

# PLANO ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO DE BRAGA 2014-2026







Um mítico publicitário francês, Jacques Séguela, foi o autor de um slogan que marcou as eleições presidenciais francesas de 1981 que levaram à eleição de François Mitterrand.

O slogan? A Força Tranquila.

Também em Braga nos revemos neste histórico e inspirado lema. Também somos, em Braga, uma força tranquila.

Uma força com vontade e atitude de mudança. Uma força que tornará esta Cidade e esta Região, muito em breve, definitivamente uma marca de referência e um exemplo a seguir.

Braga e os Bracarense são mais do que uma questão temporal. São mais do que uma questão política ou partidária, exigindo um constante e verdadeiro trabalho a favor da inovação e da criação de uma Cidade exemplar, marca distintiva no panorama Nacional e Europeu, sobretudo ao nível do seu Desenvolvimento Económico.

Braga é hoje uma cidade que orgulha Portugal mas que queremos ainda mais merecedora de referência em qualquer roteiro.

Aqui temos a excelência do conhecimento, traduzido nas nossas Universidades e Institutos de Investigação. Aqui temos o dinamismo de um tecido empresarial diversificado, inovador e arrojado, com reforçadas perspectivas de sucesso ao ritmo de uma Internacionalização sustentada.

Aqui temos a efervescência, o inconformismo e o espírito empreendedor de uma juventude que não se resigna e quer participar activamente no desenvolvimento de novos projectos em prol do bem comum. Aqui, temos um património rico, físico e imaterial, reflexo da qualidade do trabalho realizado por um amplo leque de entidades que urge promover e apoiar.

Aqui temos, efectivamente, a riqueza da nossa história e das nossas gentes, na afirmação de um espírito solidário, de responsabilidade

pelo próximo, que se encontra identificado no código genético de toda uma região.

Cientes dos actuais condicionalismos e constrangimentos inerentes à situação económica nacional e europeia, assumimo-nos como um parceiro activo e cooperante junto dos nossos agentes económicos nas suas mais diversas facetas e áreas de actuação.

Braga conhece agora, pela primeira vez, um Plano Estratégico para o seu Desenvolvimento Económico. Um trabalho desenvolvido com a colaboração e a visão integrada de diversas entidades e personalidades que conosco decidiram pensar território, pensar estratégia e, acima de tudo, pensar o futuro.

A criação de emprego, a captação de investimento, a colaboração activa com todo o activo económico local e associações empresariais são, inequivocamente, a principal prioridade.

Sendo o desenvolvimento económico um dos vectores fundamentais no incremento de meios para a implementação e definição de linhas de execução, é de primordial importância a aposta na dinamização empresarial, na competitividade e no fortalecimento da actividade turística.

Braga está, por tudo isto, a ser projectada e pensada como uma grande metrópole europeia e como uma das mais importantes cidades portuguesas e ibéricas. Este é o caminho. Porque afinal, a Europa começa aqui.

Ricardo Rio  
Presidente da Câmara Municipal de Braga

A estratégia.

Os desafios da segunda década do milénio exigem uma mudança de paradigma no desenvolvimento económico Português. Braga abraçou o desafio e desenvolveu uma resposta coordenada e consistente, da qual faz parte o Plano Estratégico para o Desenvolvimento Económico de Braga.

A operacionalização do mesmo, através da consecução das ações propostas, permitirá dotar o município de uma capacidade de crescimento expectável de 1% acima da média da Península Ibérica para os próximos 12 anos e uma geração líquida de pelo menos 500 novos empregos por ano.

Defendendo a posição de 3ª cidade portuguesa, pela sua atratividade para investir, viver e visitar, Braga pretende agora posicionar-se no Top10 das cidades da Península Ibérica, fundamentada nos fatores verdadeiramente intrínsecos e diferenciadores do território.

O desenvolvimento económico tem como finalidade fomentar a criação de emprego, incentivar o investimento sustentável, disseminar a cultura cosmopolita e contemporânea, atrair e reter visitantes e dinamizar o comércio. Em suma, convergir para uma “smart and trendy city”.

O que Braga procura é todo o bom investimento – o investimento sustentável que cria emprego e dá qualidade de vida às populações. A decisão das áreas em que se investe cabe aos investidores e todos serão bem recebidos em Braga. Não obstante, no âmbito deste plano achamos importante a identificação de setores prioritários que resultou de uma extensa e rigorosa análise dos recursos e competências comparáveis/únicas de Braga que formam a base da sua diferenciação no mercado global.

É de realçar que as entidades envolvidas neste estudo definiram e acordaram um conjunto de ações com prazos pré-determinados, para as quais foram identificados os líderes, os objetivos mensuráveis e tornados monitorizáveis de forma a operacionalizar a estratégia definida.

Desta forma Braga decidiu seguir um caminho assente nos seguintes setores prioritários:

- TICE – Tecnologias de Informação Comunicação e Electrónica.
- Nearshoring/Centros de Serviços Partilhados.
- Engenharia, Construção e Ambiente.
- Comércio.
- Turismo.
- Cultura.

A manutenção de setores de referência na região, como seja, o setor Metalúrgico e Metalomecânico, Logístico, Automóvel, Têxtil e indústrias de Culto mantêm-se crítica para a materialização da expansão económica e capacidade de geração de emprego e é igualmente

visada no estudo com ações específicas pelos atores. As indústrias criativas e a contínua dinamização das atividades culturais têm um papel diferenciador e gerador de competitividade numa economia global.

O trabalho foi desenvolvido em cooperação estratégica entre a InvestBraga e os parceiros estratégicos para o desenvolvimento económico local. Neste sentido o presente documento resulta da visão partilhada de entidades como Miguel Cadilhe, António Murta, José Teixeira e AICEP, IAPMEI, IEFP, Universidade do Minho, AIMinho, ACB.

Trata-se de um trabalho desenvolvido de dentro para fora, que envolveu, além do Conselho Estratégico, outras entidades relevantes com presença ou atividade no município, alavancando o conhecimento adquirido e a familiaridade com a dinâmica e as potencialidades locais. Esta visão foi sistematizada pela PwC, a qual também aportou a visão externa presente no documento.

Gostaríamos de salientar que a estratégia de desenvolvimento económico é em tudo consistente com os vetores críticos identificados pelo Município e que assentam na captação de investimento, no reforço do tecido empresarial e do ecossistema existente com vista à promoção da empregabilidade, num ambiente de contínua sofisticação cultural.

Não pretendemos revolucionar Braga, pretendemos construir exaustivamente sobre as potencialidades existentes, facilitar a desconstrução dos constrangimentos e preparar Braga para se assumir como uma referência na região, uma singularidade na Península Ibérica, na Europa e no mundo.

Este plano é o primeiro passo para a estratégia que pretendemos imprimir. Com o tempo novas ações e iniciativas que se demonstrem adequadas à estratégia serão adicionadas ao plano.

Do caminho de cooperação iniciado entre a InvestBraga e os parceiros estratégicos resulta já o presente plano. O reforço e aprofundamento dessa cooperação permitirá que sejamos bem sucedidos na execução das ações e iniciativas que temos pela frente.

Oferecemos todo o nosso saber e empenho neste projeto e com o apoio de todos na sua implementação teremos, por certo, uma Braga ainda mais competitiva.

Carlos Oliveira  
Presidente da InvestBraga



CONSELHO ESTRATÉGICO  
DA INVESTBRAGA



“Este plano articula história, conhecimento, juventude e o querer de uma cidade para conquistar um novo futuro de toda uma Região.”

**António Cunha**  
Reitor da Universidade do Minho

“O Plano Estratégico para o Desenvolvimento Económico de Braga, antecipando caminhos e apresentando diferentes soluções, será a bússola do desenvolvimento equilibrado de Braga. Desafia e convoca as Instituições a derrubar os muros do relacionamento e a fazer de Braga um território criativo e vencedor.”

**António Marques**  
Presidente da Associação Industrial do Minho

“A decisão de estruturar um Plano Estratégico para o Desenvolvimento Económico de Braga sinaliza e evidencia que o atual Executivo Municipal e a InvestBraga estão empenhados em assumir perante as instituições da cidade e demais stakeholders um posicionamento mais próximo e colaborativo.

O que todos desejamos é que este instrumento de orientação estratégica contribua para gerar riqueza, criar postos de trabalho, estimular o desenvolvimento regional e pelo seu potencial de valorização dos recursos e setores mais representativos do nosso território venha a exercer um efeito multiplicador sobre toda a economia do concelho de Braga.”

**Domingos Macedo Barbosa**  
Presidente da Associação Comercial de Braga



# ÍNDICE

## PLANO ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO DE BRAGA 2014-2026

I. Metodologia .....	11
II. Visão e proposta de valor .....	15
III. Metas .....	18
IV. Vantagens competitivas .....	21
1. Demografia .....	22
2. Mão-de-obra qualificada .....	24
3. Localização/infraestruturas de acesso .....	26
4. Fator custo comparável .....	30
5. História e cultura .....	34
6. Espírito inovador .....	36
7. Infraestruturas de conhecimento .....	38
V. Eixos estratégicos .....	44
1. Indústria .....	46
1.1 TICE - Tecnologias de Informação Comunicação e Eletrónica .....	47
1.2 Engenharia, construção e ambiente .....	48
1.3 Clusters da região .....	50
1.4 Saúde .....	52
2. Nearshoring e centros de serviços partilhados .....	57
3. Comércio .....	60
4. Turismo .....	65
VI. Ações de âmbito cultural com impacto económico .....	71
VII. Ações transversais à atividade económica .....	75
VIII. Ações no âmbito de infraestruturas e PDM .....	79



## I. METODOLOGIA

## METODOLOGIA UTILIZADA

O modelo utilizado pretendeu definir um plano estratégico para o desenvolvimento económico de Braga medido pelo crescimento do emprego e da riqueza, operacionalizável através de ações específicas com atores responsáveis pela sua implementação.

A metodologia utilizada pretendeu identificar os setores considerados críticos (que têm/terão um papel "core" no desenvolvimento económico de Braga e que concentrarão a atenção e ações dos agentes públicos e privados) com base em duas dimensões essenciais, que formam a base das vantagens comparativas do município:

- Competências irreplicáveis do Município, ou seja, aquelas que suportam uma diferenciação económica face à concorrência nacional e internacional
- Infraestruturas físicas existentes que permitam potenciar/reforçar essas competências e/ou sejam por si um recurso irreplicável

Estas dimensões foram complementadas por dois vetores: o empreendedorismo e a regeneração do espaço urbano, que na realidade não são mais que duas competências/recursos que se autonomizaram dada a singularidade estrutural do município.

Os setores "críticos" foram divididos em 3 subáreas: Indústria, Comércio e Serviços, consistente com o atual tecido empresarial do município, a sua dialética face às competências e para facilitar a operacionalização da estratégia.

Os resultados do trabalho analítico foram complementados com as aspirações dos atores diretamente envolvidos com o município e com a revisão de sucesso que acrescentassem uma visão externa e testada, que servisse de modelo.

### COM BASE NA METODOLOGIA PROCEDEU-SE À:

Definição da visão e posicionamento de Braga partilhado pelos stakeholders

Identificação dos setores "críticos" consistentes com a visão

Definição das opções estratégicas

Definição das ações a desenvolver, timings e stakeholders responsáveis



## ENTIDADES CONSULTADAS





## II. VISÃO E PROPOSTA DE VALOR

Braga, uma cidade milenar, um centro político e administrativo, um espaço para a economia do futuro.



Os recursos endógenos de Braga traduzem-se na sua atratividade para investir, viver e visitar. Essa atratividade, a par da dinamização de uma estratégia económica, permitirá que, em termos nacionais, Braga solidifique a sua posição de 3ª cidade portuguesa e que em termos internacionais se posicione no Top10 das cidades da Península Ibérica.

Braga deverá ser reconhecida como uma verdadeira smart and trendy city, sendo tal posicionamento alicerçado nos seguintes eixos:

- uma cidade inovadora baseada na sua dinâmica empreendedora de base tecnológica e integradora de uma região tecnológica constituída, entre outros, pelos concelhos do Quadrilátero Urbano com influência crescente no Eixo Atlântico
- uma cidade feliz que ganha corpo pelos seus índices de qualidade de vida, sustentabilidade e dinâmica social e cultural.

Pretende-se que Braga seja reconhecida como uma cidade aberta ao mundo com a sua história, património e multilinguismo, com a educação e inovação no centro do seu ecossistema. Uma cidade média, sustentável, com elevado dinamismo económico, facilitadora do empreendedorismo e assente nos seguintes setores:

- Tecnologias de Informação Comunicação e Eletrónica
- Engenharia, Construção e Ambiente
- Comércio
- Turismo



Braga solidificará a posição de 3ª cidade portuguesa e estará no Top 10 das cidades da Península Ibérica.

#### Seremos:

Uma cidade inovadora

Uma cidade feliz

Uma referência

### III. METAS

A EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA APRESENTADA NESTE PLANO CRIARÁ AS CONDIÇÕES PARA QUE, NOS PRÓXIMOS 12 ANOS, BRAGA:

SEJA RECONHECIDA NO TOP 10 IBÉRICO E NO TOP 3 PORTUGUÊS A NÍVEL ECONÓMICO, CULTURAL E DE QUALIDADE DE VIDA

ATINJA UM ÍNDICE DE CRESCIMENTO DE 1% ACIMA DA MÉDIA DA PENÍNSULA IBÉRICA

TENHA UMA GERAÇÃO LÍQUIDA DE PELO MENOS 500 NOVOS EMPREGOS POR ANO

UMA INNOVATION CITY DA IBÉRIA COM PATRIMÓNIO MILENAR

CENTRO DE INDÚSTRIAS INOVADORAS E DA JUVENTUDE



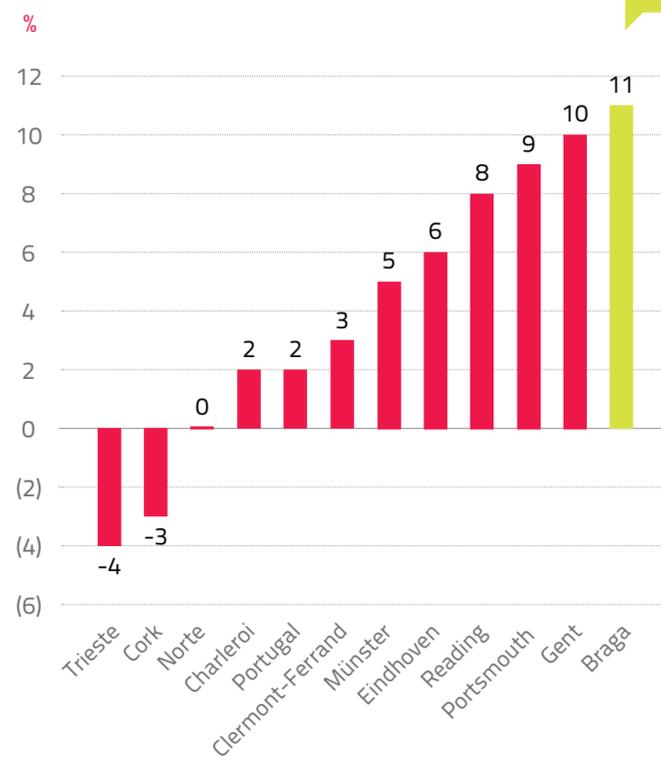
## IV. VANTAGENS COMPETITIVAS

1. DEMOGRAFIA
2. MÃO DE OBRA QUALIFICADA
3. LOCALIZAÇÃO/INFRAESTRUTURAS DE ACESSO
4. FATOR CUSTO COMPARÁVEL
5. HISTÓRIA E CULTURA
6. ESPÍRITO INOVADOR
7. INFRAESTRUTURAS DE CONHECIMENTO

# 1. DEMOGRAFIA

O forte crescimento demográfico de Braga, como evidência do crescimento da oferta do fator trabalho, é uma garantia para os investidores

CRESCIMENTO POPULACIONAL 2001-2011



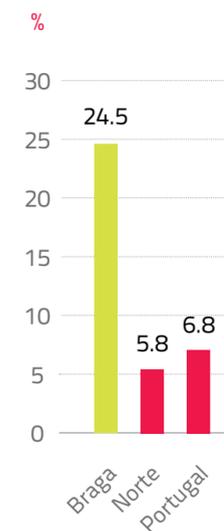
Fonte: UNData

BRAGA FOI A CIDADE QUE MAIS CRESCEU

Num período de 20 anos, entre 1991 e 2011, o crescimento populacional de Braga, foi muito superior ao nacional e ao da Região Norte.

Para o período de 10 anos, entre 2001 e 2011, comparativamente ao nível nacional e da região norte de Portugal, bem como com diversas cidades europeias, Braga foi a cidade que mais cresceu.

CRESCIMENTO POPULACIONAL 1991-2011



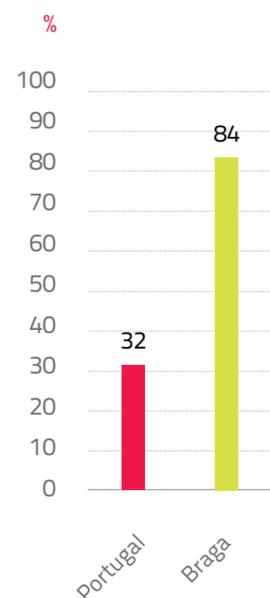
Fonte: UNData



## 2. MÃO-DE-OBRA QUALIFICADA

Braga tem demonstrado capacidade de gerar capital humano de forma contínua em setores tecnológicos

**TAXA DE ESCOLARIZAÇÃO  
NO ENSINO SUPERIOR 2012/2013**



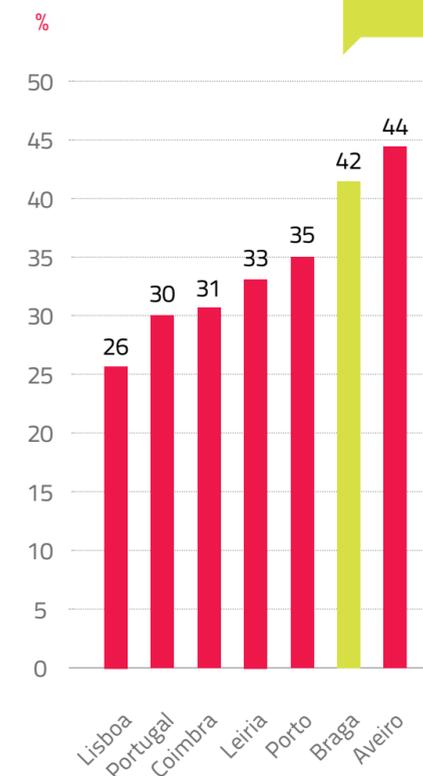
Fonte: INE

O ensino superior em Braga é garantido pela Universidade do Minho e pela Universidade Católica Portuguesa. Duas Universidades reconhecidas a nível nacional e internacional.

A Universidade do Minho é uma referência para a aprendizagem de alta qualidade, ensino e pesquisa (listada no THE 400 ranking). Para além do ensino, a UMinho também aposta na investigação e na interação com a sociedade, a nível regional, nacional e internacional.

Simultaneamente Braga é a cidade com a segunda taxa mais elevada do país sobre a proporção de inscritos no ano letivo de 2012/2013, no ensino superior, nas áreas das ciência e tecnologias.

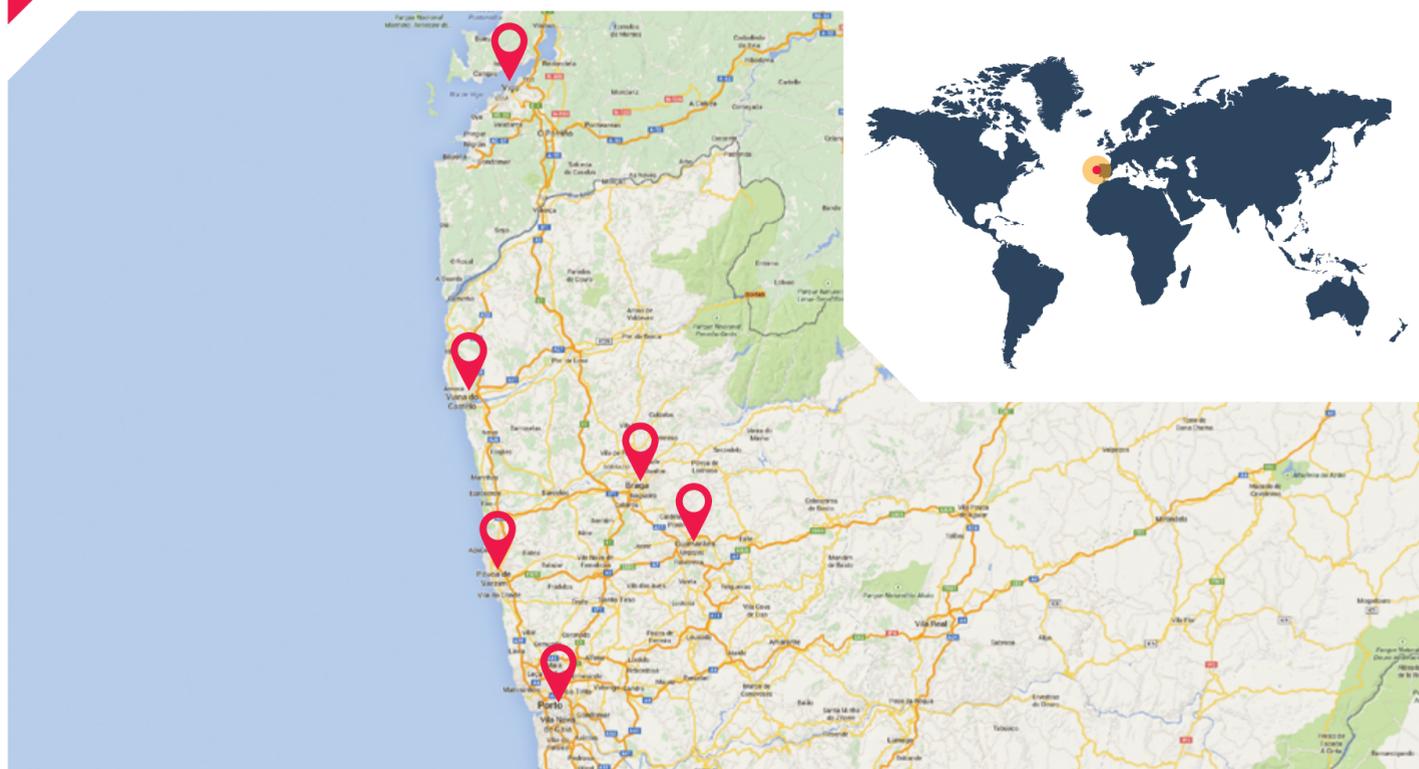
**2.ª TAXA MAIS  
ELEVADA DO PAÍS**



**PROPORÇÃO DE INSCRITOS EM ÁREAS DE CIÊNCIA  
E TECNOLOGIA NO ENSINO SUPERIOR  
2012/2013**

Fonte: INE

### 3. LOCALIZAÇÃO /INFRAESTRUTURAS DE ACESSO



Braga dispõe de uma excelente localização geográfica e é facilmente acessível por todas as formas de transporte de passageiros e de mercadorias, com ligação terrestre, aérea e marítima aos quatro cantos do mundo.



#### AÉREA

No que respeita a aeroportos, Braga é servida pelo Aeroporto Francisco Sá Carneiro - OPO - (50km/30min) e o Aeroporto de Vigo (125km/1h).

Possui um aeródromo com pista alcatroada de 900 metros.



#### RODOVIÁRIA

Ligação com as autoestradas A11, A28, A3 e A7.

O concelho de Braga dispõe dos Transportes Urbanos de Braga (TUB), uma empresa municipal que serve os residentes locais dentro dos limites geográficos.



#### FERROVIÁRIA

Ligações ferroviárias CP (Alfa Pendular, intercidades e serviço regional/urbano) e REFER (transporte de mercadorias).

Cais de carga e descarga ferroviária.



#### PORTOS MARÍTIMOS

Braga tem ainda como vantagem a proximidade com os portos marítimos de Leixões, Viana do Castelo e Vigo.

## PRINCIPAIS INFRAESTRUTURAS DE ACESSO

As ligações internacionais são garantidas por infraestruturas comparáveis com as melhores a nível europeu.

INFORMAÇÃO REFERENTE AO ANO DE 2013

### AEROPORTOS



**AEROPORTO FRANCISCO SÁ CARNEIRO (OPO)**

- N° de passageiros – 6 400 000
- Carga Anual – 39.441 toneladas
- N° de movimentos – 60 200

**AEROPORTO DE VIGO**

- N° de passageiros – 678 820
- Carga Anual – 448 toneladas
- N° de movimentos – 10 636



### PORTOS



**PORTO DE LEIXÕES**

- Carga anual – 7 248 797
- Descarga anual – 9 937 425
- N° de navios – 2580

**PORTO DE VIANA**

- Carga anual – 289 326
- Descarga anual – 207 029
- N° de navios – 199

**PORTO DE VIGO**

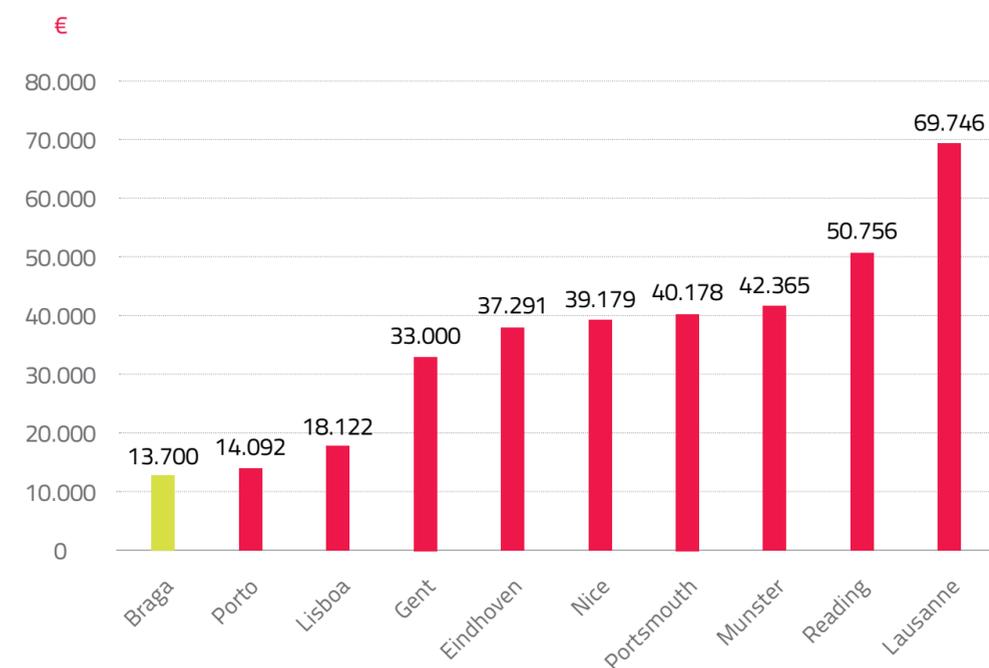
- Carga anual – 2 252 896
- Descarga anual – 1 952 837
- N° de navios – 3102



## 4. FATOR CUSTO COMPARÁVEL

Braga tem vantagem no custo do fator trabalho: no caso do setor TICE, é cerca de 3 vezes inferior à Alemanha.

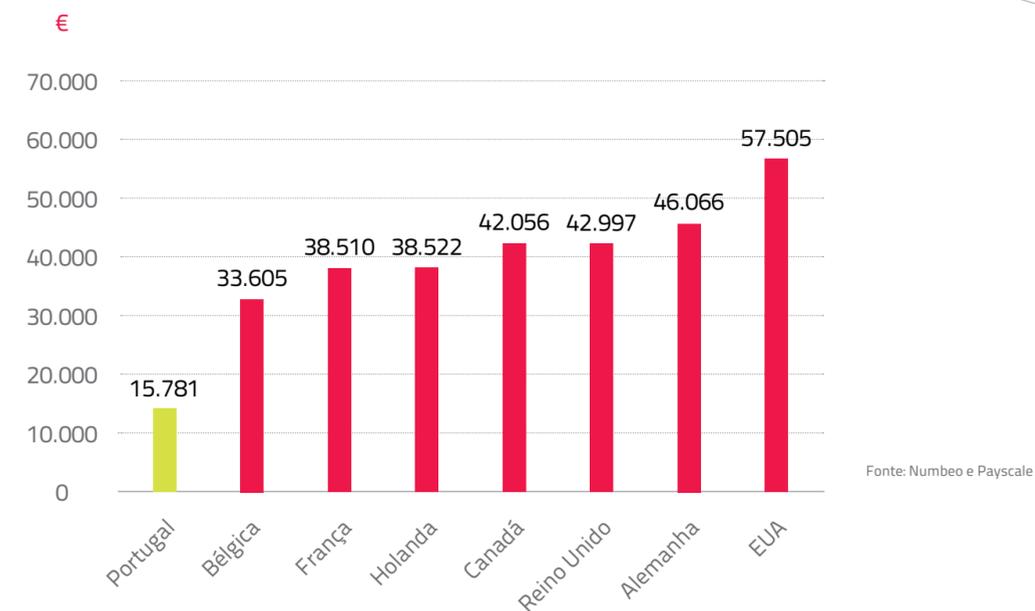
### SALÁRIO MÉDIO ANUAL BRUTO DE UM ENGENHEIRO TICE



Fonte: Numbeo e Payscale

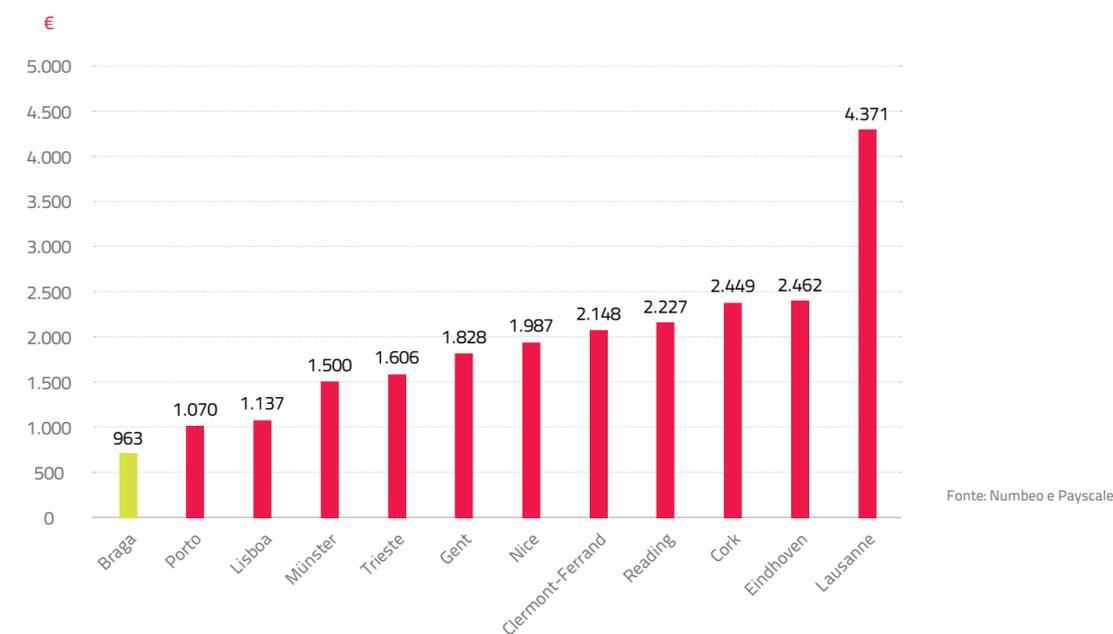
Os salários locais praticados são muito competitivos quando comparados com outras regiões europeias, preservando a alta qualidade das qualificações e a produtividade do trabalho.

### COMPARAÇÃO SALARIAL ENTRE PAÍSES



Fonte: Numbeo e Payscale

### SALÁRIO MÉDIO MENSAL

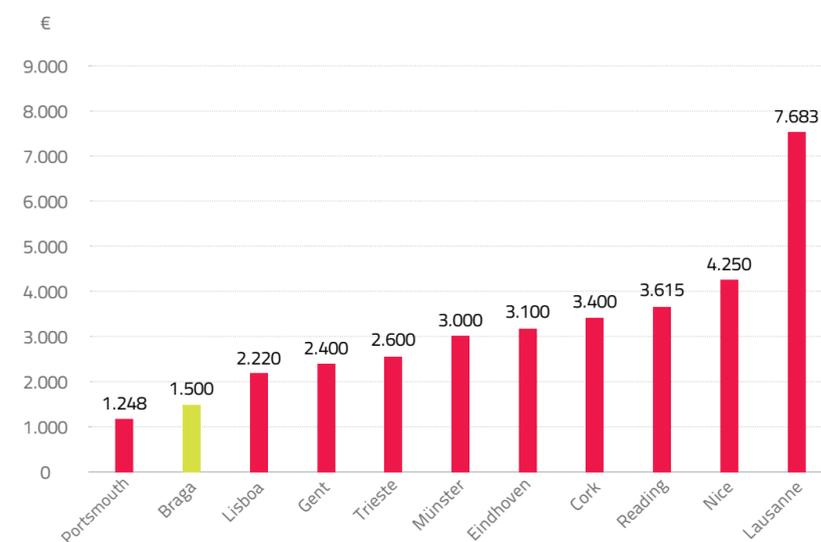


Fonte: Numbeo e Payscale

Braga proporciona custo de vida aos habitantes significativamente inferior ao das cidades concorrentes, sendo esta vantagem competitiva similar para os custos de contexto das empresas

### PREÇO DE COMPRA DE APARTAMENTO POR M<sup>2</sup> NO CENTRO DA CIDADE

Fonte: Numbeo e Payscale

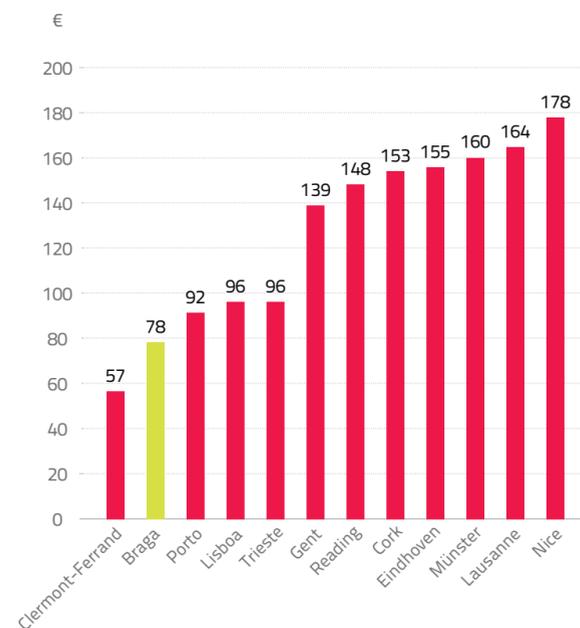


Em Braga o custo da propriedade está abaixo da média nacional. Os espaços para escritórios e os espaços para instalação industrial estão disponíveis a preços competitivos.

O custo de apartamento por metro quadrado no centro da cidade de Braga é 30% inferior ao valor praticado em Lisboa.

### CUSTO UTILITIES

Fonte: Numbeo e Payscale

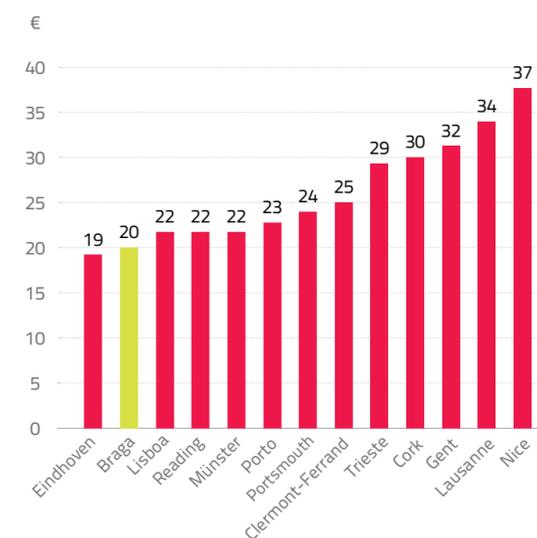


A oferta de apartamentos é elevada, cerca de 60.000 apartamentos disponíveis para venda ou arrendamento a preços muito competitivos.

Em relação ao custo de vida e de serviços, Braga apresenta um índice de poder de compra acima da média nacional.

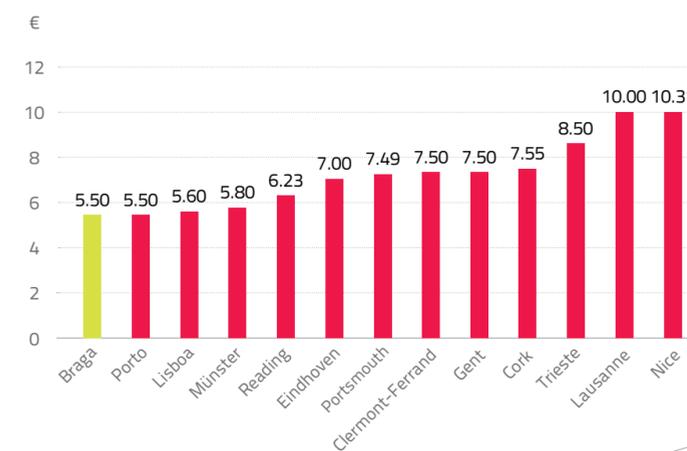
### PREÇO DE INTERNET 6MBPS

Fonte: Numbeo e Payscale



### PREÇO DE REFEIÇÃO COMBINADA MCDONALDS

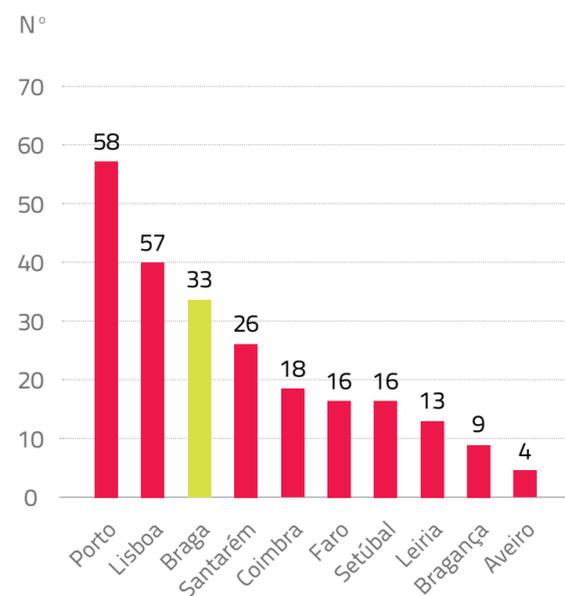
Fonte: Numbeo e Payscale



## 5. HISTÓRIA E CULTURA

Tem um património cultural milenar único, secular e religioso, criando uma centralidade política e económica na região

### MONUMENTOS NACIONAIS EM PORTUGAL (DISTRITO)



Fonte: IGESPAR

Braga é uma cidade com mais de dois mil anos de história e cultura.

A longa história de Braga é visível nos seus monumentos e igrejas. A igreja mais imponente é a Sé, que exhibe vários estilos, do romano ao barroco, orgulhando-se também das esplêndidas casas, particularmente do século XVIII.

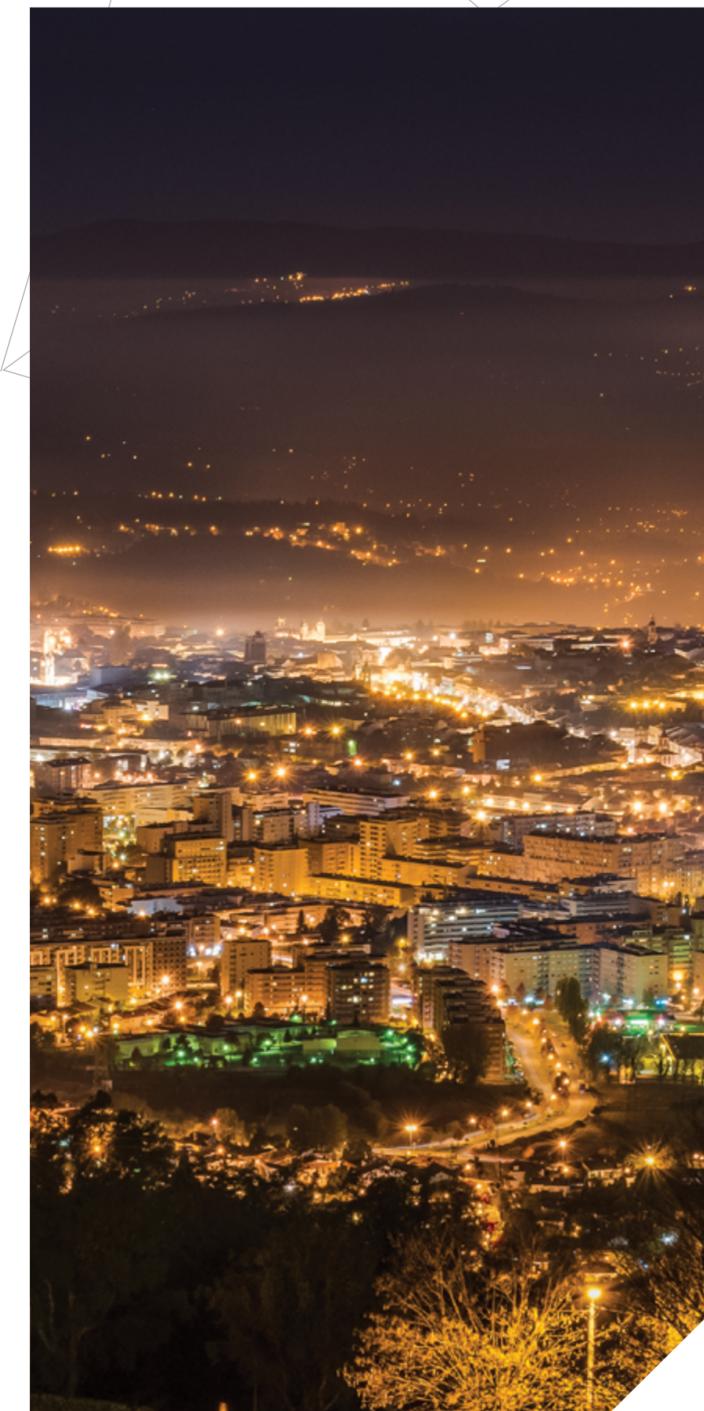
Braga é o terceiro distrito com maior número de monumentos classificados como de interesse nacional.

O Bom Jesus, Sameiro, Falperra e o Centro Histórico são pontos que, pela sua intrínseca devoção e beleza, se impõem como marcos de obrigatória referência e da crescente visita turística de Braga.

### Nº DE VISITANTES DO POSTO DE TURISMO DE BRAGA



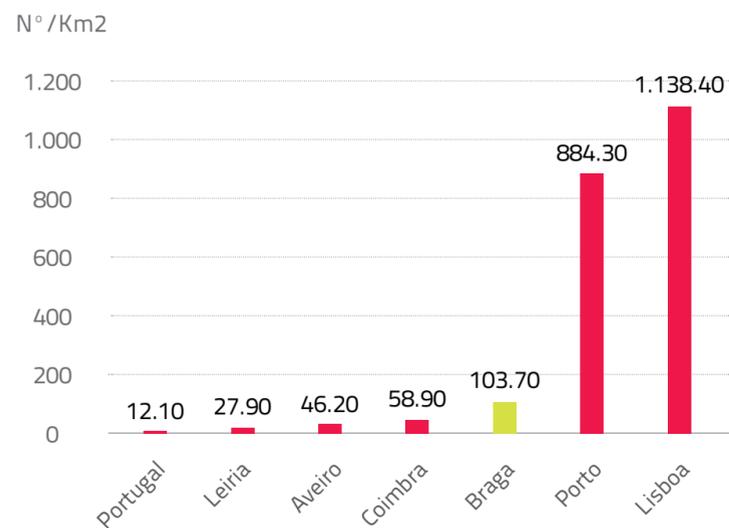
Fonte: Posto de Turismo de Braga



## 6. ESPÍRITO INOVADOR

O número de empresas (e novas empresas) atesta o espírito inovador e empreendedor

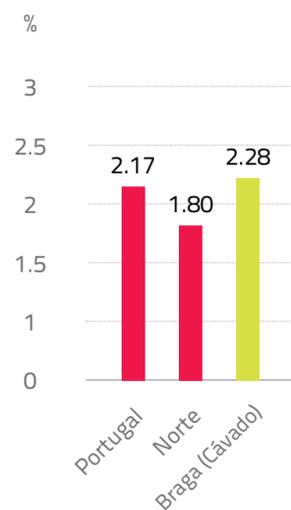
### DENSIDADE DE EMPRESAS POR KM<sup>2</sup>



Fonte: INE

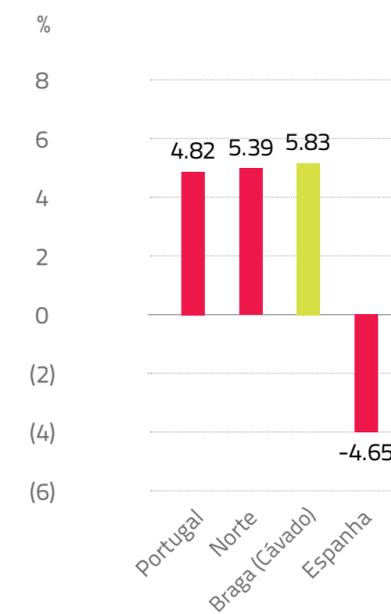
Braga é um viveiro tecnológico, onde surgiram muitas startups internacionais bem sucedidas e a sede de uma universidade de referência em termos de investigação, ciência e inovação, a Universidade do Minho e do Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia (INL) - um dos principais centros de pesquisa internacional.

### PROPORÇÃO DE NASCIMENTOS DE EMPRESAS EM SETORES DE ALTA E MÉDIA-ALTA TECNOLOGIA %



Fonte: INE

### EVOLUÇÃO DO N° TOTAL EMPRESAS (2009-2011)

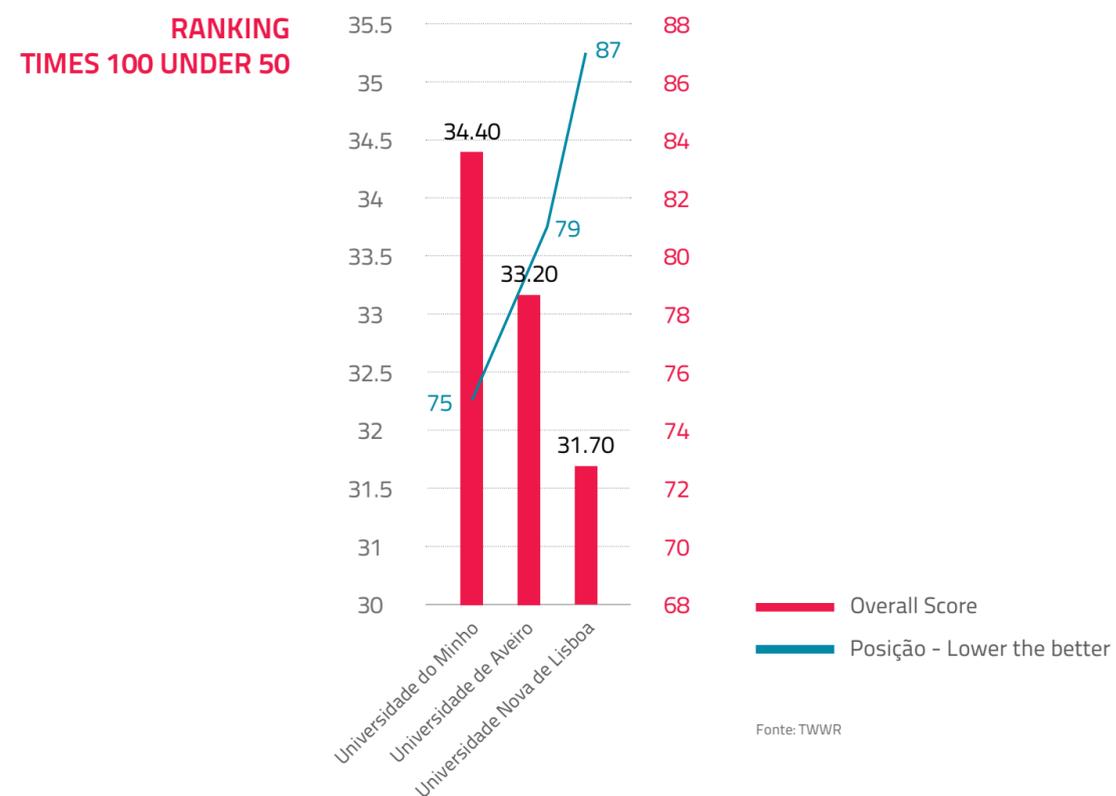


Fonte: INE



## 7. INFRAESTRUTURAS DE CONHECIMENTO

**NO ENSINO:** A Universidade do Minho é uma referência para a aprendizagem de alta qualidade, ensino e pesquisa (listada no THE 400 ranking).



### A Universidade do Minho:

- Foi considerada a "melhor" academia nacional pelo CWTS Leiden Ranking
- É a 3.<sup>a</sup> instituição do Ensino Superior a nível ibérico
- É a 172.<sup>a</sup> na Europa e a 379.<sup>a</sup> do mundo, entre as 750 instituições assinaladas.

A Universidade tem mais de 19.000 estudantes, mais de 1.300 professores e mais de 50 graus, cobrindo a maior parte das áreas do conhecimento, voltadas para as necessidades e exigências do mercado de trabalho e atividades sociais e económicas. Grupos de investigação de excelência em tecnologias de informação, materiais avançados e industriais, ciências da saúde, medicina regenerativa e física e engenharia biológica.



## NA SAÚDE: O novo Hospital de Braga e a Escola de Ciências da Saúde dotam o município de um posicionamento único.

### HOSPITAL DE BRAGA

- Hospital pertencente ao sistema nacional de saúde;
- Possui uma área de construção de 140.000 metros quadrados, com uma capacidade de internamento até 705 camas;
- Possui o Centro Clínico Académico (CCA), uma parceria com a Universidade do Minho para investigação em teatro clínico.

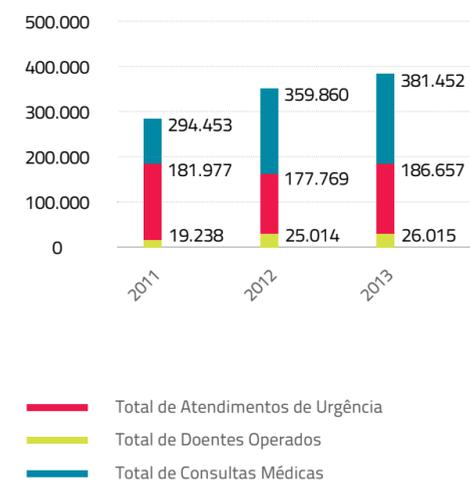
### HOSPITAL PRIVADO DE BRAGA

- Unidade hospitalar pertencente ao Grupo Trofa Saúde;
- Possui uma área de 20.000 metros quadrados distribuídos por 5 pisos;
- Coloca ao dispor serviços de: bloco de partos, bloco operatório, fisioterapia, internamento, consulta externa programada, exames complementares de diagnóstico, unidades de cuidados intermédios, análises clínicas, genética médica e anatomia patológica.

### OUTROS PRESTADORES DE SERVIÇOS DE SAÚDE

- Cruz Vermelha;
- "Unidade Operativa de Saúde Pública";
- 3 Centros de Saúde que, por sua vez, possuem um conjunto de extensões de saúde;
- A abrir o novo Hospital Privado de Braga Centro (complementará o atual Hospital Privado de Braga Sul).

### INDICADORES HOSPITAL DE BRAGA



Fonte: INE, Hospital de Braga

Braga conta com um número de infraestruturas médicas e de saúde por 1.000 habitantes muito favorável, com particular destaque para o recém-construído Hospital de Braga, que é uma referência nacional, contando também com vários hospitais e clínicas privadas.



## NA INVESTIGAÇÃO: O INL e a Universidade do Minho são projetos de referência no país e no mundo

### INL

O Laboratório Ibérico Internacional da Nanotecnologia é um centro de investigação que se dedica a várias aplicações da nanotecnologia, uma das maiores tecnologias em franco crescimento, das quais se pode destacar a nanomedicina e o controle de qualidade alimentar e ambiental. É a primeira e única organização internacional na Europa neste campo.

A combinação dos recursos de pesquisa disponíveis com a “postura” inovadora e empreendedora da organização atrai cientistas de topo. Oferece diferentes oportunidades de investimento, fundos de investimento e metodologias que satisfazem a procura dos *stakeholders* da Nanotecnologia.

O INL procura fortes colaborações com parceiros industriais e instituições de investigação académica, através de uma participação vigorosa em programas de investigação internacionais.

O INL irá promover ainda mais a criação de empresas *spin-off* em áreas competitivas de nanotecnologia, e garantir a gestão de um forte programa de sensibilização do público.

### UNIVERSIDADE DO MINHO

Entre os Centros de Investigação da Universidade avaliados positivamente pela FCT incluem-se 8 centros com a classificação de Muito Bom e 9 com a classificação de Excelente. Cerca de 80% dos investigadores da Universidade encontram-se nos centros que obtiveram estas classificações.

Conta com 33 centros de investigação, nas diversas áreas: ciências, ciências da saúde, ciências sociais, direito, economia e gestão, educação, engenharia, psicologia e letras e ciências humanas.

## NOS CENTROS DE INVESTIGAÇÃO E DE NEGÓCIOS

Braga conta ainda com um conjunto de infraestruturas de investigação e de negócios que garantem um ambiente propício à investigação, à inovação e aos negócios, e que são um forte apoio à dinamização das diversas atividades económicas.

### 2CA BRAGA - CENTRO CLÍNICO ACADÉMICO

- Parceria, sem fins lucrativos, entre o Hospital de Braga e a Universidade do Minho, através da Escola de Ciências da Saúde e do Instituto de Ciências da Vida e da Saúde;
- Tem por objeto social o desenvolvimento da investigação clínica e encontra-se sediado no Hospital de Braga.

### CENTROS DE INVESTIGAÇÃO DA UNIVERSIDADE DO MINHO

- A Universidade do Minho caracteriza-se por uma multiplicidade de centros de investigação, financiados pela FCT, nomeadamente ao nível das Ciências da Saúde, Ciências Sociais, Direito, Economia e Gestão, Educação, Engenharia, Ciências, Letras e Ciências Humanas e Psicologia.

### STARTUP BRAGA

- A Startup Braga é um *hub* de inovação desenhado para apoiar a criação e o desenvolvimento de projetos com elevado potencial empreendedor nos mercados internacionais;
- É uma iniciativa da InvestBraga em parceria com a Microsoft Ventures que disponibiliza programas de aceleração para startups com ambições globais;
- Conta com uma rede de mentores internacionais, composta por investidores profissionais e empreendedores experientes que já passaram pelo ciclo de vida de uma Startup.

### PARQUE DE EXPOSIÇÕES DE BRAGA (PEB)

- Principal estrutura da região dirigida para a realização de feiras, exposições, congressos e outros eventos de carácter sócio-cultural, científico, recreativo e desportivo, de interesse nacional e internacional;
- O complexo de Exposições abrange uma área total de 45.000 m<sup>2</sup>, sendo 13.050 m<sup>2</sup> de área expositiva coberta;
- Dispõe de um Centro de Congressos integrado por um Grande Auditório com capacidade para 1204 lugares sentados.

### CENTRO DE NEGÓCIOS IDEIA ATLÂNTICO DE BRAGA

- Presta apoio técnico e orientação às empresas durante e após a fase de constituição e início de atividade.

## V. EIXOS ESTRATÉGICOS

1. INDÚSTRIA
2. NEARSHORING E CENTROS DE SERVIÇOS PARTILHADOS
3. COMÉRCIO
4. TURISMO

### Enquadramento:

A visão e posicionamento definidos para Braga assentam nos seus recursos e nas ações identificadas e a desenvolver pelos atores que consubstanciam vantagens competitivas no espaço europeu e mundial.

#### **As competências que estão na base da definição dos setores críticos e que se constituem como pilares do desenvolvimento económico futuro são:**

- a oferta do fator trabalho em crescimento e um capital humano qualificado;
- as infraestruturas físicas de inovação e de conhecimento muito relevantes;
- a competitividade na perspetiva de custo;
- a história social e económica singular;
- e a cultura, para a qual reservamos um ponto dedicado sobre as ações de âmbito cultural de apoio à dinamização económica.

# 1. INDÚSTRIA

No quadro da atividade industrial de Braga, identificamos as principais atividades de referência que marcam o concelho e que merecem ser reforçadas no contexto nacional e internacional.

## 1.1 TICE - TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO COMUNICAÇÃO E ELETRÓNICA

As TICE serão o vetor de transformação da cidade e formarão a base de competitividade do 2º quarto do século XXI.

## 1.2 ENGENHARIA, CONSTRUÇÃO E AMBIENTE

Este setor com fortes vantagens competitivas sofrerá uma forte aposta na industrialização.

## 1.3 CLUSTERS DA REGIÃO

Será dado enfoque ao apoio à fixação de unidades industriais que reforcem as cadeias de valor já existentes.

## 1.4 SAÚDE

Serão otimizadas as valias e estruturas diferenciadoras do território nesta área.

# 1.1 TICE - TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO COMUNICAÇÃO E ELETRÓNICA

## VANTAGENS COMPETITIVAS

- Elevada oferta de recursos qualificados na área de Engenharia, formados pela Universidade do Minho;
- Custo da mão de obra reduzido face a outras regiões e a outros países, nomeadamente da União Europeia;
- Tecido empresarial já existente fortemente focalizado no setor tecnológico;
- Parceria entre a Universidade do Minho e a Bosch Car Multimedia Portugal S. A., no âmbito da criação de um Centro de Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (I&DT).

## OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Configurar Braga como uma cidade inovadora de referência na Península Ibérica
- Crescer as atividades TICE reforçando a cadeia de valor das atividades/ setores já instalados (automóvel, produção de software)
- Cooperação ativa com setor de engenharia, têxtil e biomédica
- Contínua "produção" de mão-de-obra qualificada (UM, outros)

## TRABALHADORES



## VENDAS



## EBITDA

(Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização)



Fonte: Orbis, dados relativos a 2013

- TICE
- Construção e Engenharia
- Outros relacionados com Construção
- Comércio
- Resto

As Tecnologias da Informação Comunicação e Eletrónica (TICE) representam uma atividade de transformação da cidade. A aposta nas TICE é uma opção sustentada no já reconhecido cluster de empresas e de competências que se criaram e fixaram em Braga em torno da Universidade do Minho, pioneira na formação de quadros a nível nacional em sistemas informáticos, matemática e ciências da computação e sistemas de informação.

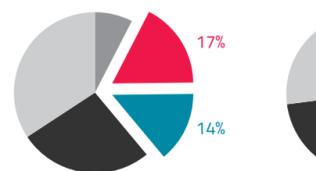
O setor das TICE é entendido como a base da competitividade no 2º quarto do século XXI, acrescentando valor em diversos setores de atividade centrais para o desenvolvimento económico de Braga. Fazer de Braga uma *innovation city* de referência nacional e internacional é um objetivo a perseguir.

## 1.2 ENGENHARIA, CONSTRUÇÃO E AMBIENTE

### VANTAGENS COMPETITIVAS

- Braga é reconhecida como líder em Engenharia e com empresas de referência;
- Histórico de atividade neste setor;
- Custo da mão-de-obra reduzido face a outros países, nomeadamente da União Europeia;
- Tecido empresarial com grande predominância na área da engenharia: DST, Casais, ABBorges, Rodrigues & Névoa, entre outros;
- Desenvolvimento de uma engenharia ambiental.

#### TRABALHADORES

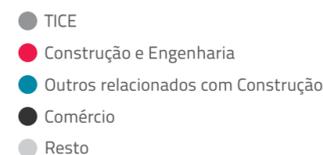


#### VENDAS



#### EBITDA

(Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização)



Fonte: Orbis, dados relativos a 2013

### OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Alavancar o conhecimento e experiência
- Requalificação urbana e de património
- Aplicação de tecnologia (através do Instituto de Bio-Sustentabilidade)
- Aposta na Metalomecânica
- Avanço na cadeia de valor ou "setor engenharia intensiva"
- Soluções ambientalmente sustentáveis
- Expansão para novas geografias (África / América do Sul)



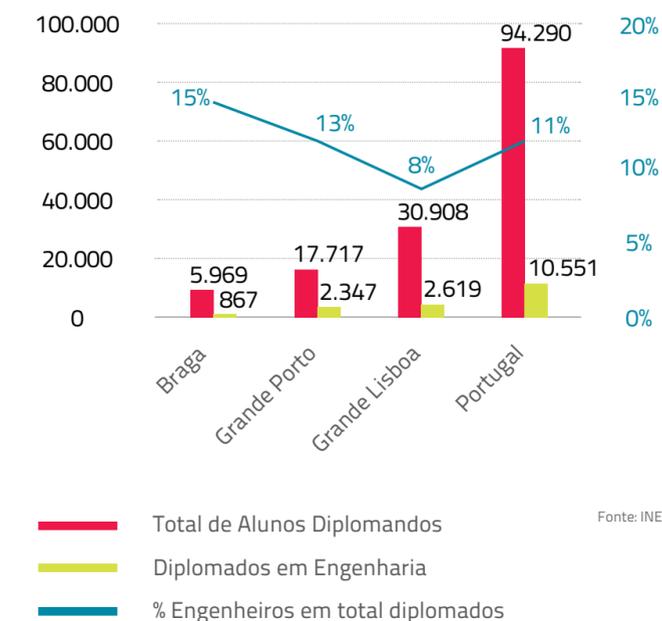
Engenharia, Construção e Ambiente são setores dominantes na região.

A Engenharia, Construção e Ambiente estão sustentados numa indústria de referência de Braga, a Indústria da Construção, uma das atividades com maior peso no PIB da região no passado e cujo know how e dimensão se desenvolveu ao longo das últimas décadas e que deixou as suas marcas por todo o país.

A atividade tem vindo a sofrer grandes ajustes e adaptações à realidade do setor, a nível nacional e internacional, e procurou evoluir para novas áreas de atividade de maior valor acrescentado, e realizou uma aposta na internacionalização de forma a sobreviver e a garantir o crescimento com a abordagem a novos mercados, assumindo em pleno o foco na engenharia, construção e ambiente.

As competências deverão ser mantidas e desenvolvidas dado que o ecossistema criado é um ativo.

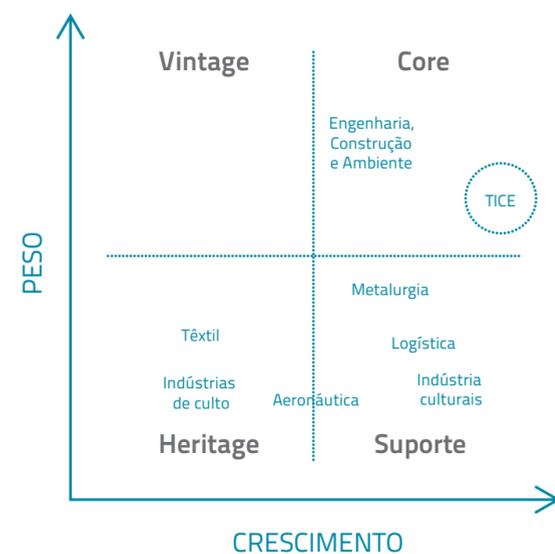
### ALUNOS DIPLOMADOS EM ENGENHARIA POR NUTIII



## 1.3 CLUSTERS DA REGIÃO

### VANTAGENS COMPETITIVAS

- Forte componente industrial, marcada por empresas ligadas à indústria têxtil, metalúrgica e metalomecânica;
- Existência de parques industriais e centros empresariais na periferia da cidade;
- Centros de investigação, como os da UMinho e o Laboratório Internacional de Nanotecnologia (INL), bem como infraestruturas, tais como o autódromo e o aeródromo.
- Importante centro de produção de artigos religiosos (santos, paramentaria e sinos), fortemente associados à Diocese de Braga.



Fonte: Análise PwC

### OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Tornar o INL num centro de nanotecnologia de excelência mundial e muito orientado para a indústria e incubador de startups;
- Alavancar experiência nos setores;
- Têxtil, Metalomecânica, Metalurgia e Indústrias do Culto;
- Atrair e facilitar a fixação de unidades industriais:
  - Automóvel e aeronáutica (unidades indústrias de suporte);
  - Logística.

Os "clusters" da região são setores com presença visível que consideramos com potencial de expansão e/ou com capacidade de potenciar outros setores críticos.

Salientamos as indústrias tradicionais com um forte *know how* acumulado e que nos colocam em pé de igualdade em termos de qualidade com os melhores a nível internacional, como a metalurgia, a metalomecânica e o têxtil.

O setor automóvel tem uma forte presença através das atividades de produção de componentes eletrónicos e conta um contributo valioso para o PIB do concelho, garantido pela presença de empresas de referência como a Bosch Car Multimedia, Delphi Components, Fehst, entre outras.

As infraestruturas de referência existentes são também indicadores importantes para o desenvolvimento de outros clusters e atividades como o da nanotecnologia, a aeronáutica, a logística, entre outros.

## 1.4 SAÚDE

### VANTAGENS COMPETITIVAS

- Qualidade das infraestruturas disponíveis – hospital com equipamento "state of the art" nas áreas de especialização;
- Qualidade formativa da escola de saúde;
- Capital humano.

### OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Focalização nas áreas da saúde com vantagens competitivas reveladas;
- Cooperação entre a inovação tecnológica e ciências da saúde, com ambição de suportar o desenvolvimento da indústria da biotecnologia e da farmácia;
- Fomento do turismo de saúde e incremento do reconhecimento do destino e das competências.

### HOSPITAIS PORTUGUESES



Fonte: R&C Hospital de Braga

Braga tem um conjunto de infraestruturas de saúde de referência, criadas recentemente e que dotaram a cidade de um novo hospital público e de uma escola de ciências da saúde de referência da UMinho. Na esfera privada Braga conta também com excelentes unidades de saúde de excelente qualidade e dimensão.

Estas infraestruturas formam um recurso crítico que tem de ser alavancado, em conjunto com as indústrias de tecnologias médicas, assente na componente prática destas instituições.

Com as infraestruturas existentes e as competências formadas para o mercado, estão criadas as condições para o desenvolvimento de novas atividades e a criação de novas empresas em torno das áreas da saúde, lazer e bem estar.

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar o "Innovation Arena" - Área de inovação que visa a criação de um ambiente vibrante para empresas inovadoras e tecnológicas com condomínios partilhados, procurando promotores Privados e empresas âncora - Ligação UMinho / INL	Dotar a cidade de um parque de inovação competitivo	Captar o investimento e fixação de empresas do setor TICE e nearshoring para Braga	IB/CMB/UMinho/ Parceiros estratégicos	2015 - 2018
Criação do "Espaço do Investidor"	Captar novo investimento através de uma verdadeira "via verde para o investimento"	Desenvolvimento e crescimento económico do município	IB/CMB/Parceiros estratégicos	2014
Criação de novo parque empresarial junto ao aeródromo e autódromo que privilegia a fixação de empresas ligadas aos setores automóvel e aeronáutico	Aproveitamento de infraestruturas ideais para potenciar as indústrias referidas	Facilitar os processos do investidor, diminuir os custos de contexto	IB/CMB	2016
Apostar na Diplomacia Económica em Braga	Dar a conhecer e influenciar decisões favoráveis a Braga com base no estreitar de relações com decisores existentes	Presença junto a decisores não nacionais	IB/CMB	2014 - 2015
Acelerar o licenciamento zero para setores / atividades ambientalmente sustentáveis e identificados como críticos na estratégia de desenvolvimento económico	Aumentar nível de atração para empresas via incentivos e facilitar o investimento	Incentivar setores específicos	IB/CMB	2014 - 2015
Criar um portal de georeferenciação dos parques industriais e empresariais existentes (empresas residentes, espaços disponíveis, preços de vendas e arrendamento indicativos).	Detalhar a oferta e incrementar o nível de informação	Aumentar oferta de espaços para localização de empresas	IB/CMB	2014 - 2015

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Incrementar a oferta de recursos especializados em áreas TICE e saúde orientados para I&D através do acréscimo do número de vagas disponíveis nas instituições de ensino da cidade/ região	Aumento do número de vagas nos cursos de Engenharias, Medicina e Farmácia, disponíveis nas instituições de ensino da cidade/região, nomeadamente na Universidade do Minho	Com maior oferta de mão-de-obra qualificada, atrair maior nº de empresas do setor e permite a manutenção de preços do fator trabalho competitivos	UMinho	2015 - 2020
Requalificação / conversão de competências da força de trabalho através da criação de cursos / programas direcionados às competências técnicas de suporte à indústria TICE	Criação de cursos / programas direcionados às competências técnicas de suporte à indústria TICE, nomeadamente em matemáticas, espírito lógico, desenvolvimento de software	Com maior oferta de mão de obra qualificada, atrair maior nº de empresas do setor	Setor das TICE/ AI Minho/UMinho/ InvestBraga	2015 - 2020
Potencializar o INL através da fixação de empresas satélite/startup e tornando-o num Nanoparque	Em parceria com o INL, reforçar Braga como um pólo de investigação e desenvolvimento de empresas na área da nanotecnologia	Fomentar espírito inovador e aproveitar espaço com tecnologia da última geração, conduzindo a aplicação das ideias à indústria	INL/IB/UMinho/ UVigo	2015 - 2017
Intervir através da política fiscal disponível e ação direta de forma a desincentivar terrenos e edifícios não ocupados nos parques industriais, empresariais e centro histórico	Definição de desincentivos fiscais (nomeadamente agravamento de taxas municipais) para terrenos e edifícios não ocupados/ utilizados na atividade económica	Aumentar oferta de espaços para localização de empresas	CMB	2015
Definir mecanismos Público-Privados de criação de fundos de requalificação urbana	Intervenção municipal para criar fundos com benefícios fiscais/ financeiros para consubstanciar a requalificação e o desenvolvimento de projetos inovadores na construção / engenharia	Requalificar a cidade e gerar projetos inovadores, diminuir as restrições de financiamento	CMB/Setor Engenharia, Construção e Ambiente, Privados, fundos comunitários/AI Minho	2015 - 2016

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar/regenerar um novo parque industrial com condições de excelência e que permita beneficiar do cais de cargas e descargas ferroviário	Criar/regenerar parque industrial do séc. XXI competitivo na Europa	Incrementar as vantagens comparativas	IB/CMB/AI Minho	2016
Analisar a possibilidade de implementação de zona tax free ou lower tax	Oferecer condições fiscais favoráveis à fixação de novas empresas	Incrementar a atratividade da cidade para novos investimentos	IB/CMB	2017
Reforçar a parceria do Hospital de Braga com Centro Clínico Académico da UMinho para avançar com a investigação clínica para centros de fase 1 e captar, assim, interesse da indústria farmacêutica	Aproveitar os recursos existentes, por exemplo, um hospital com 700 camas, e instalar equipamento único para captar interesse na aplicação de produtos tecnológicos	Incrementar o efeito de spill overs ao longo das indústrias com maiores competências e desenvolver conjunturas favoráveis ao desenvolvimento de parceria	Hospital de Braga/ Privados/ UMinho	2015
Criar o gabinete de acolhimento de estrangeiros (para apoio com arrendamento, utilities, fiscal) a implementar no espaço do investidor	Espaço físico e linha telefónica/digital com apoio/ informação ao nível de: arrendamento, "utilities", fiscal	Criar conjunturas favoráveis à fixação de trabalhadores não nacionais	IB/CMB	2015
Fomentar o turismo sénior/saúde com o reforço da oferta que consolida o espaço disponível no HB, o Gerês e a gestão hoteleira	Promoção da cidade como "boa cidade para viver e visitar", incluindo a componente de prestação de cuidados de saúde e/ ou segunda habitação)	Incrementar a atração de empresas e clientes na área da saúde e fixação de população sénior	Hospital de Braga/ Privados	2016

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Incrementar o número de formados em geriatria	Alavancar a notoriedade das instituições de Braga para formar mais estudantes no tratamento e apoio à população mais sénior	Atrair a população sénior, oferecendo condições favoráveis e garantias de cuidados hospitalares indicados/ apropriados	UMinho	2016
Criar, na UMinho, uma estrutura de formação complementar/reciclagem no âmbito das TICE	Alavancar a notoriedade das instituições de Braga para formar mais estudantes	Incrementar as qualificações da população de Braga	UMinho	2015
Promover startups de tecnologias médicas em articulação com o hospital e a escola das ciências da saúde	Apostar no fator diferenciador que resulta da associação das tecnologias à medicina	Desenvolver economicamente Braga, apostando no crescimento do setor da saúde	Startup Braga/UMinho /Hospital de Braga	2015 a 2016
Promover a atração de empresas medtech e pharma	Alavancar a experiência e notoriedade de Braga no setor da saúde, captando novas empresas	Desenvolver economicamente Braga, apostando no crescimento do setor da saúde	Privados	2015 a 2017

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Transformar um edifício icónico da cidade com aplicação de tecnologia de ponta com funcionalidades várias de forma a demonstrar as capacidades do setor na cidade	Estabelecer parcerias com empresas construtoras e empresas tecnológicas para dotar edifícios "chave" demonstrando as competências dos players	Centro da cidade que reúne componente histórica com visão mais vanguardista e demonstração de competências do cluster	Setor engenharia/ UMinho/IPCA	2017
Atrair investidores para a criação de um novo parque temático para a cidade baseado, p.e., em jogos digitais	Incrementar a atratividade turística da região	Incrementar o número de visitantes e fornecer a centralidade de Braga no lazer	CMB/AlMinho/IB	2016

## 2. NEARSHORING E CENTROS DE SERVIÇOS PARTILHADOS

Com a presença já da IBM e da Randstad (Concentrix/Vodafone), este é um setor de aposta e gerador de empregos em escala

Braga é um dos maiores centros de serviços do país.

A dimensão e as características económicas e sócio-culturais da cidade de Braga, aliadas à disponibilidade de mão de obra qualificada na região envolvente e à fácil mobilidade de pessoas entre o quadrilátero e entre o norte (Viana do Castelo e Galiza) e o sul (Porto), são fatores determinantes para a atração de centros de serviços partilhados de média e grande dimensão.

As competências atuais de Braga demonstram vantagens competitivas para o desenvolvimento do setor no município. A presença da IBM, WeDo, Randstad/Vodafone demonstram o referido e garantem já emprego a largas centenas de pessoas.

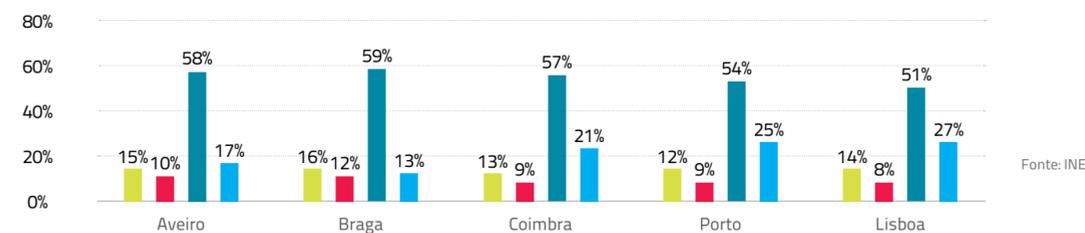
## VANTAGENS COMPETITIVAS

- População jovem: com maior percentagem da população nos subgrupos etários dos 15 aos 24 anos e dos 25 aos 64 anos;
- Mão de obra qualificada;
- Custo da mão de obra reduzido face a outros países. 2º país mais competitivo na União Europeia ao nível dos custos de trabalho;
- Boas infraestruturas ao nível das comunicações;
- Proximidade cultural.

### OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

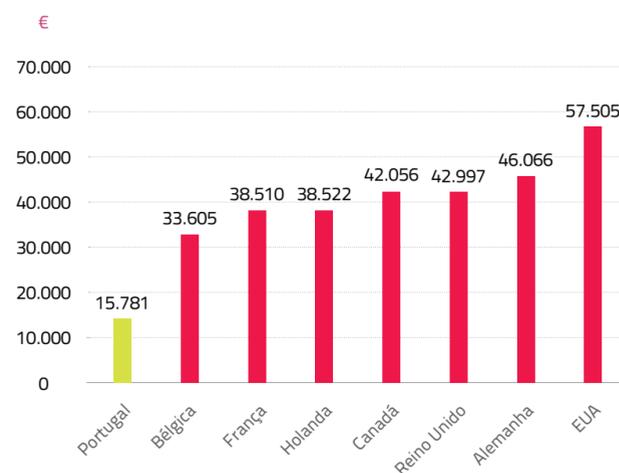
- Atração de serviços nearshoring e centros de serviços partilhados, intensivos em fator trabalho;
- Posicionamento de uma cidade altamente qualificada e competitiva ao nível do custo de trabalho;
- Atração de empresas de centros de serviços partilhados (BPO's) ou "contact centers".

### PESO DOS GRUPOS ETÁRIOS NO TOTAL DA POPULAÇÃO 2011



### COMPARAÇÃO SALARIAL ENTRE PAÍSES

Fonte: Payscale



AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Contactar os <i>players</i> em território nacional nesta área	Dar a conhecer Braga e antecipar os movimentos dos <i>players</i>	Presença junto dos decisores	InvestBraga	2014 - 2016
Contactar <i>players</i> internacionais do setor e apresentar Braga como uma localização de excelência	Criar/Manter relações com agentes económicos internacionais que transmitam a qualidade/potencial de Braga	Atrair investimento para a região e aumentar o <i>awareness</i> de Braga	InvestBraga/ AIMinho	2015 - 2022
Inventariar os espaços disponíveis com capacidade de albergar mais de 100 postos de trabalho, bem como os preços de referência e condições	Informação clara sobre a oferta existente	Atrair e facilitar a fixação de empresas	InvestBraga	2014 - 2015
Inventariar as competências linguísticas da cidade e apresentação estruturada	Reunir recursos existentes que poderão ser alavancados para o desenvolvimento de, essencialmente, dois setores fundamentais: o turismo e os serviços externalizados	Incrementar as vantagens comparativas	InvestBraga/ UMinho/ ACB	2014 - 2015
Realizar ações de divulgação e promoção em feiras internacionais enquanto destino <i>nearshoring</i> (CCDRN e AICEP)	Dar maior conhecimento a <i>players</i> sobre as capacidades de Braga como destino eleito de <i>nearshoring</i>	Maximizar a capacidade de atração de Braga	InvestBraga/ AICEP/ AIMinho	2015 - 2022
Criar o "Innovation Arena" - Área de inovação que visa a criação de um ambiente vibrante para empresas inovadoras e tecnológicas com condomínios partilhados, procurando promotores Privados e empresas âncora - Ligação UMinho / INL	Dotar a cidade de um parque de inovação competitivo	Captar o investimento e fixação de empresas do setor TICE e nearshoring para Braga	IB/CMB/UMinho/ Parceiros estratégicos	2015 - 2018

## 3. COMÉRCIO

Alavancar o centro histórico e convertê-lo num destino de comércio de referência, com as dinâmicas exigidas para complementar a oferta da periferia

A centralidade política e administrativa de Braga gerou uma tradição comercial evidenciada pela oferta hoje existente.

O centro da cidade é a área de referência do comércio local que merece ser reforçada, marcada por uma forte presença do comércio de rua especializado e diferenciado, complementado pela oferta das áreas comerciais periféricas.

O comércio bracarense serve as necessidades da densidade populacional local e atrai pessoas dos concelhos envolventes a fazerem as suas compras em Braga, dada a diversidade, variedade e qualidade da oferta, bem como de outros pontos do país e Galiza.

## VANTAGENS COMPETITIVAS

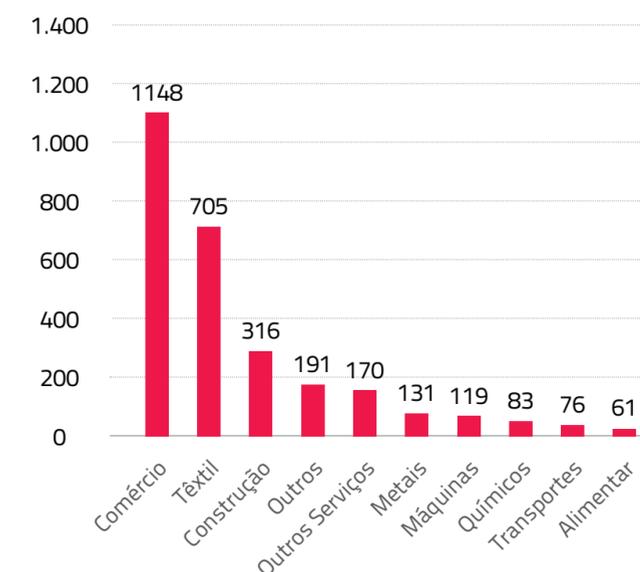
- Setor historicamente muito forte;
- Braga conhecida como “capital do comércio” e reconhecida pelo seu “comércio de rua”;
- Centro histórico com uma vasta área pedonal;
- Centralidade da região.

### OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Tornar Braga num destino de compras do norte do país;
- Centro histórico com um posicionamento focalizado;
- Oferta do centro complementar com a oferta da periferia;
- Recuperar vida e atividade no centro histórico da cidade;
- Desenvolver comércio para *targets* específicos e como montra dos produtos da região;
- Aposta no *e-commerce* como complemento.

### ANÁLISE POR SETOR DE BRAGA (DISTRITO)

Nº Empresas



Fonte: Orbis, dados relativos a 2013

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Lançar um concurso de ideias/estudo de reconversão funcional de centros comerciais de 1ª geração	Organização estratégica dos estabelecimentos comerciais. Regeneração urbana	Crescimento do comércio na região e aproveitamento das infraestruturas existentes	CMB/ACB	2016
Atrair lojas representantes de marcas de referência –lojas âncora	Criar plano de atração de lojas âncora e atribuir incentivos para que estas se instalem no centro da cidade	Aumentar fluxos de pessoas e tornar-se uma "shopping destination"	Setor/ACB/IB	2015 - 2020
Promover a requalificação urbana da Av. da Liberdade (alargamento dos passeios reduzindo a área de circulação automóvel)	Criar melhores condições para residentes e visitantes	Apoiar o desenvolvimento do comércio melhorando e inovando os espaços físicos onde se desenvolve	CMB	2016
Promover a requalificação do Mercado Municipal	Criar melhores condições para residentes e visitantes	Apoiar o desenvolvimento do comércio melhorando e inovando os espaços físicos onde se desenvolve	CMB	2016
Implementar medidas para a manutenção de cidade "zelosamente" limpa, arrumada e "trendy"	Estabelecer parcerias com gestão privada ao nível de gestão de resíduos para assegurar uma cidade "limpa" e organizada	Cidade "limpa" e agradável para circular	CMB	2015 - 2018
Promover a revisão dos horários de abertura do comércio ao público	Criar incentivos para os estabelecimentos comerciais de forma a que estes permaneçam abertos até mais tarde e serem, assim, mais consistente com os estilos de vida corrente	Tornar comércio "de rua" mais acessível para a maioria das pessoas, incrementando a complementaridade com os centros comerciais	Setor/ACB	2015
Criar iniciativas de reforço da animação de rua	Fomentar realização de eventos no centro histórico através de menor burocracia municipal e pagamento de taxas reduzidas	Captar habitantes, estudantes e visitantes para a zona central da cidade	Setor/CMB	2015 - 2018
Promover a abertura do Theatro Circo à cidade e incremento da programação (esperar efeito de spill over)	Dinamizar a cidade aumentando a oferta de pontos de interesse cultural	Captar habitantes, estudantes e visitantes para a zona central da cidade	CMB	2015

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Elaborar um "mapa de ordenamento comercial"	Criar regras de restrição à abertura de estabelecimentos comerciais "sem critério"	Organizar a cidade, criando uma "lógica" na disposição do comércio e dos serviços que oferece	CMB/ACB	2015
Incentivar o desenvolvimento do comércio que promova o património histórico e religioso (atividades tradicionais da cidade)	Incentivos para o comércio que promovam a história da cidade e a sua religião (sinos, arte sacra, talha, entre outros), potenciando ainda outros setores (i.e., turismo)	Potenciar os recursos já existentes (componente histórica e religiosa) e reforçar a atratividade consistente com a tradição da cidade	CMB/IB	2016 - 2020
Promover a melhoria do espaço público, com intervenção para minimizar os períodos de mau tempo	Criar infraestruturas para que as zonas pedonais estejam preparadas para condições climáticas menos atrativas	Permitir maior volume de pessoas a circularem no centro da cidade e com menor sazonalidade	CMB	2017 - 2018

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Realizar uma parceria com UMinho para eventos de estudantes no centro da cidade	Trabalho conjunto entre o município e a Universidade do Minho para dar mais "vida" ao centro da cidade e despertar interesse nos estudantes	Captar interesse de um maior n° de pessoas para o centro histórico, nomeadamente segmentos mais jovens	UMinho/ACB	2015 – 2020
Desafiar as associações locais a promoverem cursos intensivos de línguas, a preços acessíveis, para colaboradores do comércio tradicional	Criar condições locais para a cidade estar mais apta a dar resposta às necessidades dos visitantes	Aumentar n° de visitantes no município e melhorar a capacidade de oferta e recepção a não residentes	UMinho/ACB	2015 – 2018
Criar site e app "I Shop Braga" de promoção do comércio de Braga	Aproveitar a tendência tecnológica para desenvolver e promover o setor comercial do município	Aumentar o awareness da qualidade do comércio em Braga	ACB/parceria com CMB	2015
Captar alguns serviços para o centro da cidade e preenchimento de espaços devolutos	Atrair alguns serviços de interesse público para o centro da cidade como é o caso da Seg. Social e Loja do Cidadão	Proximidade dos serviços torna o centro mais interessante para viver e visitar	CMB/ACB/TUB	2016 – 2020
Criar uma Unidade de Gestão Integrada do centro urbano	Centralização dos serviços de gestão do centro urbano num só organismo	Incrementar a coordenação dos diferentes stakeholders para um objetivo comum	CMB/ACB	2016

## 4. TURISMO

### Necessidade de recuperar uma narrativa para o século XXI

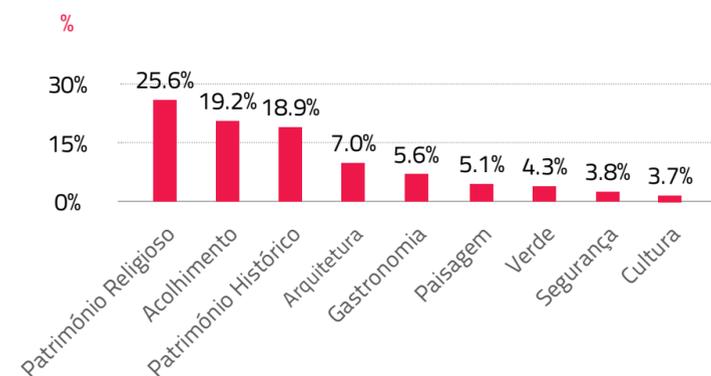
Braga é uma cidade milenar trespassada pelo pagão e religioso, pelo romano, pelo medieval, barroco e contemporâneo. Um património e localização única mas que ainda não é largamente reconhecido nos circuitos de turismo internacional.

Braga tem todas as condições para fazer crescer este setor e deverá afirmar-se no mapa do turismo religioso, do Barroco e do Romano e como ponto de entrada do Gerês, entre outros fatores de atratividade turística.

## VANTAGENS COMPETITIVAS

- Forte componente histórica (romana, medieval, barroca);
- Existência de pontos de atração importantes ao nível da cultura, como p. ex. Teatro Circo;
- Natureza envolvente: Gerês;
- Arquitetura e vasto património religioso: Sé Catedral, Bom Jesus e uma variedade de igrejas e conventos.

## ASPETOS QUE MAIS POSITIVAMENTE MARCARAM O VISITANTE NA CIDADE DE BRAGA



Fonte: CCDRN (dados 2010/2011)

## OPÇÕES ESTRATÉGICAS:

- Reencontro com e da história” : Projeto de reabilitação do Largo do Paço, como centro cultural, visitável e combinação da musealização do património existente com soluções de realidade virtual e aumentada;
- Recuperar atratividade turística;
  - Romana, Medieval, Barroca, e contemporânea;
  - Turismo Religioso, inclusão no eixo Fátima – Santiago;
  - Porta de entrada do Gerês (“Interland”);
  - Incrementar a penetração dos setores turísticos mais jovens.

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar o bilhete único de museus	Fomentar rede entre os vários pontos de interesse da cultura e colocar disponíveis em sites de desconto	Facilitar o conhecimento do património da cidade e reter/repetir visitas	CMB/Diocese/ Privados/ InvestBraga	2015
Entrar em contacto com operadores de roteiros Lisboa / Fátima / Santiago e operadores aéreos <i>low cost</i>	Estabelecer parcerias com operadores aéreos <i>low cost</i> e outros operadores turísticos (nomeadamente de cruzeiros) para mostrar a oferta de Braga , incluí-la nos seus roteiros turísticos como meios de promoção e de captação de visitantes para a cidade	Aumentar n° de visitantes na cidade e a taxa de retenção das visitas	CMB/InvestBraga	2015 – 2022
Entrar em contacto com operadores de cruzeiros e <i>stakeholders</i> portugueses do setor			CMB/InvestBraga/ Privados	2015 – 2022
Criar o Site Turismo de Braga (Welcome Braga ou visitbraga)	Criar um espaço virtual que junte informação sobre a caracterização do município com informação útil para os visitantes	Aumentar o awareness de Braga	CMB/empresas do setor/ACB	2015

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar e promover o Certificado de Qualidade (100% Braga)	Cidade demarcada por características únicas e suas (dependentes da sua história e cultura)	Fortalecer e alavancar as características únicas/irreplicáveis	CMB	2015
Criar um cartaz de eventos sazonalmente distribuídos	Intervenção municipal na produção de informação mensal sobre religião, gastronomia, teatro, música (podendo incluir promoções)	Incrementar a oferta de produtos de lazer diferenciados. Colocar habitantes e visitantes "mais próximos" do que acontece na cidade	CMB/ACB/ Privados	2015 – 2020
Promover a redefinição ("lifting") dos roteiros / "Braga experience" (património, religioso, natureza)	Parceria entre o município/agentes locais e operadores turísticos para criar roteiros com experiências diferenciadoras para o visitante e incluí-los nos seus meios de comunicação/divulgação	Oferecer um conjunto de experiências únicas, dar a conhecê-las e efetuar "pushing" da experiência	CMB/setor/ Privados	2015 - 2016

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar guias nativos	Criar oferta formativa de guias turísticos para habitantes locais	"Atendimento personalizado", contribuir para experiências diferenciadoras	CMB/setor/ Privados	2015 – 2016
Criar planos de comunicação	Criar planos de comunicação adaptados a cada segmento de oferta (natureza, religião, história) e a cada mercado geográfico (Portugal, Galícia, entre outros), com versões diferentes mediante as características dos visitantes e as línguas em questão	Incremento de awareness. Informação disponível para pessoas provenientes de diferentes países ajustada à procura latente e potencial	CMB/setor/ Privados	2016
Criar um plano de marketing: redefinição da oferta (Romana-Barroca; Religioso; natureza) e segmentação, canais de distribuição e análise dos mercados alvo	Elaboração de um plano de marketing que defina quais os recursos a explorar, a desenvolver e de que forma irão ser promovidos	Promoção da cidade de forma integrada e consistente	InvestBraga/setor/ Privados	2016

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar um campanha de marketing ("massas")	Elaboração de um plano de marketing que defina a imagem de Braga (à semelhança do conceito como I love NY) e defina os targets a atingir e respetivos canais de promoção	Promoção da cidade de forma integrada e consistente	CMB	2018
Promover a recuperação do Elétrico	Intervenção municipal em possível parceria com entidades privadas para tornar a colocar o elétrico em funcionamento, no sentido de torná-lo mais um ponto atrativo para o turismo (bem como servir de base para uma nova estrutura de transportes na cidade)	Recuperar a tradição e iniciar a redefinição dos transportes públicos na cidade	CMB/Privados	2017 – 2022
Promover a atração de investimento em infraestrutura de turismo icónica (hotel/parque de atrações)	Elaborar contactos com empresas do setor do turismo para atrair investimento interno/externo numa infraestrutura hoteleira	Edifício icónico consistente com a cidade e a estratégia da atração de turismo	CMB/Privados	2017

## VI. AÇÕES DE ÂMBITO CULTURAL COM IMPACTO ECONÓMICO

A cultura é uma das variáveis que mais influencia a competitividade e a felicidade das cidades. É o que a torna uma cidade cosmopolita, inteligente e feliz, tornando-se uma cidade de referência e de diferenciação.

Nesse sentido a cidade torna-se mais atrativa ao investimento e à fixação do talento. Identificamos um conjunto de ações de âmbito cultural que entendemos essenciais para o desenvolvimento económico de Braga.

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Investir em simpósios de cultura anuais para "invadir" a cidade de obras de arte	Promover a criatividade artística	Desenvolver atividades criativas	Privados/ CMB/ Cooperativa Árvore/ Escolas de Belas Artes	2015 - 2020
Mapear os agentes culturais da cidade e colocá-los em rede, utilizando os espaços disponíveis com diversidade de oferta	Criar uma base de registo de todos os agentes culturais	Promover o conhecimento da oferta cultural da cidade	CMB	2015
Criar um espaço informal para proporcionar o encontro entre empreendedores no edifício GNRation	Criação de um espaço informal dedicado aos empreendedores	Criar ambiente informal e propício ao empreendedorismo	FBA	2016
Promover um festival de artes plásticas – performance em todos os meses de primavera e verão e considerar um festival anual, à semelhança do "NOS Alive" na música	Criação de um evento de artes plásticas de referência com regularidade anual	Desenvolver atividades e competências artísticas	Privados/CMB/ InvestBraga	2016
Criação de um centro de informação cultural no centro histórico da cidade (à luz do que já existe para o turismo)	Divulgar a cultura junto dos cidadãos e turistas	Tornar a cultura mais visível e mais acessível	CMB	2016

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criação de um museu de arte contemporânea	Criar um novo espaço de oferta cultural e artística de dimensão internacional	Criação uma referência cosmopolita de promoção da arte e cultura	Stakeholders Privados/CMB/ Ministério da Cultura/ Um artista português de renome convidado	2017
Criação de uma escola superior de artes, especializada em cinema, vídeo e fotografia e design digital	Disponibilizar um espaço de formação dedicado às artes e cultura	Formar novos artistas e novas atividades	Privados/CMB/ UMinho	2016 - 2019
Promover a leitura de contos, poesia e literatura infantil nos cafés centrais, creches e escolas	Trazer a leitura para os espaços públicos	Criar hábitos de leitura junto dos cidadãos	Sindicato de Poesia/ Univ. Católica/ Fac. Filosofia/ Esc. Secundárias	2015
Promover atividades de rua: teatro de rua, bibliotecas de rua, bailado de rua	Trazer as atividades culturais para mais próximo dos cidadãos	Promover a participação em atividades culturais	Companhia de Teatro de Braga e companhias amadoras	2015



## VII. AÇÕES TRANSVERSAIS À ATIVIDADE ECONÓMICA

Identificamos algumas das ações transversais a todos os setores de atividade que pretendemos valorizar e que reforçam a dinamização económica local e a atração de investimento nacional e internacional.

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar um guia do investidor, potenciando as parcerias existentes	Elaboração de um guia com as principais competências e setores críticos da região e áreas de interesse para o potencial investidor	Informação atualizada a distribuir por potenciais investidores	Parceiros estratégicos/ InvestBraga	2014
Realizar o mapeamento e monitorização das empresas que se pretendem atrair para a cidade (baseado num matching entre as dimensões que procuram e as competências da cidade), tendo em consideração os setores estratégicos	Inventariar as necessidades das empresas (internas/ externas) e adaptar e promover as suas competências/ infraestruturas para estas, num contínuo diálogo	Posicionar Braga como cidade ideal para o desenvolvimento empresarial	InvestBraga	2015 – 2016
Manter uma presença ativa junto do poder central, através da promoção de uma comunicação regular	Ligação em rede dos principais <i>stakeholders</i> da região com o município, de forma a estarem orientados para os mesmos objetivos	Intervenção na cidade de forma coerente, consistente e determinada, em prol de todos os agentes	InvestBraga/CMB	2015 - 2020
Realizar uma brochura InvestBraga de promoção de Braga enquanto local para Investir, Trabalhar e Viver, em multilinguas (Inglês, Francês, Chinês, Coreano, Espanhol, etc)	Elaboração de um guia com as principais competências e setores críticos da região e áreas de interesse para um potencial investidor e o potencial residente	Informação atualizada a distribuir por potenciais investidores, potenciais residentes e potenciais visitantes	InvestBraga	2014
Realizar ações de promoção de Braga junto dos embaixadores estrangeiros pelo mundo como destino de excelência para Viver, Investir e Trabalhar	Crescimento económico e demográfico de Braga	Incrementar o awareness, atraindo turismo, investimento e potenciais habitantes	InvestBraga/ AICEP	2015

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Renovar a estrutura do Parque de Exposições de forma a permitir a realização de feiras e congressos internacionais, maximizando os fundos comunitários disponíveis	Infraestruturas com capacidade para receber eventos e congressos	Desenvolver as atividades de congressos e eventos consistentes com a estratégia económica	InvestBraga/CMB/ AIMinho/ACB	2015 – 2016
Atrair feiras/eventos internacionais para os setores críticos: TICE, Saúde, Engenharia, Construção e Ambiente, etc	Realização de eventos que promovam o setor e empresas/ potencialidades de região	Incrementar a notoriedade de Braga e atrair <i>players</i>	InvestBraga/ CMB/ Setores	2015 – 2020
Atrair escolas secundárias de ensino bilingue (reforço do número de vagas disponíveis)	Elaborar parcerias com escolas de línguas para atraí-las para a cidade e/ou com os estabelecimentos de ensino público de forma a aumentar a oferta	Criar condições para trabalhadores não nacionais em Braga	CMB/Setor privado	2016
Criar programas-piloto para o ensino de chinês em escolas secundárias	Diversificação linguística de Braga como contributo para o desenvolvimento económico	Desenvolver as competências linguísticas da população de Braga para captar novos investimentos, turismo e comércio	UMinho	2015
Associação aos jogos no estrangeiro do SCB com a realização de missões empresariais "cirúrgicas"	Maximizar o canal de potencial relacionamento empresarial	Relacionamento comercial e fortalecimento das redes de empresas	AIM/SCB/AIM	2015 - 2016



## VIII. AÇÕES NO ÂMBITO DE INFRAESTRUTURAS E PDM

A concretização da estratégia de desenvolvimento económico de Braga exige que os critérios de organização do espaço sejam consistentes com essa estratégia.

A organização do espaço físico da cidade e das zonas de localização das atividades económicas deverá ser adequada à estratégia definida, com áreas específicas para o desenvolvimento das atividades críticas e das apostas da InvestBraga para a dinamização económica e atração de investimento nacional e internacional.

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Requalificação do hospital São Marcos, mercado municipal, outros	Requalificação do centro	Melhorar as condições de vida da população de Braga e incrementar a atratividade do centro	CMB/InvestBraga/Privados	2015 - 2018
Redefinir as linhas de transporte público	Melhoria da conectividade e diminuição dos custos de transporte	Incremento da mobilidade e decréscimo dos custos para os residentes	CMB/TUB/Privados	2015 - 2017

AÇÃO	OBJETIVO	RACIONAL	STAKEHOLDERS	DATA IMPLEMENTAÇÃO
Criar mais espaços de estacionamento para moradores no centro da cidade	Atrair os habitantes a residir no centro da cidade, reabilitando a parte urbanística de Braga	Aumentar a atratividade do centro	CMB	2015 - 2018
Apostar em ciclovias e alargamento das zonas pedonais (p. ex., Av. Liberdade)	Dotar a cidade de melhores infraestruturas "green" com o intuito de diminuir as emissões de CO <sup>2</sup>	Facilitar a circulação na cidade e melhorar o bem-estar da população residente e visitante	CMB	2016 - 2020
Promover a criação de uma ferrovia a ligar o quadrilátero e conexão com transporte rodoviário	Incrementar a integração da região com maior movimentação de pessoas e visitantes	Integração dos stakeholders das regiões do quadrilátero	CMB/InvestBraga	2018 - 2022
Tornar o sistema de transportes públicos mais rápido, atrativo e económico, pe, BRT (início com 1 linha)	Diminuir o n.º de carros e poluição no centro da cidade, tornando-a mais eficiente, amiga do ambiente e com isso aumentar as receitas do município	Publicitar a imagem da cidade como uma cidade amiga do ambiente e agradável para viver e investir	CMB/InvestBraga	2018 - 2022



INVEST  
Braga



Com a colaboração:

