

Políticas Urbanas, atividades de serviços e atração de não residentes

Agosto de 2018

Qual o papel dos serviços de base territorial na atratividade de não residentes?

A intensidade e tipos de atratividade de não residentes estão associadas ao perfil de especialização dos territórios nos serviços

The better the question. The better the answer.
The better the world works.

Sobre este estudo

Título

Políticas urbanas, as atividades de serviços e a atração de não residentes

Promotor



Autoria

EY-AM&A



Equipa técnica

Coordenação

Paulo Madruga

Consultores

Ana Cristina da Silva

João Mota

Cofinanciado



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu

Edição

2018

Índice

Abreviaturas	9
Introdução	11
1. Delimitação do objeto de estudo e do quadro conceitual e metodológico	13
1.1. Objetivos do estudo	14
1.2. Quadro conceitual	16
1.3. Abordagem metodológica	22
2. Dinâmicas de atratividade de não residentes em Portugal Continental	25
2.1. Argumentos de atratividade	26
2.2. Tendências de atração de não residentes: viver	27
2.3. Tendências de atração de não residentes: visitar	36
3. Os serviços de base territorial e a atração de não residentes	45
3.1. Os serviços de base territorial e a atratividade	46
3.2. Os serviços no território nacional	49
4. Boas práticas de municípios da Comissão de Acompanhamento: estudos de caso	69
5. A articulação entre a atração de não residentes e os serviços de base territorial: orientações para as políticas públicas	99
Bibliografia	107
Anexos	109

Abreviaturas

AICEP	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
AML	Área Metropolitana de Lisboa
AMP	Área Metropolitana do Porto
ARU	Área de Reabilitação Urbana
CA	Comissão de Acompanhamento
CAE	Classificação das Atividades Económicas
TeSP	Cursos Técnicos Superiores Profissionais
CCP	Confederação do Comércio e Serviços de Portugal
DGEEC	Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência
DGPC	Direção Geral do Património
DP	Densidade populacional
IAPMEI	Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.
IEFP	Instituto de Emprego e Formação Profissional
I&D+i	Investigação, Desenvolvimento e Inovação
IFRRU	Instrumento Financeiro de Reabilitação e Revitalização Urbana
INE	Instituto Nacional de Estatística
INL	International Iberian Nanotechnology Laboratory
IRTS	International Recommendations for Tourism Statistics
Km	quilómetros
MACNA	Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Events
OMT	Organização Mundial do Turismo
PARU	Plano de Ação de Regeneração Urbana
PCTA	Parque de Ciência e Tecnologia do Alentejo
PIAE	Parque da Indústria Aeronáutica de Évora
pp	pontos percentuais
SRTT	Sistema Regional de Transferência de Tecnologia
TAR	Taxa de atração/repulsão
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UCP	Universidade Católica Portuguesa
UM	Universidade do Minho
UNWTO	World Tourism Organization
UTAD	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Introdução

Compreender em que medida a especialização dos territórios em determinadas categorias de serviços está relacionado com o respetivo nível de atratividade de não residentes é o objetivo central da presente desta reflexão. Esta temática assume especial pertinência num contexto da perda de efetivos populacionais, justificado pelo saldo natural e migratório negativos que se vivenciou nos últimos anos em Portugal Continental e também do reconhecimento da complexidade inerente à explicação e compreensão da atratividade.

-1,9%

Perda de efetivos populacionais entre 2011 e 2015, em Portugal Continental



-1,0%

Taxa de atração/repulsão observada entre 2011 e 2015 em Portugal Continental

O estudo assenta na realidade dos 278 concelhos de Portugal Continental, priorizando-se a desagregação concelhia, o que implicou um conjunto de dificuldades de obtenção de dados, adensada pela opção metodológica de cruzamento deste nível territorial com uma também maior desagregação setorial.

O aprofundamento do tema baseia-se nas seguintes abordagens teóricas e analíticas:

- i) **a definição de um novo quadro concetual para a atratividade de não residentes** (argumentos de atratividade e agentes atratores), o entendimento do conceito de não residentes (novos residentes, turistas e visitantes), para os serviços de base territorial (transversais, quotidianos, complemento e diferenciação) e chaves de ligação estabelecidos entre estas dimensões, assumindo a complexidade e a subjetividade do mesmo;
- ii) **a análise das dinâmicas de atração de não residentes** nas perspetivas passíveis de serem objetiva e estatisticamente medidas, relacionadas com os argumentos de atratividade de viver (em regime de permanência; ocasional ou temporariamente e na perspetiva do trabalho) e visitar (turismo e visitação) e os agentes atratores (residir; residir provisoriamente; usufruir, movimento pendular; conhecer e descobrir valores naturais; assistir e participar em eventos culturais, lazer ou negócios; usufruir de um produto turístico específico; deslocar-se em trabalho e passear, ocupar tempos livres e consumir);

- iii) **a compreensão da relação da especialização de serviços e a atração de não residentes**, através da análise cruzada e matricial entre as diferentes combinações de especialização das quatro categorias de serviços – transversais, quotidianos, complemento e diferenciação – e destas com os indicadores de medição da atratividade de não residentes utilizados;
- iv) **a apresentação das boas práticas**, selecionadas no conjunto dos 13 municípios membros da Comissão de Acompanhamento do estudo (Anexo 1), com o objetivo de ilustrar, com estudos de caso, iniciativas que contribuíram ou que potencialmente podem contribuir para a atração de não residentes, nas diferentes modalidades previstas;
- v) **a sistematização de um conjunto de considerações sobre a articulação entre a atração de não residentes, os serviços e as políticas públicas**, com apresentação das principais conclusões e pistas de desenvolvimento futuro.

Esta abordagem define um quadro analítico onde se distinguem diferentes de dinâmicas e intensidades de atração de não residentes (atrativo, medianamente atrativo ou pouco atrativo) e um conjunto de perfis de atratividade (para viver ou visitar) que traduzem as especificidades dos concelhos.

A introdução do papel dos serviços nos perfis e dinâmicas de atratividade, como um dos elementos explicativos é encaixada por via da categorização dos serviços, tendo em conta o grau de pertinência dos mesmos nos diferentes níveis e fatores de atração de não residentes. Tendo em conta a especialização dos concelhos nos serviços e cruzando-os com os desempenhos em termos de atratividade é possível identificar desde territórios com atratividades diferenciadas e completas a territórios de atratividade incompleta e, assim, estabelecer um padrão de relação que coloque os serviços como uma das condições de maximização da atratividade.

São apresentados um conjunto de estudos de caso que comprovam a relevância dos serviços como motes relevantes na atratividade e que traduzem desafios assumidos em prol desta causa por parte dos municípios da Comissão de Acompanhamento.

1. Delimitação do objeto de estudo e do quadro concetual e metodológico

1.1. Objetivos do estudo

Contexto da reflexão

A pertinência da reflexão sobre o papel dos serviços na atração de não residentes

Os serviços assumem um papel de destaque nas sociedades atuais que assistem a um progressivo **processo de terciarização das economias**, tendência marcante dos últimos anos. Em Portugal, esta afirmação está explícita tanto a nível da criação de riqueza (75,6% do VAB, em 2015, mais do que duplicando a sua representatividade nas últimas duas décadas), como na dinamização das exportações portuguesas (14,2% do PIB, em 2016, crescendo a um ritmo médio anual de 7,1% desde 1996, quadruplicando o valor inicial), com impacto na balança comercial, onde o saldo dos serviços representa 7,1% do PIB.

A presença e a importância dos serviços é hoje especialmente relevante para as cidades, onde são tidos como **peças diferenciadoras e basilares da sua afirmação competitiva** ao nível das funções urbanas, com impacto na qualidade da vivência social e de negócios e com repercussões na atratividade dos territórios nos mais diversos quadrantes (empresarial, residencial, laboral ou turística).

A Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP), com o apoio da Augusto Mateus & Associados (AM&A), desenvolveu, em 2014, um estudo que teve por objetivo **revelar o protagonismo dos serviços no desafio exportador que gera crescimento em Portugal**, tendo em consideração o contributo dos serviços exportados para os mercados externos, dos serviços incorporados nos bens exportados e os serviços para a atração de não residentes e captação de rendimentos vindos do exterior.

Este estudo evidenciou a **necessidade de uma nova visão do papel dos serviços no desenvolvimento económico** e sobre o contributo dos mesmos para a sustentação da abertura da economia portuguesa, tendo um impacto crescentemente positivo na internacionalização da economia portuguesa.

No seguimento deste estudo, a CCP aprofundou a sua reflexão sobre a temática dos serviços e da atratividade, tendo criado, em outubro de 2015, o Grupo de Trabalho “Serviços de base territorial direcionados para pessoas individuais”, com a missão de debater e apresentar propostas que pudessem contribuir para promover serviços dirigidos ao consumidor final, especialmente aqueles que, apesar de pouco deslocalizáveis, têm a capacidade de atrair não residentes e serem um fator competitivo do país.

Da reflexão produzida no referido Grupo de Trabalho emergiu a importância de se aprofundar a análise do tema através da realização de um **estudo sobre o papel dos serviços de base territorial na atração de não residentes** e a sua contribuição para a competitividade dos territórios, nomeadamente das cidades.

É neste enquadramento que surge o estudo “Políticas Urbanas, as Atividades de Serviços e a Atração de Não Residentes”. Aqui pretende-se compreender como é que os serviços de base territorial, apesar de pouco deslocalizáveis, têm a capacidade de atrair rendimento externo, seja este advindo de novos residentes a tempo inteiro ou parcial, ou de visitantes temporários, seja em viagens turísticas, profissionais ou académicas. Mais do que olhar para o que se pode fazer “lá fora” ou “lá para fora”, procura-se agora **entender o que pode ser feito localmente para atrair “para dentro”**, captando recursos, novos residentes, turistas e visitantes para os territórios.

Este novo olhar deve ter em conta o **território como relevante fator competitivo e de atratividade** e, em particular, o papel das cidades como motores do desenvolvimento e da captação de investimento na economia global. Por este motivo, não interessa somente olhar para os serviços de forma isolada, mas integrados nos territórios onde se localizam – binómio serviços/território - ou, mais em concreto, **analisar as tendências de atratividade recentes e os serviços que contribuem para a atratividade** de um dado território.

Adicionalmente, pretende-se não só **sistematizar as tipologias e categorias de serviços e respetivas medidas de dinamização económica** como as políticas urbanas e territoriais que possam potenciar estes mesmos serviços e a atratividade para não residentes, apresentando, para tal, um conjunto de boas práticas praticadas pelos municípios membros da comissão de acompanhamento.

Estrutura-se, ainda, um conjunto de considerações finais, tendo em vista reter as principais conclusões que resultam do estudo, visando uma maior eficácia no desenvolvimento da atratividade territorial, no âmbito da política pública.

O estudo terá como âmbito territorial **Portugal Continental**.

O estudo desenvolve-se em **cinco capítulos**, partindo da definição do **quadro conceitual e metodológico** implícito, passando pelo **diagnóstico** dos perfis e dinâmicas de atratividade na realidade nacional a nível concelhio e pela análise do **papel**

dos serviços na atratividade de não residentes e a relação com outros fatores de atração, finalizando com um conjunto de boas práticas dos municípios da Comissão de Acompanhamento e de conclusões relacionadas com a atração de não residentes.

Objetivo global: compreender o papel dos serviços de base territorial na atração de não residentes e a sua contribuição para a competitividade dos territórios.

1

Conceitos e metodologia

Definir, delimitar e construir o quadro conceptual e metodológico (atratividade, serviços de base territorial, não residentes): *De que falamos? Que categorias e tipologias considerar? Como medir? Como medir?*

2

Diagnóstico da realidade nacional

Identificar e analisar os perfis e dinâmicas de atratividade de não residentes nos concelhos de Portugal Continental: *Que diversidade de perfis e intensidades de atratividade entre territórios no territórios no contexto nacional?*

3

Serviços e atração de não residentes

Caraterizar e compreender os processos de construção da atratividade de não residentes com base no papel dos serviços de base territorial: *Que características e recursos territoriais subjacentes à atratividade? Que atratividade? Que dinâmicas se verificaram? verificaram? Qual o papel dos serviços na serviços na dinâmica de atratividade de não de não residentes?*

4

Boas práticas: estudos de caso

Apresentar um conjunto de boas práticas dos municípios membros da Comissão de Acompanhamento: *Que tipologias de investimentos e iniciativas (públicas e privadas) privadas) que mais contribuem para a atratividade de não residentes? Que parceiros parceiros envolver?*

5

Conclusões

Síntese dos principais resultados e considerações para uma maior eficácia no desenvolvimento da atratividade de não residentes: *Que requisitos para a atração de não residentes? Que papel para os serviços no serviços no repovoamento dos territórios? Que territórios? Que propostas para o futuro? futuro?*

Perfis e dinâmicas de atratividade dos territórios

O papel dos serviços na atratividade de não residentes

Principais considerações acerca da atratividade de não residentes e p papel dos serviços

1.2. Quadro concetual

Delimitação territorial e conceitos

O território de incidência do estudo

O estudo incide sobre as realidades de atratividade e o impacto dos serviços de base territorial nos **278 concelhos de Portugal Continental**, sempre que tal for possível. Os pressupostos de partida subjacentes à delimitação territorial assumida, parte da convicção de que o território nacional é **diverso do ponto de vista dos perfis e intensidades de atratividade de não residentes** e que o papel dos serviços é diferenciado, consoante as especificidades sociais, económicas e demográficas dos concelhos.

A definição de um novo quadro concetual para a temática da atratividade de não residentes

O entendimento da abordagem apresentada implica a explicitação do modo como os conceitos desenvolvidos são interpretados no contexto da análise que aqui se desenvolve. São quatro os conceitos, essenciais ao **entendimento da reflexão desenvolvida** – atratividade territorial, não residentes, argumentos de atratividade e agente atractor.



Entende-se por **atratividade territorial**, o complexo processo resultante da combinação multifatorial de condições e características específicas, aplicadas a diferentes escalas (local, urbana, regional ou global), que potenciam a captação de não residentes para um determinado território, de forma permanente, temporária ou pontual.

Os **argumentos de atratividade**, por sua vez, associam-se aos motores indutores da atração dos não residentes para determinados destinos, que podem ser resumidos nas seguintes motivações:

- ▶ para **Viver** (novos residentes), quer seja em regime de permanência, ocasional ou temporariamente ou na perspetiva do trabalho (residência profissional);
- ▶ para **Visitar** (turistas e visitantes), quer na lógica do lazer ou justificado por deslocações motivadas por trabalho ou de negócios.

A aceção de **não residentes** é apresentada numa perspetiva lata, estando aqui incluídas as pessoas que recentemente se mudaram para um determinado território de forma permanente, ou aquelas que para aí se deslocam ou instalam, seja de forma sazonal ou provisória, com motivações tão diversas, quanto a visitaçao, o trabalho, estudo ou saúde. É possível distinguir três tipologias de não residentes que se subdividem em categorias, sistematizadas abaixo:

- ▶ **Novos residentes**: engloba aqueles que se deslocam temporariamente para uma residência que não é a habitual, seja porque é a sua segunda habitação (residentes sazonais), seja porque aí vão exercer uma atividade de duração limitada, normalmente profissional, de formação ou para tratamentos de saúde (residentes temporários), ou ainda aqueles portugueses ou estrangeiros que tenham mudado a sua residência habitual para um novo concelho nos últimos anos (“novos” residentes permanentes);
- ▶ **Visitantes**: qualquer pessoa que se desloque para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, sem pernoitar e por motivos que podem ou não envolver uma atividade remunerada;
- ▶ **Turistas**: todo o visitante temporário que se desloque, tanto em lazer como em negócios, por uma razão que seja a de aí exercer uma atividade que pode ou não ser remunerada e que inclui a estadia de pelo menos uma noite.

A tipificação/categorização de não residentes permite antecipar as **diferentes interações que os vários agentes podem estabelecer com os território** e reconhecer que a atratividade tem a sua parte de subjetividade e varia consoante as motivações e preferências dos atores envolvidos.

Nesta reflexão inclui-se o **agente atrator**, elemento que justifica a atratividade do território, estabelecendo o diálogo entre os argumentos de atratividade e as tipologias/categorias de não residentes.

O **agente atrator** é o motivo pelo qual um indivíduo ou grupo de indivíduos se deslocam a um determinado território, enquanto que o **argumento de atratividade** é o fator de decisão que justifica a seleção daquele local em detrimento de outros territórios.

Os processos de atração de não residentes constroem-se com prévia definição do público-alvo a captar e tendo a consciência de que o sucesso de estratégia de reforço da atratividade de um território depende da combinação ótima e equilibrada de diversos fatores.

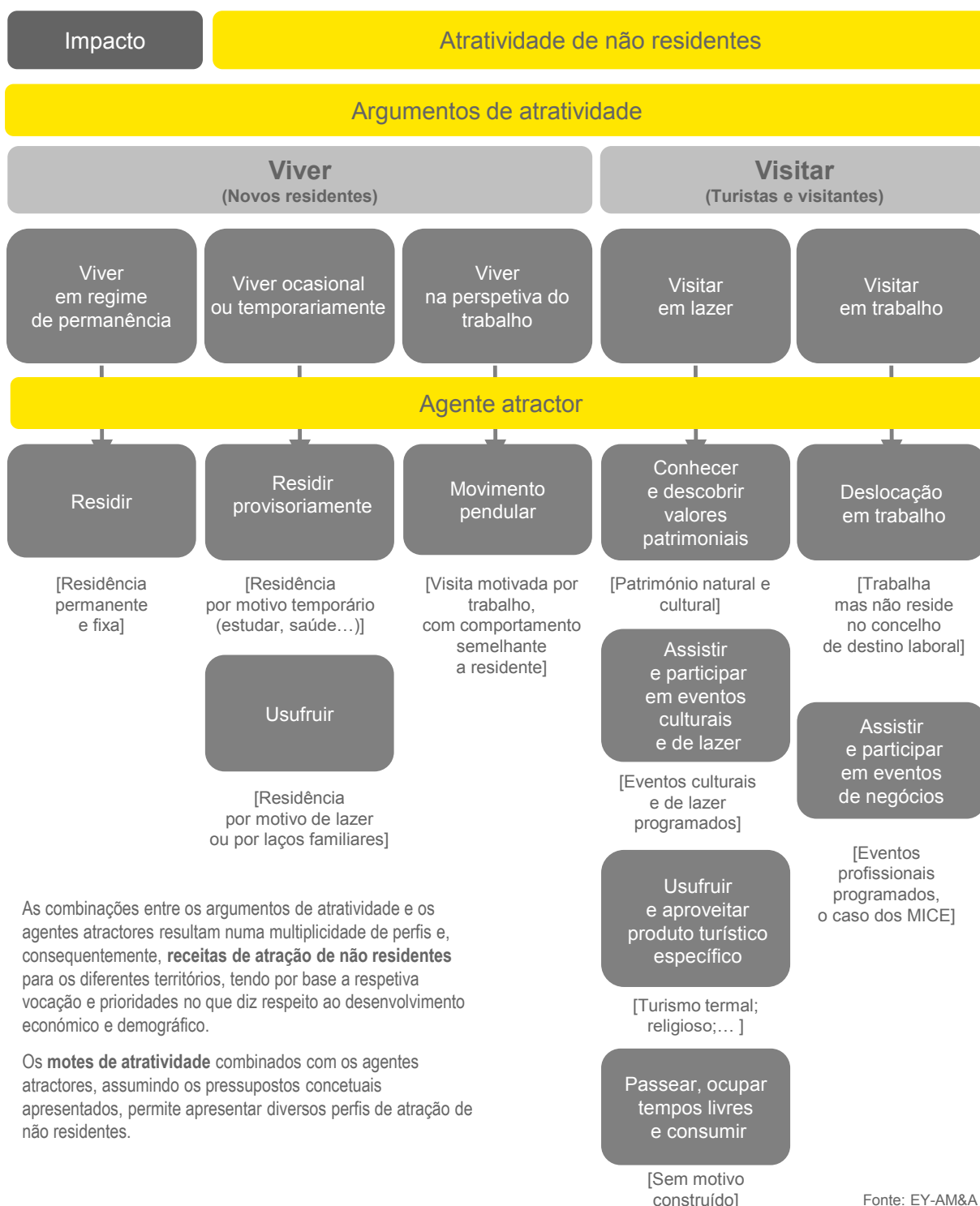
O quadro abaixo sistematiza as relações que se estabelecem entre as tipologias de não residentes e o agente atrator ou, por outras palavras, a motivação implícita à deslocação para outro território.

Relação entre tipologia de não residente e agente atrator

Tipologia de não residente	Agente atrator (motivação)
Novos residentes	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Para residência temporária, habitualmente de duração limitada a períodos que se estendem até 1 ano, dependendo do motivo. Este tipo de turismo está relacionado, de um modo geral, com atividades profissionais, estadias em centros de investigação, períodos de formação (onde o programa Erasmus assume especial relevância) ou realização de tratamentos médicos; ▶ Para residência sazonal, relacionado com segunda habitação ou residência secundária e onde o alojamento ocupado é utilizado periodicamente, sem que aí ninguém tenha a sua residência habitual; ▶ De residência permanente recente, correspondente àqueles, portugueses ou estrangeiros, que tenham mudado a sua residência habitual para um novo concelho do território nacional, tendo em consideração o período 2001-2015, que inclui o período censitário 2001-2011.
Visitantes	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Em atividades de lazer, de curta duração e curta distância, onde a motivação principal é o comércio, o consumo ou a ocupação do tempo livre em atividades culturais, ou eventos não-profissionais; ▶ Em atividades profissionais, igualmente de curta duração e maioritariamente de curta distância, de frequência diária ou elevada, e por uma razão que seja a de aí exercer uma atividade remunerada.
Turistas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Em viagens de trabalho no âmbito MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Events, que inclui a reunião de grupos de pessoas, onde o planeamento foi feito com antecedência e com um propósito comum, profissional, académico, comercial ou outro, em torno do qual normalmente se realizam feiras, conferências ou eventos; ▶ Noutras viagens profissionais, fora do âmbito MICE e decorrente da normal atividade profissional e de negócios, ou seja, que não envolvem a participação num evento com vários participantes e previamente planeado. Este grupo inclui o caso do paradoxo em que a ausência de serviços num determinado território é o elemento atrator; ▶ Para participação em eventos culturais, desportivos, recreativos e de lazer com duração superior a um dia, nomeadamente feiras, festivais, exposições e concertos; ▶ Em lazer, seja de curta ou longa duração e distância, por uma razão que não seja a de aí exercer uma atividade remunerada, e que inclui a estadia de pelo menos uma noite.

Fonte: EY-AM&A

Relação da atratividade de não residentes com argumentos de atratividade e agente atractor



Cada tipologia/categoria de não residente definida atribui um determinado valor às condições dos territórios, **dependendo do objetivo final que motiva a deslocação para um certo local** (residir permanente ou provisoriamente; usufruir de valores naturais ou patrimoniais ou de um produto turístico; trabalhar; assistir a eventos de negócios ou culturais; passear, ocupar tempos livres ou consumir...).

São estas condições, cuja qualidade depende de fatores materiais mas também imateriais, como é o caso dos serviços, que moldam e projetam a atratividade dos territórios.

Neste sentido, sistematizou-se as **articulações que se estabelecem entre o argumento de atratividade de um território e o motivador dessa deslocação** (agente atrator) tendo em conta a tipologia e categorias de não residentes.

Síntese de articulações entre argumentos de atratividade - agente atrator - tipologias/categorias de não residentes

Argumento de atratividade		Agente atrator	Tipologias/ Categorias de não residentes
Viver	Viver em regime de permanência	Residir de forma permanente	NOVOS RESIDENTES Residentes permanentes
	Viver ocasional ou temporariamente	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	NOVOS RESIDENTES De residência temporária
		Usufruir sazonalmente numa ótica de segunda residência	NOVOS RESIDENTES De residência sazonal
Viver na perspetiva do trabalho	Trabalhar num território onde não reside	VISITANTE Profissionais - commuters	
Visitar	Visitar em lazer	Conhecer e descobrir valores patrimoniais	TURISTA Em lazer para fruição e contemplação de valores patrimoniais
			VISITANTE Em lazer para fruição e contemplação de valores patrimoniais
		Assistir e participar em eventos culturais e de lazer	TURISTA Em lazer para participação em eventos culturais e de lazer
			VISITANTE Em lazer para participação em eventos culturais e de lazer
		Usufruir e aproveitar produto turístico específico (termas, golfe, surf, religião, gastronomia...)	TURISTA Em lazer orientado para produto turístico
			VISITANTE Em lazer orientado para produto turístico
	Visitar em trabalho	Passear, ocupar tempos livres e consumir	TURISTA Em lazer sem motivo construído ou evento
			VISITANTE Em lazer sem motivo construído ou evento
		Trabalhar – Deslocação em trabalho	TURISTA Em viagens profissionais
			VISITANTE Em viagens profissionais
Assistir e participar em eventos de negócios	TURISTA Em viagens profissionais no âmbito MICE		
	VISITANTE Em viagens profissionais no âmbito MICE		

Fonte: EY-AM&A

As diferentes aceções do conceito de serviços

A **compreensão do papel dos serviços na promoção da atratividade dos territórios** é a questão sobre a qual se pretende apresentar uma reflexão inovadora, que permita esclarecer a relevância do setor nas tendências atuais de atração de não residentes.

No sentido de clarificar a abordagem a desenvolver procede-se, neste momento, à **delimitação do conceito de “serviços”** e à **especificação do subgrupo relevante** no contexto da presente análise.

Os “serviços” podem ser definidos como o conjunto de produtos imateriais, intangíveis e não armazenáveis, facultados a diferentes agentes, tendo em vista a facilitação das atividades desenvolvidas num determinado âmbito (território, setor...) e que se constituem como **um fator de qualidade das condições proporcionadas a residentes e não residentes**, às empresas e a outras instituições. Estes podem ainda ser tipificados de acordo com os públicos a que se destinam e a proximidade territorial que têm associada.

Tendo por base o **critério do destinatário**, é possível subdividir os serviços nas seguintes tipologias:

- ▶ **serviços às empresas** (*business services*): são o grupo serviços que visam apoiar a atividade empresarial e industrial, incluindo-se áreas tão diversas quanto a logística (transportes e armazenagem); consultoria; informática; financeira e seguros; contabilidade e gestão; I&D e inovação; administrativa;
- ▶ **serviços às famílias**: correspondem ao conjunto de serviços direcionados para a promoção da qualidade de vida, vivência e bem-estar das pessoas, sejam estas residentes ou não residentes, destacando-se o comércio e reparação; o alojamento e a restauração; as atividades imobiliárias; as atividades artísticas, culturais, de espetáculos e recreativas;

- ▶ **serviços públicos**: conjunto de serviços de caráter público ou de interesse público, providenciados pelo Estado ou por entidades privadas, estando aqui incluídas as atividades de organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais; a administração pública, a defesa e a segurança social; a regulação; a educação; a saúde ou as atividades de apoio social.

Tendo por base o **critério da proximidade**, ou seja, da abrangência e presença territorial dos serviços, estes podem agrupar-se nas seguintes tipologias:

- ▶ **serviços globais**: são serviços providenciados tendo em conta as dinâmicas identificadas a uma escala superior, que são pensadas na ótica das macro necessidades e de escalas territoriais superiores (países ou regiões), padronizados e centralizados, transversalmente disponibilizados e essenciais à criação de condições de base para o desenvolvimento económico e social. Incluem-se aqui os serviços da administração pública central como serviços de justiça, de saúde (hospitais) e de apoio ao desenvolvimento económico e empresarial mais global.
- ▶ **serviços de base territorial**: são serviços predominantemente direcionados para pessoas individuais (residentes e não residentes), aplicados numa área territorial devidamente delimitada, sendo adequados ao perfil da comunidade onde são introduzidos e que estão de acordo com as vocações económicas e sociais dos territórios. Aqui incluem-se os serviços com maior territorialização, de pendor social, habitacional, educacional, ambiental, cultural, também promotores de atração de empresas e de iniciativas de caráter local, uma vez que se reconhece os impactos na criação de emprego e de negócios, que são parte integrante da vida dos residentes, dos turistas e dos visitantes.

Tipologia de serviços por critérios



Fonte: EY-AM&A

A categorização dos serviços de base territorial

Na ótica da atratividade, os serviços de base territorial assumem especial protagonismo, uma vez que é nos processos desenvolvidos à escala local que se disputam as opções de atração de não residentes. É na dimensão mais territorializada que a diferenciação é concretizada, neste caso por via dos serviços, uma dimensão imaterial de importância reconhecida.

A atratividade, promovida por via dos serviços, implica a sua adequação ao perfil e vocações dos territórios e às opções estratégicas tomadas para o seu desenvolvimento. Este objetivo será apenas possível através da personalização das soluções, adaptadas às condições e recursos disponíveis e às exigências de quem aí reside, trabalha ou de quem visita. São identificadas quatro categorias de serviços de base territorial que, neste quadro, se assume que entram nas dinâmicas de reforço da atratividade das cidades e dos concelhos, que se designaram por serviços: transversais; de quotidiano; de complemento e de diferenciação.

É de referir a dificuldade de traçar uma linha inequívoca entre estas categorias de serviços, dado que um mesmo serviço, dependendo do modo como é prestado, pode ter maior ou menor nível de transversalidade ou de diferenciação, ou mesmo ser mais ou menos complementar ou aplicar-se com maior ou menor acuidade ao quotidiano. O agrupamento de serviços de acordo com o tipo de condições que propicia pode ser o resultado de diversas combinações sendo que metodologicamente se assume aquela que aqui se apresenta.

Por outro lado, tem-se em conta que as relações entre as categorias de serviço, pautam-se pela interdisciplinaridade – e.g., os serviços de turismo e segurança - pela utilidade – e.g. os serviços de ensino e de investigação e desenvolvimento - pela personalização – e.g., os serviços de habitação e pessoais – e pelas sinergias que estabelecem entre si. A aplicação destas combinações nos territórios parecem promover espaços competitivos e atrativos.



1.3. Abordagem metodológica

Medição e método de análise

A operacionalização da medição da atratividade e do papel dos serviços nessa dinâmica

A abordagem metodológica parte do pressuposto de que a atratividade de um território para não residentes será tanto maior quanto mais vezes surgir como primeira escolha destes agentes aquando da tomada de decisão sobre o local onde trabalhar, visitar ou viver.

Perante esta hipótese assume-se que, em termos de capacidade de atração, a posição dos territórios se repercute na *performance* de um conjunto de indicadores que permitem compreender os perfis e dinâmicas de atratividade dos concelhos, nas óticas do “Viver” e “Visitar”.

Na **ótica do “Viver”** (novos residentes) e dos respetivos desdobramentos (em permanência, ocasional ou provisoriamente e em trabalho) são apresentados os posicionamentos dos concelhos, com base numa análise sintética de uma combinação de indicadores-chave para a compreensão deste argumento de atratividade, relacionados com:

- ▶ **o modelo de povoamento e distribuição populacional:** realiza-se uma fotografia da situação atual dos territórios em termos de densidade, concentração e distribuição populacional;
- ▶ **as dinâmicas demográficas e de captação de fluxos populacionais (temporários, permanentes ou pendulares):** análise das tendências de evolução população, concedendo especial atenção à componente migratória e à captação de população estudantil ou trabalhadora;
- ▶ **o modelo residencial:** relativo à tipologia de habitação prevaiente, com enfoque no alojamento sazonal ou de segunda residência, como caracterizador da capacidade de atração de não residentes.

Na **ótica do “Visitar”** (turistas e visitantes) com os mais variados fins (lazer e em trabalho), abordados na lógica turística ou da visitação, tendo em conta as seguintes visões:

- ▶ **a dinâmica turística:** medida em termos de relevância da procura (dormidas), o grau de internacionalização do turismo, o tempo de permanência num determinado concelho e a motivação subjacente à deslocação turística;
- ▶ **o potencial de visitação:** *proxy* que pretende

ultrapassar as dificuldades associadas às limitações na contabilização de visitantes, baseado na população residente na esfera de influência geográfica plausível de permitir deslocações de ida e volta num mesmo dia, os visitantes de museus ou movimentos de multibanco.

Reconhece-se que a **atratividade resulta de uma combinação de fatores**, que se encaixam como elementos possíveis de explicar os níveis e dinâmicas observadas nos concelhos. Considera-se que a atratividade dos territórios depende de diversas tendências e pressupostos, nomeadamente:

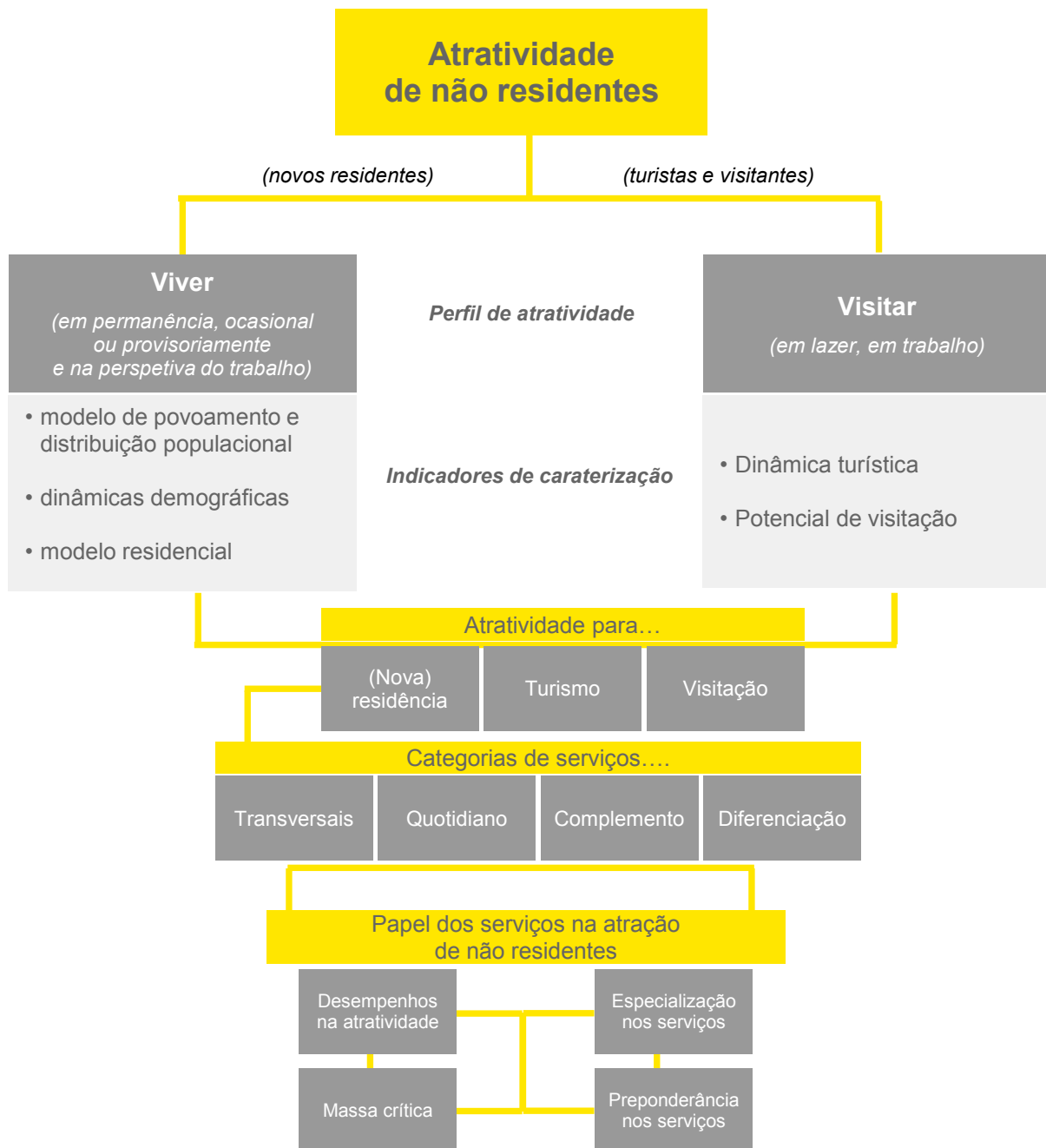
- ▶ **Condições:** referente à disponibilidade de infraestruturas, equipamentos e **serviços** (*core* do presente estudo), que adequam os territórios a um conjunto de atividades estratégicas (económicas, turísticas, sociais, educativas,...);
- ▶ **Recursos:** relacionado com os recursos endógenos intransmissíveis presentes nos territórios, que reforçam as respetivas vocações e os tornam singulares (património natural e edificado; gastronomia...);
- ▶ **Processos:** o caso da empregabilidade, decorrente da maior eficiência do mercado trabalho, resultante da dinâmica empresarial e da adequação da qualificação da população às exigências do tecido económico.

As fontes estatísticas, a pesquisa documental e a participação de atores relevantes

A abordagem analítica implicou a sistematização de informação para a **medição das evidências de atratividade de não residentes** nos diferentes concelhos de Portugal Continental, recorrendo-se, a dados quantitativos e qualitativos através:

- ▶ da **recolha de dados estatísticos** em diversas fontes, mais ou menos estruturadas, tais como o Instituto Nacional de Estatística (INE), o Gabinete de Estratégia e Planeamento do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (GEP/MTSSS) com a disponibilização de dados dos Quadros de Pessoal e a Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC);
- ▶ da **obtenção de dados com a maior desagregação estatística disponível** quer em termos territoriais, priorizando-se o nível concelhio, quer em termos setoriais (2 e 5 dígitos da CAE);

Serviços e atratividade de não residentes: um quadro lógico



2. Dinâmicas de atratividade de não residentes em Portugal Continental

2.1. Argumentos de atratividade

Viver e Visitar

Viver e visitar como argumentos de atratividade de não residentes

O entendimento da situação atual da atratividade de não residentes nos concelhos do continente com o objetivo de **sintetizar os perfis e as tendências recentes** é o ponto de partida da análise deste fenómeno.

Os **argumentos de atratividade potencialmente justificativos da atração de não residentes** – viver e visitar – estruturam a primeira segmentação da análise. Esta abordagem é pormenorizada pelo estudo das tendências específicas observadas nos subgrupos de argumentos de atratividade que foram metodologicamente definidos e que pretendem captar realidades particulares de atratividade, tendo, nomeadamente, em conta, as tipologias de não residentes propostas.

O **argumento de atratividade “Viver”** é abordado em sentido lato, na medida em que enquadra as opções de fixação num determinado território, através de várias combinações de motivação e tempos de estadia. Por outras palavras, as modalidades de viver definidas têm implícito o que se designou por novo residente, porque aí se estabeleceu recentemente, por aí estar de forma ocasional ou temporária (para estudar, trabalhar, investigação, saúde...), ou ainda por se assumir como profissional que se comporta como residente e que, mesmo não aí residindo, valoriza os mesmos serviços e amenidades que os residentes.

Nesta perspetiva, os indicadores selecionados têm como objetivo a visualização das dinâmicas de atratividade através do desdobramento do crescimento populacional, concedendo destaque ao efeito migratório, à identificação de modalidades de residência temporária, a capacidade de fixação de

população estrangeira ou a atração de profissionais por via da relevância da bolsa de emprego local. Nas dinâmicas populacionais, assume-se como ponto de partida os dados censitários, complementados por estimativas mais recentes calculadas por entidades oficiais produtoras de informação estatística.

O **argumento de atratividade “Visitar”** inclui os movimentos populacionais motivados i) por lazer, sejam eles turísticos (com dormida) ou de visitação (sem dormida), justificados pela intenção de fruição de património, de eventos, de atrativos turísticos específicos ou de simplesmente das condições de vivência proporcionadas e ii) por trabalho, incluindo as deslocações profissionais para territórios que não correspondem ao domicílio profissional ou ainda para participar em eventos programados, regulares ou não, de negócios e de *networking* empresarial.

Este é o quadro geral da abordagem realizada ao tema da atratividade de não residentes, cujo quadro concetual fica definido. Para medir estas realidades procedeu-se à **seleção de um conjunto de indicadores** considerados pertinentes para a medição destas realidades, tendo em conta, as limitações decorrentes da disponibilidade de estatísticas com a desagregação territorial e setorial e amplitude temporal adequadas.

A cobertura destas *nuances* de atratividade foram quantificadas, sempre que possível, nos restantes casos definiu-se uma *proxy* para a sua medição ou um comentário apenas qualitativo, enquanto que para os restantes casos deixa-se apenas, a perspetiva sinalizada.

Como referido na metodologia, o estudo recai sobre os 278 concelhos de Portugal Continental.

Síntese dos argumentos de atratividade e subconjuntos



Fonte: EY-AM&A

2.2. Tendências de atração de não residentes: viver

Viver em regime de permanência

Viver
(Novos residentes)

Viver em regime de permanência

Viver ocasional ou temporariamente

Viver na perspetiva do trabalho

A opção de viver em regime de permanência como importante medida da atratividade

A atratividade vista da ótica da “nova residência” traduz uma forma mais abrangente de abordar a atração de não residentes, extravasando as lógicas mais intuitivas como o turismo ou a visitação.

Esta temática assume redobrada importância num enquadramento nacional de **tendências demográficas que revelam desafios de promoção da sustentabilidade demográfica** dos territórios.

Atualmente Portugal Continental contabiliza perto de 10 milhões de pessoas, resultado de uma tendência demográfica de decréscimo em mais de 190 mil pessoas (-1,9%) entre 2011 e 2015. As **especificidades concelhias são evidentes** em termos de distribuição populacional, modelo de povoamento e nas combinações explicativas do (de)crecimento populacional. As **assimetrias estão comprovadas** quando se conclui que mais de um terço da população continental se concentra em menos de 2% do território, com uma maior concentração nos centros urbanos do litoral.

A evolução populacional tem reconhecidas especificidades e justificações que revelam uma significativa complexidade da dinâmica demográfica dos territórios e da atratividade dos mesmos. Numa aceção meramente estatística, pode ser explicada pelo **comportamento das componentes natural e migratória**, que podem ter diferentes sentidos e intensidades. Em Portugal, a tendência demográfica desfavorável resulta do contributo duplamente negativo de baixos níveis de fecundidade traduzidos em taxas de crescimento naturais negativas e pelo êxodo populacional (-1,0%).

A componente migratória assume especial relevância quando o objetivo é o de retratar a atratividade de não residentes. O saldo migratório corresponde à diferença entre a imigração (entrada) e a emigração (saída) num determinado país, região ou concelho num determinado período de tempo, sendo, por isso, assumido como uma potencial medida do grau de atratividade de novos residentes permanentes, permitindo aferir o quão atrativo é um território para fins residenciais.

Retrato demográfico de Portugal Continental



9.839.140

Número de pessoas residentes em 2015



110,4

Número de habitantes por km² em 2015



1/3

da população reside em 1,5% do território nacional, distribuídas por 10 concelhos, numa lista liderada por concelhos das AML e AMP em 2015



-1,9%

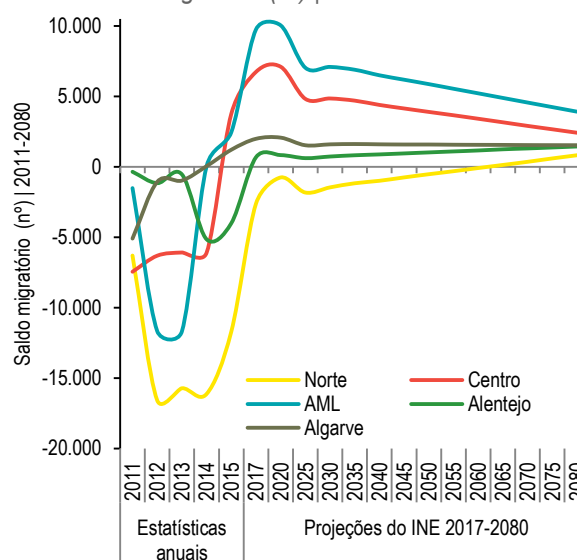
Decréscimo da população residente em entre 2011 e 2015



1,7% e -1,0%

Taxas de atração/repulsão nos períodos 2001-2011 e 2011-2015

Evolução e projeção (cenário central) do saldo migratório (nº) | 2011-2080



Fonte: INE, Estimativas da População Residente 2011 e 2015 e Projeções da População Residente 2017-2080

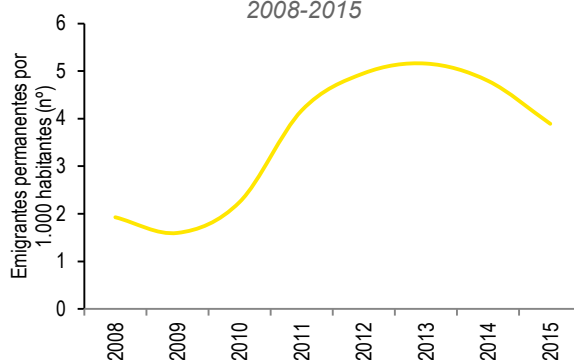
A taxa de atração/repulsão (TAR) é o **indicador que relativiza o saldo migratório pela média da população residente** entre os dois períodos num determinado território, refletindo o respetivo grau de atratividade (se saldo positivo) ou de repulsão (se saldo negativo) em termos residenciais.

Da observação das trajetórias do saldo migratório, conclui-se que, desde os anos 90, esta componente compenhou a fraca capacidade de renovação populacional por via do crescimento natural com um revés a partir de 2011 com **impacto negativo no stock populacional**. Contudo, o cenário central do INE nas projeções da população residente para 2080 revelam uma fase de inversão desta tendência.

Nos últimos anos Portugal surge como um país pouco atrativo, consequência indireta da conjuntura económica e decorrente crise de emprego e social. De facto, embora o número de emigrantes (por 1.000 habitantes) tenha aumentado entre 2009 e 2013, a realidade é que o saldo migratório negativo demonstra que o êxodo populacional superiorizou as tendências de entrada. Em 2013, Portugal registou o mais elevado número de emigração (5,2 emigrantes por cada 1.000 habitantes), enquanto que o ano anterior correspondeu ao ano com a maior diferença entre entradas e saídas (cerca de -37 mil pessoas).

Esta realidade nacional encontra especificidades concelhias que devem ser assinaladas e tidas em consideração quando se procura encontrar os diferentes posicionamentos territoriais na temática da atratividade. A observação **das diferentes combinações de crescimento populacional** entre 2001 e 2011 possibilita a identificação de um grupo de concelhos que crescem pela combinação positiva de ambas as componentes (Mafra, Alcochete, Montijo ou Sesimbra) ou em que o crescimento negativo é moderado pela atração de não residentes (Grândola ou Odemira).

Emigrantes permanentes por 1.000 habitantes (nº) | 2008-2015



Fonte: INE, Estimativas anuais de emigração

Variação da população (%) e taxa de atração/repulsão (%) | 2001-2011



A geografia da taxa de atração/repulsão permite desenhar um **eixo de atração em forma de “L”** que engloba a larga maioria dos concelhos do litoral português. Contudo, é no desenho do eixo de repulsão onde se observa uma configuração que não valida o instituído no senso comum, constatando-se que o territórios mais repulsivos se localizam no interior, em sentido literal, do país, predominante norte interior, e não tanto nos territórios de fronteira com Espanha.

A relação entre a dinâmica populacional líquida (TAR 2001-2011) e bruta ou indicador de rotatividade (*turn over*) populacional (população que 5 anos antes residia noutra concelho) concede uma **visão sobre a sustentação e renovação demográfica dos concelhos**, ressaltando os seguintes grupos:

- ▶ **Concelhos repulsivos-rotativos** (TAR<0% e proporção da população que 5 anos antes residia noutra concelho antes>5%): com dificuldades de fixação populacional e onde se observa uma tendência de “circulação” da população;
- ▶ **Concelhos atrativos-rotativos** (TAR>0% e proporção da população que 5 anos antes residia noutra concelho>5%): com capacidade de captação de população, mas que nos últimos anos registaram uma reconfiguração do perfil populacional.

Esta análise cruzada permite elaborar os seguintes **retratos regionais**:

- ▶ **Norte e Centro norte** com presença de polos de atração populacional dispersos e por uma baixa renovação/rotação da população;
- ▶ **AML e Algarve**, revelando elevados níveis de atração e um significativo *turn over* populacional;
- ▶ **Alentejo, Centro litoral e Centro sul**, onde se observa uma importante mancha concelhia atrativa, mas com um *turn over* populacional mais expressivo em apenas alguns territórios do litoral.

Mais especificamente, o **cruzamento entre a capacidade de atração de pessoas para os territórios e o grau de rotação populacional**, permite compreender o perfil de residentes assim como a volatilidade das estruturas demográficas dos concelhos, sendo possível destacar um conjunto de territórios atrativos (>10%) e rotativos (>10%):

- ▶ **Algarve** (Albufeira; Aljezur; Lagos; Loulé; Olhão; Portimão; Silves);

- ▶ **Oeste** (Óbidos; Arruda dos Vinhos; Lourinhã; Sobral de Monte Agraço; Mafra);
- ▶ **Lisboa** (Cascais; Alcochete; Montijo; Palmela; Sesimbra);
- ▶ **Lezíria do Tejo** (Benavente; Salvaterra de Magos);
- ▶ **Outros casos**: Condeixa-a-Nova; Vila de Rei.

É possível notar que os territórios mais densamente povoados e de elevado *turn over* populacional se localizam, já por si, em áreas metropolitanas, onde está o emprego e um conjunto de equipamentos, serviços e condições valorizados na opção de residência, ou em territórios com vocação turística, assumindo visibilidade nas opções de fixação de forma permanente. A **metropolitização parece também ter promovido a atratividade residencial** dos territórios de proximidade, como são os exemplos de Oeiras, Cascais, Almada na AML, ou da Maia, Vila do Conde e Gondomar na Área Metropolitana do Porto (AMP).

O movimento de emigração que marca as tendências demográficas nacionais mais recentes intensificou-se entre 2011 e 2015 (TAR de -1,0%), apresentando um impacto distinto nos concelhos do continente, donde resulta que **mais de três quartos dos concelhos se mantiveram ou tornaram repulsivos**.

92

Concelhos atrativos tornam-se repulsivos
[TAR0111>0% e TAR1115<0%]

12

Concelhos repulsivos tornam-se atrativos
[TAR0111<0% e TAR1115>0%]

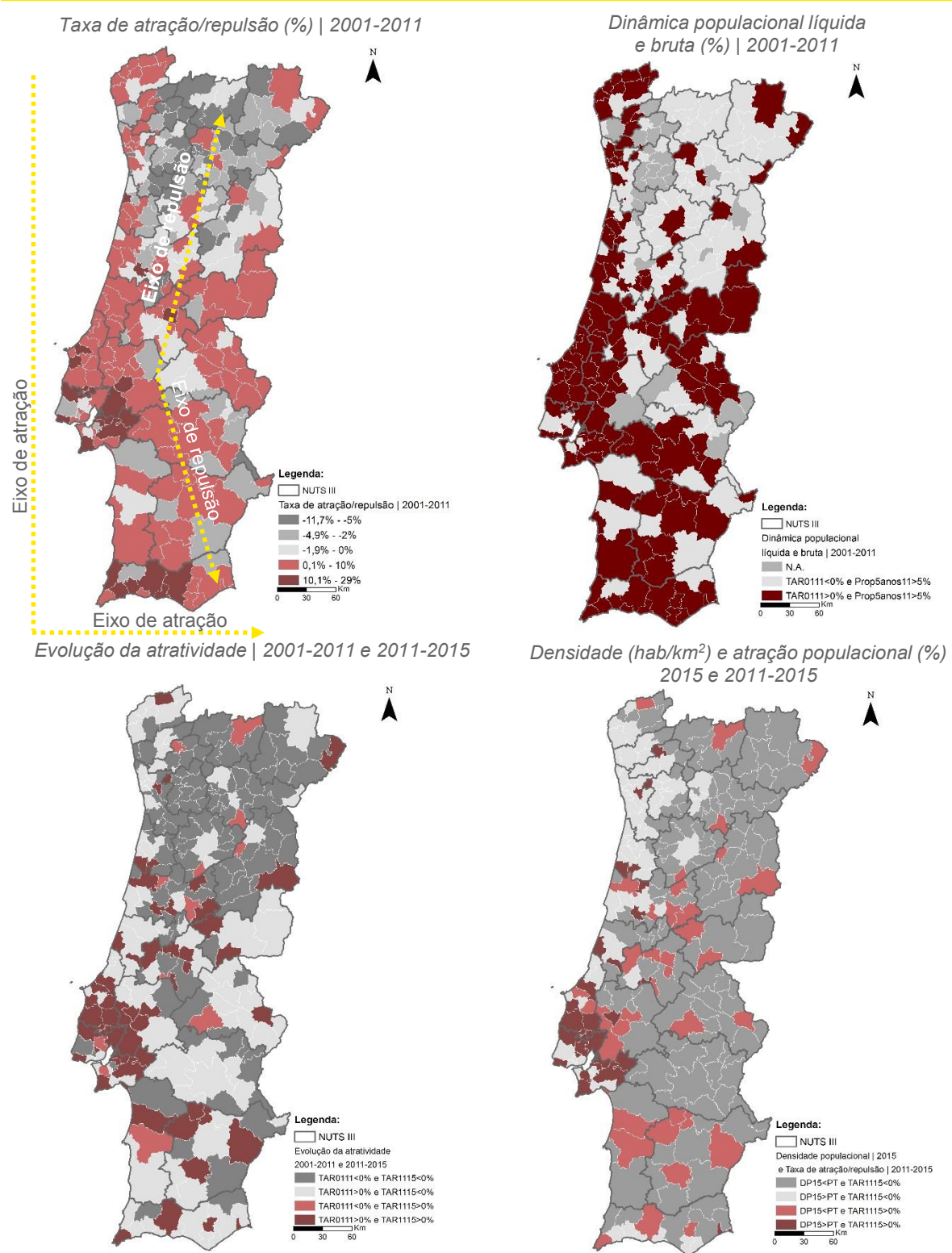
54

Concelhos mantêm-se atrativos (apenas 4 melhoram a sua posição)
[TAR0111>0% e TAR1115>0%]

120

Concelhos mantêm-se repulsivos
[TAR0111<0% e TAR1115<0%]

O cruzamento da densidade populacional (2015) com a taxa de atração/repulsão (2011-2015) identifica os **territórios que consolidaram a sua atratividade**, (densamente povoados e que continuam a atrair população), ou que têm recuperado a atratividade, (densidade populacional inferior à média nacional mas com atração de novos residentes), fundamentalmente na orla da AML. Complementarmente, a larga maioria do território registou um recuo em termos de atratividade ou efetivou essa condição.



Viver ocasional ou temporariamente

Viver
(Novos residentes)

Viver em regime de permanência

Viver ocasional ou temporariamente

Viver na perspetiva do trabalho

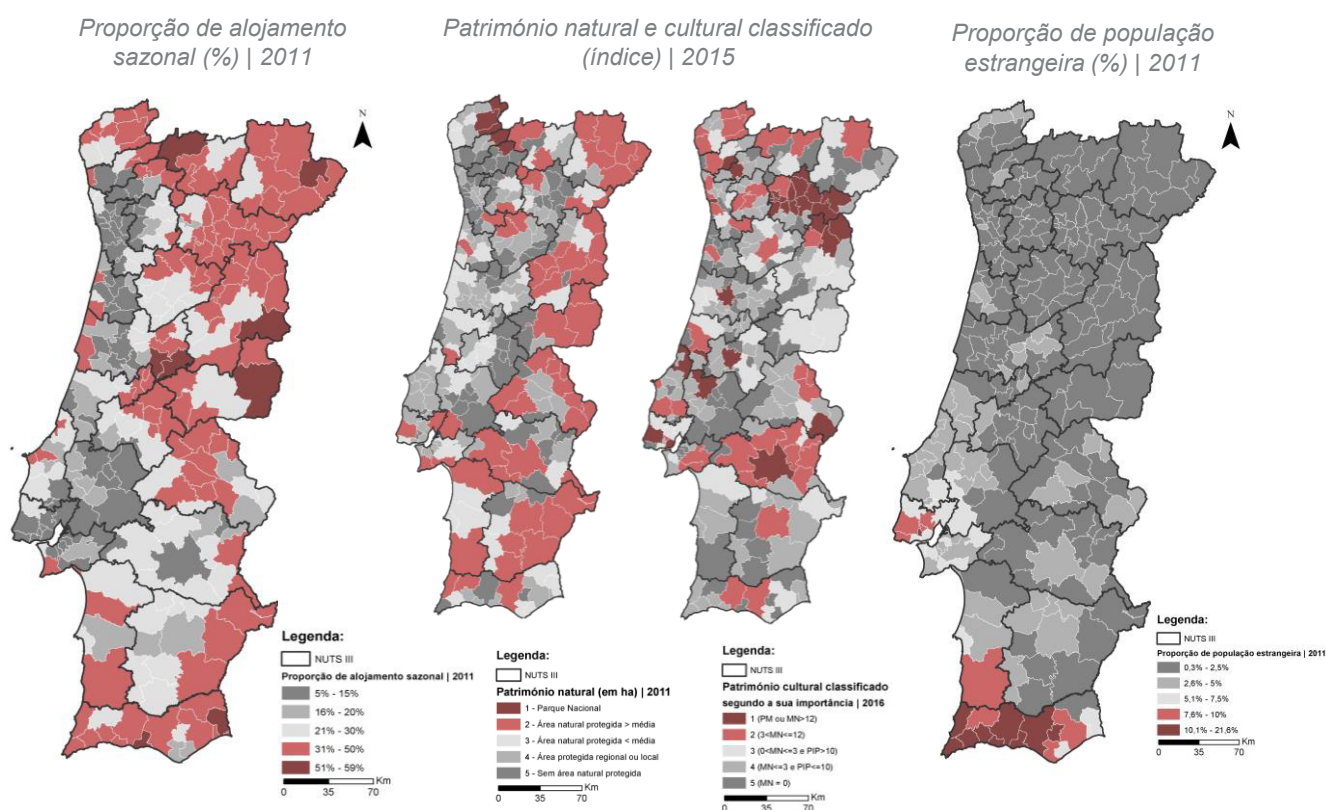
A segunda residência como sinónimo da atratividade de não residentes ou de secundarização residencial

O alojamento sazonal é entendido como a segunda habitação de um determinado indivíduo, na medida em que aí não reside de forma permanente, mas aqui permanece de forma esporádica, ou então temporária mas numa cadência regular. Deste modo, a proporção de alojamento sazonal é um **indicador pertinente quando se pretende medir a atratividade de um território na ótica do argumento de atratividade de “viver ocasional ou temporariamente”**. A medida da segunda residência tem, contudo, duas faces que importa explicitar:

- ▶ a **secundarização residencial**: diz respeito à presença de alojamento sazonal justificada por processos de êxodo populacional, para as grandes áreas metropolitanas ou centros urbanos, ou para outros países, em resultado do fenómeno

migratório que foi notório nas dinâmicas demográficas mais recentes. Esta é uma perspetiva pessimista de leitura do território do ponto de vista da ocupação sazonal, mas uma hipótese que não se pode descurar;

- ▶ o **turismo de segunda residência**: relativo à presença de alojamento sazonal relacionado com a vocação turística de determinados territórios, onde nacionais e estrangeiros adquirem habitações próprias com o objetivos turísticos e de lazer. Esta é uma abordagem mais otimista na medida em que se relaciona com a atratividade de turistas, subjacente a determinados territórios que apresentam relevantes motivos patrimoniais (natural e histórico), entre outros, que justificam essa opção de fixação. É de notar que o turismo de segunda residência apenas é possível em áreas estruturadas para este fim, quer em termos imobiliários, quer em termos do negócio em si.



Fonte: INE, Censos 2011, DGPC e entidades responsáveis pela conservação da natureza e das florestas do Continente, Açores e Madeira

O mapeamento do património natural e edificado demonstra que há um **diálogo suspenso entre a transformação de zonas com potencial paisagístico de relevância em zonas atrativas**. Esta situação pode ser sintomática de duas explicações relacionadas, por um lado, com a transformação do potencial de atratividade em condições efetivas ou o dilema da preservação e o desenvolvimento de condições de atratividade residenciais e turísticas.

Tendo presente a lógica da secundarização residencial ou do turismo de segunda residência, articulando com a proporção de população estrangeira na população residente, é possível destacar os seguintes grupos de concelhos:

- ▶ do **Algarve litoral** com forte vocação para a segunda habitação e elevada presença estrangeira;
- ▶ da **AML e zona de expansão e da Costa Vicentina**, com relativa presença de população estrangeira, mas de menor sazonalidade residencial;
- ▶ do **interior norte e territórios transfronteiriços**, com elevada sazonalidade residencial e reduzida presença de população estrangeira.

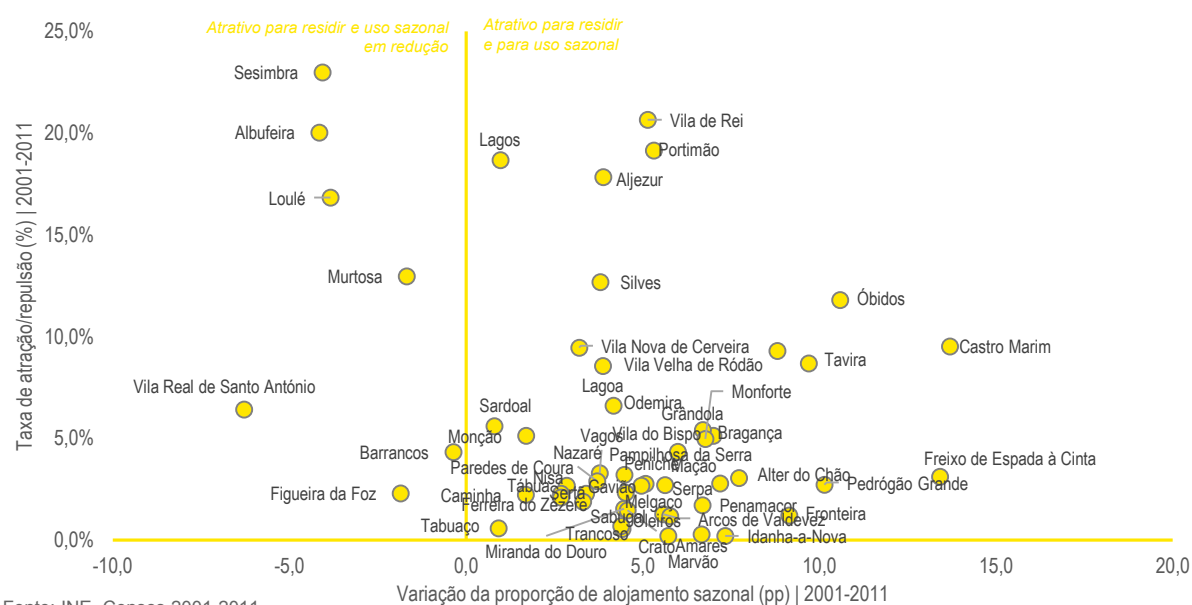
Esta análise cruzada permite visualizar duas interpretações que desenham duas realidades:

- ▶ **um norte interior e raia com capital simbólico pouco rentabilizável** do ponto de vista imobiliário (paisagem protegida), que se reprime pelo despovoamento, com a deslocalização de pessoas para outros locais, transformando as primeiras residências em segundas residências;
- ▶ **um sul litoral, com forte vocação turística**, entre eles, o turismo de segunda residência, com instalação provisória ou permanente de população estrangeira.

Assume-se ainda, que **há atratividade de residência sazonal se não existir trade off populacional** (mais alojamento sazonal não pressupor menos população residente). Os territórios apresentados no gráfico apresentam uma forte vocação de uso sazonal (superior a 30%) mantendo taxas de atração populacional positivas (TAR 2001-2011 superior a 0%), agrupando-se do seguinte modo

- ▶ **atrativos para residir e para uso sazonal**: com capacidade de captação de residentes permanentes a que junta a modalidade de 2ª habitação;
- ▶ **atrativos para residir e com uso sazonal em redução**: áreas que apuram a vocação residencial, transformando-se em residência permanente.

Taxa de atração/repulsão (%) e variação da proporção de alojamento sazonal (pp) | 2001-2011



Fonte: INE, Censos 2001-2011

Nota: considerados os concelhos com proporção de alojamento sazonal > 30% e TAR>0%.

O relevante impacto dos polos universitários na atração de não residentes

A **presença de instituições de ensino superior são um fator de atratividade indiscutível**, com consequências bem visíveis nas dinâmicas das cidades e dos concelhos onde estão localizados. De facto, as universidades ou politécnicos são um forte argumento de atratividade de não residentes e, especialmente, um motor de movimento de população jovem (alunos) e de recursos humanos altamente qualificados (investigadores e docentes). Por outro lado, territórios densos do ponto de vista do ensino superior são também, mais apetecíveis para a localização de empresas, com consequente impacto no emprego, especialmente as que dependem de recursos humanos altamente qualificados.

Na perspetiva do argumento de atratividade “viver ocasional ou temporariamente”, a **dimensão estudantil é um aspeto que deve ser tido em conta** e para o qual se dispõe de alguns dados que podem ilustrar essa realidade.

Portugal Continental dispõe de 120 estabelecimentos de ensino universitário ou politécnico e quase três centenas de unidades orgânicas, de natureza pública e privada, frequentados, no ano letivo 2015/2016, por mais de 340 mil estudantes (incluindo mobilidade internacional). Estes estão concentrados em pouco mais de meia centena de concelhos, distinguindo-se pela densidade académica e pela maior ou menor diversidade de oferta de cursos.

A **maior comunidade estudantil** (ano letivo 2015/2016) está em **Lisboa** (31%), seguido pelo **Porto** (16%), onde estão também parte significativa dos estabelecimentos de ensino superior (29% e 13%), seguidos por Coimbra (10%), Braga (5%) e Aveiro (3%). **Lisboa, Porto e Coimbra**, são também os concelhos que recebem os **maiores contingentes de estudantes em regime de mobilidade internacional** (35%, 19% e 14%, respetivamente).

Uma leitura restrita à atratividade de estudantes não residentes implica analisar o modo como se distribuem, em termos relativos, aqueles que estudam num concelho onde não residem, quer oriundos de Portugal ou do regime de mobilidade internacional. Assim, apesar da liderança absoluta das cidades com maior “tradição” académica é possível distinguir o conjunto de concelhos cujas vagas nas instituições de ensino superior são quase maioritariamente ocupadas por não residentes no concelho - Espinho, Melgaço,

Rio Maior, Amadora ou Seia. O mapeamento desta realidade permite identificar o conjunto de **concelhos mais domésticos**, onde 50% ou mais dos alunos inscritos no ensino superior residem no mesmo concelho onde estudam como são os casos de Santiago do Cacém (79,7%), Chaves (72,6%) e Torres Vedras (56,3%), Guimarães (50%) e Loulé (50%).

Por outro lado, os **concelhos com unidades de ensino superior mais internacionais**, tendo em conta a dimensão da comunidade escolar, são Póvoa de Lanhoso (12,5%), Bragança (7,6%), Vila Nova da Cerveira (7,1%) e Fafe (6,9%).

Uma outra abordagem prende-se com a comparação entre o **potencial de procura interno e a cobertura de vagas por não residentes**, por outras palavras, perceber qual a proporção de alunos não residentes por cada 100 pessoas residentes em idade para frequentar o ensino superior. Esta métrica permite encontrar um conjunto de concelhos que apresentam uma forte orientação externa na ocupação de vagas por estudantes não residentes, estando neste grupo o Porto, como o mais atrativo (474), seguido por Lisboa (454), Coimbra (422), Covilhã (263), Bragança (254), Aveiro (245), Vila Real (215), Faro (201), Évora (168) ou Braga (117).

A atratividade de estudantes não residentes depende de uma multiplicidade de fatores, entre os quais a estratégia assumida pelas instituições (mais orientadas para o local ou mais global), pela maior ou menor especialização dos planos de estudos oferecidos, mas também pela atratividade dos locais onde estão localizados.

69

Concelhos dispõem de pelo menos uma instituição de ensino superior

120

Número de estabelecimentos universitários, públicos e privados, em Portugal Continental

12.932

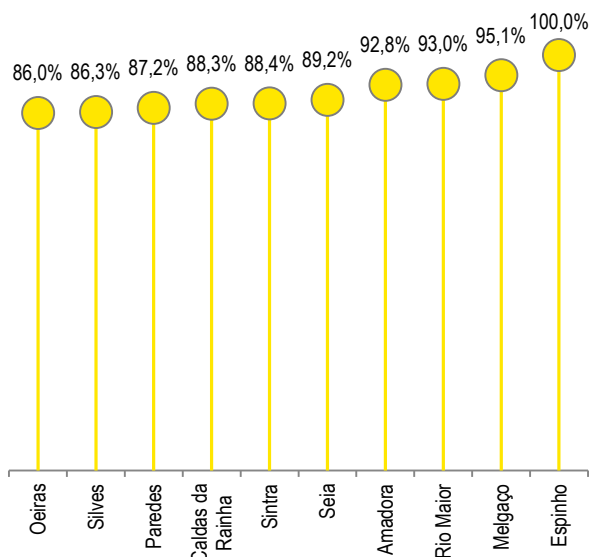
Alunos inscritos em regime de mobilidade internacional em Portugal no ano letivo 2015/2016

270.279

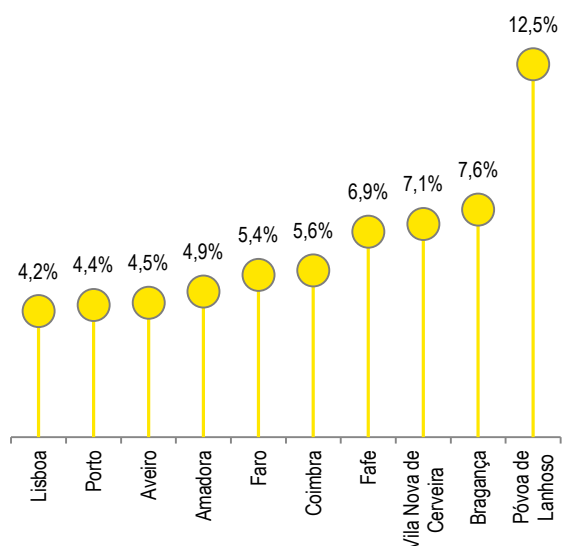
Alunos frequentaram um curso de ensino superior no ano letivo 2015/2016 num instituição localizada num concelho onde não residiam

Fonte: Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior, DGEEC

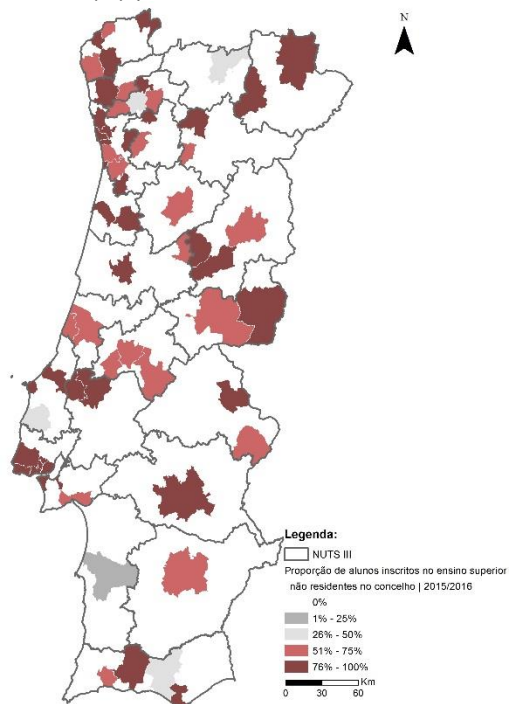
Top 10 alunos não residentes no concelho da instituição de ensino em % da comunidade escolar do concelho de estudo | ano letivo 2015/2016



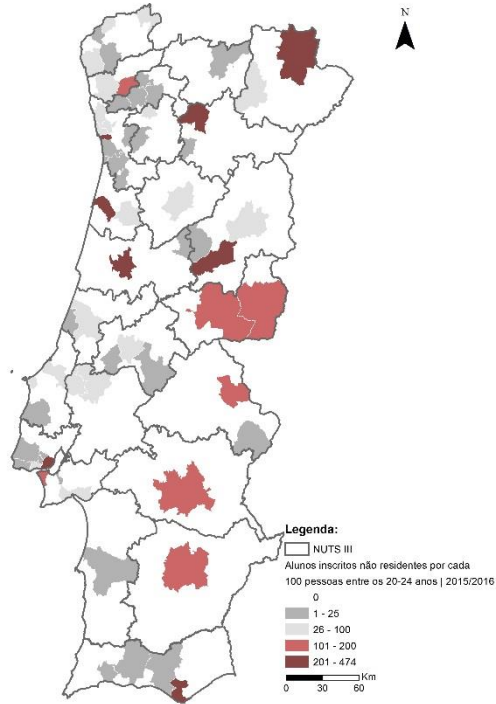
Top 10 alunos em regime de mobilidade internacional, em % da comunidade escolar do concelho de estudo | ano letivo 2015/2016



Proporção de alunos não residentes inscritos em estabelecimentos de ensino superior no concelho (%) | ano letivo 2015/2016



Alunos inscritos não residentes por cada 100 pessoas com idades entre os 20 e os 24 anos (%) | ano letivo 2015/2016



Fonte: INE, Censos 2001 e 2011 e estimativas da população residente; Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior, DGEEC

Viver na perspetiva do trabalho

Viver

(Novos residentes)

Viver em regime de permanência

Viver ocasional ou temporariamente

Viver na perspetiva do trabalho

A atratividade de não residentes promovida pela capacidade de gerar emprego

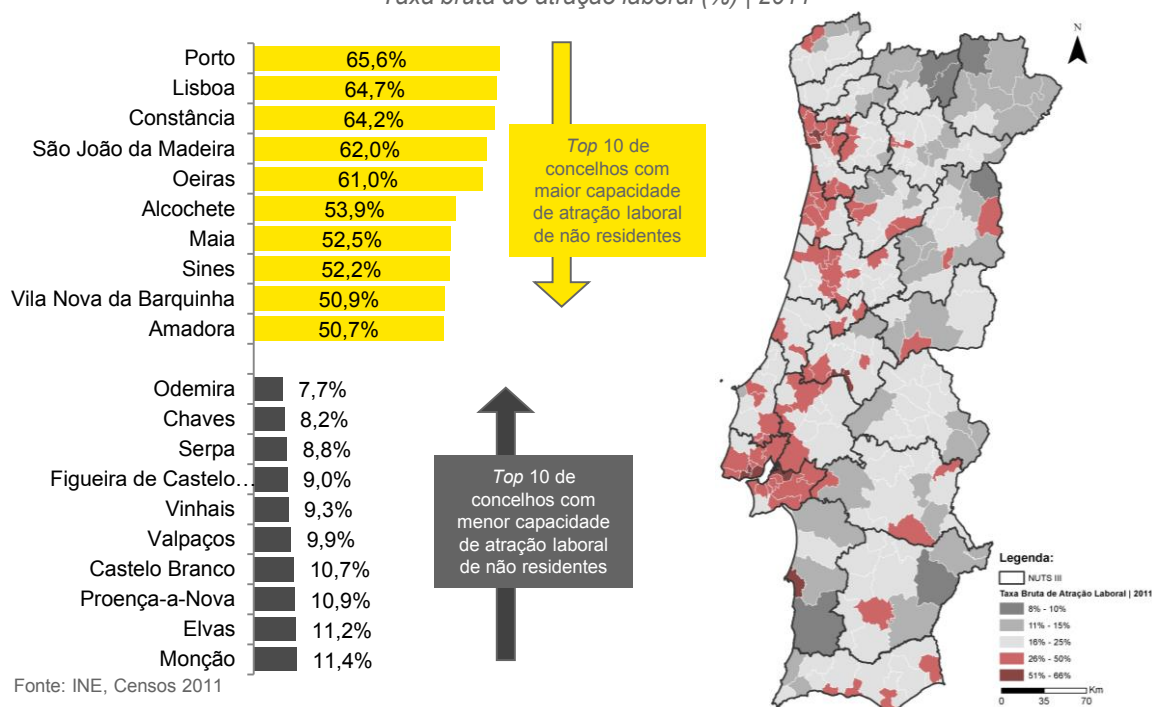
A taxa bruta de atração laboral é uma medida da ocupação de emprego num concelho por não residentes. Esta abordagem é particularmente relevante dado que os **trabalhadores assumem comportamentos semelhantes aos residentes** e valorizam as mesmas condições e serviços que estes. A maior atração laboral de um território depende de um conjunto de condições que tornam um determinado concelho uma área de polarização de emprego, entre os quais estão os seguintes fatores:

- ▶ **Elevado dinamismo económico** do território atrator ou reduzido dinamismo económico dos envolventes;
- ▶ **Reduzida bolsa de recursos humanos interna** ou **bolsa de recursos humanos excedentária dos territórios de proximidade**;
- ▶ **Presença de empresas com modelos de produção trabalho-intensivas**.

Entre estes fatores, destaca-se que o maior dinamismo económico dos territórios, embora dependendo do modelo produtivo prevalente (mais ou menos intensivo em trabalho), pressupõe uma maior oferta de postos de trabalho. Nestes casos, a bolsa interna pode não ser suficiente para suprir as necessidades de emprego, sendo concelhos **importadores líquidos de recursos humanos**. Por outro lado, territórios com mais emprego tornam-se atrativos noutras dimensões, como a residencial - porque as pessoas tendem a aproximar-se do local onde trabalham - e de negócios - dada a massa crítica empresarial existente que atrai congressos, investidores, empresários, entre outros.

Porto e Lisboa lideram o *top 10* dos territórios com maior capacidade de atração, assim como territórios industriais como Sines ou São João da Madeira e territórios de serviços como Oeiras ou a Maia. É possível identificar ainda, outros territórios de menor densidade empresarial (Elvas ou Proença-a-Nova) ou de maior autossuficiência (e.g., Castelo Branco).

Taxa bruta de atração laboral (%) | 2011



2.3. Tendências de atração de não residentes: visitar

Turismo



A dinâmica turística e de visitação como barómetros da atratividade de não residentes para os territórios

O turismo é um setor com forte dinamismo internacional e nacional, assumindo-se como uma *key driver* do desenvolvimento socioeconómico dos países e regiões, contribuindo para a densificação empresarial, para a criação de emprego, como uma fonte de receitas, um dos principais setores exportadores de muitos países e um promotor de desenvolvimento de infraestruturas.

O turismo internacional representa cerca de 10% do PIB Mundial, 10% do emprego, 7% da exportações de bens e serviços, com um crescimento na ordem dos 6% em 2015 e um crescimento muito acentuado nos últimos cinco anos. Atualmente, o turismo ocupa o terceiro lugar nas exportações mundiais, após os produtos químicos e combustíveis e à frente dos produtos dos setores automóvel e alimentar (World Tourism Organization (UNWTO), 2017).

Por outro lado, o turismo é um dos setores que mais promove o movimento de pessoas entre países ou regiões, que se deslocam para territórios atrativos do ponto de vista de recursos específicos distintivos dos quais resultam produtos turísticos competitivos.

O turismo e a visitação são, por isso, uma das formas mais tradicionais e intuitivas de apreender o fenómeno da atração de não residentes. De facto, o maior dinamismo turístico e/ou a maior capacidade de atrair visitantes é, por si, sinónimo de atratividade numa lógica não permanente.

O entendimento desta abordagem pressupõe distinguir e compreender a abrangência dos conceitos de turista e visitante, cuja delimitação e definição têm evoluído à medida que os pressupostos turísticos também se têm complexificado ao nível dos recursos mobilizados, da escala das redes globais criadas neste setor e da relevância que as motivações turísticas têm assumido. A abordagem que se desenvolve na perspetiva do visitar tem subjacente esta complexificação de atrativos e argumentos

turísticos, fundamentando-se nas recomendações de entidades internacionais especializadas nesta temática.

Entre estas entidades está a UNWTO - ou em português a Organização Mundial de Turismo (OMT) – agência especializada das Nações Unidas vocacionada para o turismo que sistematiza os conceitos e as formas de medição do setor no “International Recommendations for Tourism Statistics 2008” (IRTS 2008) elaborado pelo Department of Economic and Social Affairs da Statistics Division, tendo definido uma abordagem ampla do tema.

Tal como referido no enquadramento concetual e, também decorrente das recomendações da UNWTO, um visitante é definido como o indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, por qualquer motivo principal (negócios, lazer ou outra razão pessoal) que não o exercício de uma atividade remunerada para uma entidade residente no país ou lugar visitado. São estas viagens realizadas pelos visitantes que se designam por viagens de turismo enquanto o turismo se refere às atividades dos visitantes.

É também referido que o turista é o visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado, enquanto que o visitante temporário (ou também designado por excursionista) é aquele permanece no local visitado menos de 24 horas, não pernoitando.

A abordagem da UNWTO inclui uma grande diversidade de motivações de visita de turistas e dos visitantes temporários, cuja estrutura pode ser adaptada à lógica da atratividade de não residentes, aplicada à realidade portuguesa e às dinâmicas que tipificam a movimentação de pessoas entre territórios.

“Tourism has an impact on the economy, the natural and built environment, the local population at the places visited and the visitors themselves. (IRTS 2018, UNWTO).”

“International Recommendations for Tourism Statistics 2008”, World Tourism Organization (UNWTO)

A metodologia apresentada pela UNWTO pode ser simplificada numa **matriz de motivos de turismo e visitação**, com correspondência nos argumentos de atratividade, agentes atratores e os motivos principais da visita sistematizados no quadro geral da atratividade de não residentes, ou seja:

- ▶ **na perspetiva de visitar em lazer** estão incluídas as atividades de turismo ou visitação, mais ou menos programadas e com duração inferior a 12 meses (visita a amigos e familiares, férias, lazer e recreativo, consumo, tratamentos de saúde, viagens de turismo para usufruto de produtos turísticos específicos, entre outros);
- ▶ **na perspetiva de visitar em trabalho**, inclui-se as deslocações e estadias motivadas pela necessidade de prestação de um serviço num território que não corresponde à residência profissional, por motivos de negócios ou eventos profissionais ou ainda de formação não regular.

Estes são os elementos centrais que justificam a pertinência da análise do "visitar" no âmbito da atração de não residentes, que importa ter presente no desenvolvimento deste argumento de atratividade.

As dificuldades de medição da atratividade para visitar na lógica dos visitantes de um dia

A **medição do efeito do turismo**, tendo como referência o turista, ou seja, o visitante que pernoita, é possível através de um conjunto de registos consistentes e estruturados que são alvo de um levantamento e tratamento por parte de entidades estatísticas oficiais, que procedem à sistematização de informação relevante na perspetiva da procura turística. Ainda assim, têm surgido novas formas de alojamento, cada vez mais formais, mais ainda não devidamente contabilizadas, como o alojamento local.

Contudo, os **movimentos dos visitantes de um dia**, para os quais não há uma inscrição formal em nenhum estabelecimento de alojamento dificulta a compreensão real da dimensão deste fluxo que é bastante relevante para alguns territórios, especialmente para os que, embora possuam atrativos turísticos, estão próximos de territórios que polarizam a oferta turística (e na qual os visitantes residem ou preferem pernoitar) ou mesmo, pela reduzida capacidade de alojamento.

Para ambos os casos tem-se também a **dificuldade de captar a motivação do movimento turístico e da**

visitação, o que dificulta a especificação do tipo de atratividade que está subjacente. Esta dificuldade coloca-se com maior acuidade quando se pretende obter uma desagregação territorial maior, neste caso, o nível concelhio, no sentido de incluir alguma diferenciação.

Posto isto, optou-se por realizar uma **análise das tendências globais da atratividade turística** e segmentações úteis para entender, de forma sintética, o perfil de turismo prevaletente nos territórios. No caso dos visitantes de um dia, recorreu-se a *proxy's* com o objetivo de medir, mesmo que tentativamente, o fenómeno da visita por algumas horas.

O estudo da atratividade para visitar está, assim, estruturado em dois momentos, as tendências de atratividade turística e as estimativas do potencial de visitantes por um dia nos concelhos de Portugal Continental, não sendo possível, por via estatística, medir os níveis de atratividade definidas.



Fonte: simplificado de IRTS, 2008 UNWTO

O turismo como plataforma de atração de não residentes e a procura turística como medida

Em 2015, Portugal continental registou perto de 45 milhões de dormidas, mais 35% comparativamente a 2011 de mais de 17 milhões de hóspedes, 56% dos quais estrangeiros.

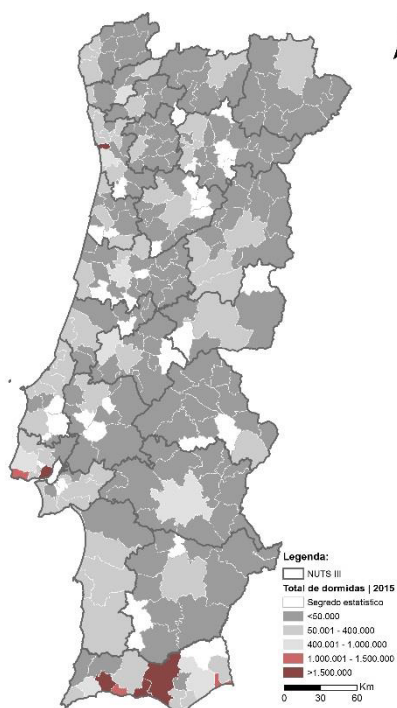
A **forte dinâmica turística vivenciada em Portugal** é uma tendência marcante dos últimos anos, atraindo um número sem precedentes de turistas e visitantes. Contudo, a distribuição nacional desta dinâmica é bastante distinta quando se comparam os posicionamentos dos concelhos e das regiões de Portugal Continental, visualizando-se um país com diversas intensidades turísticas.

A **distribuição geográfica do número de dormidas** em 2015 permite observar uma elevada polarização em territórios com forte tradição turística, com mais de 64% das dormidas em estabelecimentos hoteleiros (2015) a ocorrerem em oito concelhos integrados na AML, na AMP e no Algarve – Lisboa (22%), Albufeira (16,4%), Porto (6,5%), Loulé (5,2%), Portimão (4,8%), Lagoa (3,2%), Cascais (3%) e Vila Real de Santo António (2,4%).

A **relativização das dormidas por cada 100 habitantes** permite captar outras realidades turísticas de menor dimensão, mas relevantes no contexto populacional em que estão inseridas. É nestes termos possível identificar um conjunto de territórios que possuem produtos turísticos específicos e distintivos, nomeadamente emergentes nas preferências da procura nacional e internacional, destacando-se:

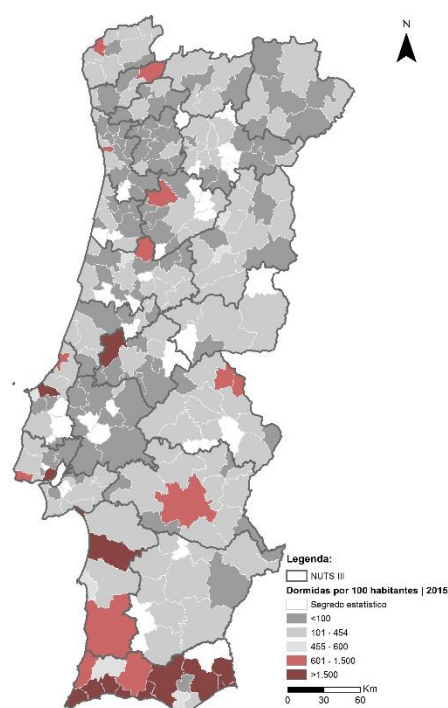
- ▶ **o litoral alentejano** com Grândola e Odemira, que se têm afirmado no âmbito do turismo de sol e mar e o concelho de Évora, Castelo de Vide e Marvão, pelas suas valias patrimoniais;
- ▶ **o Algarve**, que se assume como região turística competitiva e de excelência, exercendo significativa atratividade no contexto nacional;
- ▶ **a norte**, os concelhos de Vila Nova de Cerveira na lógica patrimonial e as Terras de Bouro com o Parque Nacional Peneda-Gerês;

Total de dormidas (nº) | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Dormidas por 100 habitantes (nº) | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos e estimativas da população residentes

- ▶ no Centro destaque para Ourém (turismo religioso), Mortágua (Serras do Caramulo e Buçaco e Albufeira da Aguieira); São Pedro do Sul (termas); Nazaré (surf); Óbidos (património, sol e mar).

O tempo de permanência dos visitantes num determinado território pode ser lido, também, como uma ilustração do nível de atratividade. Locais onde a permanência de um turista é mais elevada pode ser sintomático de maior **diversificação das possibilidades de visitaçã**o, ou a presença de um produto turístico com capacidade de fixação ou uma organização turística mais integrada e otimizada.

As **estadas médias em Portugal Continental** são elevadas no Algarve (4,5 noites), num *ranking* liderado por Lagoa (5,3 noites) seguido por Vila Real de Santo António (5,1 noites). O turismo de sol e mar parece assumir-se como um dos produtos turísticos mais atrativos, validando-se esta percepção com o também elevado número de noites que os turistas passam noutros destinos com estas potencialidades (Alentejo Litoral e Oeste). Pode incluir-se nesta lista, o turismo de saúde, por exemplo, com São Pedro do Sul (4 noites) e outros destinos mais próximos da

natureza, como Fronteira (4,2 noites) e Vila de Rei (3 noites). Lisboa e Porto inserem-se mais na lógica do *city break* (cerca de dois dias).

A análise na lógica do motivo da visita permite encontrar argumentos de validação da relação com a estada média com o tipo de oferta. No Algarve predomina a motivação de lazer, a que se associa uma estada média elevada; enquanto que o Norte e a AML revelam a predominância do turismo profissional e de negócios e o Centro com forte expressão do turismo religioso, polarizado pelo efeito Fátima (Ourém).

45 milhões

Número de dormidas em Portugal Continental em 2015, mais 35% face a 2011

17 milhões

Número de hóspedes em 2015, mais 45% face a 2011

56%

Hóspedes estrangeiros em 2015, mais 3 p.p. face a 2011

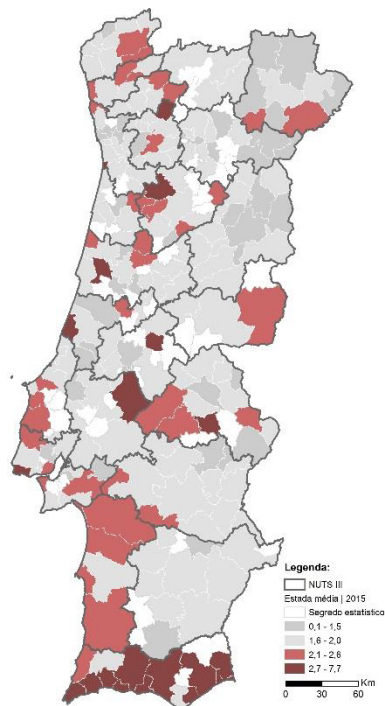
315 mil

Número de camas em estabelecimentos hoteleiros em Portugal Continental no ano de 2015

2,6

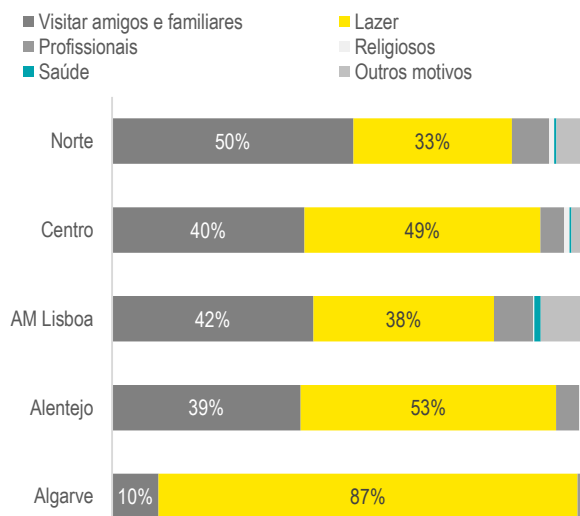
Número de noites que cada turista passou, em média, em 2015, num estabelecimento hoteleiro em Portugal Continental

Estada média (nº de noites) | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Principais motivos das dormidas por NUTS II do continente (%) | 2015



Fonte: INE, Inquérito às deslocações dos residentes

A proveniência do visitante concede algumas pistas acerca do **perfil de atratividade turística e o grau de internacionalização do destino**, permitindo, deste modo, compreender o nível de incidência do mercado nacional e estrangeiro no turismo em Portugal.

Em 2015, a proporção de hóspedes estrangeiros era de 56% face a 53% em 2011. A atratividade de não residentes de um concelho, será, assim, tanto maior, quanto mais noites os turistas permanecerem e, no limite, na perspetiva do país, quanto mais internacionalizado estiver o destino.

Nestes termos, é possível agrupar os territórios com elevada proporção de hóspedes estrangeiros (superior a 50%) mas diferentes combinações de estadas médias (superior a 2,6 noites, média nacional para 2015). Pode assim distinguir-se entre os mais internacionalizados e com capacidade de assegurar uma permanência superior e, por outro lado, os que revelam uma mais baixa estada média.

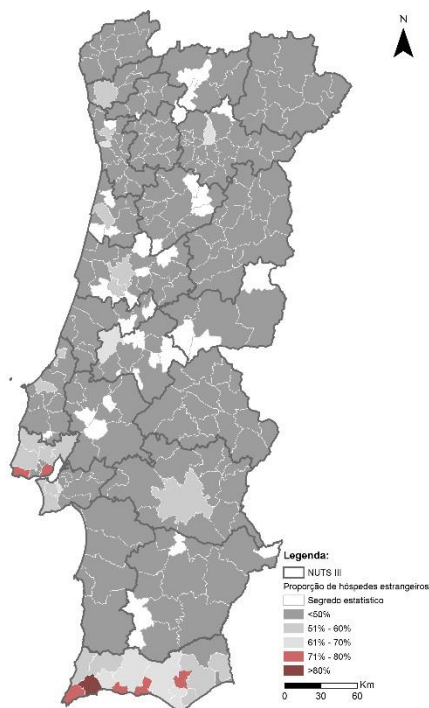
Os concelhos do **Algarve surgem como os destinos mais internacionais e os que conseguem fixar o turista por mais dias**, exceto Faro, Aljezur e Monchique (estada média inferior a 2,6 dias)

e Vila Real de Santo António e Alcoutim (hóspedes estrangeiros <50%). A destacar o único concelho extra-algarvio, Cascais a cumprir as condições de estadia e internacionalização apresentadas, concelho que na AML se tem afirmado na dimensão turística, com o seu produto integrado de património, sol e mar e natureza.

Por outro lado, tem-se os territórios com elevada proporção de hóspedes estrangeiros (>50%) mas uma baixa estada média (<2,6 noites). Estão neste grupo territórios de relevância turística, mas com característica específicas que ditam uma não significativa permanência, tais como:

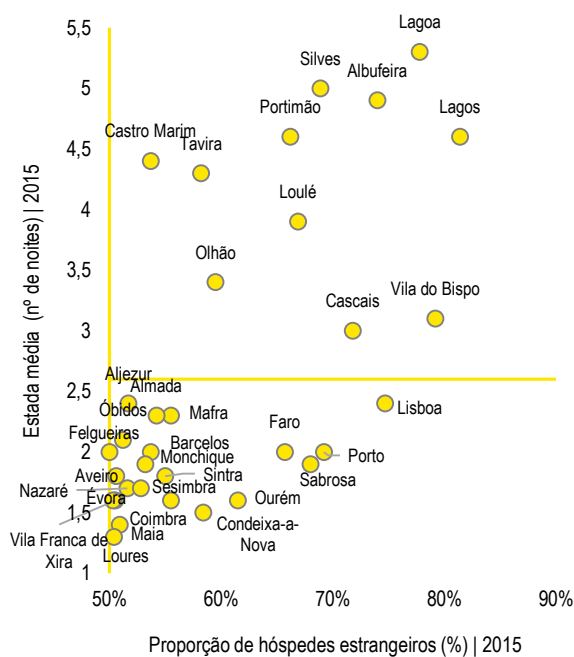
- ▶ **o eixo de cidades capitais de distrito** e respetiva envolvente (Porto - Maia; Aveiro; Coimbra - Condeixa-a-Nova; Évora; Faro);
- ▶ **um conjunto de territórios com atrativos específicos** (Óbidos; Ourém; Sabrosa; Barcelos; Nazaré; Aljezur; Mafra; Monchique);
- ▶ **concelhos da AML com interesse turístico**, mas mais onde se contabilizam paragens de curta duração (Lisboa, Loures, Mafra, Sintra, Almada, Sesimbra, Vila Franca de Xira).

Proporção de hóspedes estrangeiros (%) | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Estada média (nº de noites) e proporção de hóspedes estrangeiros (%) | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Na **perspetiva do turismo doméstico** é de ressaltar a relevância que os movimentos turísticos de residentes possuem na dinâmica do turismo de territórios menos tradicionais.

No sentido de captar o perfil dos destinos com maior massa crítica restringiu-se o universo de análise aos territórios com um número de dormidas superiores a 200 por 100 habitantes e a mais de 50% de presença de turistas portugueses.

A **distribuição dos turistas portugueses pelo território nacional** permite concluir acerca da atratividade exercida pelos seguintes áreas:

- ▶ **Norte transfronteiriço**, com destaque para Vila Nova da Cerveira, Valença, Melgaço, Terras de Bouro, Montalegre, Chaves, Bragança e Miranda do Douro;
- ▶ **Litoral centro**, como Mira ou Figueira da Foz, destinos de sol e praia que atraem população da área de influência;

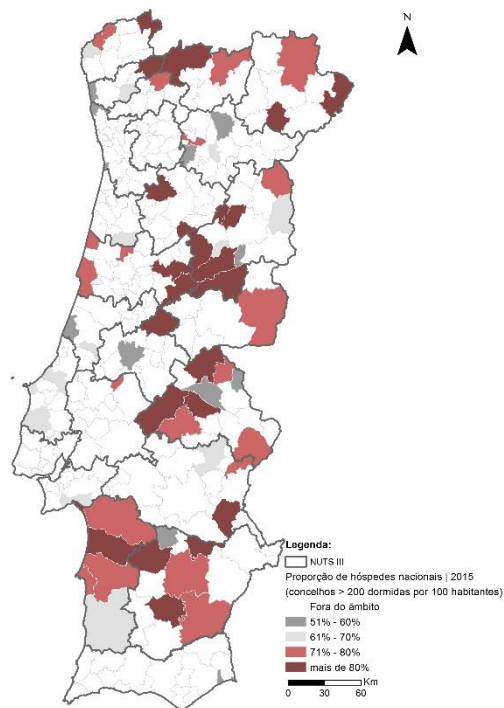
- ▶ **Litoral alentejano e Costa Vicentina**, com territórios onde também predomina o recurso praia, sendo, por isso um destino interno relevante para portugueses;
- ▶ **Baixo Alentejo** (Ferreira do Alentejo, Beja, Castro Verde, Vidigueira, Reguengos de Monsaraz, Beja e Mértola) e Alto Alentejo (Ponte Sor, Nisa, Alter do Chão, Elvas, Avis e Castelo de Vide);
- ▶ **a região da Serra da Estrela**, envolvendo os concelhos de proximidade, como Seia, Covilhã ou Celorico da Beira.
- ▶ **Vila Real de Santo António e São Pedro do Sul**, que se destacam pela combinação da elevada estada média dos turistas e a preponderância dos turistas nacionais neste destino.

Conclui-se que a atratividade de turistas depende de uma multiplicidade de fatores explicativos e que o perfil do turista é uma variável a ter em consideração.

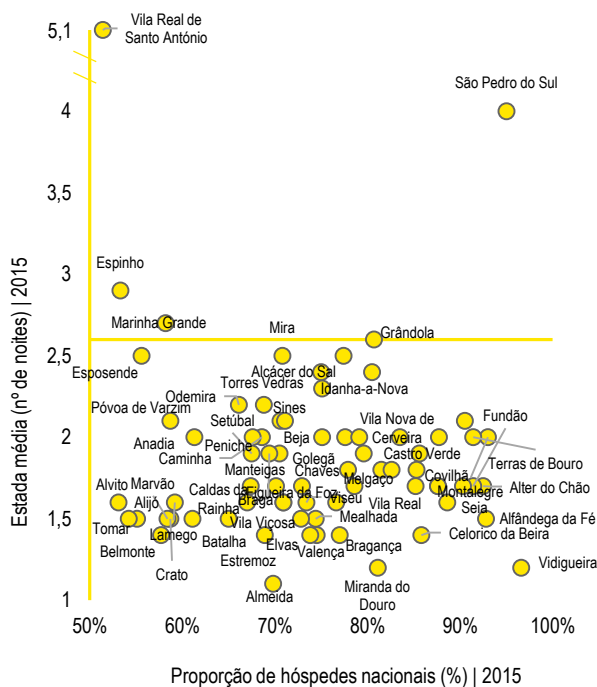
Proporção de hóspedes nacionais (%) | 2015

Estada média (nº de noites) e proporção de hóspedes estrangeiros (%) | 2015

(Em concelhos com dormidas superiores a 200 por 100 habitantes e proporção de hóspedes nacionais superior a 50%)



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Visitar por um dia

A visitação como uma face importante da atratividade de não residentes mas de difícil medição

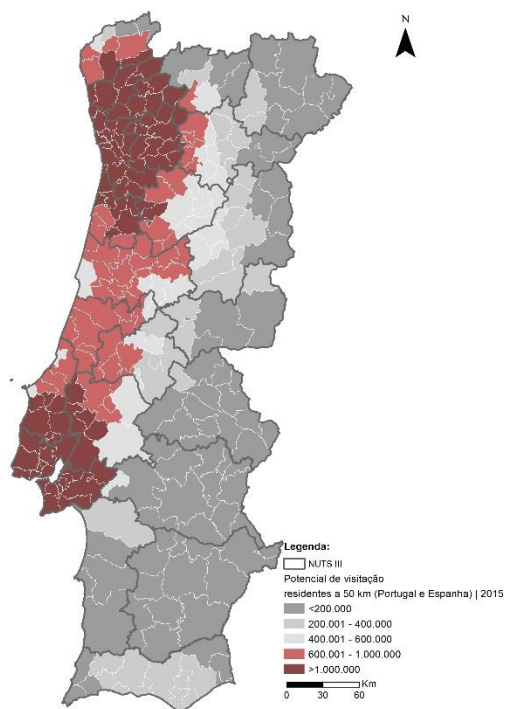
Os visitantes por um dia são uma categoria de não residentes que não deve ser negligenciado quando o objetivo é perceber a dimensão da sua presença. Este é uma componente especialmente pertinente nos territórios que não possuem capacidade de alojamento significativa mas que são recetores de fluxos diários que entram e saem do território no espaço de 24 horas. Esta visitação pode ser, como referido anteriormente, por lazer, profissionais e negócios.

Embora tendo presente a importância deste movimento, a operacionalização da sua medição revela significativas dificuldades, dada a insuficiência estatística para a captação desta realidade. Tentativamente, selecionou-se três variáveis consideradas *proxy's* que concedem algumas pistas sobre a dimensão desta movimentação – o **potencial de visitação calculado com base na população residente até 50 km (2015)**, os **levantamentos multibanco por habitante (2016)** e **visitantes de museus por 100 habitantes (2015)**.

O **potencial de visitação** tem em consideração a população que reside numa distância (50 km), incluindo Espanha, passível de permitir uma deslocação e fruição de um concelho em 24 horas, numa lógica de “ida e volta”. Tendo por base estes critérios, constata-se que este potencial é elevado nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, abrangendo também a faixa litoral entre Lisboa e o Norte do país, com o Alentejo a revelar um potencial baixo.

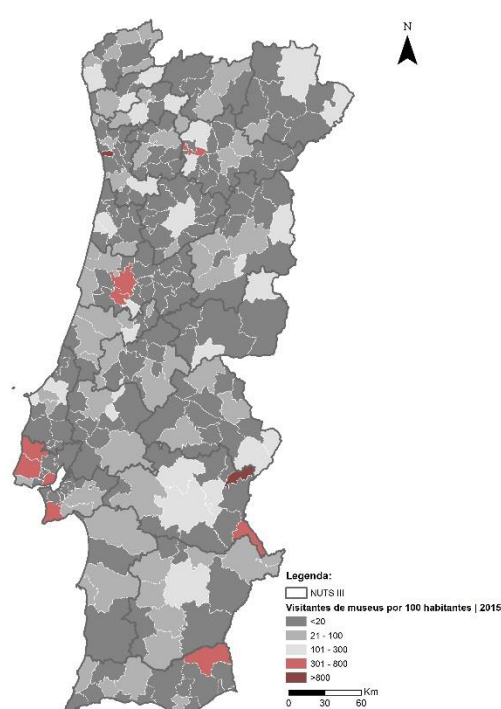
A **visitação de museus** concede uma imagem dos atrativos museológicos presentes nos territórios e que mobilizam visitantes. A frequência de museus por cada 100 habitantes é particularmente visível em concelhos da área metropolitana de Lisboa – Sesimbra, Lisboa, Mafra e Sintra – territórios com valores patrimoniais reconhecidos e que criam uma rede territorial atrativa do ponto de vista de interesses de visitação com esta natureza. A norte, o Porto destaca-se, assim como o concelho de Peso da Régua. No Centro, os concelhos de Coimbra e da Figueira da Foz são os principais núcleos de visitas a museus, enquanto a sul assumem preponderância, Vila Viçosa, Mourão e Alcoutim.

Potencial de visitação – residentes a 50 km, incluindo Portugal e Espanha (nº) | 2015



Fonte: INE, Estimativas da População Residente

Visitantes de museus por 100 habitantes (nº) | 2015



Fonte: INE, Inquérito aos museus

Os **levantamentos multibanco por habitante** (2016) concedem uma fotografia das movimentações financeiras num território, que será tanto maior quanto mais gente aí residir, quanto maior o poder de compra dos frequentadores, quanto mais pessoas por aí passarem e quanto mais caixas multibanco estiverem disponíveis cujo critério de instalação, por si só, é feita com base na distribuição populacional.

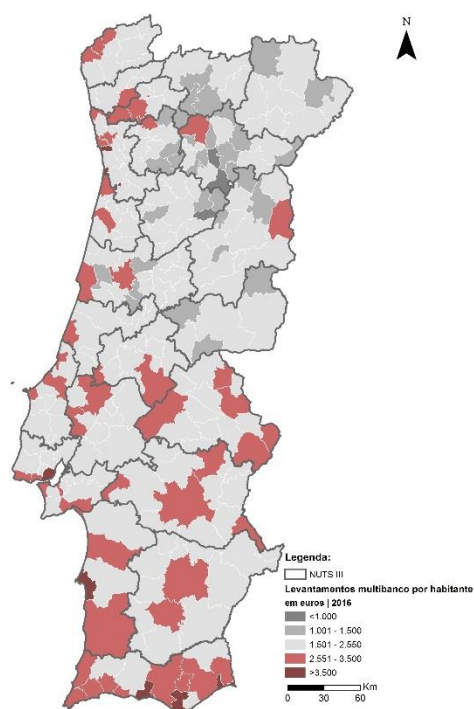
Tendo em conta os pressupostos assumidos, a maiores movimentações nas redes multibanco podem estar associadas diferentes atratividades para a visitação, podendo ser possível identificar picos e intensidades da presença de turistas e visitantes.

Em 2016, o concelho onde se realizou mais levantamentos multibanco (euros por habitante) foi em Lisboa (5,2 mil euros), seguido por São João da Madeira (5,0 mil euros), Porto (4,5 mil euros), Albufeira (4,0 mil euros), Espinho (3,9 mil euros), Vila Real de Santo António (3,8 mil euros), Sines (3,8 mil euros), Portimão (3,4 mil euros) e Loul  (3,3 mil euros).

Ainda acima dos 3 mil euros por habitante, outros territórios podem ser elencados como Aveiro, Tavira, Coimbra, Almeida, Évora, P voa do Varzim, Aljezur, Nazaré, Matosinhos e Oeiras.

Os concelhos identificados permitem, desde logo, antever as especificidades que justificam os valores de levantamentos, desde raz es obviamente tursticas, ao facto de corresponderem a din micos centros industriais, empresariais e de negócios, sendo um conjunto de motivos que justificam a passagem provisória de pessoas por determinados territórios.

Levantamentos multibanco por habitante (euros)
| 2016



Fonte: SIBS, Estatísticas das institui es de crédito e sociedades financeiras

3. Os serviços de base territorial e a atração de não residentes

3.1. Os serviços de base territorial e a atratividade

Construção das categorias e *drivers* principais

O racional que sustenta a construção das categorias de serviços

No sentido de **sistematizar as categorias** apresentadas na metodologia, importa analisar, em maior detalhe, o processo da sua construção, investigando os serviços que as constituem e que, por consequência, ajudam a explicar as diferenças na estrutura de serviços dos concelhos. Este capítulo examina especificamente os serviços de base territorial, cuja correlação com o perfil dos territórios é mais evidente, sendo também fortemente associados às necessidades e exigências de visitantes, turistas e (novos) residentes.

Como referido no capítulo da metodologia, identificam-se quatro categorias de serviços de base territorial, nomeadamente: serviços transversais, de quotidiano, complementares e de diferenciação. Estes variam de acordo com a complexidade e especificidade dos destinatários, numa lógica não necessariamente hierárquica, ou seja, os serviços de diferenciação que um território apresente (mais complexos e

específicos) tenderão a ser construídos sobre serviços de complemento ou de quotidiano (por definição mais gerais). A título de exemplo, um território que apresente maior especialização ao nível de serviços culturais (que desempenham um papel diferenciador), em princípio terá uma oferta relevante de serviços de comércio e restauração (classificados como serviços de complemento). Esta lógica de *clusters* sublinha a importância da complementaridade e interdisciplinaridade entre serviços, quer estes pertençam à mesma categoria ou a categorias diferentes.

Na relação entre os serviços de base territorial, os argumentos de atratividade e o agente atrator, verifica-se que o impacto varia consoante os tipos de atratividade. Por regra, os serviços de quotidiano e de complemento associam-se à residência e fixação das populações, enquanto que os de diferenciação, por serem mais abrangentes, estão relacionados com diferentes argumentos de atratividade.

Argumento de atratividade, agente atrator e serviços de base territorial

Argumento de atratividade		Agente atrator	Transversais	Quotidiano	Complemento	Diferenciação
Viver	Viver em regime de permanência	Residir de forma permanente	●	●	◐	◐
	Viver ocasional ou temporariamente	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	●	◐	◐	◐
		Usufruir sazonalmente numa ótica de segunda residência	●	◐	◐	
	Viver na perspetiva do trabalho	Trabalhar num território onde não reside	●	◐	◐	◐
Visitar	Visitar em lazer	Conhecer e descobrir valores patrimoniais	●		◐	◐
		Assistir e participar em eventos culturais e de lazer	●		◐	●
		Usufruir e aproveitar produto turístico específico (exemplo: termas, golfe, surf, religião)	●		◐	◐
		Passear, ocupar tempos livres e consumir	●		●	◐
	Visitar em trabalho	Trabalhar – Deslocação em trabalho	●		◐	◐
		Assistir e participar em eventos de negócios	●		◐	●

Fonte: EY-AM&A

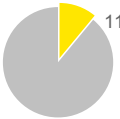
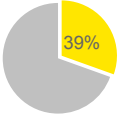
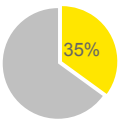

Um primeiro olhar sobre os serviços de base territorial em Portugal continental

A agregação dos serviços em categorias permite analisar a inclinação dos territórios quanto à sua estrutura de serviços, tendo por base o emprego. Para tal, é necessário entender a fotografia do país em termos médios. Olhando para o peso das quatro categorias de serviços de base territorial, observa-se que os serviços de complemento e de quotidiano têm o maior peso médio – 35% e 39% respetivamente. Importa, no entanto, fazer uma clara distinção entre estas duas categorias. Por um lado, os serviços de complemento têm cariz privado e, portanto, os dados aqui apresentados são exaustivos. Destaque-se, essencialmente, os serviços de comércio e restauração que, em conjunto, representam 87%

da categoria. Numa segunda linha de relevância estão os serviços domésticos, pessoais, de gestão ambiental e de informática e informação (entre 4% e 2%).

Por outro lado, a categoria dos serviços de quotidiano é impulsionada pelos serviços de apoio social, que representam 46% da categoria e pelos serviços de saúde e de educação, com 18%. Porém, a composição desta categoria pode não representar a realidade do país. Os dados dos serviços de quotidiano que entram nesta parte do estudo são essencialmente os dos serviços públicos prestados por entidades privadas. Assim, é importante averiguar se estes funcionam como uma *proxy* da realidade dos serviços públicos.

Referenciais médios do peso das categorias de serviços no total e do peso na categoria (emprego) | 2015

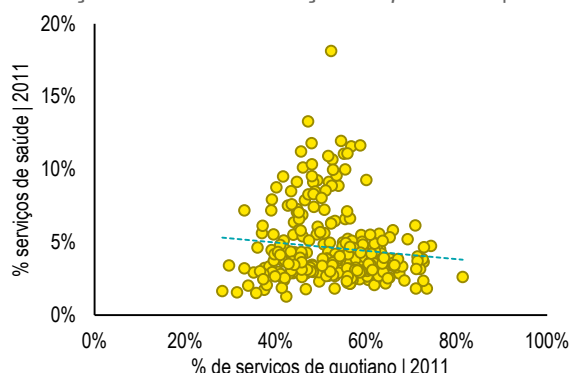
Categoria	Peso no total dos serviços de base territorial (média dos concelhos)	Serviços de base territorial	Peso na categoria (média dos concelhos)
Transversais		Comunicação e telecomunicações	60%
		Segurança	21%
		Utilities (eletricidade, água e gás)	11%
		Transporte	7%
Quotidiano		Apoio social	46%
		Habitação e reabilitação	26%
		Saúde	11%
		Financeiros	9%
		Educação	7%
Complemento		Comércio	64%
		Restauração	23%
		Domésticos	4%
		Pessoais	4%
		Gestão ambiental	3%
		Informática e informação	2%
Diferenciação		Científicos e técnicos	34%
		Turísticos	22%
		Associados a atividades cívicas	19%
		Apoio às empresas	16%
		Desporto, lazer e bem estar	5%
		Media	2%
		Culturais	2%
		Investigação e desenvolvimento	1%

Fonte: EY ÂM&A Com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSSc

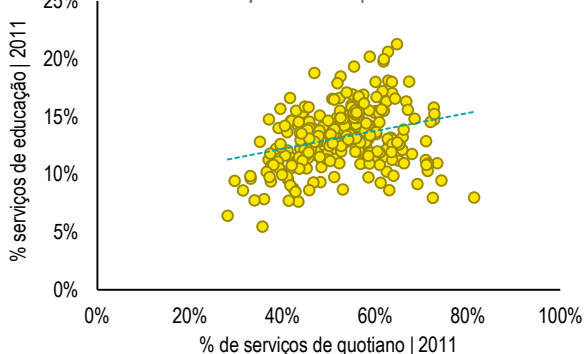
Nesse sentido, é necessário analisar tanto o emprego público como o privado, tendo que se recuar aos censos de 2011, o último ano para o qual existem dados relativos à totalidade do emprego nos concelhos. Ainda que se reconheça a limitação de analisar dados de 2011, este exercício justifica-se porque, mais do que comparar os dados absolutos, o que se pretende é estudar as relações entre o emprego nos serviços considerados neste estudo e no total da categoria de serviços de quotidiano. Mesmo assumindo as transformações verificadas no país nos últimos anos em termos de emprego, assume-se que as alterações de estrutura são menos significativas.

Os gráficos seguintes mostram a relação entre serviços específicos (saúde, educação e apoio social) e a categoria dos serviços de quotidiano no geral, pretendendo-se focar a análise na dispersão face à linha de tendência nos diferentes concelhos. No caso dos serviços de saúde e de educação, verifica-se uma grande heterogeneidade quanto à sua relação com o total de serviços de quotidiano.

Serviços de saúde vs serviços de quotidiano | 2011



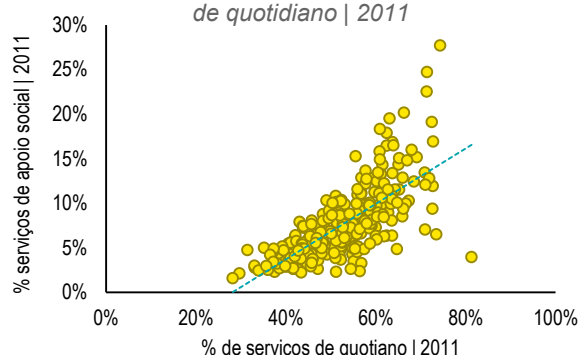
Serviços de educação vs serviços de quotidiano | 2011



Fonte: INE

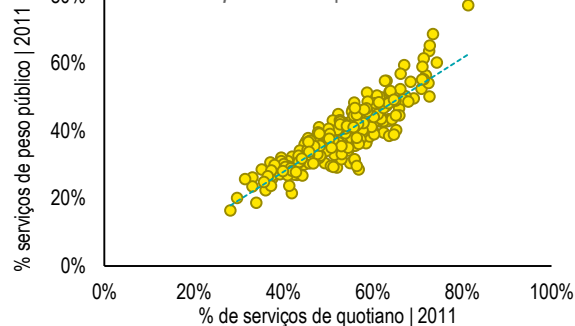
Quanto aos serviços de apoio social, a sua dispersão é bastante menor, o que está associado ao facto destes serviços representarem maior peso na categoria, em linha com os dados apresentados na tabela anterior.

Serviços de apoio social vs serviços de quotidiano | 2011



De um modo geral, considerando o emprego público e privado dos serviços de peso público, mostra-se que a relação com a totalidade dos serviços de quotidiano é evidente, pelo que os dados utilizados neste estudo são válidos.

Serviços de peso público vs serviços de quotidiano | 2011



Fonte: INE, Censos 2011

Quanto aos serviços de diferenciação, os *drivers* são mais diversos, repartindo-se entre serviços aos residentes, aos turistas e às empresas. Os serviços científicos e técnicos lideram com 34% da categoria, seguidos dos serviços turísticos (22%), dos serviços associados às atividades cívicas e religiosas (19%) e dos serviços de apoio às empresas (16%). Destaque para os serviços culturais (2%) e de investigação e desenvolvimento (1%), fortemente associados à diferenciação mas com um peso médio bastante baixo, ainda que sejam determinantes para os concelhos onde mais estão representados.

3.2. Os serviços no território nacional

Espacialização e especialização

Os serviços de complemento como foco da atratividade para residir

Esta categoria de serviços incide, sobretudo, sobre a construção de *habitat* para os residentes de um determinado território. No entanto, uma vez que os principais *drivers* da categoria são os serviços de comércio e de restauração, a interpretação dos resultados estende-se à atratividade de visitantes, para o qual contribui em grande medida o efeito distância. Ou seja, pode colocar-se a hipótese de que os concelhos com maior vocação de serviços de complemento têm maior capacidade de fixar residentes e de atrair população dos concelhos vizinhos que, movidos pelo comércio e pela restauração, visitam o concelho sem pernoitar.

O mapa indica que as regiões com maior peso destes serviços são aquelas onde há maior densidade populacional. De facto, esta condição verifica-se nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto (excluindo as duas cidades), o litoral centro e norte, bem como as zonas de fronteira com Espanha e as envolventes às capitais de distrito.

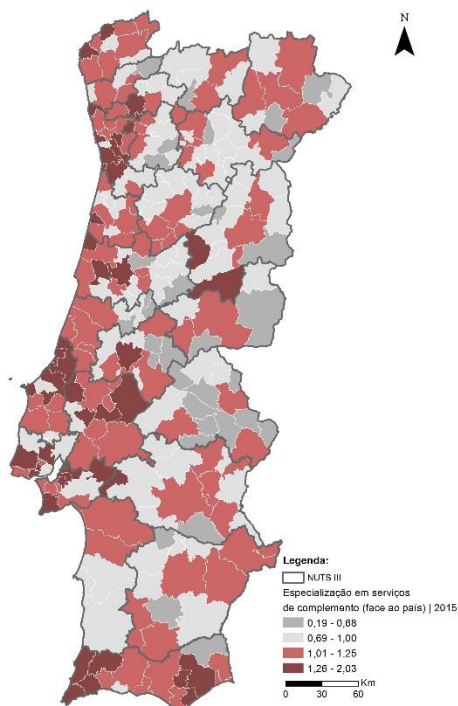
Os serviços de diferenciação e a multiplicidade da especialização territorial

A preponderância dos serviços de diferenciação pode manifestar-se de três formas distintas:

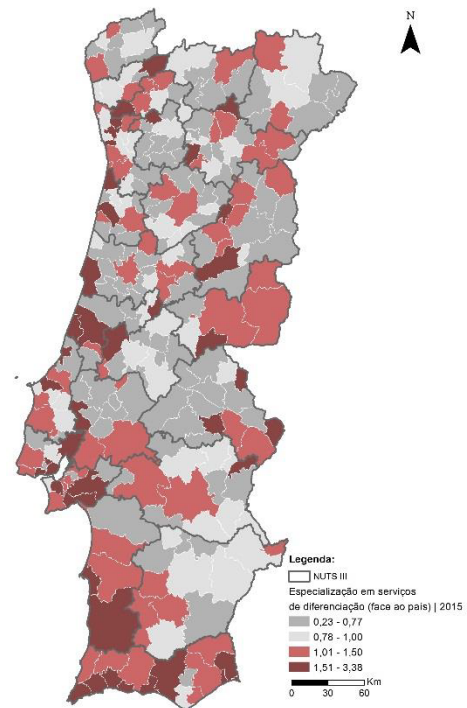
- ▶ Através da **construção de um *habitat* mais diversificado** (por via dos serviços culturais, desporto, lazer e bem estar e serviços associados a atividades cívicas e religiosas);
- ▶ Associada à **relevância do *cluster* empresarial** (através dos serviços de media, científicos e técnicos, investigação e desenvolvimento e apoio às empresas);
- ▶ Dependente da **predominância do turismo** (manifestada pela presença de serviços turísticos).

Na comparação dos dois mapas verifica-se que os eixos dos territórios dos serviços de diferenciação coincidem, em grande parte, com os dos serviços de complemento, sem que os concelhos onde estes se manifestam sejam necessariamente os mesmos.

Serviços de complemento | 2015



Serviços de diferenciação | 2015



Fonte: Com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

A construção dos grupos de atratividade

Para compreender o papel dos serviços na atratividade dos territórios, é apresentada uma análise que sistematiza os serviços de base territorial, estudando as correlações entre as categorias de serviços de quotidiano, complementar e diferenciação. Este cruzamento será utilizado para agrupar os concelhos de acordo com a distribuição destes serviços, avaliando, numa fase posterior, os diferentes indicadores de atratividade em cada um dos grupos.

De um modo geral, parece existir um **trade-off entre serviços de quotidiano e serviços de complemento**, numa lógica próxima da linear. As médias dos dois grupos nos concelhos é relativamente próxima (39% nos serviços de quotidiano e 35% nos serviços de complemento), sendo que a maioria dos concelhos apresenta uma maior predominância de apenas uma das duas categorias – quadrantes I e IV.

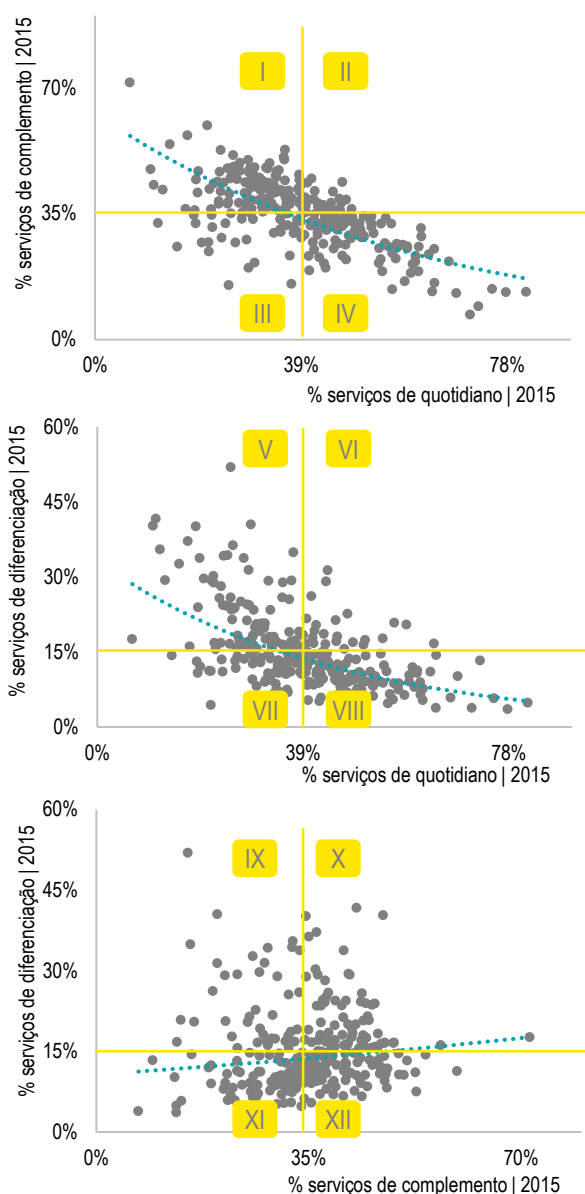
O caso particular dos quadrantes II e III significa que os serviços não representados (transversais e de diferenciação) ou têm muito pouca expressão (caso do II) ou são predominantes (quadrante III).

Uma leitura semelhante pode ser feita para o caso em que se compara o peso dos serviços de quotidiano com o dos serviços de diferenciação. Neste caso, a uma maior percentagem de serviços de diferenciação corresponde um menor peso de serviços de quotidiano (quadrante V), sendo também uma regra o inverso (caso VIII).

Sublinhe-se a existência de vários concelhos em que tanto os serviços de diferenciação como os de quotidiano são baixos (VII), que sugere uma forte presença de serviços de complemento.

O **trade-off entre serviços de complemento e diferenciação** é revelador do grau de diversidade que o território apresenta. De facto, os territórios mais completos nas diferentes dimensões de atratividade serão os do quadrante X, que combina a atratividade na lógica residencial (onde a presença de serviços complementares é maior), com a atratividade empresarial, turística ou relacionada com um habitat associado com cultura e bem-estar.

Diagramas de cruzamento das categorias de serviços | 2015



Fonte: EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

Os resultados preliminares deste racional permitem iniciar um **processo que agrupa os concelhos de acordo com a sua estrutura de serviços**. Nesse sentido, consideram-se dois gráficos, que correlacionam:

- ▶ Serviços de quotidiano com os de complemento;
- ▶ Serviços de complemento com os de diferenciação.

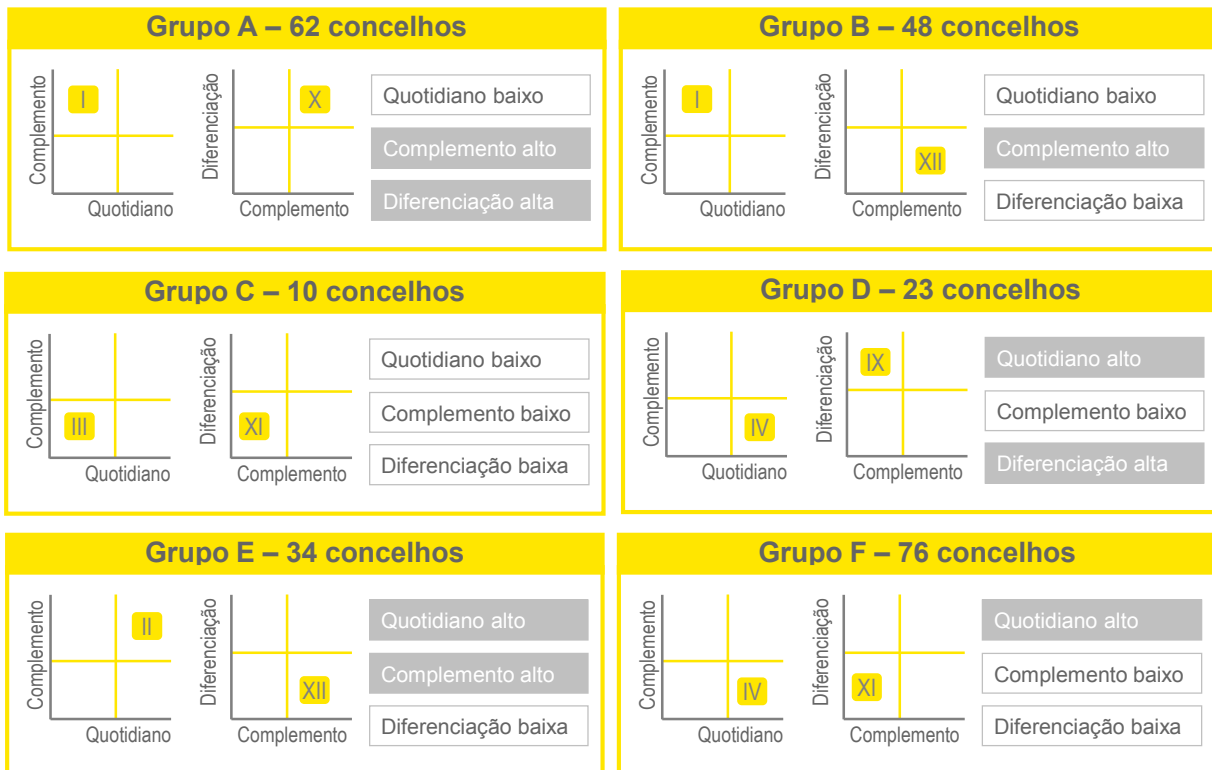
Desta análise emergem **seis grupos principais de concelhos**, relativamente homogêneos quanto à sua estrutura de serviços de base territorial, e outros dois grupos que, por um conjunto de particularidades, requerem um olhar mais atento.

As primeiras conclusões apontam para dois grupos de maior dimensão, que representam cerca de metade dos municípios do país (138 dos 278 concelhos) e que se situam em lados opostos em termos de estrutura de serviços.

Por um lado, o **grupo A** (62 concelhos) que tem um peso de serviços de quotidiano na sua estrutura de serviços de base territorial que é inferior à média nacional, apresentando, no entanto, mais serviços de complemento e de diferenciação. No outro extremo, o **grupo F**, com 76 concelhos que apresentam uma estrutura inversa, mais direcionada para os serviços de quotidiano e com baixa percentagem de serviços de complemento e diferenciação.

Entre estas duas realidades posicionam-se os restantes concelhos, dividindo-se entre os grupos com foco exclusivo nos serviços de complemento (**grupo B**), na combinação entre estes e os serviços de quotidiano (**grupo E**) ou entre os serviços de diferenciação e quotidiano (**grupo C**). O caso particular do **grupo D** – baixo nas três categorias – significa que a estrutura de emprego nos serviços se posiciona nos serviços transversais.

Síntese do racional da análise



Fonte: EY-AM&A

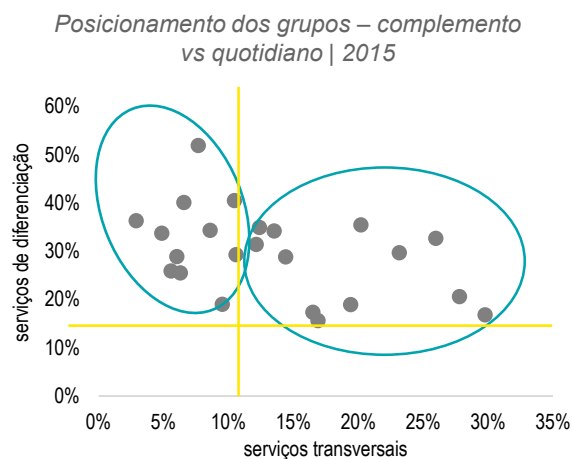
Um grupo heterogéneo de motivações diferenciadas – grupo G

Um caso que merece particular atenção é o do conjunto dos concelhos do **grupo G**, altamente focado em serviços de diferenciação.



No entanto, este grupo inclui concelhos cuja composição dos serviços de base territorial esconde realidades que importa analisar separadamente, para aferir se o maior peso dos serviços de diferenciação se faz acompanhar por mais serviços ou se, num caso contrário, se destacam isoladamente. Nesse sentido, analisam-se os concelhos deste grupo através do cruzamento dos serviços de diferenciação com os serviços transversais – os únicos que não estão representados na metodologia, em particular no cruzamento das categorias de serviços.

Para dar relevância à presença dos serviços transversais, considera-se como valor de referência o valor médio desta categoria de serviços (isto é, 11%).



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

Como resultado, verifica-se que o grupo G apresenta **duas realidades distintas**, que devem ser consideradas separadamente:

- ▶ **Grupo de concelhos com uma percentagem elevada de serviços de diferenciação** e de serviços transversais, indicando uma maior diversidade na atração de não residentes. Por este motivo, estes concelhos estão mais próximos do grupo C, pelo que, doravante, serão denominados como grupo GC. Saliente-se que é neste subgrupo que se incluem os municípios de Lisboa e do Porto. Estes são dois concelhos completos, onde o número total de pessoal nos serviços de base territorial assume maior importância do que a sua distribuição. Este facto traduz-se em percentagens relativamente próximas da média em todas as categorias, ainda que com maior peso na diversificação (associada ao turismo e aos serviços às empresas) e nos serviços transversais (fortemente relacionados com o emprego);
- ▶ **Grupo de concelhos com uma percentagem baixa de serviços transversais e um peso elevado nos serviços de diferenciação.** Neste casos, os municípios aproximam-se do grupo D, sendo mais atrativos por via de um recurso específico. Este subconjunto passa a denominar-se grupo GD.

Dois casos isolados

Finalmente, o caso particular que inclui os concelhos que apresentam percentagens superiores à média nacional nas três categorias em simultâneo, o que podia dar a entender que estávamos perante uma atratividade completa e diversificada. No entanto, dada a forma como a metodologia foi implementada, a única forma de um concelho estar acima da média em três das quatro categorias é apresentando valores muito baixos para os serviços transversais. Acresce que os dois concelhos deste grupo são Barrancos e Torre de Moncorvo, com pouca população e baixa *performance* nos indicadores de atratividade. Significa, portanto, que estes municípios se aproximam do grupo F em termos de serviços e características, pelo que, por simplicidade da análise, passam a integrar esse grupo.

A parte seguinte deste capítulo conclui a construção do processo de atratividade e integra quatro fases:

- i) **constituição final de grupos de concelhos** agrupados por semelhanças quanto à estrutura das categorias de serviços de base territorial;
- ii) **As particularidades dos sete grupos de concelhos**, concretizando empiricamente a formulação dos grupos e ilustrando com um conjunto de exemplos considerados de melhor entendimento no senso comum;
- iii) **comparação de uma amostra de indicadores de atratividade**, retirados do conjunto de variáveis apresentadas no capítulo de diagnóstico;
- iv) **análise da presença e dimensão de outros fatores de atratividade** que, em conjunto com os serviços, contribuem para a atratividade dos territórios, complementando o papel destes.

i) Constituição final de grupos de concelhos

O processo de construção da atratividade pode então ser considerado como a súpula dos pontos discutidos e apresentados neste capítulo. Este resulta da aplicação da metodologia que reparte os concelhos por quadrantes definidos pelas médias nacionais das diferentes categorias de serviços.

O resultado demonstra a existência de 7 grupos que agregam concelhos com estruturas semelhantes quanto aos serviços de base territorial: grupos A a G. Pelas especificidades enunciadas anteriormente, o grupo G é alvo de análise mais cuidada.

ii) As particularidades dos sete grupos de concelhos

Pretende-se uma leitura aplicada ao territórios dos grupos de concelhos criados, aprofundando os contornos dos indicadores de atratividade abordados e apresentando exemplos que permitem um melhor entendimento do que está implícito a cada caso.

iii) Comparação de uma amostra de indicadores de atratividade

Os grupos definidos no ponto anterior são analisados através de indicadores que apontam os resultados da atratividade. Estes pretendem cobrir os diferentes tipos de atratividade, nomeadamente ao nível da residência, da visitação e do turismo, da vocação dos

territórios para estrangeiros ou da atração laboral.

Estão incluídos:

- ▶ Densidade populacional;
- ▶ Taxa de atração/repulsão;
- ▶ Proporção de residência sazonal;
- ▶ Dormidas por 100 habitantes;
- ▶ Taxa de atração laboral.

iv) Análise da presença e da dimensão de outros fatores de atratividade

Este ponto resulta da premissa que assume que a atratividade dos territórios não é resultado exclusivo dos serviços de base territorial, mas antes de um conjunto de fatores que se complementam. Por outro lado, o foco desta análise incide sobretudo na atratividade de visitação e turismo, uma vez que a maioria dos fatores analisados estão relacionados com património. Por exemplo, é natural que concelhos que têm um vasto conjunto de património de relevância histórica tenham associado uma maior percentagem de serviços turísticos.

Os **fatores de atratividade** analisados incluem:

- ▶ **Incidência de património natural** – classificação que considera a proporção do território preservado através das seguintes classificações: parque nacional; parques naturais, reservas naturais e paisagens protegidas; rede Natura 2000; parques regionais e locais; e rede RAMSAR;
- ▶ **Existência de água balneares** – considera número de praias costeiras e fluviais;
- ▶ **Presença de património histórico e cultural** – valoriza o número de monumentos classificados no concelho, dando maior importância ao património mundial, seguido de monumentos nacionais, incluindo ainda uma valorização em menor grau de património de interesse público e do património de interesse municipal;
- ▶ **Número de museus e salas de espetáculos** por mil habitantes.

i) **Constituição final dos grupos de concelhos.** Os grupos resultantes da aplicação da metodologia e da análise dos indicadores de atratividade são os seguintes:

A – Atratividade elevada e diversificada		B – Atratividade elevada, com diversificação moderada		C – Atratividade fortemente especializada no emprego	
62 concelhos	Quotidiano baixo	48 concelhos	Quotidiano baixo	10 concelhos	Quotidiano baixo
	Complemento alto		Complemento alto		Complemento baixo
	Diferenciação alta		Diferenciação baixa		Diferenciação baixa
<ul style="list-style-type: none"> Elevada densidade populacional Pouca perda populacional e elevada rotação Atrativo para turismo Vocacionado para estrangeiros (viver e visitar) Atrativo por via do emprego 		<ul style="list-style-type: none"> Densidade populacional média Atrai novos residentes (ainda que em menor intensidade que o A) Mais vocacionada para residência do que para turismo Alguma vocação para estrangeiros Atrativo do ponto de vista laboral 		<ul style="list-style-type: none"> Densidade populacional ligeiramente acima da média nacional Novas dinâmicas de atratividade para residir Especialização turística indefinida Atrativo do ponto de vista laboral 	
D – Atratividade por recurso específico		E – Atratividade incompleta		F – Atratividade baixa e pouco diferenciada	
23 concelhos	Quotidiano alto	34 concelhos	Quotidiano alto	78 concelhos	Quotidiano alto
	Complemento baixo		Complemento alto		Complemento baixo
	Diferenciação alta		Diferenciação baixa		Diferenciação baixa
<ul style="list-style-type: none"> Baixa densidade populacional com condicionantes na atração de novos residentes e com perda populacional acelerada Atrativo para turismo para portugueses Duração da estadia na média Percentagem muito elevada de residência sazonal 		<ul style="list-style-type: none"> Densidade populacional baixa Repulsivos do ponto de vista de captação de novos residentes Turismo em crescimento e vocacionada para o mercado nacional Percentagem de residência sazonal alinhada com a média nacional 		<ul style="list-style-type: none"> Baixa densidade populacional Perda populacional acentuada Pouca população estrangeira Percentagem elevada de residência sazonal Reduzida vocação turística, sendo a existente direccionada para mercado nacional 	
G – Atrativos diferenciados					
23 concelhos	Quotidiano baixo				
	Complemento baixo				
	Diferenciação alta				
Sugrupo GC: <ul style="list-style-type: none"> Elevada densidade populacional e rotação da população residente Vocação turística (com tradição e alguma presença de estrangeiros) Subgrupo GD: <ul style="list-style-type: none"> Densidade populacional na média nacional e perda populacional Elevada tendência para turismo 					

ii) As particularidades dos sete grupos de concelhos.

O estudo foi construído na lógica da captação das dinâmicas de atratividade de não residentes, ficando de fora a componente dos residentes estabelecidos num determinado concelho. Nesta perspetiva, tal como explicitado na metodologia, selecionou-se um conjunto de indicadores que permitissem isolar os desempenhos dos territórios na componente específica dos não residentes.

Da análise combinada dos indicadores e anteriormente analisados, resultou o enquadramento dos concelhos em sete grupos. Cada grupo inclui territórios que se distinguem por uma combinação das características explicitadas, assumindo que, face à amostra e às ponderações metodologicamente assumidas (entre as quais, a posição face à média e a posição relativa), o concelho cobre a totalidade ou a larga maioria das características apresentadas com elevada intensidade e relevância, traduzindo diferentes perfis de atratividade e uma relação específica de serviços de base territorial.

Compreender o encaixe dos concelhos nos diferentes grupos implica ter em consideração **quatro notas preliminares** que deverão estar presentes na leitura dos resultados que se apresentam

A **primeira nota** é a que, estando um concelho enquadrado num determinado grupo, à data em que os dados foram analisados, cumpria a maioria das características descritas, embora, não necessariamente, cumprindo todos ou na mesma intensidade comparativa.

A **segunda nota** é de que a categorização de serviços metodologicamente assumida não pretende traduzir uma lógica forçosamente hierárquica, mas antes uma lógica funcional, relacionando-os com o tipo de funções que desempenham e as necessidades a que correspondem, desde as básicas às mais complexas e direcionadas para diversos públicos.

A **terceira nota** é a de que o estudo pretende compreender a relação entre a especialização nas categorias de serviços definidas e o comportamento dos indicadores de atratividade dos territórios, em termos tendenciais, e não analisar ou justificar realidades individuais, *outsiders*, posicionamentos atípicos ou pouco consensuais, uma vez que se trata de um exercício estatístico, com as limitações daí decorrentes.

Finalmente, com a **quarta nota**, pretende-se clarificar o facto de que os grupos de concelhos não devem ser lidos numa lógica de "melhor" e "pior". A atratividade específica de um território, mais ou menos lata, está dependente de um conjunto de opções estratégicas políticas, especialização ou de vocação dos territórios, que podem passar por abordagens mais ecléticas – da dimensão residencial, ao turística, ou à económica – ou mais focadas em dimensões particulares, numa lógica de afirmação individual ou de complementaridades com os territórios de proximidade.

No sentido de explicitar o entendimento subjacente aos sete grupos definidos, segue-se uma explicação do método de construção dos mesmos, que não pretende ser exaustiva, mas antes exemplificativa das linhas gerais que justificam a sua configuração e perfil de atratividade, associado à especialização nos serviços. Serão também apresentados alguns exemplos dos concelhos integrados em cada grupo, focando nos que se considera de entendimento mais inequívoco, com o intuito de ilustrar os raciocínios subjacentes.

Os grupos serão analisados individualmente, destacando-se as suas especificidades de cada um e as características que as distinguem.

Espacialização dos grupos de concelhos

Os **concelhos com atratividade mais diversa** estão situados nas regiões das áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, na faixa litoral norte, centro e no sul com maior expressão no Algarve e nos eixos entre Lisboa e Évora e Viseu e Chaves;

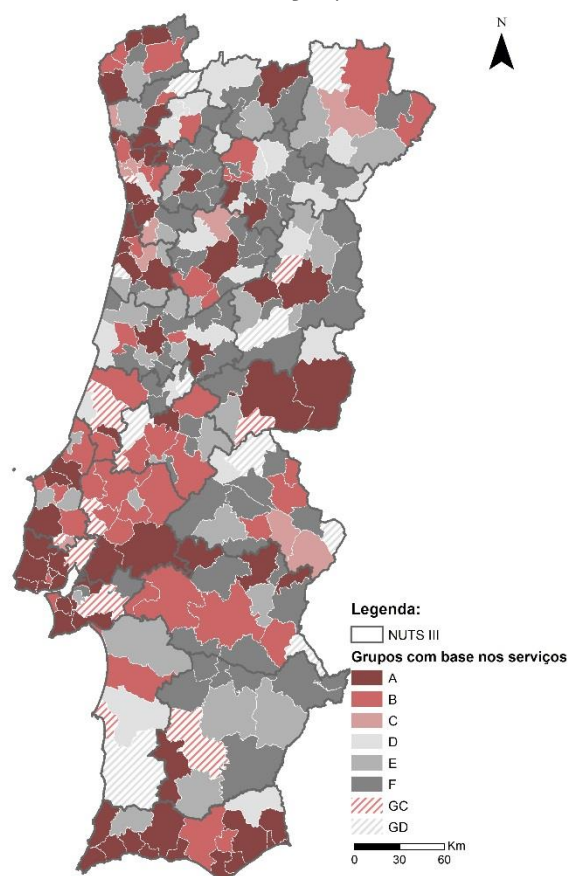
Os grupos que com **atividades mais específicas** ou direcionadas, sejam eles convergentes ou divergentes, abrangem concelhos situados nas áreas de influência dos territórios mais atrativos;

Os **concelhos de baixa atratividade**, representados pelos grupos E e F, coincidem com o eixo de repulsão e com a zona interior Norte;

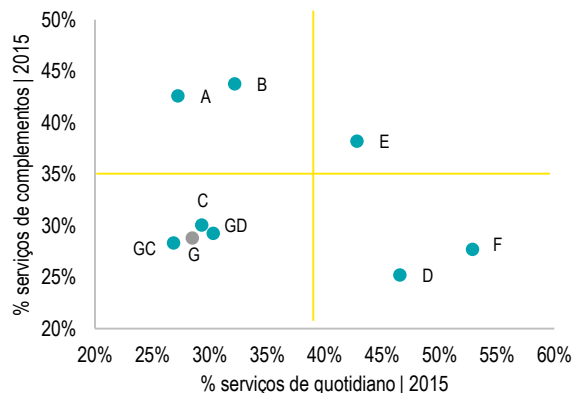
Sublinha-se ainda a atratividade pelo emprego (grupo C) em territórios de forte presença industrial, na coroa urbana da área metropolitana de Lisboa e no prolongamento de algumas capitais de distrito.

Os gráficos mostram o **posicionamento da média dos grupos face aos eixos** inicialmente definidos na metodologia. Como seria de esperar, os resultados finais mostram que o posicionamento nos quadrantes está dentro do esperado. A única exceção prende-se com os subgrupos GC e GD, cujos resultados resultam de uma interpretação adicional à aplicação estrita da metodologia.

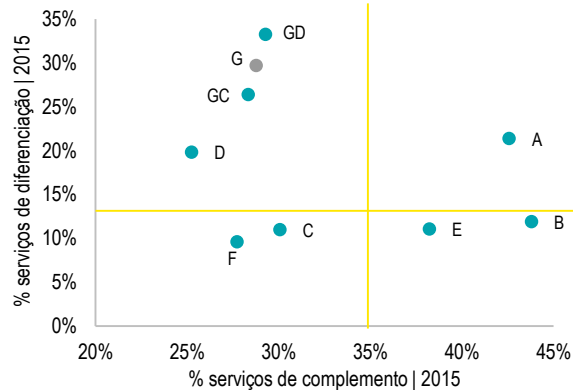
Posicionamento dos grupos com base nos serviços | 2015



Posicionamento dos grupos – complemento vs quotidiano | 2015



Posicionamento dos grupos – diferenciação vs complemento | 2015



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

Grupo A. Atratividade elevada e diversificada

A combinação de serviços de complemento e diferenciação é geradora de uma atratividade elevada e diversificada.

O grupo (A) **agrega 62 concelhos** com enfoque em serviços de complemento e de diferenciação, a que parece estar associado uma atratividade elevada e diversificada. O bom desempenho destes territórios ao nível da atração de não residentes, nas suas mais diversas aceções (residencial, turística, visitação, trabalho), é sintetizado na designação de **atratividade elevada e diversificada**, que traduz as dinâmicas positivas transversalmente observadas.

Este desempenho é comprovado pelo posicionamento, acima da referência média nacional, de forma cumulativa ou parcial mas com intensidade relevante, na grande maioria dos indicadores em análise, destacando-se os seguintes detalhes:

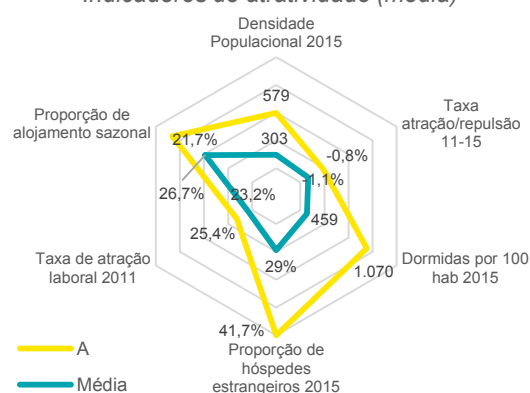
- ▶ uma **densidade populacional média significativa** (579 habitantes/km², em 2015), o que revela um perfil de povoamento predominantemente urbano;
- ▶ uma **perda populacional por via de movimentos migratórios pouco expressiva** (-0,8%, entre 2011-2015) e uma rotação populacional acima da média nacional (8,8% em 2011), o que revela uma elevada atratividade de novos residentes e capacidade de renovação da população residente;
- ▶ de **vocação turística**, comprovado por uma média de 1.070 dormidas por 100 habitantes, mais do dobro da referência nacional;
- ▶ **espaços de atração de estrangeiros**, nas óticas de “viver e visitar”, com 4,9% de população residente estrangeira (2011) e 42% de hóspedes não nacionais (2015);
- ▶ **pools de atração de recursos** oriundos de outros territórios (25% dos postos de trabalho são ocupados por não residentes, em 2011).

Este grupo pauta-se por uma **partilha de atividades** nas aceções que parecem estar associadas a uma equilibrada presença de serviços de complemento e diferenciação, essenciais ao fomento do interesse para públicos-alvo tão diversos, quanto novos residentes (estudantes, estrangeiros, migrantes internos), turistas e visitantes (em lazer ou trabalho). É fundamentalmente constituído por concelhos de média e grande dimensão, englobando um conjunto de

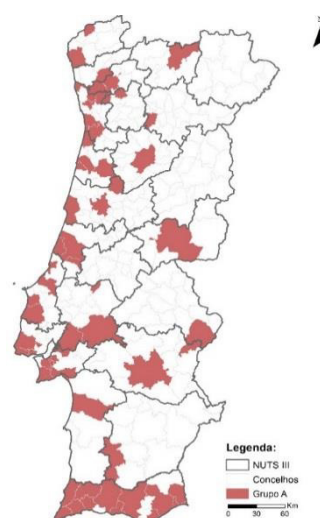
capitais de distrito distribuídos pelo litoral - Viana do Castelo, Braga, Aveiro, Coimbra, Leiria e Setúbal – e do interior - Viseu, Castelo Branco e Évora. A estas juntam-se alguns concelhos da AML e da AMP e outras cidades relevantes tais como Chaves, Felgueiras, Guimarães, Lamego, Peso da Régua, Águeda, Figueira da Foz, Caldas da Rainha, Lagos ou Loulé.

Muitos destes territórios congregam amenidades tão variadas quanto instituições de ensino superior ou especializado, representatividade empresarial, atrativos de interesse turístico e de visitação e condições de residência competitivas.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo A



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo B. Atratividade de diversidade limitada

A presença de serviços de complemento está relacionada com uma atratividade limitada, fortemente associada à residência

O grupo (B) agrega 48 concelhos com elevada incidência de serviços de complemento, que parece ser um indicador de uma atratividade menos diversificada. De facto, a um maior peso de serviços desta categoria parece estar associada uma tendência para uma elevada concentração de população mas cuja evolução recente tem sido ligeiramente negativa, que encontra justificação em dois racionais distintos. O primeiro abrange um conjunto de territórios historicamente relevantes mas que têm sofrido de forte concorrência na disputa de recursos nas últimas décadas, como são os casos de Bragança, Vila Real, Guarda, Santarém ou Faro). O segundo está relacionado com concelhos das áreas metropolitanas que registaram forte crescimento populacional no passado mas que, nos últimos anos, assistiram ao crescente protagonismo de outros concelhos da mesma região que também se articulam fortemente com Lisboa (casos de Loures, Amadora, Almada ou Montijo) ou Porto (por exemplo, Vila do Conde, Gondomar ou Matosinhos).

Este desempenho é comprovado pelo posicionamento acima da referência média nacional em dimensões relacionadas com a população e o emprego, e inferior ao referencial do país no que diz respeito aos indicadores associados com o turismo, destacando-se os seguintes detalhes:

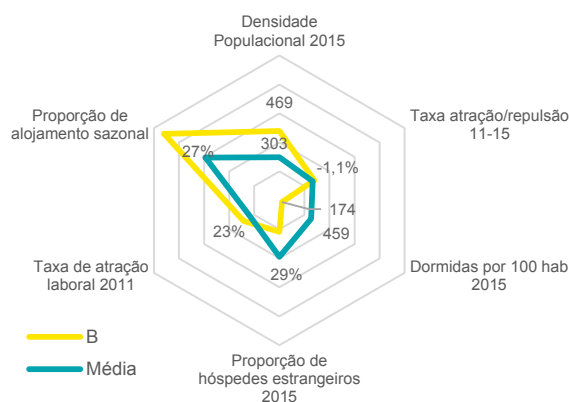
- ▶ uma densidade populacional média elevada (469 habitantes/km², em 2015), o que revela um perfil de povoamento predominantemente urbano;
- ▶ uma perda populacional por via de movimentos migratórios e uma rotação populacional em linha com a média nacional (-1%, entre 2011-2015 e 7,9% em 2011, respetivamente), o que revela alguma capacidade renovação da população residente, ainda que não seja possível estancar o ritmo de redução da população;
- ▶ pouca vocação turística, comprovado por uma média de 174 dormidas por 100 habitantes, menos de 40% da referência nacional;
- ▶ indicadores da população estrangeira em linha com o perfil global, ou seja, peso da população estrangeira residente semelhante à média nacional

(2,8% face aos 2,7%, em 2011) e menor capacidade que a média dos concelhos em atrair hóspedes não nacionais (25% de proporção de hóspedes estrangeiros em 2015);

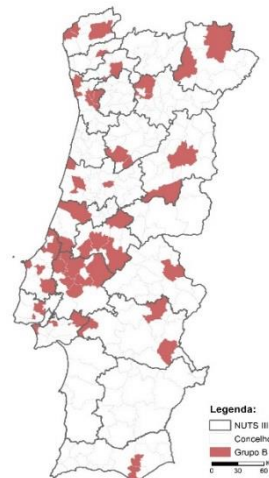
- ▶ relevância da pool de emprego proveniente de outros territórios (24% dos postos de trabalho são ocupados por não residentes, em 2011).

De um modo geral, este grupo caracteriza-se pela inclusão de concelhos de maior dimensão, incluindo seis capitais de distrito e uma média populacional superior a 40 mil habitantes.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo B



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo C. Atratividade fortemente especializada no emprego

A especialização em serviços transversais gera atratividade com foco em setores terciários fortemente empregadores

O grupo (C) **agrega 10 concelhos**, cuja especialização em serviços transversais, atribui-lhes uma atratividade específica, fortemente alicerçada na disponibilidade de emprego, a que se acresce uma componente de atratividade residencial evidente. Estas são duas características que se sobrepõem às restantes atratividade identificadas, sendo tal visível nos indicadores médios, destacando-se os seguintes posicionamentos:

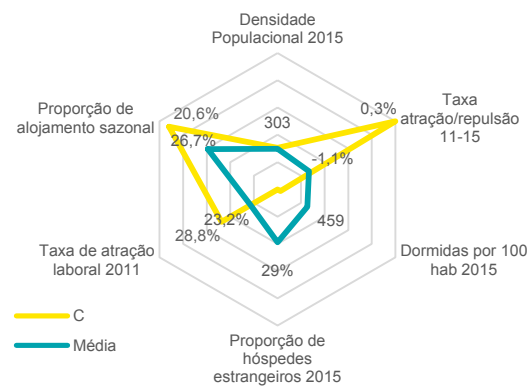
- ▶ **densidade populacional** (310 habitantes por km², 2015) ligeiramente acima da média nacional, sendo por isso concelhos com uma distribuição populacional condensada no território;
- ▶ **taxa de atração/repulsão** (0,3%, entre 2011 e 2015) e rotação populacional (9% da população residente em 2011, há 5 anos residia noutro concelho) acima da média nacional, sendo territórios que revelam recentes dinâmicas positivas de atração de população para residir;
- ▶ **especialização turística indefinida**, com uma contabilização de dormidas por 100 habitantes (181) e um grau de internacionalização dos hóspedes (21%), abaixo da média nacional, mas com alguma incidência de alojamento sazonal (20,6%), que, no contexto de crescimento populacional, pode significar segundas residências para fins de lazer;
- ▶ **atrativos laboral**, com 29% dos postos de trabalho ocupados por não residentes, superior à média nacional (23%) e apenas ultrapassado pelo grupo GC (41%) que possui características particulares o que justifica a sua análise individualizada.

No contexto deste grupo podem ser destacados exemplos intuitivos desta realidade como é o caso do Entroncamento, Arruda dos Vinhos ou Mafra, concelhos localizados na área de influência da AML.

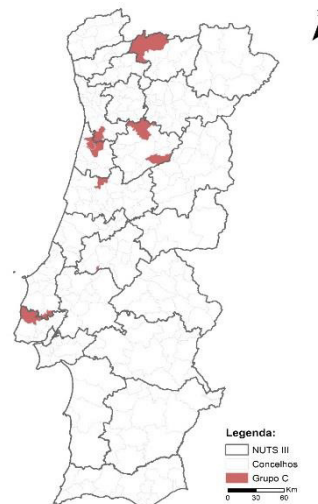
O Entroncamento, com uma atração populacional por via de fluxos migratórios na ordem dos 6,4% (2001-2011) e 1,3% (2011-2015), uma rotação populacional de 13,7% (entre 2006-2011) e uma atração laboral de 45% (2011), é ilustrativo da realidade deste grupo. A Arruda dos Vinhos segue as mesmas tendências, com

crescimentos migratórios de ressaltar (24,9%, entre 2001-2011 e 7,7% entre 2011-2015), uma renovação populacional de 16,4% e uma ocupação de emprego por não residentes de 35,5%. Mafra, por sua vez, parece assumir-se como um território com uma combinação mais complexa de atratividades, mesmo com uma configuração setorial de serviços assente nos transversais. Aqui registaram-se crescimentos migratórios assinaláveis (29%, 2001-2011, 5,1%, 2011-2015) e uma renovação populacional de 16,7%. Revela potencial turístico patrimonial, por estadas médias de 2,3 noites, por mais de 50% de hóspedes estrangeiros e a presença de alojamento sazonal (21,8%) num contexto de crescimento de população.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo C



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo D. Atratividade por recurso específico

A diferenciação assente num recurso específico tem atratividade limitada quando combinada com um ênfase elevado nos serviços de quotidiano

O grupo (D) **agrega 23 concelhos**, onde predominam a categoria de serviços de quotidiano e de diferenciação. Esta combinação de especialização de serviços parece apontar para o direcionamento para uma atratividade específica e delimitada, relacionada, fundamentalmente com o património, seja paisagístico, seja histórico ou cultural.

Neste grupo estão incluídos concelhos de pequena/média dimensão (apenas 8 concelhos com cerca de 15.000 habitantes) que, numa leitura conjunta, caracterizam-se por se assumirem como:

- ▶ **territórios de baixa densidade populacional** (32 habitantes por km², 2015), agravada por uma tendência de incapacidade de captação e fixação de fluxos migratórios (-1,6%, entre 2011-2015) e, comparando os grupos, com a maior perda efetivos populacionais (-5,6%), revelando limitações na atratividade para fins residenciais;
- ▶ **espaços com potencial turístico** pelas valias endógenas que dispõem, repercutido numa proporção de dormidas significativa face à população residente (310 dormidas por cada 100 habitantes, 2015), com estadas médias alinhadas com o referencial nacional (2 noites, 2015);
- ▶ **destino turístico principalmente doméstico**, com 76% dos hóspedes oriundos de Portugal, o que revela o reconhecimento das valias pelo mercado interno, mas ainda pouco catalisador da procura estrangeira;
- ▶ **maior percentagem de residência sazonal** (37,5%), pode revelar, por um lado, um êxodo populacional significativo e consequente abandono de habitações ou, por outro lado, a presença de segundas residências, potencialmente motivadas por fins de lazer.

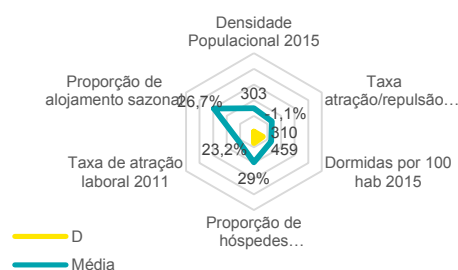
Exemplos destes territórios com atratividades específicas e, como tal, com serviços especializados no suporte ao seu desenvolvimento, estão um conjunto de concelhos com vocações reconhecidas nível nacional.

Um caso evidente é concelho de São Pedro do Sul, cuja matriz de desenvolvimento têm sido o complexo termal que anualmente atrai um número importante de turistas com fins de turismo de saúde e bem-estar.

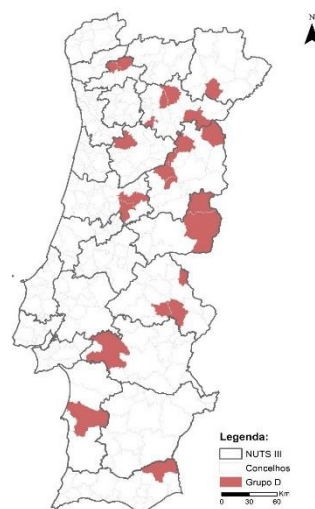
Por outro lado, tem-se um conjunto de concelhos que têm sido dinamizados pela chancela de Aldeias de Xisto - como Arganil (Piódão), ou Góis (Aigra Velha, Aigra Nova, Pena e Comareira) – ou Aldeias Históricas - como Idanha-a-Nova (Monsanto e Idanha-a-Velha).

Nesta panóplia ainda se incluem Santiago do Cacém, com o seu produto de praia e Sul, ou Manteigas e Gouveia com o produto “Serra da Estrela”, ou Vila Nova de Foz Côa com o rio Douro e as pinturas rupestres, ou Marvão com a sua Fortaleza.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo D



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo E. Atratividade incompleta

A combinação de serviços de complemento com serviços de quotidiano resulta numa atratividade fraca, incompleta e pouco especializada

O grupo (E) **agrega 34 concelhos**, onde predomina uma combinação da categoria de serviços de quotidiano e de complemento, com baixa prevalência dos serviços de diferenciação. Esta especialização parece contribuir para uma atratividade fraca, incompleta e pouco especializada, no sentido em que parece não gerar um efeito distintivo na atração de não residentes e potenciar nichos de atratividade, de forma parcial e com reduzida projeção.

Os indicadores de atratividade traduzem, de algum modo, esta realidade, revelando as debilidades das estratégias de atração de não residentes, destacando-se, entre eles, os seguintes:

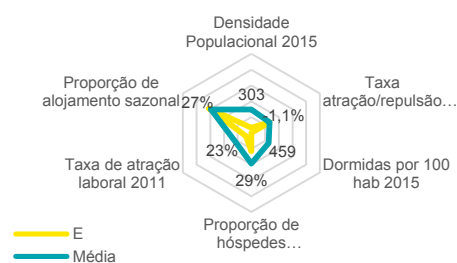
- ▶ uma **densidade populacional baixa** (92 habitantes por km²), o que corresponder a modelos de povoamento típicos dos territórios incluídos, mas também a processos de desertificação e êxodo populacional, com implicações nas mais diversas dimensões, quer económicas, sociais ou de sustentabilidade
- ▶ uma **persistente tendência de perda populacional** ao longo dos últimos anos (-5,1% entre 2001-2011 e -3,6% entre 2011-2015), para a qual o sinal negativo da componente migratória contribui (-1,1%) e com uma rotação da população abaixo da nacional (apenas 6,9% da população residente em 2011, residia noutro concelho cinco anos antes);
- ▶ um **turismo em crescimento**, atraindo, fundamentalmente, turistas portugueses (75%), tendo duplicado as dormidas entre 2011-2015, mas com estadas médias (1,8 noites) e dormidas por cada 100 habitantes (149) abaixo do referencial nacional;
- ▶ a **presença de residência sazonal (26,2%)** alinhada com a média nacional, significando saída de população e consequente secundarização de habitações, ou habitações para lazer.

Neste grupo estão, por isso, enquadrados, territórios com dificuldade em encontrar uma fórmula equilibrada, que produza efeitos na atratividade de não residentes. Pode exemplificar-se este grupo com o caso de Moura, que registou perdas populacionais

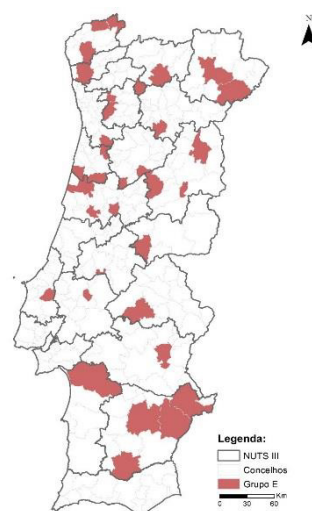
onde a componente migratória é de considerar (-3,4% e -3,6%, 2001-2011 e 2011-2015). A evolução do turismo também não tem sido favorável, com cerca de 176 dormidas por 100 habitantes (2015), a redução do número de pernoitas (-3,9% desde 2015). A atração de trabalhadores não residentes é também reduzida (apenas 11,6% ocupado por não residentes).

Com uma dimensão diferente tem-se o concelho de Beja, capital de distrito que enfrenta desafios de renovação dos fatores de atratividade, especialmente nos anos mais recentes, com um efeito migratório (2011-2015) de -3,3%, numa perda populacional total de -4,1%. Em termos turísticos e de representatividade económica, a situação também demonstra uma fraca atratividade.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo E



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo F. Atratividade baixa e pouco diferenciada

O foco nos serviços de quotidiano está associado a uma atratividade baixa e pouco diferenciada

O **grupo (F) inclui 78 concelhos** que se distinguem pela forte incidência de serviços de quotidiano, em detrimento dos serviços de complemento e de diferenciação, o que ajuda a explicar uma atratividade baixa e pouco diferenciada. Esta tendência encontra justificação no facto de todos os indicadores analisados se encontrarem abaixo dos valores médios nacionais, seja ao nível das dinâmicas populacionais ou turísticas. Em termos de serviços de base territorial, a população presente nestes territórios dedica-se, sobretudo, a atividades pouco diferenciadoras quando comparadas com a generalidade dos concelhos, ainda que essenciais para a fixação da população – casos dos serviços de apoio social, educação ou saúde, por exemplo. No entanto, a **baixa densidade populacional e a perda populacional acentuada** demonstram que, por si só, estes serviços associados ao quotidiano não são suficientes no processo de atração de não residentes.

Como consequência, em média estes concelhos apresentam uma **proporção mais elevada de alojamento sazonal** (32,5%, que compara com os 26,7% da média nacional), facto que se fica a dever à situação em que as famílias mantêm uma segunda habitação por questões relacionadas com a ligação familiar e não por decisão motivada pela escolha destes concelhos enquanto destinos de férias.

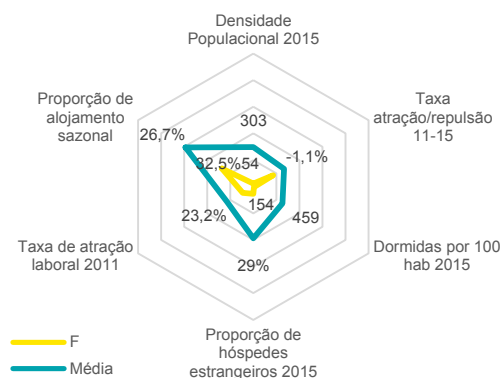
Esta teoria é apoiada na análise dos dados relacionados com o turismo, que demonstram uma **menor vocação que a média nacional** (154 dormidas por 100 habitantes em 2015, contrastando com as 459 verificadas no conjunto do país para o mesmo período). Em termos de perfil dos turistas atraídos, nota-se ainda uma reduzida presença de estrangeiros.

Sublinhe-se a importância da **falta de massa crítica** enquanto fator que ajuda a explicar a circunstância destes territórios onde, de facto, 52 dos 78 concelhos deste grupo têm menos de 10.000 habitantes. Interessa, ainda, realçar o contraste da geografia destes concelhos. Enquanto nas regiões Norte e Centro, estes ocupam, essencialmente, a faixa central do país, longe do litoral e dos principais centros fronteiriços, no Alentejo a concentração dá-se em

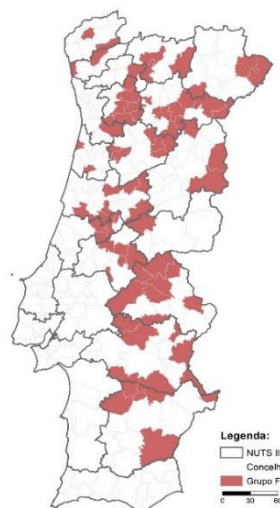
concelhos mais próximos da fronteira ou, de outra perspetiva, mais distantes da área metropolitana de Lisboa e também de territórios mais dinâmicos situados no litoral (casos de alguns concelhos localizados no Algarve e de Sines, por exemplo).

Este aparente isolamento por via da menor presença de população nos territórios envolventes é ainda comprovado pela **menor relevância da pool de emprego proveniente de outros territórios**, onde apenas 20% dos postos de trabalho foram ocupados por não residentes, em 2011.

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo F



Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

Grupo G. Atrativos diferenciados

A predominância dos serviços de diferenciação e a sua relação com a atratividade, tanto ao nível da residência como do turismo

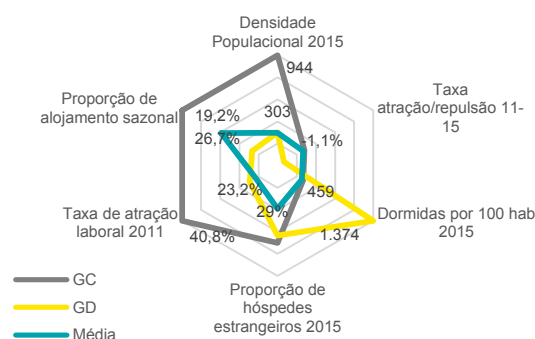
O **grupo (G) agrega 23 concelhos**, onde predomina a categoria de serviços de diferenciação, cuja presença está bastante associada à atratividade. Dada a disparidade verificada entre os territórios que compõem este grupo, nomeadamente na distinção entre atratividade ao nível da residência e ao nível do turismo (ainda que estas não sejam mutualmente exclusivas), considera-se importante proceder a uma subdivisão entre concelhos que se aproximam mais da diferenciação por via do emprego e da residência (mais próxima do grupo C) e por via do recurso específico (mais relacionada com o grupo D).

O **primeiro conjunto de concelhos – denominado GC – apresenta-se como bastante dinâmico** e com características que se evidenciam de forma clara. Por um lado, o alto desempenho ao nível da densidade populacional (943,7 habitantes/km², em 2015), revelando um perfil de povoamento quase exclusivamente urbano e uma perda populacional por via de movimentos migratórios com pouco desfaseamento face à média nacional (-1%, entre 2011-2015). Por outro lado, uma rotação populacional bastante mais alta do que o resto do território nacional (10,1% em 2011), sublinhando a forte capacidade de renovação populacional, a que não se pode dissociar o facto de este grupo ser uma importante pool de atração de emprego proveniente de outros territórios (40,8% dos postos de trabalho foram ocupados por não residentes, em 2011). Quanto ao turismo, regista-se uma elevada presença turística (473 dormidas por 100 habitantes) e vocacionada para estrangeiros (35% de hóspedes estrangeiros em 2015). Neste grupo encontram-se Lisboa e Porto, mas também alguns concelhos com atividade fortemente empregadora, tais como Sines, Palmela ou Vila Franca de Xira.

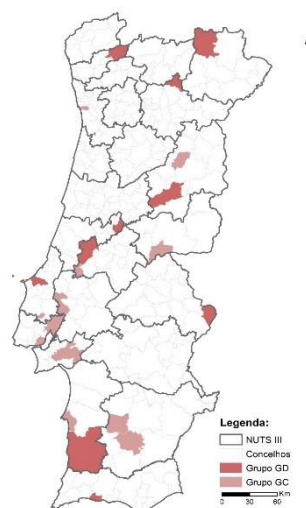
O **segundo grupo de concelhos – denominado GD – apresenta uma singularidade associada a um recurso específico** e tem, por conseguinte, uma atratividade fortemente relacionada com o turismo, ainda que com simultânea capacidade de fixar população. Essa vocação natural para o turismo observa-se no facto de, em 2015, o grupo ter registado, em média, 1.374 dormidas por 100 habitantes, o valor mais alto em

todo o território nacional. Destaca-se, de forma complementar, a procura por turistas estrangeiros (que representaram 34% dos hóspedes, percentagem apenas superada de forma clara pelo grupo A). Paralelamente, verifica-se alguma densidade populacional (309,8 habitantes/km²), complementada por uma elevada proporção de segunda habitação. Entre os concelhos presentes neste grupo destaca-se como exemplo Terras de Bouro, Ourém, Óbidos, Lagoa e Odemira, todos com recursos específicos dinamizadores e fortemente indutores de atratividade de não residentes

Indicadores de atratividade (média)



Distribuição geográfica do grupo G



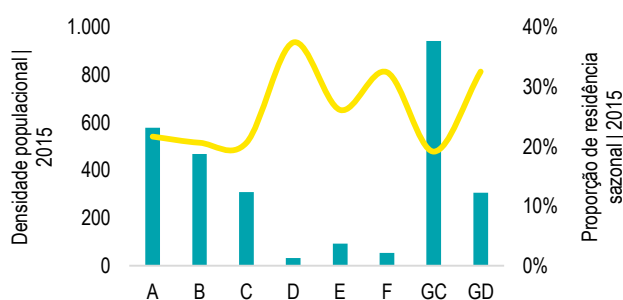
Fonte: Análise EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS e do INE

iii) Comparação de uma amostra de indicadores de atratividade

Os indicadores analisados para comparação dos grupos de concelhos divide-se de acordo com três atratividades específicas: viver e residir; turismo; e trabalho.

Na **ótica da atração para residir**, analisa-se a densidade populacional, a taxa de atração/repulsão e a proporção de residência sazonal. Estes indicadores revelam que os concelhos dos grupos A, B e C, bem como o GC e GD, são aqueles que apresentam maior densidade populacional (em especial o grupo GC por incluir Lisboa e Porto). Como consequência são estes os grupos com menor proporção de residência sazonal, indicador onde se destacam os grupos D, E e F. Ainda que as dinâmicas gerais do país sejam as de perda populacional, o grupo C apresenta uma taxa de atração positiva, sobretudo devido ao papel desempenhado pelos serviços transversais, que são bastante elevados neste grupo de concelhos e que se apresentam como serviços fortemente empregadores.

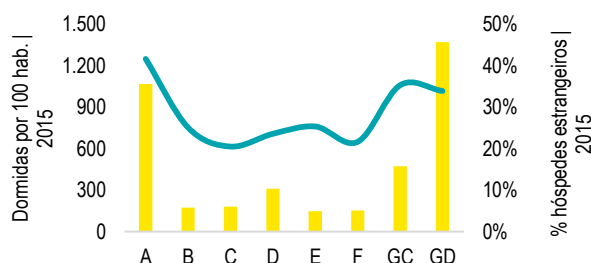
Densidade Populacional e proporção de residência sazonal | 2015



Fonte: INE, Estimativas da população residente 2015

Relativamente aos **indicadores de turismo**, observa-se que os grupos A, D e GD são os mais atrativos. No caso dos primeiros, este tipo de atratividade complementa a atratividade para residir, mostrando que os concelhos destes grupos são atrativos em mais do que uma dimensão. Por outro lado, os grupos D e GD tendem a ser mais atrativo do ponto de vista turístico, estando em linha com o facto de terem uma elevada proporção de residência sazonal. Ambos os grupos parecem atrair perfis diferenciados de turistas, com o grupo A a ser mais direcionado para hóspedes estrangeiros, enquanto que os grupos D e GD atraem uma maior percentagem de hóspedes nacionais. Verifica-se um número elevado ainda no grupo C, uma vez que este grupo inclui Lisboa e Porto.

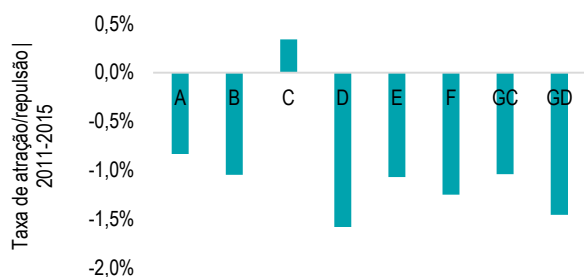
Dormidas por 100 habitantes e proporção de hóspedes estrangeiros | 2015



Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

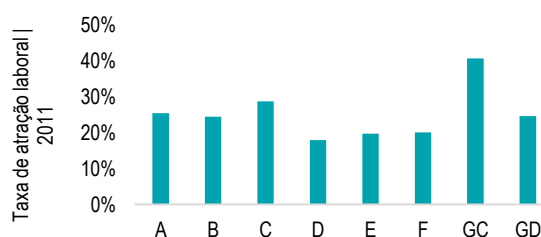
Quanto à atratividade laboral, este indicador está bastante associado à densidade populacional, uma vez é liderado pelos grupos A, B e C, bem como pelos subgrupos GC (de forte especialização em serviços transversais) e pelo grupo GD.

Taxa de atração | 2011-2015



Fonte: INE, Estimativas da população residente 2011 e 2015

Taxa de atração laboral | 2011



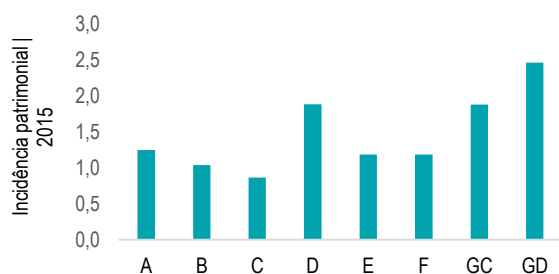
Fonte: INE, Censos 2011

iv) Análise da presença e da dimensão de outros fatores de atratividade

Os **serviços de base territorial atuam em complementaridade de outros fatores** que ajudam a explicar a atratividade. Ainda que os indicadores aqui apresentados estejam orientados para o turismo e para a visitação, a sua correlação com a atratividade para residir é igualmente importante.

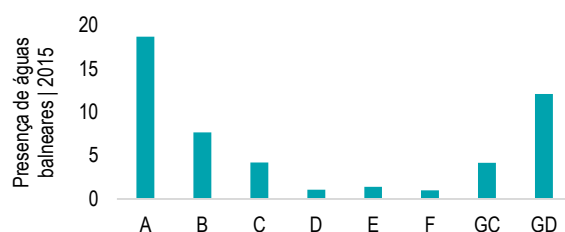
Em termos de **património natural e de águas balneares**, os resultados por grupos estão em linha com o indicador da proporção de residência sazonal. De facto, podem observar-se duas realidades distintas através do cruzamento com a presença de águas balneares. Os grupos com praias (costeiras ou fluviais) e património natural elevado são aqueles com maior atratividade turística, enquanto que o inverso se verifica nos concelhos dos grupos que apresentam grande peso de património natural sem diferenciação do ponto de vista de águas balneares.

Incidência de património natural | 2015



Fonte: EY-AM&A com base em dados das entidades responsáveis pela conservação da natureza e das florestas do Continente, Açores e Madeira

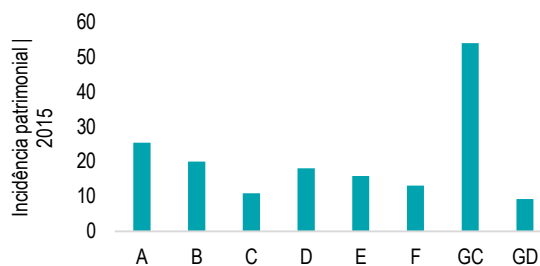
Águas balneares (praia/rio) | 2016



Fonte: EY-AM&A com base em dados da Agência Portuguesa do Ambiente

O património histórico e cultural apresenta correlação com os concelhos que têm um indicador mais elevado de densidade populacional, uma vez que estes, por motivos históricos, foram mais capazes de fixar populações. Destaca-se, sobretudo o grupo GC (pela

Incidência de património histórico e cultural | 2015

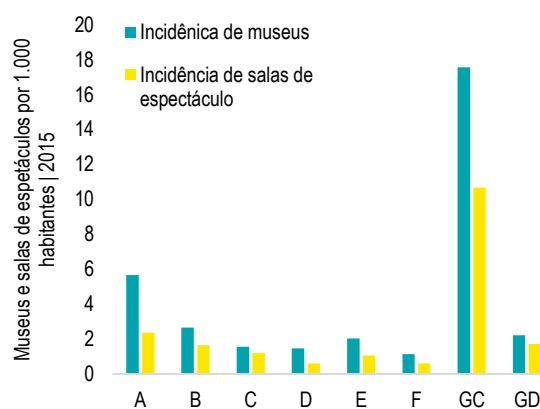


Fonte: EY-AM&A com base em dados DGPC

forte influência de Lisboa e do Porto), mas também o grupo A. Numa outra escala, é interessante verificar que os grupos D e E têm potencial neste indicador (próximos do A e B), sem que se traduza numa clara maior incidência de serviços de diferenciação - associados ao turismo ou à cultura - que valorizasse o património existente nos concelhos deste grupo.

Ainda assim, é importante constatar que a presença de património histórico e cultural é transversal a praticamente todo o país e independente da dimensão dos concelhos.

Museus e salas de espetáculos | 2015



Fonte: INE, Inquérito aos museus

A presença de património histórico parece estar correlacionada com a oferta de museus e de salas de espetáculos, destacando-se, uma vez mais, os mesmo grupos. Estes são também os que apresentam um melhor desempenho em termos de atratividade turística.

A dimensão populacional enquanto condição de diversidade

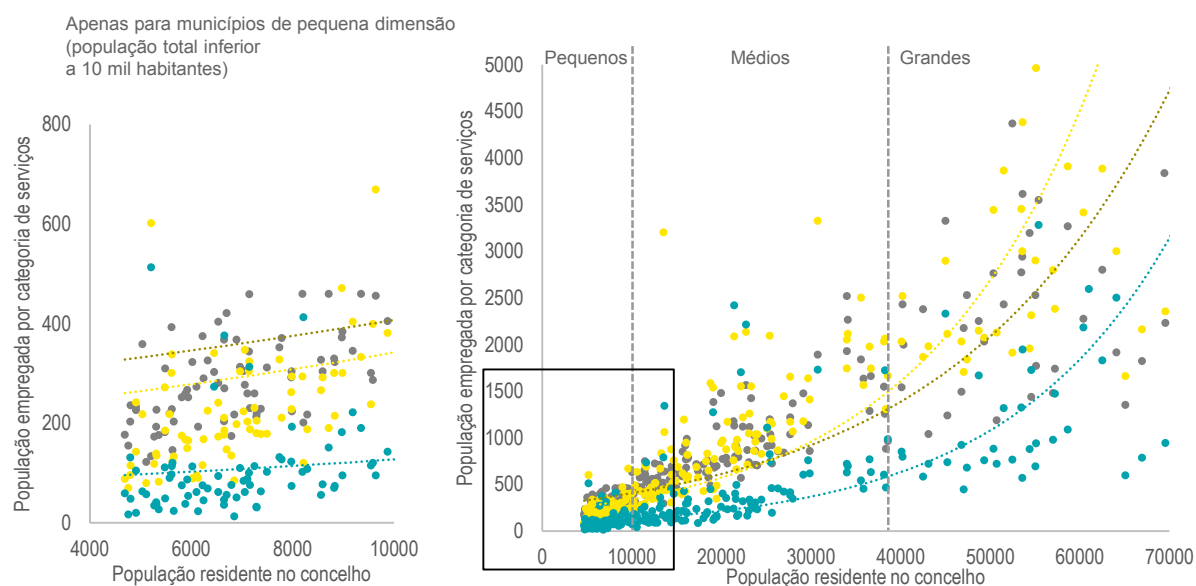
Um caso particular na análise da composição dos serviços de base territorial nos concelhos é o *trade-off* entre complexidade e proximidade e a forma como este está relacionado com a dimensão dos territórios. Assumindo a população residente como critério, é possível dividir os concelhos em pequenos, médios e grandes – isolando, no entanto, Lisboa e Porto, uma vez que têm um conjunto de particularidades que as separam dos restantes contextos.

A principal conclusão é a de que a concelhos de menor dimensão têm, em média, uma percentagem mais elevada da população em serviços vocacionados para a proximidade – caso dos serviços de quotidiano, que representam 47% dos serviços de base territorial – quando comparados com concelhos médios e grandes (com 37% e 30%, respetivamente). Esta diferença

impacta de forma distinta as diferentes categorias. No caso dos municípios de média dimensão, quando comparados com os pequenos, verifica-se que os 10% de diferença nos serviços de quotidiano se repartem em 2% pelos serviços transversais (fortemente empregadores) e 8% pelos serviços complementares (que acrescentam *habitat* aos serviços de quotidiano, acrescentando mais valor). Na comparação com os concelhos grandes, esse efeito é mais intenso nos serviços complementares, mas também nos de diferenciação, que empregam mais 4% da população. Estes dados sugerem a importância do conceito de **massa crítica na diversificação dos serviços** nos concelhos. Ou seja, em média, a oferta de serviços verdadeiramente diferenciadores parece estar associada à condição da existência de um número suficiente de população que assegure os serviços do dia-a-dia, que têm, por definição, menos valor acrescentado na ótica da atração de não-residentes.

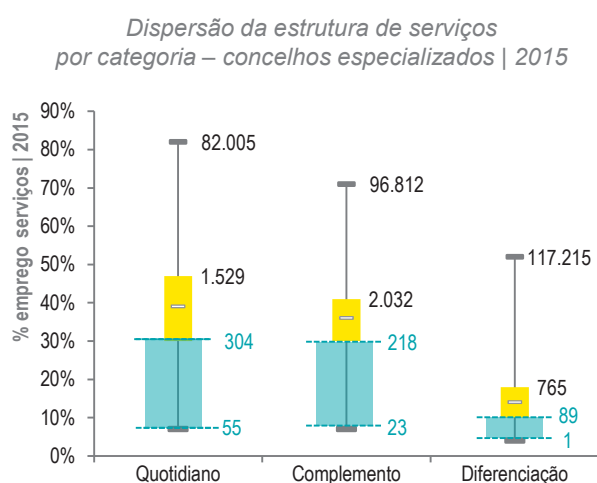
Dimensão dos concelhos (nº de habitantes)	Nº de concelhos	Transversais	Quotidiano	Complemento	Diferenciação
Lisboa e Porto	2	13%	26%	28%	33%
Grandes - Mais de 40 mil	66	11%	30%	41%	18%
Médios - Entre 10 e 40 mil	109	11%	37%	37%	14%
Pequenos - Até 10 mil	101	9%	47%	29%	14%

População empregada por categoria de serviços de base territorial, de acordo com a dimensão do concelho, excluindo outliers: bottom 5% (menos de 4.600 habitantes) e top 5% (mais de 80.000 habitantes). Análise para o caso específico dos concelhos de pequena dimensão | 2015



Fonte: INE, Estimativas da População residente e dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

Aplicando este pressuposto aos casos em estudo, considere-se que um concelho não tem massa crítica se estiver em simultâneo no primeiro quartil em termos de pessoal ao serviço nas categorias de serviços de quotidiano, de complemento e de diferenciação.



Fonte: EY-AM&A com base em dados dos Quadros de Pessoal disponibilizados pelo GEP/MTSSS

Estão nessas condições um conjunto de **46 concelhos**, que têm uma população residente em média inferior a 5 mil e, simultaneamente, menos de 304 pessoas em serviços de quotidiano, 218 em serviços de complemento e 89 em serviços de diferenciação.

Analisando as características deste grupo de concelhos, observa-se que esta **atratividade condiciona por falta de massa crítica** se traduz nos seguintes parâmetros:

- ▶ Densidade populacional muito baixa;
- ▶ Perda populacional acentuada;
- ▶ Percentagem muito elevada de residência sazonal;
- ▶ Alguma vocação turística, altamente direcionada para o mercado nacional.

Ao cruzar a condição de falta de massa crítica com os grupos criados através da metodologia deste estudo, observa-se que os 46 concelhos fazem parte, exclusivamente, dos grupos que têm baixa atratividade: grupos D, E e F.

Grupos	Número de concelhos sem massa crítica	Percentagem no total de concelhos do grupo
A	0	-
B	0	-
C	0	-
D	8	34,8%
E	5	14,7%
F	33	42,3%
GC	0	-
GD	0	-

Confirmam-se dois fenómenos distintos, dentro deste grupo de concelhos de reduzida escala – a população destes municípios varia entre os 1.700 e os 7.300 habitantes. O primeiro engloba os concelhos que, mesmo não tendo escala, concentram uma percentagem elevada da população em serviços de diferenciação ou de complemento, sendo ligeiramente atrativos por via de um recurso específico (grupos D e E). O segundo caso, que representa a maioria dos concelhos (33 em 46), concentra a população em serviços de quotidiano, não se distinguindo nem dentro do conjunto de municípios pequenos. Como consequência, 42,3% do total de concelhos de grupo F têm a sua baixa atratividade explicada, em parte, pela falta de massa crítica.

4. Boas práticas de municípios da Comissão de Acompanhamento: estudos de caso

Os municípios membros da Comissão de Acompanhamento como territórios que combinam diferentes, de forma diferenciada, perfis de atratividade e serviços de base territorial

Entre os municípios membros da Comissão de Acompanhamento, partilhando das preocupações subjacentes ao presente estudo que visou compreender como é que a atratividade se relaciona com a presença de serviços de base territorial, foi possível a identificação de um conjunto de boas práticas, implementadas ou em implementação, com impactos na atração de não residentes.

São apresentadas 13 boas práticas, uma por município, selecionadas de modo a cobrir as várias

combinações entre argumentos de atratividade e agentes atratores, tal como sistematizados na abordagem concetual e analiticamente desenvolvidos no diagnóstico.

Os estudos de caso de boas práticas são apresentados por ordem alfabética, enquanto o quadro abaixo elenca o encaixe de acordo com os critérios acima expostos e o grupo no qual os municípios se enquadram.

Estudos de caso de boas práticas dos municípios membros da Comissão de Acompanhamento

Argumento de atratividade	Agente atrator	Município	Estudo de caso	Tipologias/categorias de não residentes	
Viver	Viver em regime de permanência	Residir de forma permanente	Figueira da Foz	ReabitaFigueira	NOVOS RESIDENTES Residentes permanentes
	Viver na perspetiva do trabalho	Trabalhar num território onde não reside	Évora	Atração de investimento/ criação de emprego	VISITANTE Profissionais - commuters
			Mafra	Incubadora de Negócios do Concelho de Mafra	VISITANTE Profissionais - commuters
	Viver ocasional ou temporariamente	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	Braga	Rede de serviços de ensino superior da cidade de Braga	NOVOS RESIDENTES De residência temporária
			Fundão	Ecosistema de atração de investimento e desenvolvimento do empreendedorismo	NOVOS RESIDENTES De residência temporária
Porto			Programa Porto Acolhe	NOVOS RESIDENTES De residência temporária	
Visitar	Assistir e participar em eventos culturais e de lazer	Águeda	Agitágueda - Umbrella Sky Project (Arte Urbana)	TURISTA/VISITANTE Em lazer para participação em eventos culturais e de lazer	
		Faro	Reabilitação urbana com simplificação administrativa	TURISTA/VISITANTE Em lazer para fruição e contemplação de valores patrimoniais	
	Visitar em lazer	Passear, ocupar tempos livres e consumir	Grândola	Manutenção da paisagem e dos valores naturais em presença	TURISTA/VISITANTE Em lazer sem motivo construído ou evento
			Trancoso	Promoção e divulgação de eventos relacionados com produtos endógenos	TURISTA/VISITANTE Em lazer sem motivo construído ou evento
			Viseu	Estratégia de promoção da marca Viseu	TURISTA/VISITANTE Em lazer sem motivo construído ou evento
	Usufruir e aproveitar produto turístico específico (termas, golfe, surf, religião, gastronomia)		Chaves	Valorização dos recursos e dos equipamentos termais e turísticos	TURISTA/VISITANTE Em lazer orientado para produto turístico
			Felgueiras	Descalço	TURISTA/VISITANTE Em viagens profissionais no âmbito MICE
Visitar em trabalho	Assistir e participar em eventos de negócios				

AgitÁgueda Art Festival (Arte Urbana)

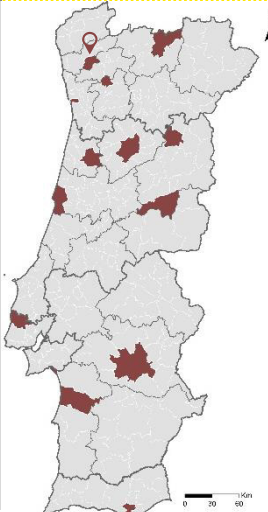

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atrator	Assistir e participar em eventos culturais e de lazer	Categoria de não residentes	Em lazer para participação em eventos culturais e de lazer
Descrição	<p>A AgitÁgueda é um festival anual de Arte Urbana ou Street Art, cujas manifestações artísticas são desenvolvidas no espaço público. Engloba todo o tipo de arte que se expressa na rua e normalmente descreve o trabalho de pessoas que desenvolveram um modo de expressão artística próprio.</p> <p>Este projeto foi vencedor do selo EFFE que distingue os melhores festivais europeus através da distribuição de um selo de qualidade, que permite aos galardoados ganhar notoriedade internacional, fazendo parte de um conjunto de meios promocionais a nível europeu. Este selo é atribuído a festivais com compromisso artístico, que envolvam as suas comunidades locais e preservem uma perspetiva europeia e mundial.</p> <p>Os objetivos subjacentes à conceção do festival de Arte Urbana são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reforçar o potencial turístico do concelho de Águeda; ▶ promover a projeção da imagem de Águeda; ▶ causar impacto artístico nos visitantes e nos turistas; ▶ dar a conhecer os espaços da cidade e a sua história. <p>Dentro deste importa destacar o projeto Umbrella Sky Project, que tem trazido a Águeda turistas de todo o mundo e que tem crescido de forma significativa. Este projeto deu visibilidade turística a uma cidade que vivia sobretudo da componente industrial, que hoje consegue atrair turistas nacionais e internacionais, de forma sustentada e que mudou o paradigma completo da atração de não residentes em Águeda.</p> <p>O projeto Umbrella Sky iniciou-se, em 2011, como parte do Festival AgitÁgueda, decorrendo durante o verão (de julho, agosto e setembro), traduzindo-se na colocação de guarda-chuva coloridos em ruas estreitas e pedestres. Esta ação permite a criação de sombras de forma criativa e económica, gerando espaços para atividades de alta energia e fitness, apesar das elevadas temperaturas no verão, transformando-se numa instalação anual de verão.</p> <p>Esta é uma iniciativa que tem reforçado a atratividade de Águeda para não residentes, com impactos na dinâmica turística vivenciada neste território.</p>		
	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <p>Águeda</p> <p>NUTS II: Centro</p> <p>NUTS III: Região de Aveiro</p> <p>Distrito: Aveiro</p> <p>Cidade: Águeda</p> </div> <div style="flex: 1;"> </div> </div>		
	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <p><i>Fruição do espaço público no evento evento AgiteÁgueda</i></p> </div> <div style="flex: 2;"> </div> </div>		

AgitÁgueda Art Festival (Arte Urbana)



Resultados	<p>O AgitÁgueda Art Festival tem vindo a apostar na promoção turística como forma de dar a conhecer a cidade e a região, tanto nas suas tradições como nas suas propostas mais contemporâneas através de ações de arte urbana e performativas, como na promoção e divulgação da marca "Águeda" no mundo.</p> <p>Os objetivos passam ainda pela revitalização dos espaços urbanos, da utilização e fruição sustentável dos espaços públicos, ao incentivo e dinamização do comércio local, até à promoção do convívio inter e intra associativo que, através de múltiplas atividades possibilitam a todos os participantes uma interação única. O conjunto de iniciativas têm trazido a Águeda milhares de turistas das mais variadas nacionalidades.</p> <p>Nos últimos anos a marca "Águeda" tem chegado a mais de 50 países com um impacto no comércio local, principalmente na restauração e na hotelaria. Em poucos anos passou de cerca de 500 para mais de 3.000 visitantes em média por dia, traduzindo-se num impacto económico na ordem dos 4.7 milhões de euros (de acordo com estudo CISION de 2015).</p> <p>Entre outras, recebeu a importante distinção do selo Europeu de qualidade EFFE, Evento do Ano no Litoral Awards e o prémio de Melhor Festival Média Dimensão - Iberian Festival Awards. Envolve mais de 50 associações e bares; 23 dias de espetáculos, cerca de 50 espetáculos no total, voluntários e mais de 900 artistas.</p>
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Águeda <p style="text-align: right;"><i>Evento AgitÁgueda</i></p>
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empresa Sexta-feira Produções (Impact Plan Lda) ▶ Bares e associações locais ▶ Comércio local
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ao longo dos anos, os projeto de arte urbana tiveram um impacto que foi muito além da cidade, do concelho, da Região e do País. As imagens correram mundo, tendo sido identificadas em jornais, televisões, blogues, sites, redes sociais a nível nacional e internacional. <p style="text-align: right;"><i>Instalação artística no espaço público</i></p>
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Turistas ▶ Visitantes ▶ Artistas




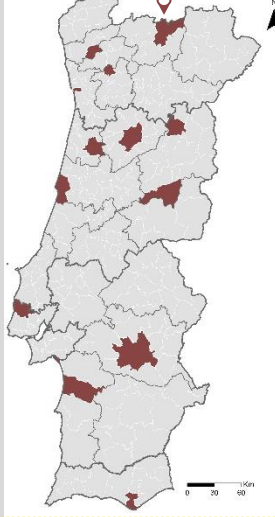


Rede de serviços de ensino superior da cidade de Braga

Argumento de atratividade	Visitar ocasional ou temporariamente	Tipologia de não residentes	Novos residentes
Agente atrator	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	Categoria de não residentes	De residência temporária
	<p>Nas últimas décadas, Braga consolidou o estatuto de ser uma das principais cidades universitárias portuguesas, graças ao crescimento da Universidade do Minho (UM) e do seu polo de Braga, acrescentando ainda a presença de outras instituições de ensino superior, com destaque para o Centro Regional de Braga da Universidade Católica Portuguesa (UCP-Braga) e com a instalação, em 2014, de um polo do Instituto Politécnico do Cávado e Ave na cidade que acolhe Cursos de Especialização Tecnológica (TeSP).</p> <p>As instituições de ensino superior em Braga têm-se destacado como importantes veículos para a atração de talentos para a cidade, quer através da captação de estudantes de todo o país e de estudantes estrangeiros, quer através da contratação de docentes e investigadores, convertendo muitos deles em residentes. Também a presença do Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia, bem como dos centros de investigação da Bosch e da Outsystems são importantes contributos para o incremento do ecossistema de investigação e desenvolvimento, fomentador de tecnologia e progresso económico fatores importantes para a fixação de população.</p>	 <p>Braga</p> <p>NUTS II: Norte</p> <p>NUTS III: Cávado</p> <p>Distrito: Braga</p> <p>Cidade: Braga</p>	
Descrição	<p style="text-align: center;"><i>Universidade do Minho</i></p>  <p>Neste contexto, destaca-se a boa prática da "Rede de serviços de ensino superior da cidade de Braga", implementada pelas instituições de ensino superior aqui localizadas e pela Câmara Municipal de Braga, aliadas a outros parceiros relevantes para providenciar as melhores condições de vida, estudo ou trabalho ao público alvo destas medidas. Esta boa prática é parte integrante de uma estratégia sustentada de atração de talentos, assente na investigação de referência internacional e na qualidade das amenidades urbanas de elevado valor acrescentado em diversas áreas, que não são exclusivamente de natureza material e que vão desde o alojamento a</p>	<p>atividades culturais direcionadas para alunos, docentes e entidades externas/visitantes.</p> <p>Os objetivos subjacentes à implementação deste projeto, que se assume como uma boa prática com impactos no reforço da atratividade da cidade de pessoas relacionadas com a atividade académica, investigação e inovação, são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ promover uma vivência atual e cosmopolita, reforçando a atratividade da cidade, do concelho e da região de inserção; ▶ reforçar o reconhecimento nacional e internacional de Braga como cidade universitária e espaço privilegiado de suporte a um sistema de inovação avançado; ▶ reforçar o reconhecimento nacional e internacional de Braga como local com uma forte dotação em recursos humanos jovens e qualificados e em organizações com capacidade para formar capital humano; ▶ consolidar e alargar as atividades de criação de conhecimento e de formação de competências localizadas em Braga, perspetivando o seu desenvolvimento em articulação com a economia local ou regional mas também assumindo a ambição de Braga em ser um <i>hub</i> de I&D+I relevante a nível internacional; ▶ aumentar a população estudantil, tanto através da expansão da procura nacional como pela captação de estudantes internacionais em programas de 2º e 3º ciclo, bem como noutros programas avançados e nos pós-doutoramentos. 	

Rede de serviços de ensino superior da cidade de Braga

Descrição (Continuação)	O sucesso deste projeto tem implícito o envolvimento dos agentes relevantes nas áreas da educação, inovação e investigação e, também da regeneração e dinamização urbana.	
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Colocar Braga no TOP 10 das cidades ibéricas e no TOP 3 nacional até 2026 ao nível económico, cultural e de qualidade de vida; ▶ Atingir um índice anual de crescimento de 1% acima da média da Península Ibérica até 2026; ▶ Registrar, no mínimo, 500 novos empregos por ano até 2026 	<p><i>Universidade Católica Portuguesa (Braga)</i></p> 
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Braga ▶ Associação Comercial de Braga 	
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Universidade do Minho ▶ Universidade Católica de Braga ▶ Outras instituições de ensino superior ▶ Centros de Investigação 	<p><i>INL – International Iberian Nanotechnology Laboratory</i></p> 
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal ▶ Regional ▶ Nacional ▶ Internacional 	
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Estudantes do ensino superior nacionais e estrangeiros ▶ Docentes ▶ Investigadores 	

Valorização dos recursos e dos equipamentos termais e turísticos

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atractor	Usufruir e aproveitar produto turístico específico (termas, golfe, surf, religião, gastronomia)	Categoria de não residentes	Em lazer orientado para um produto turístico
Descrição	<p>Chaves é um dos territórios de referência em Portugal no que diz respeito ao termalismo. Este segmento tem-se assumido no âmbito do turismo de saúde e bem-estar, constituindo-se como um produto turístico com crescente procura a nível nacional e internacional.</p> <p>As Termas de Chaves têm uma tradição milenar que remonta ao Império Romano. Integradas no centro urbano de Chaves, conjugam as virtudes da água com uma envolvente paisagística natural que convida ao descanso e à descoberta da natureza. Está-se perante um recurso (águas termais) específico e distintivo, valorizado, por um complexo termal único que faz da cidade um lugar que muitos termalistas e turistas procuram. Esta afirmação resultou de um conjunto de investimentos realizados nos últimos anos em património, recursos e infraestruturas termais, geridos e articulados em rede, de entre os quais se destacam:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ a intervenção no Balneário Termal de Chaves: através do projeto AQUAE – Centro de Competências em Turismo, Termalismo, Saúde e Bem-Estar, que implicou a reabilitação arquitetónica e funcional do edifício do balneário existente, incluindo-se a ampliação para instalação do Laboratório e Observatório de Turismo e Termalismo; ▶ a construção do Balneário Pedagógico de Investigação e Desenvolvimento de Práticas Termais de Vidago: equipamento de referência no âmbito dos equipamentos termais da região, incluindo, para além de tratamentos termais, a formação especializada neste domínio. Este projeto implicou uma estruturada intervenção de reabilitação do edifício e de espaços exteriores, com reflexos na valorização ambiental e paisagística daquela área da Vila de Vidago, que passou a ser a entrada principal de acesso ao Hotel Palace de Vidago; 	<p> Chaves</p> <p>NUTS II: Norte</p> <p>NUTS III: Alto Tâmega</p> <p>Distrito: Vila Real</p> <p>Cidade: Chaves</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> ▶ o Museu das Termas Romanas AQUAE FLAVIAE: criação de um museu histórico temático, onde os contextos sociais, económicos, culturais e até urbanísticos do período da ocupação Romana são integrados, tendo por base as estruturas arqueológicas do complexo das Termas Mediciniais Romanas, descoberto em 2006 e classificado como monumento nacional; ▶ o Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso: considerada uma das melhores obras da autoria do Arquiteto Álvaro Siza Vieira, este equipamento cultural expõe ao público uma notável obra do artista Nadir Afonso. O edifício beneficia da valorização paisagística das margens do Tâmega, onde foram preservadas e integradas as ruínas das construções que apoiavam a atividade desenvolvida nas antigas hortas do lugar das Longras e da Canelha que lhe dava acesso. O valor arquitetónico intrínseco do edifício, a obra exposta e a programação cultural, com protocolo com a Fundação de Serralves, tem já revelado que
			<p><i>Museu das Termas Romanas AQUAE FLAVIAE</i></p>
			

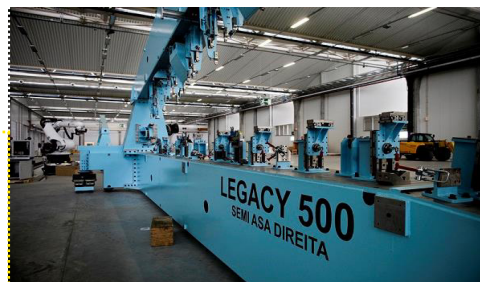
Valorização dos recursos e dos equipamentos termais e turísticos

Descrição (continuação)	<p>é potenciador da dinamização do turismo cultural da região, transformando-se numa referência nacional e internacional, quer para visitantes e turistas com interesse em arquitetura, quer para os que têm interesse nas mais relevantes coleções de artes plásticas portuguesas.</p> <p>Os objetivos subjacentes à estratégia de valorização dos recursos e dos equipamentos termais e turísticos acima referidos são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ consolidar a posição de Chaves na rota dos fluxos turísticos relacionados com o termalismo e no turismo de saúde e bem-estar; ▶ desenvolver atividades relacionadas com o termalismo, apostando na evolução científica e em projetos inovadores; ▶ reforçar a atratividade turística do concelho de Chaves, para fins de lazer, turismo e cultura.
Resultados	<p style="text-align: center;"><i>Balneário Pedagógico de I&D de Práticas Termais de Vidago</i></p>  <p>o potencial turístico da região no seu todo.</p> <p>Nesta dinâmica foi possível envolver e mobilizar a participação de <i>stakeholder</i>, em ações e eventos concretos que potenciam o desenvolvimento turístico contínuo e em crescendo.</p> <p>A dinâmica induzida pelo termalismo e pelo valor patrimonial da cidade histórica, foi agora incrementada, do ponto de vista cultural, com o Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso. Chaves é agora também um destino de referência na rota da cultura nacional e internacional: pelo edifício concebido pelo Arq. Siza Vieira e pela obra do mestre Nadir Afonso.</p> <p>Com as intervenções realizadas no âmbito da construção/reabilitação do património termal do concelho foi possível aumentar o sentimento de autoestima e de pertença da população, com aumento do potencial de atratividade da região.</p> <p>O registo da marca Chaves – Capital Termal - enquanto território com maior número de balneários termais em funcionamento, num total de três, passou a ser uma realidade, fruto do relevante e reconhecido património termal.</p> <p>O museu acolhe o acervo da grandiosa obra de Nadir Afonso, patente ao público em exposição permanente, bem como exposições temporárias de vários artistas, partilhadas com outros museus. Centro de difusão de várias expressões artísticas permite estimular e atrair, de forma consistente, vários artistas e numeroso público, de proveniência geográfica diversa.</p> <p>A valorização dos recursos termais e turísticos foi determinante para o aumento da procura do concelho, enquanto destino turístico, no âmbito do turismo de saúde e bem-estar, permitindo satisfazer um público cada vez mais exigente. As externalidades positivas da atividade termal, refletidas na dinâmica da economia local e regional, induziram a melhoria da urbanidade de Chaves e Vidago, com reflexos positivos nos mercados nacional e internacional, aumentando, por sua vez,</p> <p>Ainda em construção, o Museu das Termas Romanas de AQUAE FLAVIAE revela já o seu enorme potencial turístico, fruto das inúmeras visitas registadas. O valor patrimonial específico presente nas estruturas arqueológicas e o seu programa museológico farão deste equipamento mais uma referência na rota do turismo cultural, induzindo dinâmicas socioeconómicas das quais toda a região beneficiará.</p>
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Chaves <p style="text-align: right;"><i>MACNA - Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso</i></p>
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fundação de Serralves; ▶ Universidade de Vigo e Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro ▶ Vidagustermas ▶ Unicer
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nacional ▶ Internacional
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Turistas e visitantes ▶ Termalistas ▶ Investigadores. 

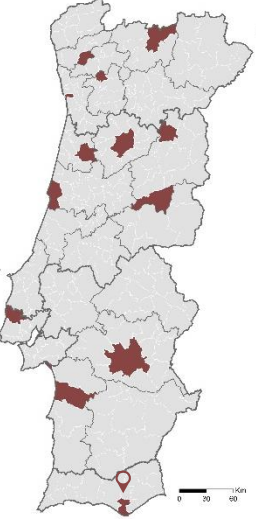

Atração de investimento e captação de emprego

Argumento de atratividade	Viver na perspetiva do trabalho	Tipologia de não residentes	Visitante
Agente atrator	Trabalhar num território onde não reside	Categoria de não residentes	Profissionais - commuters
Descrição	<p>A Câmara Municipal de Évora dispõe de infraestruturas de referência para a instalação de empresas com impacto na capacidade competitividade e de atração de investimento e consequente geração de emprego. Possui uma localização estratégica, destacando-se a proximidade à área metropolitana de Lisboa e dos principais centros da região – a cerca de hora e meia hora – e com excelentes acessibilidades a Espanha – a cerca de uma hora de Badajoz e a cinco horas de Madrid - que lhe conferem vantagens competitivas significativas. O concelho de Évora ocupa de facto uma posição de grande centralidade no conjunto do país, e sobre o eixo principal de ligação ao <i>hinterland</i> ibérico e à Europa.</p> <p>Aqui está localizado o Parque de Ciência e Tecnologia do Alentejo (PCTA), que é uma infraestrutura de acolhimento e suporte às iniciativas de promoção e transferência de I&DT no quadro do Sistema Regional de Transferência de Tecnologia (SRTT). O PCTA visa apoiar o desenvolvimento e a modernização das empresas existentes, incentivando a implementação de projetos empresariais inovadores. Desempenha um papel de agente facilitador e dinamizador, promovendo a aproximação entre o tecido empresarial e a comunidade científica. Tem assim, por principal objetivo apoiar a criação de condições que permitam dirigir os processos científicos e tecnológicos para as reais necessidades das empresas.</p> <p>É no PCTA que está integrado a Evoratech, uma incubadora de empresas de base tecnológica da Câmara Municipal de Évora, que é uma infraestrutura destinada a estimular a capacidade criativa e empreendedora e a modernizar o tecido empresarial do concelho, organizando-se em torno de três áreas chave: fomento da inovação</p> <p>tecnológica apoio a empresas e empreendedores, e apoio à transferência de inovação e tecnologia.</p> <p>Destaca-se ainda o Parque Industrial e Tecnológico de Évora, o Parque de Indústria Aeronáutica de Évora e a Zona Industrial de Almeirim Norte e Sul que complementam a rede de áreas de acolhimento empresarial que o concelho dispõe e uma política de incentivos e apoios à fixação empresarial.</p> <p>É, no entanto, no PIAE – Parque da Indústria Aeronáutica de Évora que se concentra o mais recente exemplo da atratividade do concelho de Évora, através da criação de um cluster aeronáutico, com a instalação de várias empresas e com o consequente aumento dos postos de trabalho, prevendo-se que, até final do próximo ano, esse aumento seja de cerca de 900 trabalhadores.</p>		
			
	<i>Instalações da Embraer</i>	<i>Parque de Indústria Aeronáutica de Évora</i>	
			

Atração de investimento e captação de emprego					
Descrição (continuação)	<p>A atração de investimento no concelho tem assentado em algumas ordens de ideias, entre as quais se pode destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ A compatibilização das vantagens locais e nacionais como resultado da estreita articulação entre a AICEP e o Município; ▶ O papel facilitador do IEFP na formação de recursos humanos de acordo com as necessidades expressas pelas empresas de aeronáutica; ▶ A estreita ligação entre empresas instaladas e Município, na captação de novas empresas para o <i>cluster</i>; ▶ O papel determinante do projeto âncora na definição do <i>cluster</i>; ▶ A disponibilidade de entidades como a Universidade de Évora para se envolver. <p>Os objetivos inerentes a esta posição estratégica são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ tornar o concelho de Évora um território de excelência económica, empresarial e de inovação; ▶ reforçar os fatores de atratividade e competitividade do concelho; ▶ apoiar a instalação de empresas e promover a criação de emprego; ▶ promover a fixação da população qualificada, promovendo a adequação das necessidades empresariais. <p>Esta iniciativa coaduna-se com a atratividade de visitaçào em trabalho, permitindo tornar Évora, um <i>hub</i> empresarial de relevância regional.</p>				
Resultados	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Investimento</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Emprego</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▶ apx. 203 milhões de euros de investimento realizado ▶ apx. 22 milhões de euros de valor o Investimento (com obra a decorrer): ▶ apx. 225 milhões de euros de investimento total </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 905 postos de trabalho criados ▶ 273 postos de trabalho a criar </td> </tr> </tbody> </table>	Investimento	Emprego	<ul style="list-style-type: none"> ▶ apx. 203 milhões de euros de investimento realizado ▶ apx. 22 milhões de euros de valor o Investimento (com obra a decorrer): ▶ apx. 225 milhões de euros de investimento total 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 905 postos de trabalho criados ▶ 273 postos de trabalho a criar
Investimento	Emprego				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ apx. 203 milhões de euros de investimento realizado ▶ apx. 22 milhões de euros de valor o Investimento (com obra a decorrer): ▶ apx. 225 milhões de euros de investimento total 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 905 postos de trabalho criados ▶ 273 postos de trabalho a criar 				
Promotor(es)	<p>▶ Câmara Municipal de Évora</p> <p style="text-align: right;"><i>Logotipos de promotor e parceiros</i></p>				
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Agência de Desenvolvimento Regional do Alentejo ▶ A.I.C.E.P. ▶ Empresas privadas ▶ I.E.F.P. ▶ Instituto Politécnico de Beja ▶ Instituto Politécnico de Portalegre ▶ Instituto Politécnico de Santarém ▶ Parque de Ciência e Tecnologia de Évora ▶ Universidade de Évora <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  </div>				
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal ▶ Regional ▶ Nacional ▶ Internacional 				
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empreendedores ▶ Empresários ▶ Investidores 				



Reabilitação urbana com simplificação administrativa

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atractor	Conhecer e descobrir valores patrimoniais	Categoria de não residentes	Em lazer para fruição e contemplação de valores patrimoniais
	<p>A Câmara Municipal de Faro assumiu a regeneração urbana como uma das grandes prioridades de desenvolvimento do concelho, concedendo especial atenção aos centros históricos de relevância patrimonial. Decorrente destas pretensões, o município tem vindo a promover diversas ações que visam facilitar e estimular as operações de reabilitação urbana, de forma a salvaguardar, qualificar e dinamizar a zona antiga da cidade, bem como valorizar e dignificar o centro histórico e o património. Foi neste contexto, por exemplo, que, apoiado no novo Regime Jurídico da Reabilitação Urbana (Decreto-Lei n.º 307/2009, de 23 de outubro, alterado pela Lei n.º 32/2012, de 14 de agosto e pelo Decreto - Lei n.º 136/2014, de 9 de setembro), o Município de Faro criou cinco Áreas de Reabilitação Urbana (ARU) - Vila Adentro; Bairro Ribeirinho; Bairro da Mouraria; envolvente à zona histórica de Faro e Alto Rodes - com apoios municipais e benefícios fiscais na reabilitação.</p>	<p>Faro</p> <p>NUTS II: Algarve</p> <p>NUTS III: Algarve</p> <p>Distrito: Faro</p> <p>Cidade: Faro</p>	
	<i>Delimitação das Áreas de Reabilitação Urbana</i>		
Descrição			
	<p>Na perspetiva da atratividade de novos residentes, a boa prática de "regeneração urbana com simplificação administrativa" apresentada pela Câmara Municipal de Faro, tem subjacente a importância de uma estratégia de planeamento, programação e estímulo à revitalização urbana, enquadrada por novas dinâmicas de comportamento por parte dos turistas (mais turistas, por maiores períodos de tempo, e constituídas por segmentos também mais interessados no património histórico e cultural) e pelos mecanismos de financiamento comunitários. O processo descrito tem vindo a desencadear o interesse e concretização de fortes investimentos privados, em novas atividades e serviços turísticos, em especial nas zonas históricas da cidade de Faro.</p>		

Reabilitação urbana com simplificação administrativa

Descrição (continuação)

A esta dinâmica associam-se novas iniciativas de comunicação e promoção e uma crescente eficiência e qualidade do modo de funcionamento dos diversos serviços municipais, mediante a implementação de sistemas da qualidade, modernização e simplificação administrativa, os quais têm vindo a dar maior segurança aos investidores, quanto à rapidez na análise e processamento dos seus pedidos. Ao aumento da procura, responde assim a iniciativa privada com a criação de novos alojamentos, restauração e similares, serviços turísticos, cujos pedidos de licenciamento são tratados de forma muito rápida pelos serviços municipais, gerando-se maiores níveis de confiança, por parte dos investimentos privados.

Outra medida relevante nesta temática desenvolvida pelo município de Faro, é a intensificação das iniciativas de *marketing*, procurando gerar novos estímulos ao interesse na ao interesse na visita e na estadia, por visitantes e turistas, mas também a captação de novos residentes, observando-se o aparecimento de crescentes investimentos na reabilitação urbana para estes públicos.

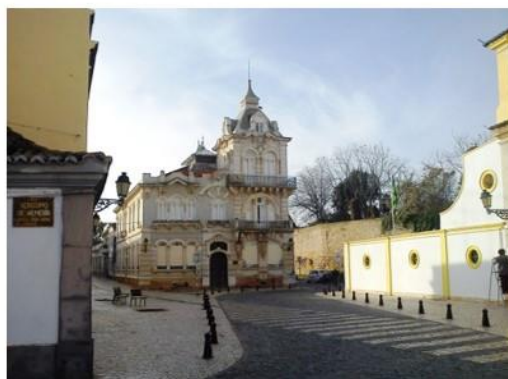
Os objetivos inerentes a esta posição estratégica são os seguintes:

- ▶ Consolidar/sedimentar o papel da zona patrimonial e cultural por excelência;
- ▶ Fomentar a reabilitação dos edifícios e a melhoria das condições de eficiência energética dos imóveis;
- ▶ Criar condições para a dinamização económica e social;
- ▶ Repovoar a área, atraindo novos residentes, turistas e visitantes;
- ▶ Preservar a morfologia urbana e a qualidade ambiental;
- ▶ Melhorar a qualidade funcional e patrimonial dos espaços públicos;
- ▶ Garantir as acessibilidades.

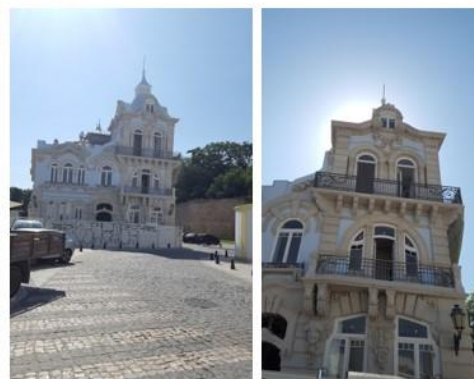
Aqui está implícita a relevância das intervenções de melhoria dos espaços de visitação e de vivência e dos serviços que promovem um rejuvenescimento modernizado das cidades.

Rua Manuel Belmarço (ARU - Mouraria)

Antes



Depois



Resultados

No desenvolvimento da sua estratégia de reabilitação urbana e no contexto do atual quadro comunitário de apoio, o município conseguiu mobilizar para a causa da regeneração urbana, um conjunto de **18 proprietários** que pretendem reabilitar **19 imóveis** localizados no centro histórico e que ficaram sinalizados no PARU de Faro.





A par do investimento privado e porque a política municipal envolve uma ação integrada de regeneração urbana, o município previu um conjunto de ações de reabilitação e animação do espaço público, bem como reabilitação do património edificado a cargo da gestão da autarquia.

O **investimento privado** envolvido foi de mais de


25 milhões de euros, repartido entre a reabilitação de imóveis (mais de 18 milhões de euros) e a reconstrução daqueles cujo estado de degradação não permite a reabilitação simples (perto de 7 milhões de euros). Quanto ao **investimento público** foi estimado em cerca de **2 milhões de euros**, repartido entre 4 ações de reabilitação de edifícios públicos (582 mil euros) e 10 ações de requalificação e animação do espaço público (1,3 milhões de euros).

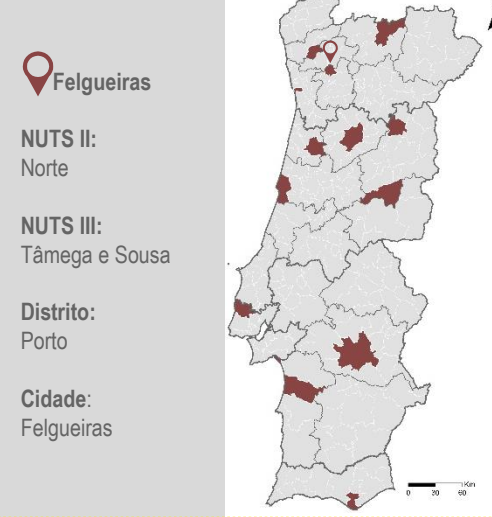
Para estimular este investimento privado o município desenvolveu uma ação de proximidade com os particulares, através de reuniões personalizadas e de apresentações coletivas dos vários instrumentos de apoio financeiro e incentivos fiscais existentes e aos quais podem recorrer para reabilitarem os seus imóveis.

Reabilitação urbana com simplificação administrativa

Resultados (Continuação)	<p>Para o efeito foi criado o Gabinete de Apoio à Reabilitação Urbana, que, para além de efetuar um atendimento personalizado aos interessados, implementa a política do município em matéria de incentivos fiscais para as ações de reabilitação urbana dentro das ARU, coordenadamente com o Serviço de Regeneração Urbana que facilita o procedimento de gestão urbanística, não só através de um canal de apreciação célere dos pedidos, mas também pela realização de reuniões preparatórias para informação acerca das regras de intervenção no centro histórico de Faro, dando azo a que menos projetos sejam rejeitados ou melhorados.</p> <p>Por seu lado o Serviço de Apoio às Atividades Económicas promove o concelho e atrai investimento nacional e estrangeiro em especial para a reabilitação urbana, através do atendimento personalizado, da informação sobre fontes de financiamento disponíveis e da realização de eventos com parceiros locais representantes de grupos interessados em investir em Faro.</p>	<p>Rua Dom Francisco Gomes (ARU – Mouraria)</p> <p>Antes</p>  <p>Depois</p>  <p>É desta ação de proximidade e da articulação entre os serviços referidos que resulta a dinâmica que o centro histórico de Faro vem registando no plano da reabilitação urbana, não esquecendo a importância da criação dos instrumentos próprios para o enquadramento desta prática como sejam, as ARU e o PARU de Faro, bem como o acompanhamento da implementação do IFRRU que o município tem levado a cabo.</p>
	<p>Rua da Misericórdia (ARU – Mouraria)</p> <p>Depois</p>  	
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Faro 	
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Proprietários dos imóveis a reabilitar ▶ Unidade de gestão do PO Algarve 2020 	
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Centro histórico de Faro coincidindo com três das ARU delimitadas (Vila Adentro / Bairro Ribeirinho / Mouraria) e parte de uma quarta (ARU Envolvente à Zona Histórica da Cidade de Faro). 	
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ O centro histórico de Faro coincide com o centro cívico e baixa comercial, motivo pelo qual constitui um forte polo de atração dentro da cidade. A população que reside e trabalha em Faro são, por isso, o público-alvo, mas também os que se deslocam a Faro para usarem alguns dos serviços aqui sediados por força do seu estatuto de capital do distrito e da região. ▶ Proprietários de imóveis degradados dando-lhes oportunidade de acesso a apoio financeiro para o fim da reabilitação urbana, quer residam ou não na cidade. ▶ Turistas e visitantes que se deslocam a Faro por motivos de ócio e lazer. 	

Descalço - Gala Anual de Estilismo de Calçado

Argumento de atratividade	Visitar em trabalho	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atractor	Assistir e participar em eventos de negócios	Categoria de não residentes	Em viagens profissionais no âmbito MICE
Descrição	<p>A relevância do concelho de Felgueiras no setor do calçado e o grau de internacionalização alcançado justificam a realização do evento Descalço – Gala Anual de Estilismo de Calçado, organizado pela Câmara Municipal em parceria com ACLEM, EM – Arte, Cultura e Lazer Empresa Municipal e com a Escola Profissional de Felgueiras.</p> <p>Este evento que acontece, desde o ano 2000, tornou-se numa iniciativa de referência no concelho, onde são anualmente apresentadas as novas tendências da moda de calçado por várias empresas do município e pela Escola Profissional de Felgueiras, promovendo as potencialidades dos jovens criadores e a mostra do que de melhor se produz e se comercializa em Felgueiras na área do calçado.</p> <p>Traduzindo a clara aposta na formação e qualificação, a Escola Profissional de Felgueiras participa ativamente, pela apresentação de coleções desenvolvidas pelos alunos do curso de design de calçado.</p> <p>É uma iniciativa que atrai inúmeros investidores, empresários e visitantes com motivações de negócios, promovendo a dinamização da cidade do ponto de vista económico e turístico e reforçando a atratividade deste território. Aqui têm marcado presença marcas tão diversas quanto a Ital Art, Felmini, Savana, Sopol, ACM (Ana Costa Martins), Tentoes, Lufie London, Monokai Shoes Viago, Decode, Tel Yoh by Savana ou a Baby Bastard by Boombap Wear.</p> <p>Os objetivos subjacentes à implementação deste projeto, que se assume como uma boa prática com impactos no reforço da atratividade de não residentes para a cidade, neste caso, visitantes de negócios, são:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ dar uma maior projecção e visibilidade ao setor do calçado, indústria predominante no concelho; ▶ dinamizar economicamente o concelho de Felgueiras, apostando na valorização da especialização produtiva do território; ▶ atrair empresários e investidores com interesse na indústria do calçado. 		
<i>Descalço - Gala Anual de Estilismo de Calçado 2016 (I)</i>			
			



Descalço - Gala Anual de Estilismo de Calçado

Descalço - Gala Anual de Estilismo de Calçado 2016 (II)

Resultados



- ▶ **Atratividade do território** (trabalhadores, estudantes, comércio, indústria)
- ▶ **Visibilidade e notoriedade** da indústria do calçado
- ▶ **Fomento da criatividade e do empreendedorismo**
- ▶ **Promoção e dinamização das artes e ofícios** ligados ao setor do calçado
- ▶ **Desenvolvimento de cluster de dinâmica económica associado ao setor** (design e moda, marcas, moldes, componentes, produção, distribuição, comércio e serviços complementares)

Promotor(es)

- ▶ ACLEM, EM – Arte, Cultura e Lazer Empresa Municipal
- ▶ Escola Profissional de Felgueiras

Parceiro(s)

- ▶ Município de Felgueiras
- ▶ Empresas privadas

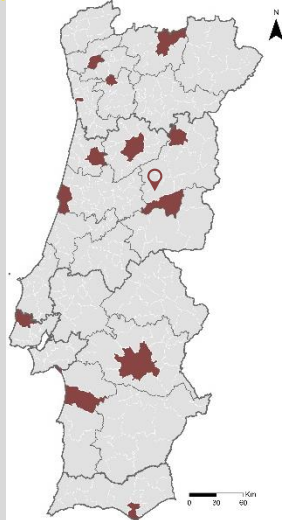

Âmbito territorial

- ▶ Municipal com forte impacto a nível regional


Público(s)-alvo

- ▶ Empresas do setor da moda e calçado
- ▶ Investidores
- ▶ Alunos da Escola Profissional de Felgueiras, críticos de moda, estilistas, comerciantes e público em geral

Ecosistema de atração de investimento e desenvolvimento do empreendedorismo

Argumento de atratividade	Viver ocasional ou temporariamente	Tipologia de não residentes	Novos residentes
Agente atractor	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	Categoria de não residentes	De residência temporária
Descrição	<p>A cidade do Fundão tem vindo a afirmar-se a nível empresarial, facto que resulta da aposta estratégica na criação e consolidação de um ecossistema de atração de investimento e desenvolvimento do empreendedorismo. Esta orientação tem transformado o perfil económico do Fundão e reforçado a atratividade empresarial e a competitividade das empresas que aqui se localizam, tanto em setores tradicionais como o agroalimentar como em setores emergentes como as TICE.</p> <p>Este ambiente tem contribuído para a instalação de novas empresas ligadas a áreas inovadoras, criativas e de forte empregabilidade, como disso são exemplo diversas multinacionais no setor das TICE e o maior Centro de Nearshore instalado em Portugal fora de Lisboa ou Porto. Mas também para o desenvolvimento de diversas <i>startups</i>, em número superior a 60 ao longo dos últimos 4 anos, que beneficiaram do ecossistema e das valências de apoio à inovação e empreendedorismo: Incubadora e Aceleradora, Cowork, FabLab, Centro de Formação Avançada, Centro de Verificação, Validação e Certificação de Software e, mais recentemente, do Centro de IoT.</p> <p>Daí que o Fundão tenha sido mapeado como um dos <i>hotspots</i> em Portugal para a aceleração de empresas e ideias de negócio, num estudo realizado pela Comissão Europeia com a Microsoft:</p> <p>http://startupeuropepartnership.eu/wp-content/uploads/2015/11/SEP-MONITOR-Nov-2015_Portugal-Rising_Mapping-ICT-Scaleups.pdf</p> <p>A crescente presença de atividades de TICE é um dos maiores upgrades do tecido empresarial do Fundão nos últimos anos. Este redireccionamento é o resultado de um bem-sucedido plano de</p>	<p>inovação, orientado para impulsionar o concelho e a cidade do Fundão na atração de empresas na área das novas tecnologias e da economia digital, quer empresas mais maduras, quer <i>startups</i> e para a preparação dos cidadãos para as necessidades de futuro, como disso é exemplo o programa de conversão de desempregados para programadores informáticos através de bootcamps intensivos de 14 semanas, realizado em parceria com a <i>startup</i> Academia de Código. Este programa, com taxa de empregabilidade de 100%, permitiu converter profissionalmente mais de 200 pessoas em cerca de 18 meses, as quais encontram-se hoje a trabalhar como programadores informáticos em diversas empresas do Fundão.</p>	 <p>Fundão</p> <p>NUTS II: Centro</p> <p>NUTS III: Beiras e Serra da Estrela</p> <p>Distrito: Castelo Branco</p> <p>Cidade: Fundão</p>
<i>Infraestruturas de apoio</i>			
			

Ecosistema de atração de investimento e desenvolvimento do empreendedorismo

<p>Descrição (Continuação)</p>	<p>Esta orientação para a inovação conduziu já à instalação de 13 empresas das TIC, algumas delas multinacionais, como é o caso da Altran, da Logicalis, da ReadinessIT ou da Inova Prime. Atualmente contabilizam-se cerca de 500 postos de trabalho associados às TICE e um acordo para outros 500 nos próximos anos. O reconhecimento do sucesso da estratégia e do seu pendor inovador tem sido transversal, com o município a ser distinguido pela plataforma UM Cidades, da Universidade do Minho com o título de Município do Ano 2016.</p> <p>Esta iniciativa é, por outro lado, de redobrada importância pelo facto de ter trazido a um território interior e de baixa densidade uma fórmula de sucesso na criação de valor, de emprego, investimento e de atração de população, demonstrando que, num país que está entre os 10 mais competitivos para setores TIC, as alternativas de localização não se resumem aos principais polos urbanos (Lisboa e Porto)</p> <p>A promoção de um ecossistema empresarial inovador lançou outros desafios, tais como a necessidade de providenciar condições para as pessoas que para aqui se deslocam ou deslocalizam por motivos laborais tenham boas condições de instalação, com a criação de bolsa de arrendamento <i>low cost</i>, assim como um esforço de adequação da qualificação dos recursos</p>	<p>humanos às exigências deste renovado tecido produtivo, através de parcerias para a formação com universidades e politécnicos da região, especialmente para as TICE e informática direcionada para jovens.</p> <p>Hoje, o Fundão é o primeiro concelho do país a integrar a programação informática como unidade curricular em todas as escolas, a partir do 1.º ano do ensino básico, de forma universal e no ensino público.</p> <p>Os objetivos inerentes a esta aposta estratégica são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ promover a competitividade empresarial do concelho através da excelência dos serviços às empresas, da criação de espaços qualificados de desenvolvimento de iniciativas empresariais em setores de elevado valor acrescentado e da aposta na atração e fixação de recursos humanos qualificados; ▶ desenvolver setores estratégicos para o concelho, sejam eles atividades enraizadas no território, como a agroindústria, a floresta ou a pastorícia, ou áreas económicas com potencial de desenvolvimento futuro, como as tecnologias de informação e comunicação.
<p>Resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 13 empresas instaladas na área das TIC ▶ 500 postos de trabalho criados nas áreas das TIC ▶ 60 projetos de empreendedorismo apoiados em 4 anos 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ apoio a 200 projetos de investimento no concelho do Fundão, em diversos setores, através do Regime Municipal de Incentivos Extraordinários ao Investimento ▶ 200 pessoas retiradas do desemprego e colocadas no mercado de trabalho como programadores informáticos, em 18 meses
<p>Promotor(es)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal do Fundão 	<p><i>Produtos regionais</i></p>
<p>Parceiro(s)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Academia de Código ▶ ASSOP ▶ Caixa de Crédito Agrícola do Fundão ▶ Fundação Calouste Gulbenkian ▶ IEFP ▶ Instituto Politécnico de Castelo Branco e da Guarda ▶ Universidade da Beira Interior ▶ Outras 	
<p>Público(s)-alvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empreendedores ▶ Empresários/Investidores 	<p>Âmbito territorial</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal/Regional/Nacional ▶ Internacional

Reabita Figueira: regeneração e sustentabilidade urbana

Argumento de atratividade	Viver em regime de permanência	Tipologia de não residentes	Novos residentes
Agente atractor	Residir de forma permanente	Categoria de não residentes	Residentes permanentes
Descrição	<p>Ao nível da sustentabilidade, o Município da Figueira da Foz apresenta uma boa prática que atua na área da Reabilitação Urbana. Nesse âmbito, destacam-se os projetos ReabitaFigueira e, mais recentemente, o REGENERA, que visaram criar incentivos à preservação do património edificado de forma a melhorar a qualidade de vida da população em termos económicos, sociais, culturais e funcionais.</p> <p>No ano de 2012, deu-se início ao levantamento de edifícios degradados no concelho da Figueira da Foz, sistematizando a informação numa base de dados em Web SIG, que permite a sua georreferenciação. Esta plataforma, acessível através de <i>smartphone</i> ou <i>tablet</i>, foi totalmente desenvolvida pelos serviços desenvolvida pelos serviços internos, podendo ser considerado um projeto piloto, que poderá ser seguido noutros municípios. Posteriormente, com a colaboração do Serviço Municipal de Proteção Civil e da Fiscalização Municipal, foram identificados os respetivos proprietários. Após a sistematização dessa informação, em Novembro de 2013 foi submetida à Assembleia Municipal a lista nominal (artigos e freguesias) dos prédios que, em virtude de se encontrarem degradados, foram sujeitos a agravamento da taxa do IMI em 30%.</p> <p>Para incentivar a realização de intervenções nas áreas urbanas onde se concentram os edifícios degradados mas com interesse histórico e cultural, foram otimizados os instrumentos jurídico-financeiros e jurídico-urbanísticos disponíveis, na ótica da promoção da reabilitação e da regeneração urbana. Consequentemente, a Câmara Municipal aprovou a delimitação de várias áreas de reabilitação urbana (ARU's), sendo duas em zonas rurais, a povoação do Alqueidão e a vila de Maiorca, e as outras duas no perímetro urbano, mais precisamente, a zona antiga da Cidade da Figueira da Foz incluindo Bairro Novo e a correspondente ao núcleo histórico de Buarcos.</p>		
	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1; padding-right: 10px;"> <p> Figueira da Foz</p> <p>NUTS II: Centro</p> <p>NUTS III: Região de Coimbra</p> <p>Distrito: Coimbra</p> <p>Cidade: Figueira da Foz</p> </div> <div style="flex: 1;"> </div> </div> <p>Simultaneamente, a Assembleia Municipal também aprovou a redução de 20% da taxa do IMI dos prédios que fossem alvo de arrendamento, de forma a promover o arrendamento dos prédios urbanos localizados nos núcleos urbanos mais antigos onde o edificado se encontra mais degradado.</p> <p>A implementação deste projeto pretende atingir um conjunto de objetivos que reforcem a atratividade da cidade, tanto para novos residentes como para turistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ melhorar a imagem e a qualidade do edificado e da sua envolvente; ▶ promover a contaminação positiva ao nível de novos investimentos, nomeadamente através de novos estabelecimentos de restauração e bebidas, de alojamento local e novos serviços de apoio ao turismo; ▶ dinamizar o setor da construção civil, incentivando a economia e criando emprego. 		

Reabita Figueira: regeneração e sustentabilidade urbana

Melhoria da imagem urbana que resultou num fenómeno de contágio, levando à realização de mais intervenções de iniciativa privada. Os proprietários responderam ao incentivo fiscal e sentiram a necessidade de contribuir para a dignificação do local.

- ▶ 763 prédios sinalizados
- ▶ 544 prédios recuperados

Exemplos de projetos de reabilitação implementados nas várias áreas de reabilitação urbana (ARU's),

Resultados



Promotor(es)

- ▶ Câmara Municipal da Figueira da Foz

Parceiro(s)

- ▶ Proprietários dos edifícios incluídos nas áreas de reabilitação urbana

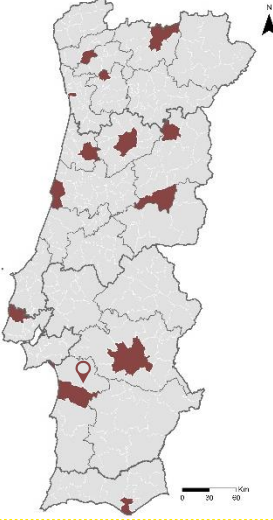
Âmbito territorial

- ▶ Municipal

Público(s)-alvo

- ▶ Residentes, novos residentes e residentes temporários
- ▶ Investidores para novos estabelecimentos de comércio e serviços

Manutenção da paisagem e dos valores naturais em presença

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atractor	Passear, ocupar tempos livres e consumir	Categoria de não residentes	Em lazer sem motivo construído
Descrição	<p>O concelho de Grândola, pela sua posição geográfica, diversidade de paisagens e reduzida pressão humana, alberga um património natural de elevado interesse internacional. Este é um território de valias ambientais e paisagísticas de particular interesse que incluem a Bacia do Sado, a Serra de Grândola, a faixa litoral e um conjunto de recursos naturais distintivos.</p> <p>Aqui se localiza parte de dois sítios integrados na Rede Natura 2000 - Sítio do Estuário do Sado e o Sítio Comporta-Galé – espaços para os quais estão definidos usos e regimes de salvaguarda de recursos e valores naturais, com vista a garantir a conservação da natureza e da biodiversidade e a manutenção e valorização das características das paisagens naturais e seminaturais.</p> <p>A componente paisagística e natural de Grândola está definitivamente marcada pela proximidade oceânica, com 45 km de faixa costeira e de areal, num total continental de 940 km, que vão desde a extremidade Norte da Península de Tróia - em pleno Estuário do Sado, à vista de Setúbal e da Serra da Arrábida - até à Praia e Lagoa de Melides, a Sul do território, junto às praias de Santo André, no concelho de Santiago do Cacém. Nesta delimitação encontra-se uma grande biodiversidade, com uma enorme importância no relacionamento entre os diversos ecossistemas – marinho, terrestre e biosfera.</p> <p style="text-align: center;"><i>Centro Ciência Viva do Lousal – Circuito Corta a Céu Aberto</i></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p>rentabilização das potencialidades económicas da floresta (cortiça e promoção de produtos não-lenhosos, como o pinhão, os cogumelos e as ervas aromáticas, medicinais e condimentares). Neste contexto, a manutenção da paisagem e dos valores naturais é um desígnio prioritário, levando-se a cabo boas práticas no campo ambiental. Soma-se aqui, a compatibilização da conservação da biodiversidade e dos recursos naturais com atividades como a urbanização, o turismo, as infraestruturas, as acessibilidades, o recreio e o lazer. Para tal, a Câmara tem encetado intervenções de ordenamento da expansão urbano-turística e da acessibilidade às praias e da localização das infraestruturas balneares, tendo em conta a capacidade de carga dos sistemas naturais, o que inclui ações de valorização das praias e dos espaços florestais e naturais e a dinamização de percursos pedestres, cicláveis e a cavalo.</p> <p>Os objetivos desta posição estratégica são:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ promover o turismo sustentável, proteger e valorizar os recursos do território (ambientais e paisagísticos), nomeadamente na zona costeira, biodiversidade e florestas e o uso silvo-pastoril ou florestal, dando especial atenção ao aproveitamento multifuncional do montado; ▶ desenvolvimento sustentável da pesca artesanal e, concretizar as potencialidades no domínio das energias renováveis; ▶ valorizar científica, tecnológica e economicamente os recursos endógenos do território, do mar, floresta e recursos geológicos. <p>Por outro lado, o potencial florestal do concelho tem vindo a reforçar a importância de intervenções estruturadas na gestão dos espaços florestais às necessidades de conservação dos habitats, de fauna e da flora classificados e também da adequação destes espaços às exigências das atividades de recreio que se tendem a realizar nestes espaços de interesse paisagístico. Acresce a necessidade de</p>		



Manutenção da paisagem e dos valores naturais em presença

<p>Resultados</p>	<p>Com a recente aprovação da revisão do Plano Diretor Municipal de Grândola, foram estabelecidos, entre outros, os objetivos estratégicos visando a valorização, dinamização e reconfiguração do setor agrícola; a potenciação da fileira agroflorestal; afirmar o território como um destino turístico mais homogéneo; a valorização e exploração dos recursos geológicos e energéticos e salvaguarda e projeção dos seus recursos e valores ecológicos, ambientais, paisagísticos, culturais e identitários. Deste modo, prevê-se que os recursos endógenos do território, a sua paisagem natural e construída, bem como os valores ecológicos possam ser valorizados e potenciados através de iniciativas e atividades que promovam a sua proteção e exploração sustentável, agregando valor tanto no âmbito do turismo científico e de natureza, quanto na fileira agroflorestal industrial e de transformação, contribuindo decisivamente para o desenvolvimento socioeconómico do concelho e garantindo, simultaneamente, a proteção e salvaguarda da paisagem e dos valores naturais presentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ No âmbito da atividade do CCV Lousal e da requalificação da aldeia mineira, foi concluída em 2015 a 2ª fase da intervenção de recuperação ambiental totalizando um investimento de cerca de 5 milhões de euros, disponibilizando um circuito pedonal de visita à corta da mina e aos pantanais de bioremediação com cerca de 2,5 km. Foi também criado o circuito pedonal – Lousal Geomegalítico, com cerca de 13 km de extensão que permite a exploração da natureza e dos monumentos megalíticos da região. Em 2016 o CCV Lousal teve mais de 12 mil visitantes. ▶ Na Herdade da Ribeira Abaixo são lecionados cursos práticos de disciplinas de licenciaturas oferecidas pela FCUL e teses de Mestrado e de Doutoramento. São realizados cursos técnicos na Ecoteca e outras atividades, como <i>workshops</i> e visitas guiadas. 	<p>Herdade da Aberta Nova – Agricultura biológica, exploração sustentável e turismo</p>  <p>Herdade da Ribeira Abaixo – Visitas guiadas e percursos interpretativos</p> 
<p>Promotor(es)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Grândola <p>Âmbito territorial</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal ▶ Regional 	<p>Público(s)-alvo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Residentes ▶ Turistas e visitantes ▶ Investigadores e estudantes
<p>Parceiro(s)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Centro Ciência Viva do Lousal – Explorar Ciência e Extrair Conhecimento. Missão de divulgação da cultura científica e tecnológica junto da população portuguesa, através de espaços dinâmicos de conhecimento e lazer, onde se estimula a curiosidade científica e o desejo de aprender. ▶ Herdade da Ribeira Abaixo – Estação de Campo do Centre of Ecology, Evolution and Environmental Changes – FCUL. Missão de fornecer um local para que estudantes e investigadores possam desenvolver atividades de ensino e investigação em Ecologia numa das mais vastas e melhor conservadas extensões de montado de sobre em Portugal. ▶ Herdade da Aberta Nova – Sociedade Agro-Florestal SA. Missão de desenvolver práticas produtivas, de investigação, pedagógicas e turísticas, promotoras do desenvolvimento económico da sociedade empresarial, bem como a valorização e conservação do património natural existente e a sustentabilidade local a longo prazo. 	


Incubadora de negócios do concelho de Mafra

Argumento de atratividade	Viver na perspetiva do trabalho	Tipologia de não residentes	Visitante
Agente atractor	Trabalhar num território onde não reside	Categoria de não residentes	Profissionais - Commuters
Descrição	<p>A Incubadora de Negócios ou Business Factory, com os seus polos de Mafra (aberto há menos de um ano) e Ericeira (com dois anos de existência), é um serviço de peculiar importância para a criação de condições de desenvolvimento de negócios, apoiando os empreendedores no vasto leque de desafios que surgem no auto emprego.</p> <p>O polo de incubação da Ericeira está a funcionar desde abril de 2015, acolhendo iniciativas relacionadas com as atividades do mar e do turismo, enquanto o polo de Mafra abriu em setembro de 2016, sendo especializado no desenvolvimento das atividades da "terra" e das novas tecnologias.</p> <p>No total, já passaram pela incubadora mais de uma centena de projetos, dos quais estão atualmente 69 ativos, representando 114 postos de trabalho.</p> <p>A Business Factory possui um alargado leque de Mentores e de membros do Conselho Consultivo, cuja vasta experiência e contactos nas mais diversas áreas de negócio é um ativo importante que disponibilizam aos nossos incubados. Em termos de apoio especializado aos empreendedores, contabilizam-se, até ao momento, mais de 250 horas de mentoria. A incubadora apresenta também uma grande dinâmica de eventos de sensibilização e formação (57).</p> <p>Por outro lado, a rede de parceiros oferece uma série de vantagens a quem está associado à Business Factory.</p> <p>A incubadora é muito procurada pela comunidade, na medida em que a geração de emprego é motivo de interesse geral, sendo disso prova os 780 visitantes que já passaram pelos dois polos.</p>	<p> Mafra</p> <p>NUTS II: Área Metropolitana de Lisboa</p> <p>NUTS III: Área Metropolitana de Lisboa</p> <p>Distrito: Lisboa</p> <p>Vila: Mafra</p> 	<p>De referir que existem já mais de uma dezena de empreendedores instalados que vieram de diversas origens do mundo, acentuando desta forma a importância deste serviço também para a atração de não residentes.</p> <p>Os objetivos subjacentes à Business Factory do concelho de Mafra são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ dinamizar economicamente o concelho de Mafra e reforçar a atratividade empresarial e laboral do território; ▶ promover a criação de emprego e o empreendedorismo em áreas relacionadas com o mar, o turismo, as novas tecnologias e atividades da "terra" e relacionadas com os recursos locais; ▶ tornar o concelho um espaço de referência na área da inovação e do trabalho em rede.
	<i>Fachada Ericeira Business Factory</i>	<i>Fachada Mafra Business Factory</i>	
			

Incubadora de negócios do concelho de Mafra

Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ▶ + 250 horas de mentoria ▶ 69 projetos ativos ▶ 114 postos de trabalho ▶ 780 visitantes ▶ 57 eventos de sensibilização e formação ▶ 53% de taxa de ocupação na Ericeira ▶ 91% de taxa de ocupação em Mafra 	<p><i>Sala de cowork</i></p> 
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Mafra 	
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ A.I.C.E.P. ▶ Associação do Comércio, Indústria e Serviços do concelho de Mafra; Associação dos Agricultores do concelho de Mafra e Associação para o Desenvolvimento Sustentável da Região Saloia ▶ Azul Ericeira Mag ▶ Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa; ▶ CASES - Cooperativa António Sérgio para a Economia Social ▶ Crédito Agrícola Mútuo ▶ Business Angel Mafra ▶ Conceito ▶ Doutora Negócios ▶ Ericeira ▶ Gastão Cunha Ferreira – Consultores em Propriedade Industrial ▶ Grupo Moneris ▶ I.A.P.M.E.I. ▶ Isabel Neves & Associados Advogados 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ISCSP IFPOR – Instituto de Formação e Consultoria ▶ Investimento Validado Online ▶ My Space – Cabeleireiro e Estética ▶ Nannyon; Sushi Drinks Club ▶ Ncode ▶ O Carrilhão – Periódico do Concelho de Mafra ▶ RCM ▶ Sage ▶ Saloia TV ▶ Social Brand – Gestão de Redes Sociais ▶ Start lupi ▶ Start Up Portugal ▶ Piadina's – Wine & Co ▶ Turismo de Portugal ▶ Urban Park
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal 	<p><i>Sala de formação</i></p> 
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empreendedores ▶ Empresários 	

Programa Porto Acolhe

Argumento de atratividade	Viver ocasional ou temporariamente	Tipologia de não residentes	Novos residentes
Agente atractor	Residir provisoriamente para fins diversos (estudo, trabalho, saúde, investigação)	Categoria de não residentes	De residência temporária
Descrição	<p>O Porto é uma das principais cidades universitárias do país, congregando uma grande diversidade de instituições de ensino superior, públicos e privados, com um plano de estudos e níveis académicos diversificados.</p> <p>Em 2017, previa-se que, por exemplo, a Universidade do Porto viesse a acolher 2.300 estudantes de 93 países que pretendiam completar um período da sua formação académica ao abrigo de acordos de cooperação ou de programas de mobilidade, como o Erasmus +. Este é aliás, um máximo histórico para a instituição o que certifica o sucesso da sua estratégia de internacionalização ao longo da última década, recebendo alunos das mais diversas proveniências - no top 3 o Brasil, Espanha ou Itália, adicionando -se países como Alemanha, Polónia, República Checa, França, Turquia, México, onde se incluem ainda alunos oriundos do Camboja, China, Ilhas Fiji, Malásia, Palestina, Israel, Madagáscar ou Quirguistão.</p> <p>É de referir ainda os estudantes portugueses que optaram por deixar as suas instituições de origem para cumprir um período de estudos na Universidade do Porto ao abrigo de um conjunto de outros acordos de cooperação e intercâmbio, os cerca de 1.700 estudantes estrangeiros que estão já na instituição a realizar um curso completo ou a desenvolver a sua atividade científica e ainda os investigadores internacionais que aqui se estabeleceram.</p> <p>A relevância do Porto no acolhimento de estudantes estrangeiros configurou a necessidade de estruturar o Programa Porto Acolhe, que visa a integração e partilha cultural no universo académico com os alunos estrangeiros.</p> <p>O Porto Acolhe é o resultado do esforço combinado entre vários serviços municipais e não municipais, no sentido de desenvolver ações que evidenciem a identidade cultural, a dinâmica científica e as experiências de reabilitação urbana, assumindo com as entidades de ensino superior a responsabilidade de integrar os estudantes de mobilidade internacional que elegeram a cidade do Porto para estudar e/ou especializar-se.</p> <p>Este programa traduz-se na implementação de um conjunto de visitas a espaços e equipamentos, municipais e não municipais da cidade, e de sessões científicas de elevado interesse para os estudantes. O Porto Acolhe disponibiliza, ainda, o acesso a equipamentos desportivos municipais, beneficiando os jovens de vantagens no preço das modalidades praticadas.</p>		
<p> Porto</p> <p>NUTS II: Norte</p> <p>NUTS III: Área Metropolitana do Porto</p> <p>Distrito: Porto</p> <p>Cidade: Porto</p>			
<p>Os objetivos subjacentes à implementação deste projeto, que se assume como uma boa prática com impactos no reforço da atratividade da cidade enquanto espaço privilegiado de estudo e investigação, são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reforçar o papel da cidade do Porto enquanto cidade universitária, hospitaleira e espaço de convívio multicultural; ▶ apoiar o processo de internacionalização do ensino das instituições localizadas na cidade; ▶ promover a vivência e usufruto da cidade (cultura, lazer e desporto) por parte dos visitantes com motivação de estudo. <p>Este é um projeto que tem contribuído para a integração dos estudantes estrangeiros na dinâmica da cidade.</p>		<p style="text-align: center;"><i>Muralha Fernandina</i></p> 	

Programa Porto Acolhe

Resultados	<p><i>Casa Tait</i></p>  <ul style="list-style-type: none">▶ 510 estudantes de mobilidade▶ 26 visitas▶ Tornar o Porto um concelho de excelência para estudantes
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none">▶ Gabinete da Juventude da Câmara Municipal do Porto
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none">▶ Universidade do Porto e Universidade Católica Portuguesa do Porto▶ Instituto Politécnico do Porto
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none">▶ Municipal▶ Regional <p><i>Jardins do Palácio de Cristal</i></p> 
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none">▶ Estudantes de mobilidade internacional

Promoção e divulgação de eventos relacionados com produtos endógenos

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atrator	Assistir e participar em eventos culturais e de lazer	Categoria de não residentes	Em lazer para a participação em eventos culturais e de lazer

Descrição

A valorização dos produtos locais deve ser encarada como uma atividade essencial na criação de elementos diferenciadores, contribuindo para a estratégia e competitividade do Município de Trancoso. Nesse âmbito, destacam-se os projetos que visem a sua promoção, de forma a melhorar as condições para produtores e comerciantes, contribuindo nas diferentes fases da cadeia de valor, da plantação à comercialização.

Nos últimos anos, verifica-se uma crescente aposta na promoção e divulgação dos produtos endógenos, através de certames dedicados aos mesmos, como é disso exemplo a Feira da Castanha e Paladares de Outono. A primeira edição foi realizada em 2013 e teve a sua quarta edição em 2016, sempre por iniciativa da Câmara Municipal. Trata-se de um evento que pretende dar a conhecer as potencialidades económicas da região, valorizando os seus produtos característicos, sobretudo a castanha e os seus produtos derivados, a doçaria e o artesanato, promovendo-os de forma ampla e transversal. O foco principal da Feira é a castanha, envolvendo os seus produtores, as empresas de maquinaria agrícola especializada para a cultura de soutos, as empresas comercializadoras de produtos para tratamento do castanheiro e as empresas transformadoras da castanha, bem como associações, cooperativas e instituições ligadas a este setor produtivo. Paralelamente, decorrem ações de formação sobre a importância e forma de utilização da castanha e mostras gastronómicas das unidades de restauração, assim como *showcookings* e conferências que envolvem produtores e produtores e consumidores.

O objetivo deste conjunto de ações passa por constituir o Município de Trancoso numa referência na produção, comercialização e transformação da castanha. Para tal, é necessário continuar o crescimento verificado na área de castanheiro em Trancoso, que passou de 855ha em 1999 para 1348 ha em 2009, fazendo o concelho parte da DOP “Soutos da Lapa” – uma das regiões demarcadas de produção de castanha. Assim, para além da divulgação, a dinamização do setor passa pelo reforço da cultura do castanheiro no concelho, através do programa Trancast e sustentado num protocolo assinado entre o Município de Trancoso e a Universidade de Trás- os-Montes e Alto Douro.

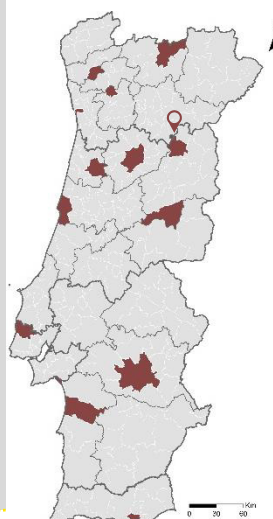
Trancoso

NUTS II:
Centro

NUTS III:
Beiras e Serra da Estrela

Distrito:
Guarda

Cidade:
Trancoso




Com o objetivo de melhorar e aumentar a produção de castanha, realizam se sessões técnicas sobre a cultura do castanheiro e sobre a implementação de práticas de cultivo que melhorem a sua produtividade.

Feira da Castanha e Paladares de Outono



Estas incluem ações de experimentação em soutos disponibilizados para o efeito e focam-se na transferência de conhecimentos quer para o Gabinete Técnico do Município, quer diretamente para os produtores, em ações que se integram no eixo estratégico de desenvolvimento das atividades agrícolas.

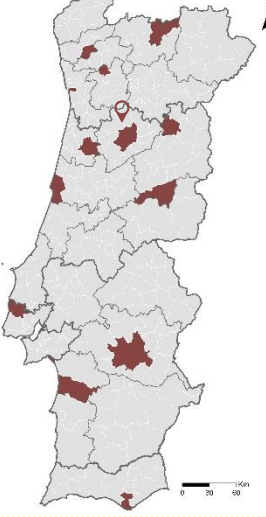

Promoção e divulgação de eventos relacionados com produtos endógenos

Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ▶ aumento do número da procura no certame ▶ aumento do número de visitantes no evento 	<p><i>Recinto da Feira</i></p> 
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Câmara Municipal de Trancoso 	
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ REFCAST - Associação Portuguesa da Castanha ▶ UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro 	
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal ▶ Regional 	
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Produtores ▶ Comerciantes ▶ Público em geral 	

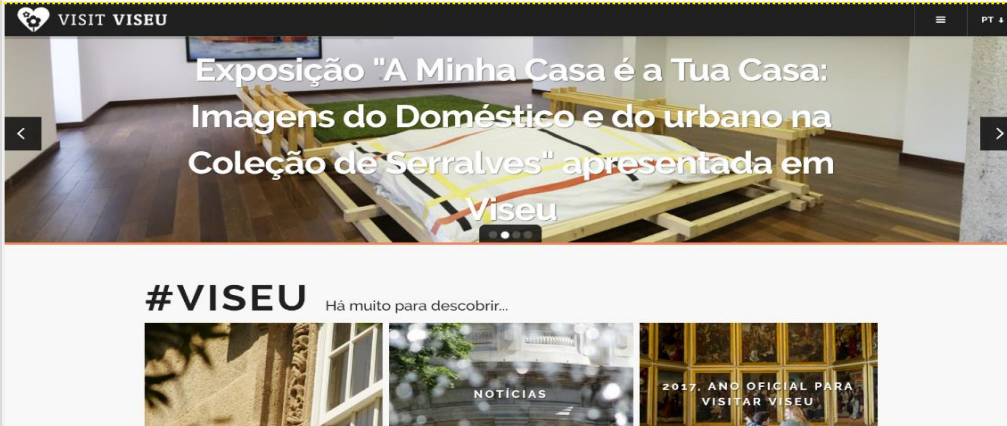

Recurso endógeno



Estratégia de promoção da marca Viseu

Argumento de atratividade	Visitar em lazer	Tipologia de não residentes	Turistas e visitantes
Agente atractor	Passear, ocupar tempos livres e consumir	Categoria de não residentes	Em lazer sem motivo construído ou evento
Descrição	<p>A estratégia de promoção da marca Viseu visa o desenvolvimento de uma estratégia de <i>marketing</i> territorial assente numa ativação da diferenciação histórico-cultural do destino Viseu, através da criação de um conjunto de instrumentos de imagem, promoção, criatividade e hospitalidade e do desenvolvimento de uma agenda de eventos culturais e enoturísticos autênticos e com elevado padrão de qualidade, em articulação com os operadores económicos, culturais e turísticos regionais. Esta estratégia tem os seguintes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Criar experiências, produtos e plataformas de storytelling e promoção em torno dos eixos de identidade Cidade Jardim, Cidade Vinhateira e Cidade de Viriato: o site visitviseu.pt e respetivas redes sociais, o projeto de vídeos Viseu360°, o Viseu Bike, as publicações de apoio ao turismo, as visitas guiadas; ▶ Realizar a campanha promocional e de ativação "2017, Ano Oficial para Visitar Viseu", "Cidade Nacional Convidada da BTL 2017" e da campanha de ativação digital "Vamos a Viseu?"; ▶ Revitalizar a Feira de São Mateus; ▶ Criar uma agenda de eventos enoturísticos e culturais em torno da identidade Cidade Vinhateira do Dão, ao longo do ano: Festival de Street Art "Tons da Primavera", Festa das Vindimas de Viseu, Festival Literário "Tinto no Branco" e Salão "Vinhos de Inverno"; ▶ Participar em feiras de promoção turística como a BTL (2016 e 2017) e realizar campanhas de ativação específica em cidades-alvo (Porto, Lisboa); <p>Desenvolver ações de formação e sensibilização da comunidade: formação de "Anfitriões de Viseu" e visitas guiadas históricas regulares;</p> <p>Criar uma associação de <i>marketing</i> territorial com a missão de promoção do sentido de pertença comunitário e do destino turístico e de visita, nos segmentos de cultura, património, enoturismo e eventos;</p> <p>Nesta estratégia envolveram-se diversos atores relevantes, com destaque para os agentes turísticos (canal HORECA) da cidade e da região, criadores e programadores culturais, indústrias criativas, tecnológicas e de eventos e, de uma forma geral, toda a comunidade.</p>		
 <p>Viseu</p> <p>NUTS II: Centro</p> <p>NUTS III: Viseu e Dão Lafões</p> <p>Distrito: Viseu</p> <p>Cidade: Viseu</p>			
<p>Feira de São Mateus</p>			
			

Estratégia de promoção da marca Viseu

Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ▶ A aposta realizada no <i>marketing</i> territorial produziu forte impacto na evolução do Turismo no nosso concelho. ▶ Registraram-se crescimentos continuados em dormidas, desde 2014, acima da média regional e acima da média nacional - <p>13% (2014), 18% (2015) e na casa dos dois dígitos em 2016 e 2017, segundo previsões do Turismo do Centro. A previsão desta entidade aponta para que o destino registre mais de 200 mil dormidas, o melhor ano de sempre desde a última década. Em 2013, as dormidas eram apenas de 107 mil.</p>
Promotor(es)	<p style="text-align: center;"><i>Visit Viseu</i></p> 
Parceiro(s)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Município de Viseu ▶ VISEU MARCA ▶ Turismo do Centro ▶ Comissão Vitivinícola Regional do Dão ▶ Agentes culturais e turísticos
Âmbito territorial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Municipal
Público(s)-alvo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comunidade local e turistas e visitantes do “mercado interno” de turismo (destaque para as regiões do Norte, Centro, Lisboa e para o eixo Viseu – Salamanca – Valladolid, com interesses culturais, histórico-patrimoniais, gastronómicos, vinhateiros e de natureza e bem-estar)
	<p style="text-align: center;"><i>Vamos a Viseu?</i></p>

5. A articulação entre a atração de não residentes e os serviços de base territorial: orientações para as políticas públicas

O papel dos serviços na atração de não residentes: renovação da reflexão no âmbito das políticas públicas

A reflexão sobre o papel dos serviços na atração de não residentes coloca, na agenda do planeamento territorial e da conceção de políticas públicas, um conjunto de **pressupostos relevantes nas estratégias de desenvolvimento territorial futuras**.

Neste quadro é necessário ter também presente que a **aposta dos decisores em determinadas dimensões de atratividade** depende das respetivas opções estratégicas, baseadas nas vocações, mas também naquilo que os territórios assumem como sendo a melhor opção de desenvolvimento. Uma cidade dita “completa” seria aquela que reúne as valências necessárias para ser atrativa nas diversas dimensões assinaladas ao longo do estudo. A realidade demonstra, contudo, que tais situações são excecionais e reservadas a grandes centros, nas quais estão salvaguardadas a generalidade dos recursos para atrair as mais diversas categorias de não residentes, dispondo de vários argumentos de atratividade e agentes atratores.

A estrutura urbana dos territórios portugueses, onde predominam as cidades pequenas e médias, parece indicar uma solução de **maior especialização em determinadas “atratividades”**, de forma mais ou menos abrangente, complementando os fatores de atração internos, com as relações que estabelecem ou podem estabelecer com territórios vizinhos.

Os **serviços parecem ser um fator de atração de não residentes**, observando-se uma relação entre a presença de determinado perfil de especialização em serviços e o nível de atratividade do território. Tal é facilmente compreendido quando se observam os novos modos de vida e as novas exigências das sociedades que exigem vetores de vivência e habitat mais modernos e sofisticados, introduzindo essa possibilidade nos critérios de escolha para residir, trabalhar, visitar ou viver.

Esta relação não pressupõe o **estabelecimento de um qualquer sentido na relação entre atratividade e serviços**, uma vez que os serviços podem ser considerados como fator de atração, mas estes também se densificam em determinados espaços pelas dinâmicas de atratividade que aí já se vivenciam. Por outro lado, há um conjunto de tendências que se desenham sem serviços mas que se reforçam com a sua presença.

Na ponderação da importância dos serviços como instrumento condutor da atratividade permanece a grande questão se é a atratividade que promove a fixação de serviços ou se são os serviços que têm reforçado a atratividade dos territórios.

Assim, a consideração das premissas decorrentes da análise dos perfis de atratividade em Portugal Continental e da respetiva correlação com as diferentes combinações de tipologias de serviços de base territorial, é um ponto de partida para a **garantir uma maior eficácia nas estratégias de promoção da atratividade territorial**, tanto por parte do setor público como privado.

Tendências recentes e fatores de sucesso na atração de não residentes

O **quadro concetual definido** resultou da necessidade de delimitar os conceitos de não residentes, sistematizar os argumentos de atratividade e os agentes atratores e de categorizar os serviços relevantes para atração de não residentes. A metodologia definida permite, por um lado, **facilitar**

a medição e monitorização das dimensões de atratividade que se pretendem captar e, por outro lado, permitir a **leitura e as articulações que se podem estabelecer** entre eles. No alcance destes objetivos é reconhecida a complexidade da medição da atratividade de não residentes e do papel dos serviços na promoção nesse processo.

O **povoamento e do repovoamento** é um dos temas estruturantes das estratégias de desenvolvimento territorial, especialmente num contexto em que se assiste a uma significativa perda populacional. **A atração de não residentes depende, por sua vez, das condições oferecidas** que muitas vezes se reforçam precisamente pela presença de pessoas, o que revela um ciclo virtuoso que se deve ser iniciado num ponto estratégico.

O **diagnóstico da atratividade**, revelou a complexidade do fenómeno e a sua incidência territorial, através de um conjunto de indicadores selecionados para o efeito. Esta seleção pautou-se contudo, pelo desafio da seleção e operacionalização, da medição.

As **tendências recentes observadas em Portugal Continental** em termos de atração de não residentes permite concluir acerca dos vários **sentidos, perfis, intensidades e amplitudes** dos diferentes territórios.

Estas permitiram identificar territórios “amigos do não residente” ou o tipo de não residentes para os quais têm sido mais atrativos. Entre estas tendências é possível destacar algumas conclusões que validam ideias de senso comum, mas também revelam situações que se assumem como novidades decorrentes de novos fatores e relacionamentos.

Na captação das dinâmicas de atratividade populacional a **componente migratória do crescimento populacional assume protagonismo**. De facto, nos desafios de repovoamento, a atração de não residentes é a opção mais imediata e com um impacto mais efetivos. A longo prazo a combinação com o aumento da natalidade tornam-se, em conjunto uma medida de sustentabilidade demográfica a ter em consideração. **O saldo migratório foi durante anos a tábua de salvação da renovação demográfica** em Portugal, facto não continuado aquando da crise económica internacional, onde ao recuo da natalidade se juntou um êxodo populacional para fora do país ou para centros com maior disponibilidade de emprego.

O **eixo de atração em Portugal** tem a configuração de um “L” acompanhando toda a costa litoral, enquanto a repulsão situa-se no eixo interior “interior”, não tanto interior fronteiriço convicção que se impôs nos últimos anos.

A presença de determinadas infraestruturas, a localização geográfica dos territórios, amenidades e a dinâmica económica são fatores determinantes da atratividade dos territórios, mas não são a única explicação. A estes juntam-se fatores imateriais e indicadores de sofisticação, como é o caso da presença de serviços de base territorial de elevado padrão de qualidade.

Constata-se a existência de **territórios altamente atrativos** nas diversas combinações do viver e do visitar, de que são exemplo os grandes centros urbanos, nomeadamente, capitais de distrito, áreas metropolitanas e cidades médias, que conciliam diferentes argumentos de atratividade e agentes atratores. Assim, o efeito massa crítica (empresarial, populacional, patrimonial, entre outros), e tudo o que tem implícito é uma condição relevante no processo de atração de não residentes. É possível ainda destacar o efeito **contágio da atratividade** exercida nas áreas metropolitanas e o efeito polarizador das cidades médias nos contextos regionais onde estão inseridos.

É importante também reconhecer que a existência de territórios pouco atrativos para não residentes, pode ser justificado de várias formas, por exemplo, pela **presença de património natural não vendável e não reconvertível** em espaços de residência ou de usufruto turístico, para os quais é necessário uma abordagem diferenciada.

Alguns territórios revelam uma atratividade decorrente da presença de instituições de valor acrescentado que são um importante mobilizador de não residentes, como é o caso de polos universitários que atraem alunos, docentes e investigadores e se tornando-se um ambiente competitivo para a fixação de empresas.

Por outro lado, territórios com disponibilidade de emprego e ecossistemas avançados de apoio a negócios são vistos como espaços de atração residentes temporários ou visitantes profissionais. Pode aqui introduzir-se, o **conceito de atratividade partilhada**, que corresponde à situações em que a opção de residência difere da opção do local de trabalho, mantendo-se a funcionalidade de atratividade nesses territórios, que dialogam entre si nestes termos.

Os **polos turísticos são também espaços motivadores de forte atratividade**, oscilando entre os tradicionais ou os emergentes com recursos específicos e os mais internacionalizados e mais domésticos. Um dos impactos do turismo em termos de desenvolvimento, parece ser, precisamente, esta capacidade indutora de movimentação de pessoas nos territórios.

Os fatores de sucesso mais relevantes para uma estratégia de atração de não residentes terá que ter, assim, em conta um conjunto de questões, destacando-se:

- ▶ a **identificação da vocação dos territórios**, tendo em conta condições, recursos, potencialidades e o enfoque em medidas de promoção das especificidades;
- ▶ a ideia de que **diferentes territórios podem optar por participar** em diferentes campeonatos da atratividade, resultando isto de uma reflexão individual e das complementaridades com a área de influência;
- ▶ ter presente que a **atratividade é definida por um diálogo equilibrado** entre condições materiais e imateriais, nos quais o os serviços têm um papel a desempenhar.

O serviços como variável relevante nos processos de construção de atratividade para não residentes

Os **serviços de base territorial** surgem como **factor de sucesso na promoção da atratividade dos territórios**, tendo-se identificado uma associação entre o perfil e intensidade na atração de não residentes e a especialização nos serviços.

Tendo em conta a categorização de serviços definida na metodologia (transversais, quotidiano, complemento e diferenciação), verifica-se que a sua **combinação nos territórios está associada a diversos graus de complexidade e composição das atratividades**. Assim, o perfil de serviços de base territorial num determinado concelho pode ajudar a compreender e a explicar a sua atratividade para não residentes, numa lógica de “diz-me em que serviços és especializado, dir-te-ei em que podes ser atrativo”.

Em termos gerais pode assumir-se que os processos de atratividade construída e diversificada tem como **condição prévia a dimensão populacional (o potencial de procura)**, sendo tanto maior quanto melhor for a combinação dos serviços de complemento com os serviços de diferenciação. Quer-se com isto dizer que concelhos **sem massa crítica têm a sua atratividade fortemente condicionada**, uma vez que, quanto maior o concelho, menor o peso dos serviços de quotidiano, que vão sendo ultrapassados pelos serviços de complemento, num trajeto de oferta de serviços de maior valor acrescentado para não residentes. Por outro lado, **formas mais sofisticadas de atratividade estão relacionadas com serviços de diferenciação**, sejam estes associados à residência, ao turismo ou aos serviços às empresas.

Os serviços transversais têm um alcance nacional e principalmente terciário e, quando a sua presença é bastante elevada, funcionam como polo atractor de novos residentes, fundamentalmente, por via do emprego.

Os **serviços de quotidiano**, relacionados com a garantia de condições de apoio às famílias nos diferentes momentos da vida (educação, saúde, apoio social), são **condição necessária mas não suficiente de atratividade de novos residentes**. É possível antever que a exclusiva presença de serviços de quotidiano, pela pouca relevância para os não residentes e o seu carácter pouco diferenciador, justificam repulsão e não a atração.

Os **serviços de complemento estão fortemente associados à qualidade da vivência e do habitat**, uma vez que são de uso frequente. A sua relevância para não residentes está mais centrada na visitação (já que a sua utilização é de duração curta) enquanto a atração de turistas depende de um adicional de serviços de diferenciação. A predominância dos serviços de diferenciação possui forte impacto tanto ao nível da residência como do turismo.

Se se considerar a **combinação de serviços num território**, é de destacar que a conjugação de serviços de complemento e diferenciação está associada a formas mais intensas e diversas de atratividade. Por outro lado, formas incompletas de especialização de serviços estão associados a atratividade especializada ou de intensidade intermédia. A diferenciação assente num recurso específico apresenta uma atratividade limitada quando combinada com um elevado ênfase nos serviços de quotidiano, enquanto que a combinação de serviços de complemento com serviços de quotidiano resulta numa atratividade fraca, incompleta e pouco especializada.

Estas interações indicam que o desenvolvimento de estratégia de atração de não residentes passam, necessariamente, por uma conjugação de políticas públicas e de iniciativas empresariais.

Os serviços de base territorial podem ser assim, **personalizados de acordo com os resultados de atração de não residentes** que se pretendem alcançar, tendo por isso, que ser devidamente articuladas com as prioridades de desenvolvimento que se obtêm de uma combinação de condições, recursos, potencialidades e concretização de oportunidades.

Requisitos e normas de um território atrativo para não residentes

Os desafios vividos por territórios que operam em regime de concorrência pela atração de não residentes recomendam que estes se balizem por um conjunto de requisitos e normas que enquadrem a política pública. Sublinhando a importância da delimitação de uma estratégia que seja adequada ao perfil dos territórios, ao seu enquadramento num contexto supramunicipal e ao seu papel nas articulações que estabelece com os concelhos circunjacentes (seja em regime de

concorrência ou de complemento), bem como a heterogeneidade dos perfis de não residentes e das suas motivações subjacentes, é possível, ainda assim, sistematizar um conjunto de medidas que se pretende que sejam uma potencial *checklist* para o reconhecimento de um território como amigo do não residente. Como é natural, mais do que assegurar que um determinado município cumpre todos os requisitos identificados, pretende-se que **execute o conjunto de requisitos que se adequam ao perfil de não residente que pretende atrair**.

Pretende-se, neste ponto, demonstrar que uma *checklist* deve ser multidimensional e adequada à estratégia de cada território, dividindo-se em quatro temas essenciais. O primeiro diz respeito ao **conjunto de políticas públicas, mais abrangentes e não apenas direcionadas para a atração de não residentes** (apesar de terem impacto direto na sua promoção), entre as quais se podem identificar:

- ▶ Política de promoção de arrendamento (arrendamento acessível);
- ▶ Política de habitação e funcionamento do mercado imobiliário eficiente e adequado à procura e perfil de novos residentes;
- ▶ Programa de regeneração e reabilitação urbana (qualidade do espaço público, imagem, vivência, vitalidade urbana);
- ▶ Políticas de promoção da empregabilidade e de acesso ao emprego;
- ▶ Programa de segurança e proteção.

A um nível mais operacional e diretamente relacionado com o *target* de não residentes que se pretende atrair, identifica-se um conjunto de ações associadas com o **planeamento e estratégia de cada território**. Deseja-se que este seja exaustivo e direcionado e que considere não só o perfil do concelho, as suas forças e limitações, mas também a importância da sua envolvente e que inclua:

- ▶ Plano de gestão ambiental de garantia da sustentabilidade;
- ▶ Estratégia de turismo para o município;
- ▶ Estratégia de promoção/animação do seu património cultural, natural e histórico;
- ▶ Estratégia de marketing territorial;

- ▶ Análise frequente da oferta de camas no concelho, garantindo apoio à sua modernização e atualização à procura;
- ▶ Plano segmentado de oferta para reuniões e eventos locais, regionais, nacionais e internacionais, que inclua a catalogação das infraestruturas para receber congressos e conferências, nomeadamente, hotéis, centros de conferências e centros de exposições.

Como complemento da definição tanto da política pública como da estratégia e do planeamento, deve enquadrar-se o conjunto de características que contribuem para a **diferenciação da oferta**, que sublinham as valências e os fatores competitivos de cada território:

- ▶ Ecossistema de negócios, inovação e cooperação empresarial;
- ▶ Rede de serviços e de educação diferenciadores, de qualidade e de vocação extra-concelhia (superior, profissional, especializado);
- ▶ Serviços de saúde especializados ou de natureza central;
- ▶ Oferta de habitação de qualidade, em especial para a lógica da segunda residência;
- ▶ Presença de uma rede de serviços sociais estruturada e adequada à resposta das necessidades de vivência da população;
- ▶ Disponibilidade e acesso a bens públicos essenciais e a amenidades;
- ▶ Serviços especializados de apoio às famílias (lazer, cultura, educação, arte, religião...);
- ▶ Sistema de transporte coletivos, acessibilidade e mobilidade sustentável.

Finalmente, uma *checklist* exaustiva deve ter em consideração o papel do município no contexto de um ecossistema de diversos atores, tendo, para tal, que cumprir com um conjunto de normas relacionadas com a **cooperação e envolvimento** com *stakeholders*, assente em modelos de governação reconhecidos por todas as partes, nomeadamente:

- ▶ Gabinete de apoio ao turista;
- ▶ Articulação entre procura hoteleira e oferta de espaços para turismo;

- ▶ Gabinete de apoio especializado em turismo de negócios (designado como turismo MICE – Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions), que atue como intermediário entre os turistas MICE, os organizadores e os local providers.

No sentido de estender a reflexão sobre a atratividade dos territórios para além da conceptualização das políticas públicas e dos fatores de sucesso que a promovem, foi dada particular atenção a medidas concretas, implementadas pelos municípios e que sublinham a pertinência de uma ação verdadeiramente colaborativa entre territórios que respondem a desafios semelhantes. Desta forma, feito o trabalho de identificação da estratégia para a cidade/território é possível trabalhar na articulação em rede com outros territórios numa lógica de partilha de boas práticas.

Da conceptualização à operacionalização: boas práticas de referência de territórios amigos dos não residentes

As tipologias de medidas passíveis de serem tomadas para a promoção da atratividade de não residentes podem assumir **formatos e destinatários diferenciados**, consoante o público-alvo que se pretende captar (novos residentes, turistas e visitantes) e o objetivo (repovoar, dinamizar a economia, reforçar a atratividade para residir, trabalhar ou visitar, apostar no desenvolvimento turístico, afirmação de uma vocação específica).

Conciliando os principais resultados da análise estatística, as diretrizes que resultam do processo de auscultação dos membros da Comissão de Acompanhamento e as tendências atuais de afirmação da atratividade territorial, é possível distinguir um conjunto de orientações de intervenção pública, privada ou em parceria, que contribuem, significativamente para a atração de não residentes. A identificação de boas práticas associadas a algumas dessas medidas operacionais exemplifica a operacionalização dos conceitos definidos no ponto anterior.

A primeira orientação está diretamente relacionada com a **regeneração urbana**, vetor vital dos processos de atração de não residentes mais recentes. A reabilitação e revitalização pressupõem intervenções integradas e sustentadas nos principais núcleos urbanos dos territórios, em habitação, património histórico, áreas desfavorecidas e na mobilidade sustentável.

As políticas desenvolvidas nesta área têm por base o planeamento de base territorial e a implementação de planos estratégicos de desenvolvimento urbano, a que está associado incentivos e medidas específicas a aplicar em áreas de reabilitação urbana (ARU). A melhoria do ambiente urbano, a qualificação e animação do espaço público, a regulamentação do mercado imobiliário e a providência de um ecossistema de fruição baseado na preservação e utilidade dos espaços disponíveis desenvolver são vistos como instrumentos a ter em consideração na captação e fixação de população quer para fins residenciais, como turísticos ou empresariais. Como exemplo de boas práticas destacam-se as iniciativas de reabilitação integrada de património, como estratégia de reforço da atratividade turística realizadas em Chaves, bem como as políticas de reabilitação urbana conduzidas por Faro e pela Figueira da Foz, que desempenharam o papel de motor do rejuvenescimento dos centros urbanos, renovando, reabilitando e devolvendo a atratividade turística e residencial dos seus centros urbanos.

Sublinha-se ainda a relevância da definição de uma estratégia de marca, associada a **um plano de marketing territorial e turístico**. Esta orientação é aplicável a um conjunto de territórios que partilham de características similares nos processos de atração de não residentes, sejam turistas, visitantes ou novos residentes, ou de uma pretensão comum na qual se pretendem afirmar. A marca e a projeção externa (ao concelho e ao país) são dois ingredientes fulcrais nos processos de construção da atratividade direcionada a não residentes. A visibilidade e o reconhecimento das características distintivas constituem-se como bandeiras de promoção dos concelhos, das cidades, dos países e das regiões. O caso partilhado pelo município de Viseu sublinha que a criação de uma marca de qualidade de vida, associada a uma boa vivência turística e abertura ao investimento são uma combinação relevante na atração de não residentes.

A terceira orientação relaciona-se com a **valorização de recursos específicos e distintivos**, sejam ao nível do património natural, cultural e histórico. Este ponto é particularmente relevante em territórios com vocação turística, onde se constata que a inclusão de serviços que acrescentam valor ao património, seja ele histórico ou natural, é um elemento crítico para a atração de turistas ou residentes temporários. O município de Grândola sublinhou o reconhecimento da paisagem e dos recursos naturais como importantes produtos turísticos.

A realização de eventos, sejam profissionais ou culturais, de caráter regular e sistemático, dão visibilidade aos territórios, atraem visitantes e turistas e têm impacto na dinâmica económica e empresarial. Os eventos empresariais temáticos e direcionados para áreas distintas da especialização produtiva dos concelhos (Felgueiras) ou de produtos endógenos (Trancoso) são também apresentados como mote de atração de não residentes para fins de negócio. Destaque ainda para as atividades regulares no espaço público realizadas em Águeda, de forte inovação e com elevada componente artística.

O **apoio à iniciativa empresarial** surge como uma orientação relevante no processo de atração de não residentes, seja pela geração de emprego que é um importante fator de motivação de visitas ou de fixação populacional, ou pela diversificação ou aprofundamento económico. Por outro lado, podem ser desenvolvidas um conjunto de medidas mais direcionadas, como os eventos de negócios, as infraestruturas de suporte ao desenvolvimento empresarial, o suporte a incubadoras e espaços de *cowork* ou a conceção de plataformas de cooperação na área da inovação. Neste caso, o município de Mafra tem apostado no efeito de incubadoras de negócios, fixando empreendedores e outras entidades com dinâmica empresarial.

Finalmente, destaque para as orientações direcionadas para **programas de captação grupos de novos residentes específicos** (por exemplo, estudantes, investigadores, docentes, trabalhadores especializados em TIC), que estão relacionadas com serviços presentes no territórios, sejam universidades, centros de investigação, centros de inovação, ou outros de outras natureza. A ação adequada a estes grupos pode converter residentes temporários em residentes permanentes, se complementada com medidas de promoção da qualidade de vida e de fruição dos territórios, numa promoção integrada da componente cultural, da eficiência do mercado imobiliário, da inclusão de condições para a públicos específicos (seniores, jovens, famílias) e da conceção de incentivos fiscais à fixação de população. Neste sentido, o município de Évora apresenta medidas de atração de investimentos âncora e diferenciadores no contexto nacional, como argumento de localização de empresas, criação de emprego e, consequentemente, atração de novos residentes ou visitantes profissionais.

Por outro lado, os municípios de Braga e do Porto sublinham a importância das suas universidades para atração de população jovem e qualificada, tendo com o desafio da sua fixação através da possibilidade de aí exercerem a sua atividade profissional. O município do Fundão apresenta um programa de atração de não residentes por via de projetos empresariais específicos, nomeadamente na área das TIC.

Uma plataforma colaborativa como espaço de construção e sistematização

Comprovada a importância que os serviços desempenham na complexidade da atratividade dos territórios e sublinhando a multiplicidade de perfis de não residentes, estão lançadas neste estudo as bases para a **construção de uma rede nacional de cidades e territórios** unidos pela motivação comum de reforçar a sua oferta de serviços direcionados para visitantes, turistas ou residentes temporários.

Fica demonstrado pela leitura dos capítulos anteriores que existem um conjunto de boas práticas para atração de não residentes que merecem ser partilhadas e que estão fundamentalmente associadas à componente do valor acrescentado e do contributo providenciado pelos serviços. Do ponto de vista estrutural, importa criar redes territoriais e parcerias de atração de não residentes, que são particularmente relevantes na lógica turística. Estas potenciam sinergias, aplicando o conceito de cidades germinadas do ponto de vista dos serviços e dos perfis de atratividade, articulando objetivos e recursos de captação e fixação de população, para além de esforços de promoção conjunta. De forma a **desenvolver políticas públicas eficazes**, é ainda fundamental analisar informação fidedigna e objetiva no que diz respeito a todos os perfis de não residentes. Reconhecendo as limitações deste estudo recomenda-se a importância de estruturar uma forma de medição da visitação nos parceiros da Comissão de Acompanhamento, uma vez que é uma forma de atração de não residentes, neste momento, menos medível, mas com forte impacto nos territórios, especialmente os de menor densidade.

Sendo que na última década foi dada particular relevância à modernização administrativa, visando a promoção da eficiência dos serviços públicos – que são basilares na qualidade de vida da população e para a agilização de estratégias de repovoamento, desenvolvimento turístico e fixação empresarial – propõe-se que essa modernização se estenda à

relação entre municípios. De facto, sublinha-se o interesse da **criação de uma plataforma digital de partilha de boas práticas**, que esteja associada a um fórum de conferências de reflexão sobre os benefícios que a atração de não residentes trazem aos territórios. Dada a importância da atração de não residentes no combate ao despovoamento e como meio de criação de emprego e riqueza, esta plataforma exige uma articulação com a promoção digital dos territórios, visando a divulgação das potencialidades, dos recursos endógenos e das possibilidades de visitação, de residência e de investimentos.

Bibliografia

Fundação Francisco Manuel dos Santos (2017), *Migrações e sustentabilidade demográfica: Perspetivas de evolução da sociedade e economia portuguesas*, Estudos da Fundação

Fundação Francisco Manuel dos Santos (2013), *25 anos Portugal Europeu*, Estudos da Fundação

Instituto Nacional de Estatística (2007), *Classificação Portuguesa das Atividades Económicas Rev.3*, Tema D Economia e Finanças

Instituto Nacional de Estatística (2015), *Retrato Territorial*

Instituto Nacional de Estatística, *Metainformação*

Turismo de Portugal (2015), *Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição: Tornar Portugal o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa*

World Tourism Organization Highlights (2017), *Tourism Highlights 2017*

Sites dos municípios

Smart Cities – Cidades Sustentáveis (2016), *Fundão, um ecossistema para as TIC*, por Filipa Cardoso em Revista Online Smart Cities

Anexos

Anexo 1.

Membros da Comissão de Acompanhamento

Membros da Comissão de Acompanhamento

Categoria	Entidade
Municípios	Câmara Municipal de Águeda
	Câmara Municipal de Braga
	Câmara Municipal de Chaves
	Câmara Municipal de Évora
	Câmara Municipal de Faro
	Câmara Municipal de Felgueiras
	Câmara Municipal da Figueira da Foz
	Câmara Municipal do Fundão
	Câmara Municipal de Grândola
	Câmara Municipal de Mafra
	Câmara Municipal do Porto
	Câmara Municipal de Trancoso
	Câmara Municipal de Viseu
Associações empresariais	Associação Comercial de Águeda
	Associação Comercial de Braga
	Associação Empresarial do Alto Tâmega
	Associação Comercial do Distrito de Évora
	Associação do Comércio e Serviços da Região do Algarve
	Associação Comercial e Industrial da Figueira da Foz
	Associação Empresarial do Nordeste da Beira
	Associação Comercial do Distrito de Viseu
Outras entidades públicas	Ministério da Economia – Secretaria de Estado do Comércio
	Ministério do Ambiente - Secretaria de Estado do Ordenamento do Território e Conservação da Natureza
4 representantes do Fórum dos Serviços	

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

About EY

EY is a global leader in assurance, tax, transaction and advisory services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. For more information about our organization, please visit ey.com.

Ernst & Young LLP is a client-serving member firm of Ernst & Young Global Limited operating in the US.

© 2017 Ernst & Young S.A.
All Rights Reserved.

Consultoria técnica:



Promotor:



Cofinanciado por:

