



Ficha de Caracterização de Práticas Inspiradoras

Nota: Se pretende que a S/ prática seja integrada na Base de Dados de Práticas Inspiradoras dinamizada pelo ACM, I.P., deverá enviar esta ficha devidamente preenchida para o seguinte endereço eletrónico: politicasmunicipais@acm.gov.pt

Identificação da Entidade	
Designação	Município de Santa Maria da Feira
Morada	Praça da República, 135, 4524-909 Santa Maria da Feira
Município e Distrito	Santa Maria da Feira - Aveiro
Telefone Email	256 370 800 /1270/1225 ; 965506359 rosario.meneses@cm-feira.pt ; roberto.reis@cm-feira.pt
Pessoa de contacto	Dra. M ^a Rosário Meneses (Relações Internacionais) e Dr. Roberto Reis (CLAII)
Identificação da Prática	
Designação da prática	Estratégia de Diplomacia Económica
Área de intervenção	Capacitação e Formação; Relações Internacionais
Objetivos e finalidades	<p>O exercício da Diplomacia Económica pelo Município de Santa Maria da Feira, consiste num conjunto de iniciativas relacionadas com atividades económicas transnacionais, que através do uso da influência diplomática portuguesa (Gabinete do Investidor e AICEP), da diplomacia municipal e das diásporas feirense emigrante e imigrante, pretende criar e explorar oportunidades para o território, as empresas e a economia de Santa Maria da Feira.</p> <p>Em Santa Maria da Feira, a finalidade do exercício da diplomacia económica (sintonia entre ação diplomática e económica) é o crescimento e o desenvolvimento económico integrado do Concelho, através da realização de mais e melhores exportações feirenses, da internacionalização das empresas feirenses e da promoção de Santa Maria da Feira como o melhor destino para se investir, trabalhar e viver.</p> <p>A nível internacional, o Município assume o papel de facilitador dos contactos entre os vários agentes espalhados pelo globo, favorecendo a comunicação e a interação entre todos.</p>
Público-alvo	Empresários nacionais e estrangeiros, os investidores, as diásporas emigrante e imigrante e quadros altamente qualificados.
Parceiros envolvidos	Corpo diplomático, rede AICEP Portugal Global, câmaras de comércio, câmaras municipais e empresas privadas. No entanto, e de acordo com a natureza das iniciativas, outras entidades públicas e privadas poderão ser incluídas na criação e execução dos projetos.
Descrição da Prática	
Caracterização da prática (A que problema pretende responder? Qual a solução implementada)	A <i>Estratégia de Diplomacia Económica</i> é uma iniciativa que tem por objetivo fomentar o <i>networking</i> entre os diferentes intervenientes, o aumento das oportunidades de negócio, a promoção do território e dos produtos de alta qualidade do concelho, a angariação de clientes e parceiros, a atração de investimentos e de talento emigrante e imigrante altamente qualificado, assim como o fortalecimento da competitividade e da internacionalização das empresas do concelho.

Cofinanciado por:

Promovido por:



	<p>A vontade em alcançar um maior desenvolvimento económico integrado do território e o desejo de que, Santa Maria da Feira, assuma uma posição de destaque e de reconhecimento fora da sua área de influência, como um lugar atrativo, inovador e competitivo, originou a criação de ações pelo executivo municipal, de apoio e estímulo das atividades das empresas locais, facilitando contactos e diálogos e promovendo pontes com o exterior a nível do comércio e/ou investimentos e da sede em território feirense de empresas estrangeiras.</p> <p>Os eventos internacionais realizados quer em território externo, quer interno são preparados com bastante antecedência (3 a 4 meses). Começa-se por efetuar uma análise e perceção das oportunidades que os mercados de destino comportam, a mobilização dos parceiros no mercado de destino e de origem, do corpo diplomático e da rede externa AICEP, definindo-se a agenda e o programa de trabalho, bem como toda a logística inerente às diferentes iniciativas que poderão englobar cada evento.</p> <p>Durante os eventos os diferentes intervenientes participam em iniciativas diferenciadas, tais como seminários, <i>workshops</i>, reuniões bilaterais, visitas, etc. Os eventos internacionais visam continuar a apoiar e a incentivar as empresas (já exportadoras e/ou novas com capacidade exportadora), a expandir e/ou iniciar o seu processo de internacionalização para os mercados identificados e articulados de acordo com os seus interesses.</p> <p>O Município de Santa Maria da Feira assume papel relevante na oferta e no acesso a contactos privilegiados, que muitas vezes constituem barreiras difíceis de ultrapassar.</p>
<p>Competências necessárias para a sua implementação (Competências da entidades responsável pela sua implementação, mas também contributos e complementaridades dos parceiros envolvidos)</p>	<p>A Lei das Autarquias Locais - Lei n.º 169/99, de 18.09, artigo 64.º, alínea 2 l afirma que compete às Câmaras Municipais, no âmbito do planeamento e do desenvolvimento, promover a realização de eventos relacionados com a atividade económica de interesse municipal.</p> <p>No âmbito da diplomacia económica, em parceria com as empresas, cabe às autarquias selecionar os mercados alvo a trabalhar; identificar os interlocutores público-privados privilegiados; canalizar os investimentos; mobilizar parceiros e fomentar o trabalho em rede/cooperação; avaliar o risco político dos negócios e identificar as novas áreas e as oportunidades de negócio.</p> <p>No âmbito da promoção económica do território de Santa Maria da Feira no exterior, compete às autarquias facilitar o relacionamento com os agentes locais, evidenciar o posicionamento competitivo do concelho, captar a atenção para as potencialidades do território e informar sobre as iniciativas que aumentam valor ao território.</p>
<p>Envolvimento do público-alvo</p>	<p>O envolvimento de empresários nacionais e estrangeiros, os investidores, a diáspora emigrante e imigrante e os quadros altamente qualificados efetiva-se pela sua participação ativa nos seminários, <i>workshops</i>, reuniões bilaterais, visitas, entre outras, que tanto podem ocorrer antes das deslocações ou receções de investidores (ações de preparação), como durante, como ainda após os eventos (ações de avaliação).</p>
<p>Metodologia de implementação e instrumentos</p>	<p>A metodologia de implementação da diplomacia económica em Santa Maria da Feira consiste na organização de eventos de promoção económica internacional (do território, das empresas, do talento), de seminários e <i>workshops</i>, de missões empresariais, de missões inversas, de reuniões bilaterais empresariais, entre outras.</p> <p>Os instrumentos de apoio à promoção económica internacional englobam o</p>

Cofinanciado por:

Promovido por:



	<p>vídeo promocional “Uma Aposta Ganha”, a revista <i>Good Makers</i>, a plataforma de negócios BizFeira, os discursos oficiais do Presidente da Câmara Municipal, apresentações em diapositivos e <i>roll ups</i>.</p>
<p>Estratégias de comunicação da prática junto do seu público-alvo</p>	<p>A diplomacia económica de Santa Maria da Feira é feita através de comunicações diretas e personalizadas, informação na plataforma de negócios BizFeira, <i>emails</i>, contactos telefónicos, correio, <i>facebook</i> do município, imprensa local e nacional, bem como pelos meios de comunicação habitualmente utilizados pelo corpo diplomático e AICEP.</p>
<p>Dificuldades e obstáculos (Identificação e sinalização da forma de os superar)</p>	<p>(Identificação e sinalização da forma de os superar) A <i>Estratégia de Diplomacia Económica</i> visa facilitar o primeiro contacto em novos mercados, que sem o apoio institucional de autarquias, corpo diplomático e AICEP seria eventualmente difícil. Importante é conhecer e saber conciliar os interesses das partes internas e externas.</p> <p>As dificuldades normalmente são percecionadas no final dos eventos, mas inicia-se logo na primeira fase do processo, caso os interlocutores não efetuem uma adequada autoavaliação dos seus pontos fortes e fracos e, se não souberem analisar convenientemente os riscos, isto é, os interlocutores devem efetuar um bom conhecimento prévio do mercado a nível empresarial, mas também a nível político e social.</p> <p>As parcerias podem facilitar a adaptação ao contexto local, no entanto as empresas devem ter consciência de que só vale a pena procurar parcerias se tiverem efetivamente condições para assegurar o seu desenvolvimento.</p> <p>Outra dificuldade relaciona-se com a procura do enriquecimento rápido e do facilitismo, ora a internacionalização é um esforço de médio e longo prazo e, por isso, também nesta componente do processo, a empresa não pode esperar resultados imediatos, mas sim iniciar um processo de posicionamento e de divulgação dos seus produtos.</p> <p>A atitude dos interlocutores após os eventos é fundamental para o sucesso dos contactos estabelecidos. Negligência não é opção, exige-se a continuidade dos contactos, a insistência e a capacidade de resposta na criação de relações de parceria.</p>
<p>Fatores críticos de sucesso (Fatores que desempenharam um papel importante na emergência e na qualidade da prática)</p>	<p>(Fatores que desempenharam um papel importante na emergência e na qualidade da prática)</p> <p>A <i>Estratégia de Diplomacia Económica</i> deve avaliar com segurança os prós e os contras da sua atuação e possibilitar aos beneficiários da sua ação o contacto com oportunidades de negócio, novas tecnologias, visitar e receber líderes de empresas e de instituições e obter informações úteis sobre os mercados alvos. Importante é também a criação de um contexto favorável à atuação das empresas no mercado global, através da promoção da marca e da imagem de Santa Maria da Feira no exterior, associando-a à qualidade e à inovação.</p> <p>A participação dos interlocutores nos eventos, além de facilitar o primeiro passo da empresa na internacionalização, com confiança e segurança, permite dar continuidade ao plano de expansão dos interlocutores, mas exige, sem dúvida, muita insistência e persistência na concretização de uma intenção, num negócio efetivo.</p> <p>É notório que as empresas valorizam os contactos e o acompanhamento <i>in loco</i> da Câmara Municipal. O ponto de partida é sempre uma agenda bem definida, garantindo o <i>matching</i> empresarial de sucesso, ou seja, que do outro</p>

Cofinanciado por:

Promovido por:



	lado, estão interlocutores que podem efetivamente traduzir oportunidades, em negócios.
	Resultados da Prática
Valor acrescentado	A presença nos eventos de diplomacia económica de empresários nacionais e estrangeiros, de investidores, da diáspora “amiga” de Santa Maria da Feira e dos quadros altamente qualificados, assim como o envolvimento de todos os parceiros capacita e forma os próprios, dado que permite iniciar ou fortalecer o relacionamento comercial ou tecnológico com os mercados de destino; conhecer as melhores práticas de promoção e de tecnologia adotadas em empresas e ou em mercados de destino; possibilitar aos participantes o contacto com novos mercados, produtos, tecnologias e práticas de gestão; consolidar a presença das empresas feirenses no mundo globalizado. A <i>Estratégia de Diplomacia Económica</i> permite posicionar internacionalmente o território e a cultura empreendedora do território.
Impacto em termos de igualdade de oportunidades	As ações visam o desenvolvimento integrado do Município, incluindo a coesão social, a empregabilidade, o emprego, sem distinção de estrato social e de género.
Sustentabilidade	A sustentabilidade da <i>Estratégia de Diplomacia Económica</i> é assegurada pela prossecução de um desenvolvimento económico, ambiental, social e cultural integrado, mas também por parcerias sólidas e duradouras entre os diferentes interlocutores nacionais e internacionais, permitindo desta forma um trabalho contínuo e persistente ao nível da prossecução dos objetivos e das finalidades. A <i>Diplomacia Económica</i> , será crucial para o desenvolvimento económico dos territórios fazendo deles espaços de competitividade, sustentabilidade e inclusão.
	Fatores críticos de sucesso para a disseminação da Prática
Fatores críticos de sucesso de apoio à disseminação	As ações de demonstração e de disseminação de resultados da diplomacia económica devem atingir o maior número de entidades e parceiros e deve consistir em ações que divulguem os resultados e a avaliação dos eventos efetuados, nomeadamente através de almoços e jantares de debate, mesas redondas, <i>workshops</i> , dando a conhecer o programa desenvolvido, os resultados e as vantagens conseguidas pelos interlocutores participantes. O tecido empresarial deve ser sensibilizado e incentivado para a importância das estratégias internacionais, estruturadas em torno de políticas de competitividade sustentadas, na diversificação de mercados, na inovação, qualificação e desenvolvimento de tecnologias, de materiais e de soluções. Emissão de publicações que informem sobre as ações realizadas, o público-alvo e os parceiros envolvidos, motivando desta forma outras empresas para a importância da internacionalização e para a sua participação em projetos futuros desta natureza promovidos pelas autarquias.
Proposta de Metodologia e instrumentos	Divulgação <i>online</i> de informação, vídeos promocionais, <i>flyers</i> , conteúdos em <i>pen</i> , <i>press release</i> , e outras publicações de diferentes tipologias. Ver também a Prática BizFeira - www.bizfeira.com A entidade responsável pela prática está disponível para esclarecimentos.

Adaptada a partir dos instrumentos disponibilizados no contexto do Programa de Iniciativa Comunitária EQUAL

Junho 2015

Cofinanciado por:

Promovido por: