor importante para a inovação da mesma, devido às suas contribuições positivas.



### Lobo Ibérico

O Lobo Ibérico é uma espécie bastante representativa no nosso país, por essa razão, a EDP implementou um programa de Proteção e Valorização para esta espécie animal. Foram implementadas ações como oferecer alimentação através de espécies presa, principalmente o corço e o javali, no entanto também irá ser criada uma área de 4000 hectares para zonas de não caça ao corço e ao javali.



## **Lontra e Toupeira da Água**

A Lontra e a Toupeira da Água vão ser também espécies importantes e necessárias no âmbito de medidas compensatórias como o domínio dos habitats ribeirinhos.



## **Anfíbios, Répteis e Invertebrados**

Irá ser implementado um Programa de Proteção e Valorização Répteis, Anfíbios e Invertebrados no vale do sabor, no âmbito de salvaguardar estas espécies animais. A EDP irá implementa charcos mediterrânicos e açudes para os anfíbios e locais de refúgio para os répteis.

## **Aves Rapina**

Na Reserva Natural da região do Baixo Sabor, as aves rapinas são de grande afluência, sendo as de maior destaque a águia real, águia bonelli de habitat e o abutre do egipto, de modo a criar a presença de casais e formar condições de habitat de maneira a, por consequência, proporcionar novos casais destas espécies.

No âmbito de conseguir obter a criação destes casais, iram ser instaladas vastas áreas de pastagens para coelho e perdiz, unidades de bebedouro-comedouro, reconstruir pombais tradicionais e elaborar campos de alimentação para aves.

## **13. Plano de Sustentabilidade**

Pretendemos referir 3 factores que são vistos com alta importância. Sendo estes, o ambiente, a economia local e a sociedade. Tendo em mente estes aspetos, pretendemos descrever com precisão os pontos alvos que tencionamos utilizar no planeamento de sustentabilidade da região e da reserva natural. Sem a utilização destes factores, acreditamos que existe um grande risco da preservação não ser tão sustentável quanto deveria ser.

### **13.1. Impactos Ambientais**

Como referido anteriormente, a implementação de tecnologias ecológicas para suportar a sustentabilidade dentro da reserva, sendo estas, energia hidroelétrica e painéis solares, surge para diminuir a pegada de carbono e as nossas expectativas de despesas relativamente às fontes de energia.

O nosso principal objectivo não é somente a preservação da natureza valiosa e da terra que rodeia a região do Baixo Sabor, mas sim o começo de uma tendência de parques naturais utilizando diferentes tipos de energia sustentável de maneira a aumentar ainda mais a ideia de preservação e sustentabilidade para futuras gerações.

Com a maior parte dos nossos trabalhos a serem considerados como “trabalhos ecológicos”, a necessidade de praticar e implementar estas ideias e conjuntos de habilidades, em perspectiva com o staff torna se evidente.

Estes programas de estágio irão também beneficiar da sustentabilidade, pois estes estagiários podem retirar os conhecimentos adquiridos e utilizá-los noutras áreas.

O salário oferecido irá depender da posição ocupada dentro do parque, mas por o salário mínimo ser muito baixo em Portugal, o nosso parque gostaria de oferecer salários a acima do salário mínimo, para promover a nossa imagem e cuidar dos nossos funcionários e ajudá-los.

Evidentemente, um dos nossos factores de sustentabilidade é o ambiente, devido ao nosso projecto se basear à volta de uma reserva natural. No entanto, os sistemas naturais dentro e à volta do parque necessitam de ser preservados. No âmbito da realização do mesmo, certas áreas deverão ter trabalhadores específicos que, directamente beneficiem dos ecossistemas representados. Como é o caso de trabalhadores experientes com a vida selvagem que são especializados no campo da botânica.

Este tipo de trabalhador, irá permitir a existência de um feedback, que permitirá ao parque ter ideias exactas de como sustentabilizar diferentes tipos de vida natural representada.

O aproveitamento da terra, é um factor que precisa de ser considerado, no desenvolvimento de certas áreas, tendo em conta a nossa preservação, de maneira a apoiar os nossos visitantes.

Estes pequenos desenvolvimentos serão parques de campismo e uma loja onde serão vendidos os nossos produtos locais. Embora num grande esquema do parque, deverá existir uma quantidade adequada de terra disponível para expandir, tendo em conta que não irá inibir nenhuma degradação do parque do ambiente natural que está em exposição dentro da reserva.

Por isso, deveremos designar uma grande quantidade de terra como “não desenvolvida”, resultando na sustentabilidade da terra e áreas que suportam o conceito de vida no campo.

No que diz respeito à energia, devido à construção de barragens hidroeléctricas, a nossa reserva poderá utiliza-las, de maneira a diminuir a pegada de carbono como também a diminuir a poluição do ar que poderá existir.

O clima é também um factor positivo, pois oferece possibilidades de utilizar casas ecológicas de modo a fazer crescer fruta e vegetais, fazendo aumentar o crescimento local, diminuindo as nossas despesas para estes itens.

A implementação de painéis solares nos tectos de qualquer edifício, beneficiará a sustentabilidade do parque, diminuindo as despesas de electricidade necessárias na utilização da reserva.

### **13.2. Impacto na Comunidade**

Tendo em conta a nossa responsabilidade para com as comunidades locais, é nosso dever envolvê-las e criar programas de que elas possam beneficiar.

Usando uma pequena porção do lucro do parque, podemos ajudar financeiramente a região, através da criação de infra-estruturas, tais como complexos desportivos, abrigos para os mais necessitados e escolas com melhores condições( que irão atrair mais famílias para o interior). Todas estas medidas irão criar postos de trabalho, aumentando os benefícios que a Reserva tem nas comunidades envolvidas, e também ajudando a criar uma boa imagem da nossa reserva.

Outra medida que terá um impacto positivo na sociedade é a criação de programas extra curriculares para os alunos, sendo que algumas podem até ser realizadas dentro da Reserva, tais como os workshops our a canoagem.

Esta medida irá fornecer às crianças desta região as ferramentas necessárias para que elas continuem a cuidar da sua região ao longo do seu crescimento, mantendo-se ocupadas e ativas, e promovendo as atividades ao ar livre entre os mais novos, combatendo a tendência dos jogos de video.

Além disso, estes pequenos programas fornecem também às crianças um enorme conhecimento sobre a preservação da natureza, fomentando nelas o espírito de “vida ecológica”, e possivelmente levá-las a não abandonarem esta área no futuro, combatendo a diversificação.

Dado a responsabilidade social exigida pela Reserva Natural, será fundamental organizar reuniões em conjunto com os municípios, tendo em conta o desenvolvimento cultural da região. Aproveitando essas reuniões para recolher algum feedback sobre os vários problemas da região e possíveis soluções, o que nos permite ajudar as comunidades, ao mesmo tempo que construímos uma boa imagem para a nossa marca.

#### **14. Conclusão**

Tendo em conta as características da região do Baixo Sabor, que fazem dela uma das mais bonitas e ricas de Portugal, um projeto desta dimensão faz todo o sentido e é exatamente o que a região precisa Para crescer.

O Baixo Sabor contempla uma vasta área verde, onde se reúnem condições especiais para o habitat de várias espécies. Devido à existência dessas espécies, é necessário conservar esta região, e sempre que possível intervir de forma a proteger estes animais, muitos deles em vias de extinção.

Por estas razões, acreditamos que um projeto com a dimensão da Reserva Natural do Baixo Sabor é essencial nesta região, não só na responsabilidade para com a natureza, mas também como impulsionador da economia local.

Os concelhos em volta possuem todos um grande potencial no que diz respeito à produção de géneros alimentícios, tais como vinho, mel e frutas. No entanto estes concelhos não têm as ferramentas necessárias para tirar o máximo proveito das terras. A Reserva Natural pode ajudar neste campo, publicitando e ajudando monetariamente os pequenos produtores, expandindo o comércio para o mercado gourmet internacional.

Com a criação desta Reserva e com o aumento da produção local, serão criados postos de trabalho, o que se vai refletir num influxo de população para a região, possivelmente atraindo as famílias que se tinham deslocado para cidades maiores.

Como incentivo ao repovoamento, a Reserva, em conjunto com os municípios irá também ajudar a criar condições para os jovens, tais como melhores escolas e complexos desportivos, dando também atenção à cultura. Assim, a implementação da Reserva Natural do Baixo Sabor, como medida de compensação da EDP *Energias de Portugal* aquando da construção da barragem, trará benefícios para esta região em três dimensões: Ecológica, económica e social.