



## **Anexo - Documento 1**

# **“As políticas Urbanas, as Actividades de Serviços e a Atracção de Não Residentes”**

### **1. Enquadramento do Projecto**

A economia portuguesa enfrenta hoje um desafio fundamental: crescer de uma forma sustentada, num contexto que é marcado por uma incontornável globalização da vida económica, por uma cada vez maior mobilidade de pessoas, bens e serviços e, conseqüentemente, por uma concorrência acrescida entre regiões, territórios e espaços urbanos pela atracção de investimentos e rendimentos vindos do exterior.

Não é hoje, claramente, uma opção compatível com o desenvolvimento económico e social dos países, fomentar a criação de barreiras à livre circulação, com o propósito de contrariar essa mesma concorrência.

Ora, na prossecução do desafio antes mencionado, o sector dos serviços ou o conjunto de actividades que criam valor operando com o imaterial, constitui um domínio decisivo da criação de factores de atractividade a nível territorial. Ou seja, a uma competitividade externa assente na mobilidade de bens e serviços, junta-se, com cada vez maior expressão, uma competitividade assente na mobilidade de pessoas o que constitui um factor determinante na captação de investimento e de rendimentos vindos do exterior e em que a envolvente, constituída pela qualidade da oferta de serviços, se afirma como um critério de escolha decisivo. Trata-se, em muitos casos, de serviços de base territorial ou de proximidade que, estando vinculados a um espaço físico (ou seja, podendo não ser deslocalizáveis), nem por isso deixam de contribuir para o reforço da competitividade externa das economias. O exemplo limite está no património edificado de um país que, como sabemos, desempenha um papel de relevo na atracção turística.



As nossas cidades têm vindo a prosseguir políticas que globalmente melhorem as condições e a qualidade de vida dos seus residentes e que indirectamente beneficiem aqueles que a visitam. Têm, em muitos casos, também, procurado fomentar a atracção de visitantes através da realização de eventos diversos e de campanhas promocionais valorizadoras do seu património. Têm menos, vindo a desenvolver políticas concretas direccionadas para públicos-alvo precisos, e que visem transformar os visitantes em futuros residentes (temporários, sazonais ou permanentes). E, mesmo quando o fazem, existe, por vezes, um défice de integração das acções empreendidas, ou seja não nos confrontamos com uma política devidamente integrada e planeada que garanta que a oferta de serviços (sejam de iniciativa pública ou privada) se pauta por elevados padrões de qualidade, tendo o seu foco nos públicos-alvo específicos que se procura atrair.

De acordo com a Agenda Urbana para a U.E. (2016) o intercâmbio de experiências, de boas práticas e de conhecimento, assim como a monitorização de resultados em Áreas Urbanas, são um objectivo essencial a prosseguir e um requisito para a melhoria das políticas de cidade.

Assim, no contexto concorrencial em que as cidades se movem considera-se que é essencial:

- Definir objectivos e priorizá-los, concebendo uma estratégia para os concretizar;
- Apostar, em especial, em critérios de diferenciação competitiva e em níveis de desempenho que visem a excelência;
- Criar condições para que, a par do investimento público e da oferta de serviços de iniciativa pública, haja uma dinâmica de serviços de iniciativa privada, devidamente inseridos nos objectivos a prosseguir e que sejam também eles um factor de atractividade adicional, visando suprir falhas de mercado e fomentando o aparecimento de novos serviços, inseridos no conceito de “cidades inteligentes” e fazendo uso das tecnologias digitais.

Se aquilo que diferencia e constitui a identidade própria de cada cidade ou vila deve ser trabalhado localmente (tendo como referencial outras experiências e ofertas similares), existe um conjunto de práticas, metodologias de trabalho e normas de qualidade que são de valia universal e podem, com vantagem, ser estruturadas num quadro cooperativo, com afirmação de competências que são produzidas colectivamente. Também a própria “marca”, “cidade amiga do não residente” pode ser mais facilmente referenciada e captada no exterior se for



promovida de forma conjunta, ou inserível em plataforma comum, ou seja, se entendermos o “local” com fazendo parte de um universo mais vasto (regional ou nacional) em que existe um conjunto de elementos identitários que são comuns. A afirmação do que é local ou regional não tem que fazer-se por contraposição ao que é nacional, pois o que é desejável é que ela resulte de acções, tanto quanto possível, com o envolvimento dos dois planos e concertadas entre os vários níveis da administração pública e a sociedade civil nas suas várias frentes.

No nosso país, o centralismo excessivo e as assimetrias que o mesmo potencia, têm tido como contraponto uma visão dos interesses locais focados numa lógica, igualmente enviezante, feita na base da mera transferência de recursos do Estado, para as instâncias de poder local. Ora, quanto a nós o que é, tanto ou mais essencial, é que exista uma muito maior interdependência entre os diferentes níveis potenciando sinergias e experiências. Dito de outra forma, que se assegure que muitos projectos com dimensão nacional sejam, simultaneamente, pensados em termos da sua alocação territorial e que projectos oriundos de uma estratégia local possam ser potenciados por factores que dependem de políticas nacionais. É, também, para este debate que todos devemos contribuir e é neste contexto que o presente projecto do Fórum dos Serviços se insere.

## 2. Primeira fase do Projecto: Realização de Estudo (em curso)

- 2.1. O Fórum dos Serviços/CCP estabelece uma parceria com um conjunto restrito, mas representativo, de Câmaras Municipais, com o objectivo de com estas constituir uma estrutura de apoio com a missão de **dar contributos**, **monitorar** e **validar** o estudo a realizar [este trabalho foi concluído em 2016, tendo sido feitos protocolos com 13 Câmaras Municipais].
- 2.2. O estudo referido é realizado, através dos procedimentos da contratação pública, por entidade com competência na matéria e que apresente proposta de acordo com o respectivo caderno de encargos fornecido [este trabalho foi concluído em Janeiro de 2017, tendo sido o estudo adjudicado a Augusto Mateus & Associados].
- 2.3. Conforme resulta de 2.1. é constituída uma Comissão de Acompanhamento (CA) do estudo, composta por: 4 membros do Fórum dos Serviços; representantes das 13 Câmaras Municipais protocoladas; representantes das associações locais/regionais que representem empresas dos serviços das cidades/vilas das Câmaras Municipais



directamente envolvidas; e dois representantes dos Ministérios com mais ligação ao estudo a realizar (Ministérios do Ambiente e da Economia). Cabe a esta CA acompanhar o estudo (com recomendações e informação relevante), validando o trabalho final [a constituição da CA ficou concluída em Fevereiro de 2017, tendo a mesma realizado uma primeira reunião em que validou o plano do estudo apresentado por Augusto Mateus & Associados].

**2.4.** O estudo terá a designação “Políticas Urbanas, as Actividades de Serviços e a Atracção de Não Residentes” e contará com um tempo de realização entre 6 a 8 meses [neste momento prevê-se que o estudo possa estar concluído em finais de Setembro de 2017, sendo validado pela CA durante o mês de Outubro].

**2.5.** Será feita uma divulgação alargada do estudo e encetada uma discussão com um conjunto alargado de autarquias (podendo ir além das que celebraram protocolo com o Fórum dos Serviços/CCP) sobre a viabilização da concretização da 2ª fase do Projecto, de acordo com os referenciais fornecidos pelo próprio estudo [a realizar no 4º trimestre de 2017].

### **3. Segunda fase do Projecto: Criação de uma “marca” a utilizar por um conjunto de cidades/vilas aderentes (em análise)**

**3.1.** A viabilização desta fase do projecto fica dependente do número de Câmaras aderentes e da possibilidade de vir a criar-se no âmbito do “Portugal 2020” uma medida dirigida para o apoio às acções locais e de coordenação global que envolvam despesas consideradas relevantes para o sucesso do projecto (a definir).

Pretende-se com esta fase do projecto poder vir a constituir, com o envolvimento do Fórum dos Serviços, uma “rede” de cidades/vilas empenhadas em promover políticas integradas de atracção de não residentes.

A participação como membro da rede pressupõe a subscrição de uma **Carta de Qualidade e Boas Práticas**, orientada para os objectivos da “marca” a criar, ou seja, que se dirija à captação de não residentes, seja na qualidade de visitantes (nomeadamente em visita turística), seja de futuros residentes, a qual será elaborada com base no estudo anteriormente realizado.



A referida Carta deverá contemplar um conjunto de orientações a que os serviços públicos e privados deverão obedecer e que sejam considerados essenciais para potenciar atracção de não residentes (garantindo igualmente com isso a satisfação da sua população residente). As práticas identificadas devem ser flexibilizadas de modo a ter em conta a dimensão das cidades/vilas em apreço e dar espaço ao surgimento de estratégias de especialização visando a captação de não residentes.

- 3.2.** Por forma a identificar políticas e acções atractivas para não residentes, a “rede” mencionada poderá promover sessões de informação e debate (reuniões, parcerias, *workshops* temáticos, sítio na internet, etc.) através das quais os membros possam partilhar experiências, explorar novos temas ou propôr acções relevantes.

Em relação a possíveis acções a promover no âmbito do “Portugal 2020” destacam-se as seguintes:

- Atrair/manter/incentivar a criação de empresas que desenvolvam serviços incluídos em **áreas de negócio que potenciem a atracção de não residentes** para as cidades onde se localizem, designadamente:
  - Serviços nas áreas de saúde e bem-estar;
  - Serviços relacionados com a cultura e o lazer;
  - Serviços de suporte ao desenvolvimento das “Cidades Inteligentes”;
  - Serviços de apoio à reabilitação urbana;
  - Serviços de proximidade, nomeadamente aqueles que se dirigem à população sénior e suas famílias;
  - Lojas tradicionais e históricas (p.e. a livraria Lello no Porto ou mercearias típicas);
  - Serviços inovadores, de base tecnológica, que operem ao nível da eficiência/transição energética, mobilidade, digitalização e valorização de resíduos.



- Desenvolvimento de projectos e/ou serviços públicos potenciadores da atracção de não residentes e da qualidade de vida dos residentes (p.e. acessibilidade de serviços públicos digitais);
- Promoção de soluções conjuntas, entre entidades públicas e privadas, que se baseiem nas vantagens competitivas do território e que contribuam para atrair não residentes;
- Formação dos profissionais que directamente acolhem os turistas (p.e. taxistas e motoristas de transportes públicos), uma vez que estes turistas poderão vir a ser “novos residentes” ou recomendarem o nosso país a amigos e conhecidos, assumindo o papel de “embaixadores”.

[Esta fase iniciar-se-á em Janeiro de 2018, devendo os trabalhos preliminares estarem concluídos no final do 1º trimestre do ano, com a criação da “marca”, da “estrutura da coordenação” e com a adesão das cidades/vilas iniciais, sendo que a adesão à mesma é um processo que permanecerá sempre aberto].