

## Conferência Revista C

“A Região Centro na Economia Nacional”

### 1. Introdução/Saudação

Quero começar por saudar a “Revista C” por esta iniciativa e, na pessoa do administrador da Medinforma, Sr António Abrantes, saudar todos os presentes. Permitam-me igualmente uma palavra de apreço, respeito e amizade aos meus colegas de painel e ao moderador do mesmo, com uma saudação muito particular ao Sr Presidente da CCDRC, Prof. Alfredo Marques.

Vou fugir ao tema deste painel, já que nesta mesa há quem com muito mais rigor e conhecimento de causa, aborde diretamente o tema, para colocar a questão desta forma:

- O que pode a Comunidade Intermunicipal do Baixo Mondego fazer pela Economia da Região Centro?

E a resposta mais precisa é ... Não atrapalhar!

Mas seria uma resposta demasiado redutora e sobretudo pouco ambiciosa, embora encerre parte da resposta ao que podemos fazer.

### 2. Alguma informação base

Comecemos antes por clarificar algumas ideias, como por exemplo:

O que é a Comunidade Intermunicipal do Baixo Mondego?

- ✓ É uma associação de municípios que cobre territorialmente a NUT III do Baixo Mondego, que engloba Cantanhede, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Mira, Montemor-o-Velho, Penacova e Soure e ainda Mealhada e Mortágua.
- ✓ É gerida por um Conselho Executivo constituído pelos dez presidentes de Câmara, com uma direção constituída por um Presidente e dois vice-presidentes.
- ✓ Tem basicamente a mesma tipologia de atribuições e competências dos municípios e é financiada pelo Orçamento do Estado, por transferências dos municípios e por fundos comunitários.

Esta organização em torno das NUT III, com este modelo de Comunidade Intermunicipal, não é portanto nenhuma forma de regionalização, até porque não tem órgãos eleitos diretamente.

Gostaria igualmente de sublinhar que, na minha leitura, esta Comunidade do Baixo Mondego tem que assentar na Marca Coimbra a sua referência estratégica, reconhecendo em Coimbra o pólo de excelência e o prestígio internacional, onde se devem ancorar os diversos projetos intermunicipais e sobretudo onde se deve procurar a Identidade *Mater* desta sub-região.

Uma Marca Coimbra onde os vizinhos se devem rever como parceiros num projeto comum de desenvolvimento mas que responsabiliza Coimbra e a obriga a trabalhar em rede pelo sucesso desse projeto.

E continuando a falar de redes, esta Comunidade Intermunicipal está aberta a cooperar com outras Comunidades. Desde logo com as que englobam municípios do “arco urbano” de Coimbra, como a Comunidade Intermunicipal do Pinhal Interior Norte, pela transversalidade de algumas matérias ou problemas.

Mas também com que as que incluem as cidades médias que são principais centros urbanos da Região Centro como, por exemplo, a CIM Região de Aveiro - Baixo Vouga.

### **3. A Região Centro em Rede**

À escala da Região Centro sou dos que defende que o modelo policêntrico de cidades médias deve ser valorizado e não hostilizado a favor de um modelo em que a capital regional se torna o tema principal de discussão. Aliás duvido muito que o conceito de “capital”, com a hierarquização que lhe está subjacente, seja adequado aos desafios criados pelas mutações dos tecidos sociais, económicos e culturais que hoje vamos observando.

É portanto fundamental que consensualizemos uma metodologia para “agarrar” a dinamização de uma rede cooperante de Comunidades/Cidades médias na Região Centro. Não é fácil.

Mas enfim, andemos um passo de cada vez, como numa construção de legos.

Veja-se a propósito o bom exemplo dado por estes dias pelos Institutos Politécnicos da região, com o projeto ErasmusCentro. É com estes exemplos que se constrói uma Região.

## **4. Do apoio ao empreendedor/investidor**

### **4.1. Enquadramento**

Feito este enquadramento genérico vamos à questão central agarrando primeiro na resposta aos desafios da economia – “não atrapalhar” formulando-a assim:

- ✓ Que fazer para não atrapalhar os investidores e empreendedores?

De um modo geral, podemos dizer que os serviços às empresas pelos municípios têm duas vertentes:

- Os que decorrem das atribuições e competências definidas por Lei, designadamente regulamentação de atividades comerciais e industriais, licenciamentos diversos e autorização e fiscalização de atividades;
- E os que decorrem da vontade política de valorizar e diferenciar os territórios municipais criando vantagens comparativas- oferta de terrenos para instalação de indústrias, subsídio de postos de trabalho, etc

A verdade é que, por vicissitudes várias, a demora ou a pouca qualidade da resposta dada aos empresários leva muitas vezes à perda de oportunidade de negócio ou à fuga de investimentos. Também a diversidade da regulamentação, a opacidade da informação e a burocracia excessiva, têm constituído entraves ao investimento.

E fique claro: não me refiro ao cumprimento de normas de ordenamento do território, exigências de qualidade ambiental ou outras que visam defender os direitos difusos das populações (nem sempre conscientes da sua relevância) e que frequentemente suscitam os ódios dos autarcas (generalizadamente sem razão).

Refiro-me sim, a aspetos mais simples como a agilização de procedimentos ou clareza da informação.

Um empreendedor não sabe por onde começar a transformar uma ideia num negócio.

#### **4.2. O bom papel da AMA**

Quero aqui referir e fazer justiça ao trabalho da Agência para a Modernização Administrativa e ao programa Simplex que têm em curso projetos como o Balcão do Empreendedor e o Licenciamento Zero que, se tiverem uma empenhada adesão dos Municípios, podem ser uma ferramenta eficaz ao serviço da economia.

#### **4.3. Propostas**

Portanto, para não “atrapalhar”, os Municípios da CIM Baixo Mondego ajudarão a tornar este território mais competitivo se, no âmbito da Comunidade:

- Procederem à harmonização e simplificação da regulamentação municipal, disponibilizando-a numa plataforma *on-line* interactiva.

- Procederem à harmonização dos critérios de fixação de taxas, deixando obviamente ao critério de cada município a fixação dos valores, e disponibilizando-as na plataforma atrás referida.
- Criarem, localmente, um Balcão do Empreendedor capacitado para responder eficazmente aos investidores;
- Criarem regionalmente uma Rede de Apoio ao Empreendedor, constituída por instituições diversas (incubadoras de empresas, associações empresariais, escolas superiores,...), capacitada para acompanhar o investidor desde a definição do negócio, análise da sustentabilidade do mesmo, indicação de fontes de financiamento,...
- Concentrarem, ao nível da Comunidade Intermunicipal, a intervenção de organismos como o IAPMEI, o IEFP ou de programas comunitárias como o PRODER.

Uns dirão: isso é simples! Mas é tarefa mais difícil do que possa parecer. Contudo é decisiva na guerra da competitividade que é travada entre as regiões nacionais ou europeias.

Outros agora dirão: só isso? Bem, penso que podemos adiantar um pouco mais.

## **5. Da Promoção territorial**

Falemos pois de Promoção Territorial. Quando se fala em Promoção Regional ou de um território como o do Baixo Mondego, fala-se em potenciar recursos endógenos, tornando-os mais rentáveis, por meio de um conjunto de ações de divulgação, realçando as vantagens competitivas do território.

E ninguém duvide que as regiões competem entre si, em multifacetados programas e que o resultado dessa competitividade pode ser o declínio ou o sucesso de uma região.

Portanto a Promoção Territorial do Baixo Mondego é fundamental para enfrentar a concorrência quando queremos atrair investimento, pessoas ou serviços. É evidente que ela é feita por diversos intervenientes, de diversa natureza ou qualidade. Um só excelente profissional de saúde pode fazer milagres pela promoção dum território.

Contudo somos todos precisos e todos podemos dar o nosso contributo. Vejamos o contributo possível da Comunidade intermunicipal do Baixo Mondego.

### 5.1. O desempenho municipal na captação de investimento

Uma política promocional autárquica tem, normalmente, duas vertentes: uma direcionada para a captação de investimento externo e outra direcionada para a divulgação dos recursos patrimoniais, culturais ou patrimoniais.

O trabalho que é desenvolvido a nível municipal é feito em níveis muito diversos de qualidade mas também muito focado no seu território municipal, omitindo as mais-valias que outros vizinhos podem oferecer. A intensidade deste trabalho é também muito frequentemente dependente de protagonistas políticos locais e ciclos políticos ou de eventuais financiamentos comunitários.

Penso poder afirmar que, de um modo geral, a eficácia da promoção territorial, feita a esta escala, está muito longe de ser atingida.

### 5.2. Propostas

Portanto em termos de reforço de atratividade e captação de investimentos ganharemos em desenvolver as seguintes ações:

- Criação de um portal na Internet sediado no nosso *site* institucional com informação sobre os parques industriais e parques tecnológicos existentes no território.
- Disponibilização *on-line*, em edição multilingue, de um Manual de Apoio ao Investidor com informação relevante e com indicação de *links* estratégicos.
- Disponibilização *on-line*, em edição multilingue, de uma apresentação do território com informação sobre o tecido empresarial, os serviços de ensino e de saúde, os centros de investigação e as incubadoras de empresas, dados estatísticos genéricos (ensino, emprego, segurança, ambiente, património cultural, ...);
- Articulação, em termos de conteúdos estratégicos, da mensagem ou mensagens a apresentar em feiras, congressos e exposições.

### 5.3. Da divulgação turística à escala municipal

Em termos de divulgação de património, cultura... ou seja, em termos de divulgação turística, importa consensualizar a Marca Coimbra como elemento de referência e construir uma

estratégia para este território do Baixo Mondego em coordenação com a visão e missão da Entidade Regional de Turismo do Centro e valorizando o contributo de cada município.

Por isso, respeitando a autonomia soberana do Município de Coimbra sobre o seu posicionamento em relação a esta Entidade Regional de Turismo, seria desejável que Coimbra revisse rapidamente a sua posição.

#### **5.4. Propostas**

Assim, neste sector tão sensível, as duas únicas propostas que me atrevo a apresentar são::

- Revisão dos materiais promocionais existentes a nível municipal, valorizando a inserção de cada município num território mais vasto que deve ser igualmente visitado, sob supervisão técnica da ERTC.
- A realização de um conjunto de ações de *brainstorming* com a participação de criativos e o envolvimento da juventude que por estes sítios “namora os luares do futuro”, para criar ideias novas fora dos modelos mais ou menos estereotipados que nos condicionam. Ideias que nos “soltem as amarras” do nosso destino coletivo.

#### **6. Caso simples de poupança**

Por último e para terminar, podemos fazer mais uma coisa prosaica pela economia: Gerar poupanças através deste processo associativo, realizando ganhos de escala e reduzindo custos de contexto. E já o começámos a fazer com a Central de Compras Eletrónicas.

É fácil não é?

Coimbra, 3 de Fevereiro de 2012