

# PLANO DE INVESTIMENTO

## MEDIDA 10 LEADER

### Operação 10.2.1.4 CADEIAS CURTAS E MERCADOS LOCAIS

<b>NOME PROMOTOR</b>	(insira o texto aqui) (nas candidaturas em parceria identificar as entidades parceiras)
<b>NIFAP</b>	
<b>TÍTULO OPERAÇÃO</b>	(insira o texto aqui)

#### ENQUADRAMENTO DA INTERVENÇÃO

Informar de forma abreviada sobre a componente de cadeias curtas/mercado local, a área geográfica de incidência, os produtores e consumidores envolvidos, a tipologia de produtos a comercializar e a proximidade ou distância em que ocorrem as vendas.

#### CARACTERIZAÇÃO DO BENEFICIÁRIO

Caracterização do candidato no que diz respeito à representatividade, abrangência dos intervenientes na cadeia curta local/mercado local e papel na implementação, desenvolvimento e monitorização da intervenção.

#### CARACTERIAÇÃO DA COMPONENTE CADEIAS CURTAS

Caracterização da componente cadeias curtas/mercado local, designadamente, no que respeita ao contributo do investimento para os objetivos da operação 10.2.1.4 - «Cadeias curtas e mercados locais», nomeadamente:

- i. Promoção do contacto direto entre o produtor e consumidor;
- ii. Contributo para o escoamento da produção local, preservação dos produtos e especialidades locais, diminuição do desperdício alimentar ou melhoria da dieta alimentar;
- iii. Fomento da confiança entre produtor e consumidor.

## **ÁREA GEOGRÁFICA DE INCIDÊNCIA**

Caracterização do local onde se insere ou abrangência territorial do investimento objeto de apoio.

## **PLANO OPERACIONAL**

### **a. Objetivos**

Enunciar os objetivos da componente de cadeias curtas/mercado local e respetivas tipologias de ações.

### **b. Intervenção**

Descrever as atividades a desenvolver.

### **c. Calendarização/Cronograma**

Informar sobre a calendarização das várias atividades descritas no ponto anterior.

### **d. Recursos humanos, físicos e financeiros**

Descrever os recursos disponíveis para concretizar as várias atividades previstas no âmbito da candidatura.

### **e. Resultados esperados**

Estabelecer para cada uma das atividades previstas na candidatura os resultados a alcançar (por exemplo, número de produtores, consumidores e outros públicos alvo envolvidos; tipologia de produtos comercializados e quantidades, número de ações de promoção e sensibilização implementadas ao nível local e junto de núcleos urbanos; número de plataformas eletrónicas, número de acessos e número de compras; tipologia de materiais de promoção e quantidades distribuídas, tipologia e número de infraestruturas intervencionadas).