



**Um território de experiências**

**INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS**

**PROGRAMA DE INOVAÇÃO, COMPETITIVIDADE E PROMOÇÃO DO  
CONCELHO DE ÁGUEDA**

**D5. Relatório Final**

**“Plano de Marketing Territorial para o Concelho de Águeda**

**CÂMARA MUNICIPAL DE ÁGUEDA**



PR-00683

Novembro de 2011

## Sumário Executivo

Um Plano de Marketing Territorial corresponde a um instrumento de cariz operativo que visa reforçar a atratividade e competitividade da oferta territorial do concelho de Águeda junto dos segmentos alvo, ou seja, dos atuais e potenciais “utilizadores” do território.

O presente processo de elaboração do Plano de Marketing Territorial do Concelho de Águeda contou com um permanente envolvimento de agentes internos e externos ao território que permitiu recolher importantes contributos para a concretização de todas as fases do projeto.

O Plano de Marketing Territorial do Concelho de Águeda compreende **quatro fases**:

- **Fase 1. Auditoria Territorial:** contém os resultados do trabalho de recolha de dados que alicerçou a Estratégia de Marketing Territorial desenvolvida posteriormente. Este documento apresenta uma análise das **atrações, equipamentos e infraestruturas, capital humano e fatores distintivos do concelho de Águeda**. Apresenta também uma **análise segmentada por públicos** e uma sistematização dos **projetos com maior relevância** a decorrer no concelho de Águeda, alguns mesmo com potencial de serem alavancados pelo presente projeto.
- **Fase 2. Análise das Macrotendências de Mercado e Análise de Benchmarking:** apresenta um quadro genérico das atuais tendências do **comportamento dos indivíduos face à decisão de residir, investir e visitar** um determinado lugar (macrotendências de mercado) e identifica **estratégias de marketing territorial bem-sucedidas** (análise de benchmarking).
- **Fase 3. Estratégia de Marketing Territorial do Concelho de Águeda:** define a estratégia de marketing territorial preconizada para o concelho de Águeda, a qual foi concebida de modo a apoiar diretamente a materialização do Plano de Marketing Territorial. Esta fase consiste em propor um posicionamento futuro do “produto”, que neste caso é o território de Águeda, face aos segmentos alvo que se pretendem atingir.
- **Fase 4. Desenvolvimento do Plano de Marketing Territorial** (apresentado neste documento): identifica as intervenções a efetuar e caracteriza o produto território. Esta fase operacionaliza a Estratégia de Marketing, uma vez que identifica as ações que devem ser levadas a cabo. Cada ação tem uma ficha com descritivo das atividades e outros elementos permitam apoiar a sua execução agilizando a implementação do plano e tornando-o num instrumento de efetiva capacitação socioeconómica do concelho. São

também efetuadas recomendações de acompanhamento, avaliação e leitura dos impactos, controlo e monitorização da trajetória efetuada, e o correspondente progresso (plano de comunicação e monitorização), em alinhamento com os objetivos assumidos em termos de marketing do concelho de Águeda.

Nesta fase do trabalho foi definido o *marketing mix* do Plano de Marketing o qual envolveu a realização de 13 ações e sub-ações, organizadas em termos da política dos 4p.

As ações a desenvolver constam da tabela seguinte.

**Tabela a. Ação e sub-ações do marketing mix.**

#	AÇÃO / SUB-AÇÃO	Marketing-Mix
1	<i>Branding</i> Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho	<b>PROMOÇÃO</b>
2	Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda	<b>PRODUTO</b> <b>PROMOÇÃO</b> <b>DISTRIBUIÇÃO</b>
3	Suportes de Comunicação Digitais de Águeda	<b>DISTRIBUIÇÃO</b>
3.1	Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda	
3.2	Guia Móvel para o Concelho de Águeda – aplicação (App) para telemóveis	
3.3	Pontos de Venda Águeda VIVA	
4	Pacotes turísticos Águeda	<b>PRODUTO</b>
5	Programa Águeda Investimento	<b>PRODUTO</b> <b>PROMOÇÃO</b> <b>DISTRIBUIÇÃO</b>
5.1	Serviço Águeda <i>Investimento</i>	
5.2	Dossier Águeda Investimento	
6	Programa de Atração de Residentes	<b>PRODUTO</b>
7	Programa de Formação e Qualificação dos recursos humanos	<b>PRODUTO</b>
8	Campanha de Marketing Local	<b>PROMOÇÃO</b>
9	Programa de Dinamização do Comércio Local	<b>PRODUTO</b>
10	Águeda non stop	<b>PRODUTO</b>

Fonte: SPI, 2011.

As ações descritas dão resposta à implementação dos objetivos estratégicos.



# Índice

<b>1</b>	<b>Introdução .....</b>	<b>5</b>
1.1	Marketing Territorial .....	5
1.2	Objetivos .....	6
1.3	Metodologia .....	6
<b>2</b>	<b>Implementação da Estratégia .....</b>	<b>8</b>
2.1	Segmentação/target .....	8
2.2	Posicionamento.....	9
2.3	Visão .....	11
2.4	Missão .....	12
2.5	Objetivos estratégicos.....	12
<b>3</b>	<b>Marketing-mix .....</b>	<b>16</b>
3.1	Introdução.....	16
3.2	Plano de Ação.....	16
3.3	Calendário .....	45
<b>4</b>	<b>Pressupostos de comunicação e monitorização de resultados .....</b>	<b>46</b>
4.1	Introdução.....	46
4.2	Objetivos específicos dos pressupostos de comunicação e monitorização.....	47
4.3	Target (Quem?) .....	47
4.4	Princípios base.....	48
4.5	Canais de comunicação de Águeda atualmente utilizados.....	49
4.6	Ações de comunicação a empreender em contínuo.....	52
<b>5</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>55</b>
5.1	ANEXO I. P1. <i>Branding</i> Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho – Logótipo, Manual de Identidade, Elementos de Merchandising, Layout comum	55
5.2	ANEXO II. P1. <i>Branding</i> Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho –Brochura .....	55
5.3	ANEXO III. P3.1. Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda – Conteúdos e layout .....	55
5.4	ANEXO IV. P4. Pacotes turísticos Águeda – Conteúdos .....	55



# 1 Introdução

Neste ponto são apresentados os objetivos do Plano de Marketing Territorial, explicitando a metodologia de trabalho utilizada para a sua concretização.

## 1.1 Marketing Territorial

Como afirma Philip Kotler, a necessidade de um plano de marketing decorre da constatação de que nem todas as comunidades poderão sair vencedoras deste milénio. Esse sucesso poderá advir da sorte, mas pode ser o resultado de uma estratégia concertada, e mais segura.

Os fatores que entram em consideração num plano de marketing são de variado âmbito (cultura, tecido produtivo, a personalidade do próprio território, entre outros). Cada território tem um conjunto de características únicas – o ADN do seu território (**Erro! A origem da referência não foi encontrada.**). O Plano de marketing pretende descobrir este conjunto de características, para que depois se possa divulgar através de uma estratégia concertada. Trata-se basicamente de obter conhecimento sobre aquilo que de melhor temos para oferecer ao turista e investidor.



Figura 1. Componentes do "ADN" do território.

Fonte: SPI, 2011.

O Marketing refere-se ao conjunto coerente de atividades orientadas para a melhoria da qualidade real de um território, para a sua colocação no “mercado”.

*Marketing Territorial = conjunto coerente de atividades orientadas para a melhoria da qualidade real de um território e para a sua comunicação eficaz para determinados grupos-alvo.*

Uma estratégia de Marketing refere-se a um processo de desenvolvimento e promoção dos recursos de um território, sejam materiais, imateriais ou percebidos (i.e. a sua reputação).

## 1.2 Objetivos

O **Plano de Marketing Territorial do Concelho de Águeda** é um instrumento que advém da necessidade de, de forma integrada e coesa, promover uma estratégia concertada de afirmação do concelho de Águeda, com o objetivo de aumentar a competitividade e atratividade do território, promovendo-o como referência a nível nacional e internacional nas áreas em que possui fatores competitivos.

Ao objetivo geral descrito, estão associados os seguintes objetivos específicos:

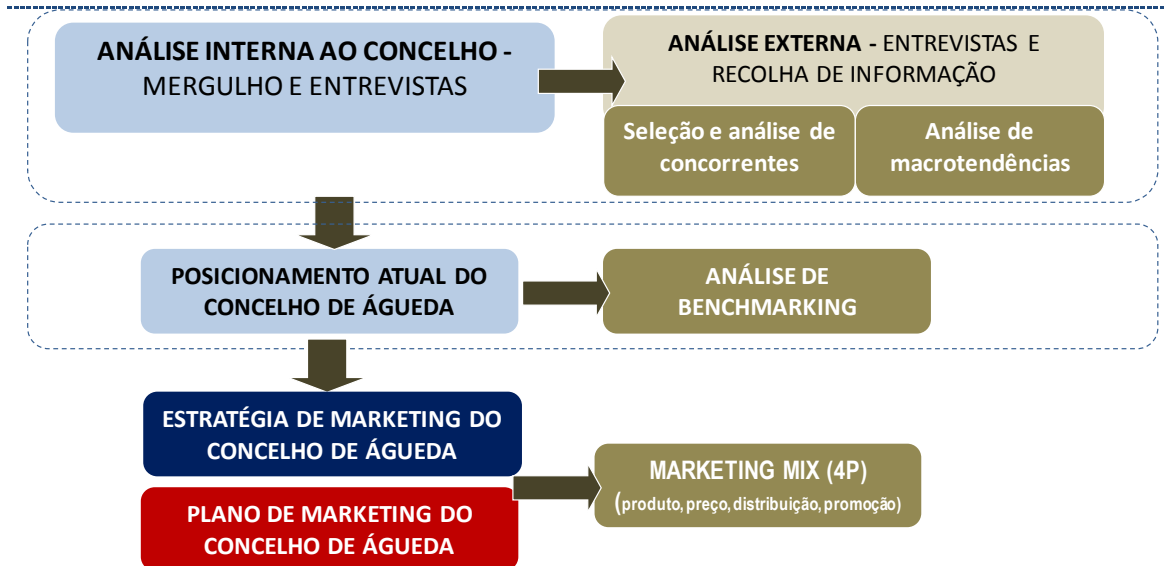
- Realizar um diagnóstico/auditoria ao território concelhio, com avaliação das macrotendências, concorrência, *core competences*;
- Comunicar os fatores atrativos e competitivos ao público interno (marketing interno) e à envolvente externa (marketing externo);
- Maximizar a satisfação da procura dos diferentes públicos-alvo e estimular a oferta;
- Identificar tendências e antecipar oportunidades;
- Definir a estratégia STP (Segmentação, *Target*, Posicionamento);
- **Desenvolver e implementar um plano de ação coerente e conducente aos objetivos e estratégia definida.**

## 1.3 Metodologia

A definição das fases necessárias à elaboração do Plano de Marketing Territorial foi realizada tendo



em consideração a otimização dos trabalhos a desenvolver e a concretização de uma resposta precisa aos objetivos definidos. Apresentam-se de seguida as diversas fases da metodologia de elaboração do Plano de Marketing, destacando-se a **Etapa 5** cujo desenvolvimento culmina no presente documento.



**Figura 2.** Metodologia proposta pela SPI para o Plano de Marketing Territorial do Programa de Inovação, Competitividade e Promoção do Concelho de Águeda.

Fonte: SPI, 2011.

O presente relatório corresponde à Etapa 5. Desenvolvimento do Plano de Marketing Territorial, onde se define a atuação da Câmara Municipal de Águeda. Nesta Tarefa pretendem-se identificar as intervenções a efetuar e caracterizar o produto Território. A concretização desta Tarefa assume grande relevância na operacionalização da estratégia de marketing, uma vez que identificará as ações que devem ser levadas a cabo. Como se pode ver no esquema anterior, o plano de ação é vertido em termos de “marketing-mix” – conjunto de ações complementares destinadas a melhorar a atratividade do destino. De forma prévia foi definida uma proposta de Visão, orientadora da ação, e respetivos objetivos estratégicos e operacionais.

## 2 Implementação da Estratégia

A estratégia de marketing territorial preconizada para o concelho de Águeda foi concebida de modo a apoiar diretamente a materialização do Plano de Marketing Territorial. Esta fase consiste em definir uma proposta de posicionamento futuro para o concelho de Águeda em relação aos segmentos alvo que pretende atingir.

### 2.1 Segmentação/target

Os macro segmentos alvos da estratégia de marketing de Águeda estão entre: turistas/visitantes, atuais e novos residentes, investidores e empresários e outras organizações.

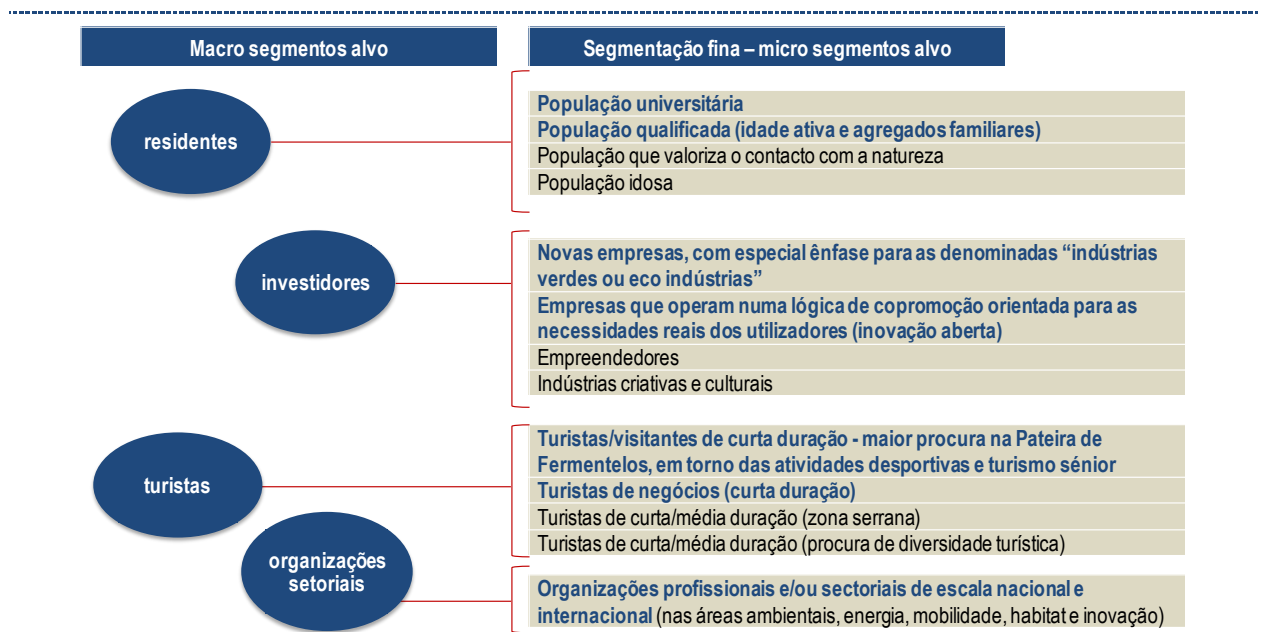


Figura 3. Segmentos alvo da Estratégia de Marketing Territorial do Concelho de Águeda.

Fonte: SPI, 2011.

Tendo por base os macro segmentos alvo apresentados definiu-se uma segmentação fina a que se denominou por micro segmentação e que sistematiza em grupos específicos com impacto na projeção de Águeda como destino de referência.



## 2.2 Posicionamento

O **posicionamento** trata-se de uma escolha estratégica que visa posicionar o concelho como um lugar credível, diferente e atrativo perante os segmentos e micro-segmentos alvo definidos.

Face aos segmentos alvo (macro e micro) identificados, torna-se essencial a identificação do posicionamento futuro para que a estratégia de marketing possa ser bem-sucedida através da retenção e atração dos grupos estratégicos.

### 1. Residentes

- + Oferta habitacional (mais acessível, de diferentes tipologias e não centrada na cidade)
- + Animação
- + Envolvimento dos estudantes na comunidade e empresas
- + Concelho e cidade atrativa, acolhedora e inclusiva
- + Oferta comercial e cultural
- + Espaços verdes
- + Ofertas de emprego e formação especializada para ativos
- + Oferta de alternativas de mobilidade intra e interconcelhias
- + Disponibilidade de serviços tradicionais reinventados e disponíveis em todo o concelho e não apenas na cidade
- + Promoção de um envelhecimento ativo e saudável
- + Adequadas respostas sociais em todas as freguesias do concelho e estratégias de sucesso no combate a problemas de solidão e isolamento.

### 2. Investidores

- + Níveis elevados de integração de preocupações ambientais e sociais nas empresas
- + Aposta na eficiência energética
- + Tecido empresarial inovador e competitivo
- + Aposta na Inovação Aberta
- + Espaços de localização empresarial de qualidade para diferentes fases do ciclo da empresa – incubação, lotes industriais, etc.
- + Produção e comercialização de conteúdos de natureza cultural
- + Adequada qualificação e disponibilidade de recursos humanos
- + Oferta de formação contínua



- + Forte interação com as atividades de investigação desenvolvidas por universidades
- + Bom sistema de transportes e comunicações
- + Espaços urbanos atrativos
- + Serviços públicos eficientes de apoio ao empresário
- + Atividades de *networking* entre empresas e com outros organismos setoriais.

### 3. Turistas

- + Pateira de Fermentelos reconhecida como um ponto de destaque nas atividades de lazer em contexto natural/rural da região Centro
- + Oferta de programas ocupacionais de curta duração em torno da Pateira de Fermentelos, com princípios fortes de conservação e proteção da natureza
- + Complemento de produtos de turismo de natureza regionais e nacionais
- + Localização geoestratégica – eixos rodoviários e ferroviários
- + Dinâmica empresarial e abertura ao mercado marcando tendências
- + Disponibilidade de infraestruturas e serviços adequados: oferta de alojamento, espaços de conferências e formação, montras de produtos e espaços de lazer
- + Espaço urbano de qualidade, com comércio, restaurantes e serviços, entretenimento e animação cultural
- + Eficiência nos sistemas de transportes
- + Forte ligação a redes internacionais
- + Concelho aberto a eventos, mostras tecnológicas, etc.
- + Aproveitamento económico da paisagem natural e construída, baseado na reinvenção das atividades tradicionais e em novas atividades
- + Revitalização económica dos espaços rurais com novos produtos e serviços – bem-estar, sossego, desporto, etc.
- + Novos empregos e fontes complementares de rendimentos – revitalização da agricultura – hortícolas, aromáticas, em regime de produção tradicional e biológica
- + Acolhimento local do visitante
- + Oferta eficiente dos serviços de informação
- + Destino socialmente valorizado
- + Especial preservação do ambiente
- + Disponibilidade de uma oferta integrada de produtos com potencial turístico em Águeda e na região
- + Região sensorial - turismo de experiências e tradições.

#### 4. Organizações setoriais

- + Concelho de Águeda como referência em domínios empresariais e com entidades de referência localizadas no seu território
- + Concelho dinâmico com um calendário de eventos de formação e partilha de conhecimento especializado nos setores de atividade estratégicos
- + Concelho aberto e com forte capacidade de atração de conhecimento – plataforma de transferência à escala nacional, integrado em redes europeias
- + Promoção de Águeda em canais de grande impacto na procura – televisão, programas de viagens e experiências turísticas, revistas da especialidade, integração de ofertas em instrumentos de divulgação como guias onde comer, onde dormir, escapadinhas de fim-de-semana na região centro, etc.
- + Fins-de-semana: à descoberta de Águeda com promoção à escala nacional junto de operadores e meios de comunicação social.

### 2.3 Visão

Definir a estratégia de marketing territorial do Concelho de Águeda não é um exercício isolado, é um exercício de estruturação das opções de desenvolvimento tomadas ao longo dos últimos anos, opções estas que ditaram os condicionalismos e as potencialidades do território e dos seus recursos humanos. Assim, num cenário de reforço da competitividade e coesão, capaz de fazer face a desafios globais, urge definir um rumo estratégico para a promoção e divulgação de Águeda para os segmentos identificados, que será materializada num plano de ação.

Decorrente do trabalho desenvolvido considera-se a seguinte Visão para o concelho de Águeda:

**Águeda como um território de experiências INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS, capitalizando a dinâmica económica existente, valorizando o património natural e humano e apostando na intensificação do conhecimento como motor da economia local e de uma sociedade aberta e participativa.**



Tal como sistematizado no Relatório D4. Estratégia de Marketing Territorial do Concelho de Águeda - Plano de Marketing Territorial, a Visão preconizada pode ter o seguinte mote: **Águeda, um território de experiências inovadoras e sustentáveis.**

## 2.4 Missão

No sentido de tornar tangível a Visão, assume-se a seguinte **Missão da estratégia de marketing territorial do concelho de Águeda:**

O concelho de Águeda é um território com uma posição central estabelecendo a transição entre o litoral e o interior. Águeda tem como Missão afirmar o tecido económico e cultural como motor das transformações territoriais, disseminar as melhores práticas em termos de resposta às necessidades dos seus públicos (residentes, empresas e turistas/visitantes) num modelo de proximidade e com o enfoque na melhoria da qualidade de vida dos seus utentes.

## 2.5 Objetivos estratégicos

Os **objetivos estratégicos** que sustentam a visão e a missão preconizadas para o Marketing Territorial de Águeda são os seguintes:



Figura 4. Objetivos Estratégicos Estratégia de Marketing Territorial do Concelho de Águeda.

Fonte: SPI, 2011.

Para os três Objetivos Estratégicos (OE) definidos foram elencados objetivos específicos para cada um deles.



**OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO:**

<p><b>Estruturar e comunicar os benefícios do território para as opções de viver, investir e visitar</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Comunicar a oferta territorial junto dos segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Disponibilizar plataformas de informação ricas em conteúdo e estruturadas de acordo com segmentos de mercado.</li> </ul>
<p><b>Alavancar a vertente económica através da valorização do território</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Valorizar a massa crítica empresarial para qualificar e valorizar o território;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover o tecido empresarial equilibrado e diversificado, com potencial para criar cadeias de valor;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Utilizar de forma sustentável os recursos naturais, aproveitando-os como fontes de energia;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover a ESTGA (Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda) enquanto polo de conhecimento;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover eventos que impulsionem o turismo de negócios.</li> </ul>
<p><b>Imprimir força nas singularidades de um território ainda por desvendar</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Valorizar a diversidade patrimonial (material e imaterial) como recurso para o crescimento económico;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Qualificar a heterogeneidade do território urbano/litoral e rural/serrano - Pateira versus Caramulo ocidental;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Orientar e promover a dinâmica cultural para além do público local, para um público regional, nacional e até mesmo internacional;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Melhorar a imagem e qualidade do espaço urbano e dos serviços de restauração, comércio, hotelaria, entretenimento e animação no concelho;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Diversificar os produtos oferecidos que correspondam às múltiplas motivações dos turistas;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Alcançar notoriedade pela realização de eventos de escala nacional e internacional.</li> </ul>





**OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL:**

**Promover o território como um laboratório vivo**

**Reforçar a capacidade de mudança e de criação de valor do tecido empresarial local**

**Promover a transferência de conhecimento entre tecido empresarial, investigação e ensino, e autarquia**

- **OE2.** Promover a lógica de Living Lab (Inovação Aberta) para responder às exigências de mercado e aumentar a competitividade das empresas;
  - **OE2.** Incentivar a capacidade empreendedora de jovens em início de atividade;
  - **OE2.** Criar mecanismos para atrair iniciativas empresariais externas em processo de início/relocalização/expansão da atividade (com preocupações ambientais).
- 
- **OE2.** Valorizar o dinamismo empresarial para criar um novo destino de negócios;
  - **OE2.** Apostar num tecido económico inovador e criador de novas tecnologias e produtos (tecnologias ambientais/energéticas);
  - **OE2.** Apostar na interligação entre tecnologias e necessidades dos consumidores (analisar a cadeia de valor);
  - **OE2.** Utilizar as TIC para organizar a rede de oferta de bens e serviços, assegurando às empresas maior presença nos mercados internacionais.
- 
- **OE2.** Reforçar a atividade de iniciativas locais que compõem a estrutura empresarial (ex.: Lighting Living Lab; atividades de networking);
  - **OE2.** Promover formas de cooperação entre as empresas locais e o sistema de ensino e investigação (formação profissional e ensino superior ou outras entidades produtoras de conhecimento);
  - **OE2.** Desenvolver e promover serviços públicos especificamente orientados para o empresário/investidor.



### OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO:

Promover uma  
cidadania  
participativa

- **OEs.** Promover uma atitude de cidadania participativa e o recurso normal às TIC (a Câmara Municipal de Águeda tem apostado pela diferenciação neste fator);
- **OEs.** Promover uma maior interação entre o núcleo de ensino superior (a ESTGA) e o tecido empresarial numa lógica de complementaridade.

Valorizar a área  
cultural como  
potencial para  
diferenciar o  
capital humano

- **OEs.** Desenvolver uma estratégia cultural baseada na cooperação entre os agentes concelhios (agendas, resultados, promoção, etc.);
- **OEs.** Afirmar o território aguedense como referência na área cultural;
- **OEs.** Valorizar o potencial associado aos recursos endógenos – valorizar tradições e reinventá-las no contexto contemporâneo.

## 3 Marketing-mix

### 3.1 Introdução

A estratégia de *Marketing Mix* é tradicionalmente baseada e construída a partir dos seus princípios orientadores – os 4 P (Produto, Preço, Promoção e Praça/Distribuição).

A tarefa será **organizar em primeiro lugar a oferta (p - produto)**, com base no diagnóstico efetuado e tendo em mente obter os elementos indispensáveis para, imediatamente, articular e negociar com outras entidades, em particular o Turismo Centro de Portugal (responsável pela promoção do turismo) ou o IAPMEI (responsável pela atração de investimento).

A construção de um produto base é condição necessária para a **promoção do território relativamente aquilo que existe (p – promoção)**, e sobre a forma como essa informação e o próprio **produto deverão ser chegar aos “clientes” prospetivos (p – praça/distribuição)**.

O **P – preço** contém implicações distintas consoante o segmento a que se destina. Assim, no que se refere aos segmentos identificados, este reflete obrigatoriamente a política individual das empresas e promotores presentes no território mas é também resultado das opções estratégicas municipais. As autarquias e outras entidades locais têm uma influência decisiva na regulação de preços da oferta turística, residencial e empresarial. Atendendo à consideração de se tratar de um plano de *marketing* promovido por uma entidade pública, a intervenção ao nível de preço é limitada pela intervenção da oferta privada. Não se imporá assim, à partida, qualquer gama de preços.

### 3.2 Plano de Ação

O *marketing mix* envolve a realização de 13 ações e sub-ações, organizadas em termos da política dos 4p (3p): produto, promoção e distribuição. Acresce que a implementação do plano de marketing será realizada em termos globais no que se refere a públicos-alvo, uma vez que algumas ações assumem uma natureza transversal.

As ações a desenvolver constam da tabela seguinte.



Tabela 1. Ação e sub-ações do marketing mix.

#	AÇÃO / SUB-AÇÃO	Marketing-Mix
1	Branding Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho	PROMOÇÃO
2	Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda	PRODUTO
3	Suportes de Comunicação Digitais de Águeda	DISTRIBUIÇÃO
3.1	Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda	
3.2	Guia Móvel para o Concelho de Águeda – aplicação (App) para telemóveis	
3.3	Pontos de Venda Águeda VIVA	
4	Pacotes turísticos Águeda	PRODUTO
5	Programa Águeda Investimento	PRODUTO PROMOÇÃO DISTRIBUIÇÃO
5.1	Serviço Águeda <i>Investimento</i>	
5.2	Dossier Águeda Investimento	
6	Programa de Atração de Residentes	PRODUTO
7	Programa de Formação e Qualificação dos recursos humanos	PRODUTO
8	Campanha de Marketing Local	PROMOÇÃO
9	Programa de Dinamização do Comércio Local	PRODUTO
10	Águeda non stop	PRODUTO

Fonte: SPI, 2011.

As ações descritas dão resposta à implementação dos objetivos estratégicos.

Tabela 2. Matriz de impacto das ações previstas.

Objetivos estratégicos	Macro-Segmentos	Ações previstas									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO	Residentes	●	●	●	●	●	●	◐	●	◐	●
	Investidores	◐	◐	◐	◐	●	●	◐	●	◐	◐
	Turistas	●	●	●	●	◐	○	◐	●	◐	●
	Organizações setoriais	◐	◐	◐	○	●	○	◐	●	◐	◐
OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL	Residentes	◐	◐	◐	○	●	●	●	●	●	○
	Investidores	◐	◐	◐	○	●	●	●	●	●	○
	Turistas	◐	◐	◐	○	○	○	●	●	◐	○
	Organizações setoriais	◐	◐	◐	○	●	○	●	●	○	○
OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO	Residentes	◐	○	○	◐	●	●	●	◐	●	●
	Investidores	◐	○	○	◐	●	●	●	◐	●	◐
	Turistas	◐	○	○	◐	○	○	●	○	◐	◐
	Organizações setoriais	○	○	○	◐	●	○	●	○	○	○

Legenda: Alto Impacto ● Médio Impacto ◐ Menor Impacto ○

Fonte: SPI, 2011.



Como se demonstra na tabela seguinte, é a integração que permitirá o seu cumprimento, promovendo sinergias e fomentando massa crítica de entidades e agentes.

**A descrição das ações a desenvolver no âmbito dos vetores referidos encontra-se apresentada de seguida.**



<b>1</b>		<b>Branding Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho</b>	
<b>PROMOÇÃO</b>		<b>MENSAGEM A TRANSMITIR:</b> <i>Uma imagem, uma promoção, uma identidade para públicos diversos.</i>	
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	● OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO	
		◐ OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL	
		◑ OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO	
	<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Comunicar a oferta territorial junto dos segmentos alvo.</li> </ul>	
	<b>Descrição</b>	<p>A conceção de uma imagem comum e identitária (<i>branding</i>) para a comunicação do Concelho, deve ser a primeira etapa da implementação do Plano de Marketing.</p> <p>Esta imagem será utilizada nas ações de comunicação desenvolvidas e deverá ter subjacente uma estratégia de implementação e divulgação. Esta estratégia de implementação e divulgação identificará agentes e diferentes modalidades de interação e mobilização dos mesmos, de acordo com as duas valências identificadas.</p> <p>Em termos de conceito, a ideia força é o território empresarial, inovador que aposta na qualidade de vida através da cultura, qualificação do espaço rural, desporto e educação.</p>	
	<b>Atividades</b>	<p>Prevê-se a elaboração de um manual de identidade com o logótipo e respetiva memória descritiva.</p> <p>Simultaneamente devem ser desenvolvidos aplicações do logótipo em elementos de <i>merchandising</i>.</p> <p>É ainda importante a construção de um <i>layout</i> comum para estar associado a eventos promovidos, <i>banners</i> online e/ou outdoors. Neste âmbito será desenvolvido material promocional específico nomeadamente uma brochura.</p> <p>A brochura deverá conter um resumo simples e acessível do potencial concelhio nas vertentes VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda.</p> <p><b>Neste âmbito apresentam-se as seguintes propostas de materiais de comunicação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  <b>Logótipo e Manual de Identidade:</b> O anexo I incorpora a proposta de Logótipo e Manual de Identidade;</li> <li>  <b>Elementos de Merchandising:</b> O anexo I incorpora a proposta de Elementos de Merchandising;</li> <li>  <b>Layout comum:</b> O anexo I incorpora a proposta de <i>layout</i> comum;</li> <li>  <b>Brochura promocional:</b> O anexo II incorpora a proposta de Brochura promocional do Concelho com uma imagem simples, clara e apelativa.</li> </ul>	



	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda												
	<b>Entidades a envolver</b>	-												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	
	1		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro														



<b>2</b>		<b>Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda</b>	
<b>PRODUTO PROMOÇÃO DISTRIBUIÇÃO</b>			
MENSAGEM A TRANSMITIR: Interlocutor da comunicação de Águeda.			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		◐	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		○	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OE</b>s. Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OE</b>s. Comunicar a oferta territorial junto dos segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OE</b>s. Disponibilizar plataformas de informação ricas em conteúdo e estruturadas de acordo com segmentos de mercado.</li> </ul>	
<b>Descrição</b>	<p>A promoção de Águeda deve ter como base a concentração e centralização dos esforços de organização e promoção do concelho numa entidade, aglutinadora das dinâmicas locais na promoção de Águeda para Viver, Investir e Visitar.</p> <p>Propõe-se a criação do Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda, o qual deve ser uma estrutura pequena, que não implique elevados recursos financeiros por parte da autarquia.</p>		
<b>Atividades</b>	<p>Este projeto prevê a contratação ou afetação de 1 recurso humano, o qual deve desempenhar funções de gestão de projeto. Este recurso deve ter competências de marketing e comunicação social.</p> <p>Prevêem-se as seguintes tarefas/responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Coordenação dos esforços de maturação e implementação do “Plano de Marketing Territorial para o Concelho de Águeda”;</li> <li>  Divulgação dos materiais promocionais (P1. Branding Águeda) junto dos agentes locais e regionais;</li> <li>  Gestão dos instrumentos de distribuição P3. Suportes de comunicação digitais de Águeda -website e aplicação para telemóveis VIVA;</li> <li>  Coordenação de esforços com o Serviço Águeda Invest (P5.1);</li> <li>  Sensibilização e articulação da promoção do destino turístico com operadores turísticos generalistas (agências de viagens e transportadores);</li> <li>  Fornecer com regularidade mensal informação / conteúdos atualizados e adequados para as entidades regionais de suporte, incluindo as páginas <a href="http://www.turismodocentro.pt">www.turismodocentro.pt</a>, <a href="http://www.regiaodeaveiro.pt">www.regiaodeaveiro.pt</a>;</li> <li>  Criação de página do Facebook “VIVA Águeda”, evitando a dispersão de canais de comunicação nesta plataforma;</li> </ul>		




	<b>Atividades</b>	Articulação com parceiros locais para a coordenação de atividades de promoção;   Monitorização das ações de marketing.												
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda												
	<b>Entidades a envolver</b>	<b>Locais:</b> ESTGA – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda; Associação Comercial de Águeda (ACOAG); Laboratório Industrial da Qualidade (LIQ); Associação Nacional das Indústrias de Duas Rodas, Ferragens, Mobiliário e Afins (ABIMOTA); Associações culturais (ex. d’Orfeu, União de Bandas de Águeda) e desportivas (ex. GICA); IPSS - Instituições Particulares de Solidariedade Social; Lighting Living Lab – Associação; Águeda Living Lab; AEA - Associação Empresarial de Águeda;   <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA – Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro; AIDA – Associação Industrial do Distrito de Aveiro, UA - Universidade de Aveiro;   <b>Empresas:</b> transportadoras (ex: Transdev, CP), empresas de rent-a-car, restauração, promotores turísticos, empresas de animação.												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	
	2													
		Legenda: <span style="color: green;">■</span> Arranque <span style="color: blue;">■</span> Implementação <span style="color: darkgrey;">■</span> Velocidade Cruzeiro												



<b>3</b>		<b>Suportes de comunicação de Águeda</b>	
<b>DISTRIBUIÇÃO</b>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR:</b> <i>Facilidade e simplicidade no acesso à informação.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		◐	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		○	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OE</b>s. Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OE</b>s. Comunicar a oferta territorial junto dos segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OE</b>s. Disponibilizar plataformas de informação ricas em conteúdo e estruturadas de acordo com segmentos de mercado.</li> </ul>
<b>Subprojetos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>P 3.1. Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda</b></li> <li>▪ <b>P3.2. Guia móvel para o concelho de Águeda – aplicação (App) para telemóveis</b></li> <li>▪ <b>P3.3. Pontos de Venda Águeda VIVA</b></li> </ul>	





<b>3.1</b>	<b>Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda</b>
<b>DISTRIBUIÇÃO</b>	
<b>SUB-FICHA DE PROJETO</b>	<p data-bbox="451 394 1422 533">A estratégia de <i>e-marketing</i> assenta fundamentalmente na criação de um <i>website</i> constituído como ponto de referência das dinâmicas do Concelho (para viver, investir/innovar e visitar) e como principal veículo de comunicação e divulgação para o exterior.</p> <p data-bbox="451 560 1422 734">O conteúdo do portal deverá ser orientado fundamentalmente para responder às necessidades do utilizador ao longo do processo de procura, seleção, concretização e avaliação do Concelho. O enfoque no utilizador poderá ser potenciado pela possibilidade de personalização/memorização de preferências através da inserção de <i>login</i> e palavra-chave.</p> <p data-bbox="451 761 1422 864">A disponibilização de informação deverá ter como principal preocupação a sistematização da oferta territorial para os diferentes públicos, para o que se sugere a seguinte organização:</p> <div data-bbox="507 891 1369 972" style="text-align: center;">  </div> <p data-bbox="451 1003 1422 1032"><b>Na construção do website sugerem-se as seguintes indicações:</b></p> <ul data-bbox="451 1048 1422 1854" style="list-style-type: none"> <li>  A colocação da indicação permanente do logótipo definido no <i>Branding</i> Águeda;</li> <li>  A disponibilização de todo o material promocional produzido, disponível para consulta e descarga pelo utilizador;</li> <li>  Articulação direta com todas as entidades do concelho para atualização constante de informação de eventos (VIVER; VISITAR), oportunidades de avisos de abertura de concursos, momentos de debate, legislação útil (INVESTIR/INOVAR). Esta informação deve ser de visualização permanente de uma caixa de atualização dinâmica com a conjugação de notícias e eventos próximos, em tamanho apropriado;</li> <li>  Um banco de imagens e mapas do Concelho;</li> <li>  Motor de pesquisa de informação do território. Sugere-se também a disponibilização de ferramenta de pesquisa simples relativamente a informação indexada no <i>website</i>;</li> <li>  Um índice com as buscas/atrações mais populares ou com maior número de reencaminhamentos;</li> <li>  O acompanhamento da informação com mapas, aproveitando para o fato ferramentas úteis e de fácil utilização como o “MS Virtual Earth” e o “Google Earth/Maps”. A sua utilização será essencial nos capítulos de “onde ficar”, “como se deslocar” e “onde comer”, mas recomenda-se uma utilização constante;</li> <li>  Uma barra inferior com a indicação de contatos e localização do Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda;</li> <li>  Divulgação de contatos de entidades regionais e locais;</li> </ul>





	<p><b>Descrição</b></p>	<p>  Utilização de instrumentos geralmente referenciados no seu conjunto como “Web 2.0”. Estas ferramentas referem-se a possibilitar a conversação (assíncrona) e a partilha de conteúdos entre utilizadores, sujeitas a moderação;</p> <p>  Desenvolvimento de mecanismos ou procedimentos de construção de forma a favorecer o seu posicionamento nos principais motores de busca;</p> <p>  Tradução do <i>website</i> para línguas estrangeiras, de conteúdos diferenciados. Prevê-se, numa fase inicial a tradução apenas para inglês e espanhol, com um alcance (funcionalidades) próximo da versão em português - o que inclui os seus conteúdos dinâmicos (pesquisa, reserva).</p> <p>No Website da Câmara Municipal de Águeda propõe-se a criação de um <i>dossier</i> para cada projeto que o município desenvolve nas diversas áreas (ação social, cultura, ambiente, desporto, educação, etc.). A informação útil a transmitir aos residentes, investidores e turistas deve constar no <i>website</i> VIVA. Neste sentido estes <i>websites</i> podem coexistir em simultaneamente dado que o website da Câmara Municipal transmite conteúdos institucionais e projetos que esteja a desenvolver e o website VIVA transmite conteúdos relevantes e úteis para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, investidores e turistas.</p>																																									
	<p><b>Atividades</b></p>	<p>O projeto implica:</p> <p>  Criação dos conteúdos para o website VIVA – Viver, Investir, Visitar Águeda (Neste âmbito apresenta-se uma proposta de website – conteúdos e layout (O anexo III incorpora a proposta), com a organização referida anteriormente:</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 5px; padding: 5px 15px; background-color: #0056b3; color: white;">Águeda</div> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 5px; padding: 5px 15px; background-color: #0056b3; color: white;">viver</div> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 5px; padding: 5px 15px; background-color: #0056b3; color: white;">investir / inovar</div> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 5px; padding: 5px 15px; background-color: #0056b3; color: white;">visitar</div> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 5px; padding: 5px 15px; background-color: #0056b3; color: white;">O que Fazer?</div> </div> <p>  Criação de um conjunto de ferramentas virtuais coordenadas em paralelo: <i>Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, LinkedIn</i>) encorajando a geração de conteúdos pelos utilizadores;</p> <p>  Gestão e atualização regular do <i>website</i> para atrair utilizadores e encorajar visitas repetidas.</p> <p>  No desenvolvimento do <i>website</i> pressupõe-se a reestruturar do sub-portal municipal (“Apoio às Empresas”) e reencaminhar o utilizador deste sub-portal para o website VIVA. Sugere-se que no sub-portal municipal “Apoio às Empresas” constem os dossiers dos projetos desenvolvidos pelo município nesta área.</p>																																									
	<p><b>Entidades a executar</b></p>	<p>  Câmara Municipal de Águeda, Posto de Turismo</p>																																									
	<p><b>Entidades a envolver</b></p>	<p>  <b>Locais:</b> ESTGA; ACOAG; LIQ; ABIMOTA; Associações culturais e desportivas; IPSS; Lighting Living Lab – Associação; Águeda Living Lab; AEA;</p> <p>  <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA; AIDA, UA.</p>																																									
	<p><b>Horizonte temporal de execução</b></p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">#</th> <th colspan="4">2012</th> <th colspan="4">2013</th> <th colspan="4">2014</th> <th rowspan="2">∞</th> </tr> <tr> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>301</td> <td style="background-color: #cccccc;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro</p>	#	2012				2013				2014				∞	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	301														
#	2012				2013				2014				∞																														
	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT																															
301																																											



3.2		<b>Guia móvel para o concelho de Águeda – aplicação (App) para telemóveis</b>																																								
DISTRIBUIÇÃO																																										
SUB-FICHA DE PROJETO	Descrição	<p>Paralelamente ao desenvolvimento do Website deverá ser desenvolvida uma aplicação (App) gratuita para terminais iPhone, Blackberry OS e Android com o Guia móvel para o concelho de Águeda.</p> <p>Esta solução mobile deve assumir-se como parte integrante da comunicação, promoção e negócio do Concelho nas suas três vertentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  O cidadão que rapidamente pode consultar contactos úteis ou aceder ao calendário de eventos;</li> <li>  O turista que pode consultar mapas, informação de apresentação e ver imagens;</li> <li>  O investidor que pode identificar parcerias e oportunidades.</li> </ul> <p>Sugere-se a integração desta aplicação com a Rede Social Facebook, para que os visitantes possam fazer <i>login</i> e entrar numa uma plataforma comum de partilha de imagens.</p>																																								
	Atividades	<p>Este projeto implica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Elaborar <i>dossier</i> digital que sistematize a informação dos conteúdos do website para permitir a turistas, residentes e visitantes ter de forma sintetizada o acesso a todos os ativos de Águeda. A aplicação deve interagir com todos os atores da cadeia – hotelaria, restauração, animação turística/noturna, comércio, serviços, permitindo aos seus utilizadores aceder nos seus telemóveis a todos estes ativos.</li> <li>  Realizar um concurso de ideias para desenvolver a aplicação (App.);</li> <li>  Disponibilizar a aplicação nas plataformas online – iTunes e Market;</li> <li>  Promover campanha de lançamento da aplicação;</li> <li>  Atualizar regulamente os conteúdos da App.</li> </ul>																																								
	Entidades a executar	Câmara Municipal de Águeda																																								
	Entidades a envolver	<p>  <b>Locais:</b> ESTGA; ACOAG; LIQ; ABIMOTA; Associações culturais e desportivas; IPSS; Lighting Living Lab – Associação; Águeda Living Lab; AEA;</p> <p>  <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA; AIDA, UA.</p>																																								
	Horizonte temporal de execução	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">#</th> <th colspan="4">2012</th> <th colspan="4">2013</th> <th colspan="4">2014</th> <th rowspan="2">∞</th> </tr> <tr> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1º</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3.2</td> <td style="background-color: #ccc;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #008000;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #00aaff;"></td> <td style="background-color: #008080;"></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro</p>		#	2012				2013				2014				∞	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1º	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	3.2												
#	2012				2013				2014				∞																													
	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1º	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT																														
3.2																																										



3.3		<b>Pontos de venda Águeda VIVA</b>												
DISTRIBUIÇÃO														
SUB-FICHA DE PROJETO	Descrição	<p>Promover Águeda como destino de qualidade e como território onde “tudo está perto de si” quer do ponto de vista do investidor, empreendedor, turista e residente passa pela possibilidade de facultar este conceito em diversos formatos e em diversas escalas. Assim, torna-se essencial, para além dos elementos virtuais propostos no P3.1 e P3.2, a criação de elementos/espacos de venda e promoção em ambiente real, nomeadamente lojas, stand, etc.</p>												
	Atividades	<p>  Desenvolvimento de <b>stand móvel Águeda Viva</b> para representar o concelho em feiras e eventos promocionais, com a imagem definida para o concelho. Exemplo:</p>												
	Atividades	<p>  Desenvolvimento do conceito de <b>linha de produtos e, progressivamente, loja Águeda VIVA</b> onde seja oferecido ao cliente todos os <i>produtos made in águeda</i>. Esta proposta passa pela criação de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Catálogo dos produtos</b> desenvolvidos pelas empresas de Águeda, propondo-se a sua organização nas duas áreas de força já identificadas: Habitat e Mobilidade;</li> <li>• <b>Desenvolvimento de um expositor Águeda Viva – made in Águeda</b> para ser colocado em lojas em todo o país e no estrangeiro com produtos de Águeda. Exemplo:</li> <li>• <b>Criar, na Cidade de Águeda, uma loja piloto “Águeda Viva – made in Águeda”</b> que sirva como espaço montra dos produtos desenvolvidos pelas empresas do concelho e que possa ser palco de mostras periódicas. <b>Sugere-se a criação de um espaço inovador, com um pequeno protótipo de casa made in águeda que possa ser visitado e de protótipos de veículos de duas rodas e outros elementos de suporte à mobilidade fabricados em Águeda.</b></li> </ul>												
	Entidades a executar	Câmara Municipal de Águeda												
	Entidades a envolver	Empresas do concelho												
Horizonte temporal de execução	#	2012	2013	2014	∞									
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1º	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	
	3.2													
<p><b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro</p>														



<b>4</b>		<b>Pacotes turísticos Águeda</b>	
<b>PRODUTO</b>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b> <i>Um Concelho a descobrir adaptado para todos os públicos.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		◐	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		◑	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Valorizar a diversidade patrimonial (material e imaterial) como recurso para o crescimento económico;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Qualificar a heterogeneidade do território urbano/litoral e rural/serrano - Pateira versus Caramulo ocidental;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Orientar e promover a dinâmica cultural para além do público local, para um público regional, nacional e até mesmo internacional;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Melhorar a imagem e qualidade do espaço urbano e dos serviços de restauração, comércio, hotelaria, entretenimento e animação no concelho;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Diversificar os produtos oferecidos que correspondam às múltiplas motivações dos turistas.</li> </ul>
<b>Descrição</b>		<p>A criação de roteiros temáticos é essencial para a estruturação da oferta turística do Concelho, potenciando a valorização da diversidade existente. A criação ou estruturação de roteiros deverá assentar em padrões de qualidade elevada e informação cuidada e pormenorizada, estabelecendo-se uma rotura relativamente ao que tem vindo a ser desenvolvido no Concelho. Esta lógica recomenda também a consideração de roteiros pré-existentes.</p>	
<b>Atividades</b>		<p>Este projeto envolve:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Criação de roteiros turísticos envolvendo os principais polos de atração do concelho, designadamente os espaços naturais, património, equipamentos de lazer e espaços verdes, hotelaria e restauração, circuitos pedestres, locais de diversão e animação, alojamento;</li> <li>  Criar roteiros temáticos e dirigidos a diferentes segmentos alvo – saúde e bem-estar (público idoso); aventura (jovens); perfeita diversão (famílias). Estes roteiros podem ser realizados por qualquer grupo etário, no entanto deverão estar especificamente desenhados para as necessidades dos segmentos-alvo referidos;</li> </ul>	





	<p>Atividades</p>	<p><b>Neste âmbito apresentam-se as seguintes propostas de roteiros de comunicação (O anexo IV incorpora a proposta de conteúdos e layout para os roteiros definidos):</b></p> <p><b>Roteiro 1. Perfeita Diversão: conhecer Águeda de lés a lés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Públicos-alvo:</b> todos, com especial ênfase para agregados familiares;</li> <li>○ <b>Motivação:</b> cultura, descoberta, experiências;</li> <li>○ <b>Recursos:</b> Deverá ser disponibilizado mapa detalhado com localização dos elementos âncora do roteiro;</li> <li>○ O “Roteiro 1. Perfeita Diversão: conhecer Águeda de lés a lés” é constituído pelos seguintes elementos:             <ul style="list-style-type: none"> <li>– De lés a lés - em contacto com a natureza: espaços naturais, praias, parques verdes;</li> <li>– De lés a lés - em contacto com a história e as tradições: aldeias serranas e museus.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Roteiro 2. Aventura em Águeda: uma descoberta sem limites:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Públicos-alvo:</b> Jovens</li> <li>○ <b>Motivação:</b> Aventura, descoberta</li> <li>○ <b>Recursos:</b> Deverá ser disponibilizado mapa detalhado com localização dos elementos âncora do roteiro</li> <li>○ O “Roteiro 2. Aventura em Águeda: uma descoberta sem limites” é constituído por experiências na área do desporto, aventura e natureza.</li> </ul> <p><b>Roteiro 3. Saúde e Bem-Estar: fazer o tempo parar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Públicos-alvo:</b> população sénior e população em geral;</li> <li>○ <b>Motivações:</b> bem-estar, relaxamento, contacto com a natureza e as tradições locais;</li> <li>○ <b>Recursos:</b> Deverá ser disponibilizado mapa detalhado com localização dos elementos âncora do roteiro;</li> <li>○ O “Roteiro 3. Saúde e Bem-Estar: fazer o tempo parar” é constituído por espaços naturais, aldeias serranas, espaços de lazer, monumentos / museus.</li> </ul>
		<p><b>A implementação destes roteiros implica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Concertação com os parceiros qual o papel que cada um deve desempenhar para o funcionamento dos roteiros turísticos;</li> <li>  Criação de programas de valorização dos espaços naturais – Serra do Caramulo;</li> <li>  Criação de calendário de atividades para a Pateira de Fermentelos;</li> <li>  Criação de um calendário com atividades desportivas e de lazer com formato contínuo possível de ser usufruído pela população residente como pelos visitantes. Devem ser chamadas as associações do concelho interessadas em dinamizar esta atividade;</li> <li>  Apresentação dos novos roteiros e calendários junto do Turismo Centro de Portugal, da hotelaria e da restauração, bem como agentes-chave como operadores turísticos privados generalistas preferencialmente com conteúdos culturais e paisagísticos;</li> <li>  Melhoria e/ou harmonização da sinalética dos roteiros e dos elementos que os integram;</li> <li>  Avaliação permanente do desempenho das rotas e calendários criados.</li> </ul>



<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda													
	<b>Entidades a envolver</b>	<b>Locais:</b> Associações culturais (ex. d’Orfeu, União de Bandas de Águeda) e desportivas (ex. GICA); Instituições Particulares de Solidariedade Social; <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA; <b>Empresas:</b> transportadoras (ex: Transdev, CP), empresas de rent-a-car, restauração, promotores turísticos, empresas de animação.												
		<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014		
4	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	∞	
<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro														

<b>5</b>		<b>Programa Águeda Investimento</b>	
<b>PRODUTO PROMOÇÃO DISTRIBUIÇÃO</b>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b> <i>Serviços permanentes de proximidade ao investidor.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		●	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		●	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover o tecido empresarial equilibrado e diversificado, com potencial para criar cadeias de valor;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover a lógica de Living Lab (Inovação Aberta) para responder às exigências de mercado e aumentar a competitividade das empresas;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Incentivar a capacidade empreendedora de jovens em início de atividade;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Criar mecanismos para atrair iniciativas empresariais externas em processo de início/relocalização/expansão da atividade (com preocupações ambientais);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Valorizar o dinamismo empresarial para criar um novo destino de negócios;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Apostar num tecido económico inovador e criador de novas tecnologias e produtos (tecnologias ambientais/energéticas);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Apostar na interligação entre tecnologias e necessidades dos consumidores (analisar a cadeia de valor);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Utilizar as TIC para organizar a rede de oferta de bens e serviços, assegurando às empresas maior presença nos mercados internacionais.</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Reforçar a atividade de iniciativas locais que compõem a estrutura empresarial (ex.: Lighting Living Lab; atividades de <i>networking</i>);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover formas de cooperação entre as empresas locais e o sistema de ensino e investigação (formação profissional e ensino superior ou outras entidades produtoras de conhecimento);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Desenvolver e promover serviços públicos especificamente orientados para o empresário/investidor.</li> </ul>
<b>Subprojetos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>5.1. Serviço Águeda Investimento</b></li> <li>▪ <b>5.2. Dossier Águeda Investimento</b></li> </ul>	



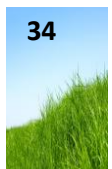
<b>5.1</b>		<b>Serviço Águeda Investimento</b>
<b>PRODUTO PROMOÇÃO DISTRIBUIÇÃO</b>		
<b>SUB-FICHA DE PROJETO</b>	<b>Descrição</b>	<p>Para alcançar a excelência empresarial é necessário um acompanhamento permanente de gestão, orientação e correta adaptação dos desígnios locais à realidade económica global, só possível se efetuado por uma equipa permanente, organizada por domínios de intervenção.</p> <p>É com este intuito que se propõe a criação do Serviço Águeda Investimento. Este serviço tem por objetivo apoiar o Município no desenvolvimento de novas valências de apoio às empresas e aos processos de inovação partilhada.</p> <p>O <b>Serviço Águeda Investimento</b> assume-se como “balcão único” prestador de serviços junto de todos os agentes e para todas as iniciativas relacionadas com a promoção e desenvolvimento da economia local. Este projeto prevê a alocação de um recurso humano.</p>
	<b>Atividades</b>	<p><b>O Serviço Águeda Investimento deve ter como responsabilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Análise das infraestruturas de acolhimento empresarial e respetivos serviços de apoio, e <b>definição de modelo de gestão apropriado</b>. Este trabalho deverá incluir: Atualização da base de dados de empresas da região; levantamento das condições de acolhimento a empresas e respetivos serviços de apoio; questionário às necessidades empresariais; identificação de setores industriais e domínios científicos, tecnológicos e de inovação prioritários; análise a casos de estudo internacionais, aplicáveis à realidade regional;</li> <li>  Elaboração e atualização de <b>Dossier Águeda investimento</b> (projeto 5.2.);</li> <li>  <b>Registo de todas as empresas de Águeda no Diretório de Empresas na Plataforma Vortal</b> para que possam ser prestadoras de serviços nos novos moldes de contratação pública;</li> <li>  Integração de informação sobre a componente empresarial concelhia na plataforma <b>“Global Find” e no website “VIVA Águeda”</b>;</li> <li>  Atualização das <b>bases de dados das empresas instaladas em Águeda</b> nas seguintes plataformas gratuitas: <ul style="list-style-type: none"> <li>o <b>Páginas amarelas:</b> <a href="http://www.pai.pt/">www.pai.pt/</a>;</li> <li>o <b>Diretório Empresas</b> – lista de endereços: <a href="http://www.aeiou.pt/dir">www.aeiou.pt/dir</a>;</li> <li>o <b>Guianet</b> – Portal de negócios e diretórios de empresas: <a href="http://www.guianet.pt/">www.guianet.pt/</a>;</li> <li>o <b>Outras plataformas:</b> <a href="http://www.portugalio.com">www.portugalio.com</a>; <a href="http://www.hotfrog.pt">www.hotfrog.pt</a>; <a href="http://www.mundopt.com">www.mundopt.com</a>; <a href="http://www.web.com.pt">www.web.com.pt</a>; <a href="http://www.sabersobre.pt">www.sabersobre.pt</a>; <a href="http://www.portugal-index.eu">www.portugal-index.eu</a>; <a href="http://www.lusonegocios.com">www.lusonegocios.com</a>; <a href="http://www.guianet.pt">www.guianet.pt</a>; <a href="http://www.negociolocal.com">www.negociolocal.com</a>; <a href="http://www.weblista.pt">www.weblista.pt</a>; <a href="http://www.pandaempresas.com">www.pandaempresas.com</a>; <a href="http://www.portalnacional.com.pt">www.portalnacional.com.pt</a>.</li> </ul> </li> </ul>



<b>Atividades</b>	<p>  Sistematização do leque de instrumentos municipais de apoio ao investimento privado. Esta lista deve informar a procura sem, simultaneamente, retirar flexibilidade à autarquia nos procedimentos negociais que venham posteriormente a ter lugar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Linha de Apoio ao empresário;</li> <li>○ RunUp;</li> <li>○ FINICIA;</li> <li>○ Custo de venda/aluguer de terrenos e instalações para implantação empresarial;</li> <li>○ Valor das taxas e licenças urbanísticas;</li> <li>○ Taxa aplicável ao imposto da Derrama;</li> <li>○ Incentivos e apoios externos ao Município.</li> </ul> <p>  <b>Prospecção e gestão de oportunidades</b> – contactos com empresários em setores relevantes para a economia local; agendamento de reuniões e apresentação do concelho; promoção de visitas ao concelho por parte de potenciais investidores e compradores dos produtos de Águeda;</p> <p>  <b>Organização e presença em conferências e eventos de relevo nos setores industriais chave</b> – habitat e mobilidade; e em eventos generalistas de promoção e captação territorial de investimento. Nestas participações será relevante constante disseminação de casos de sucesso do concelho e a promoção do modelo de Inovação aberta implementado em Águeda.</p>													
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda												
	<b>Entidades a envolver</b>	<p>  <b>Locais:</b> ESTGA; ACOAG; LIQ; ABIMOTA; Associações culturais e desportivas; IPSS; Lighting Living Lab – Associação; Águeda Living Lab; AEA;</p> <p>  <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA; AIDA, UA.</p>												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	
	5.1													
		<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro												



<b>5.2</b>		<h2>Dossier Águeda Investimento</h2>
<i>PROMOÇÃO</i>		
<b>SUB-FICHA DE PROJETO</b>	<b>Descrição</b>	<p>A disponibilidade de espaços industriais, serviços de apoio, recursos humanos e o próprio ambiente empresarial são alguns dos componentes da oferta de qualquer território no que se refere à atração de investimento. A sua organização e estruturação de forma a proporcionar indicações claras a potenciais investidores constituem vetores primordiais de suporte à estratégia de atração de investimento.</p> <p>A presente ação envolve a criação de um <b>Dossier Águeda Investimento: Investir, Inovar e Empreender – ÁGUEDA ONDE ENCONTRA O QUE PROCURA PARA O SEU NEGÓCIO</b>, o qual deve enunciar dos requisitos necessários para colocar em prática uma rede eficaz de acolhimento do investidor.</p> <p>Preconiza-se a concordância entre os conteúdos e a imagem do Guia com o <i>Branding Águeda</i>.</p> <p>Este projeto deve ser da responsabilidade do Serviço Águeda Investimento (P5.1.).</p>
	<b>Atividades</b>	<p>Neste âmbito propõe-se:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Levantamento exaustivo dos seguintes elementos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condições da rede local de acolhimento da empresa (espaços, infraestruturas básicas e avançadas e outros equipamentos) e das empresas existentes, tendo por pano de fundo a sua multi-segmentação;</li> <li>• Tecido empresarial de Águeda agrupando as empresas em áreas de força – <b>Habitat e Mobilidade</b>;</li> </ul> </li> <li>2. Desenvolvimento e execução do <i>Dossier</i>: Investir, Inovar e Empreender, com informação específica para quem queira comprar, empreender, investir e para empresas já instaladas no concelho de Águeda. Importa que este dossier seja estruturado em torno de informação relevante e prática e que tenha por base de comunicação a ideia de <u>Águeda como lugar onde é possível encontrar tudo o que é preciso para um negócio, uma compra</u>, etc. Em termos de conteúdo o dossier poderá estar estruturado da seguinte forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>  <b>O tecido empresarial do Concelho – Águeda onde encontra o que procura para o seu negócio:</b> Apresentação estruturada das empresas de Águeda de acordo com os setores de força – habitat e mobilidade – <u>informação veiculada para captar compradores para os produtos de Águeda</u></li> </ul> </li> </ol>

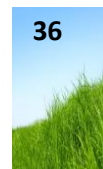


<b>Atividades</b>	<p><b>Serviços de apoio empresarial disponibilizados em Águeda:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Águeda como território Capacitação Técnica:</b> Onde posso ter formação especializada? Quem me pode apoiar? Onde me podem apoiar? Como construir o meu plano de negócio? Oportunidades de negócio! Oportunidades de Financiamento! <i>Quem me pode apoiar a identificar recursos – físicos, humanos e financeiros</i></li> <li>• <b>Apoio na Criação e Arranque da Empresa:</b> <i>Formalização empresarial – logística e burocracia legal. Quem me pode prestar acompanhamento individual e personalizado à medida? Parcerias no Concelho e na Região? Quem pode ser o meu tutor? Onde me posso localizar – incubadora, parque empresarial?</i></li> <li>• <b>Acompanhamento pós-arranque:</b> Como posso disseminar a minha empresa? Quem me apoia a entrar em novos mercados? Como posso inovar? Redes no Concelho?</li> </ul> <p>3. Comunicação e divulgação: desenvolvimento de materiais de comunicação que divulguem o Programa Águeda Investimento e agendamento de reuniões de apresentação de Águeda;</p> <p>4. Convite à criação de uma rede regional de acolhimento do investimento/empresário, formada pelas associações empresariais regionais e autarquias: alargar progressivamente a lógica de captação de investimento.</p>													
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda												
	<b>Entidades a envolver</b>	<p><b>Locais:</b> ESTGA; ACOAG; LIQ; ABIMOTA; Associações culturais e desportivas; IPSS; Lighting Living Lab – Associação; Águeda Living Lab; AEA;</p> <p><b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal; CIRA; AIDA, UA.</p>												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1º	2ºT	3ºT	4ºT	∞
	5.2													
		<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro												





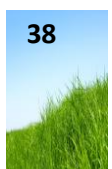
<b>6</b>		<b>Programa de atração de residentes</b>													
<b>PRODUTO</b>															
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b>															
<i>Informação permanente sobre os potenciais residentes de Águeda</i>															
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	☐	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO												
		☐	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL												
		☐	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO												
	<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OEs. Estruturar a oferta territorial para responder aos atributos mais valorizados pelos diferentes segmentos alvo;</li> <li>▪ OEs. Comunicar a oferta territorial junto dos segmentos alvo;</li> <li>▪ OEs. Disponibilizar plataformas de informação ricas em conteúdo e estruturadas de acordo com segmentos de mercado;</li> <li>▪ OEs. Promover uma atitude de cidadania participativa e o recurso normal às TIC (a Câmara Municipal de Águeda tem apostado pela diferenciação neste fator).</li> </ul>													
	<b>Descrição</b>	Este projeto gerido através de uma parceria entre o Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda e o Serviço Águeda Investimento tem por fim a criação e a gestão permanente de uma bolsa para captação de residentes.													
	<b>Atividades</b>	<p>O projeto propõe a criação as seguintes ferramentas a disponibilizar <i>online</i> no website VIVA:</p> <p>  Base de dados com <b>oferta de imóveis</b> para comprar/arrendar – para jovens estudantes; famílias; pessoas ativas solteiras; seniores, a desenvolver em parceria com empresas do ramo imobiliário;</p> <p>  Base de dados com <b>ofertas de emprego</b> (atualizar semanalmente) do Centro de Emprego de Águeda;</p> <p>  <b>Simulador VIVA em Águeda</b>, disponibilizado no <i>website</i> VIVA, o qual possibilita que um residente identifique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Oportunidades de emprego;</li> <li>○ Imóveis para comprar/arrendar;</li> <li>○ Incentivos fiscais municipais.</li> </ul>													
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda													
	<b>Entidades a envolver</b>	<p>  <b>Locais:</b> ESTGA; Centro de Emprego de Águeda;</p> <p>  <b>Regionais:</b> Universidade de Aveiro;</p> <p>  <b>Empresas:</b> Imobiliárias.</p>													
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014				∞
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	∞	
6															
<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro															



<b>7</b>		<b>Programa de formação e qualificação dos recursos humanos</b>	
<i>PRODUTO</i>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b> <i>Promoção do capital empresarial e o saber fazer.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		●	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		●	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OEs. Promover uma atitude de cidadania participativa e o recurso normal às TIC (a Câmara Municipal de Águeda tem apostado pela diferenciação neste fator);</li> <li>▪ OEs. Promover uma maior interação entre o núcleo de ensino superior (a ESTGA) e o tecido empresarial numa lógica de complementaridade;</li> <li>▪ OEs. Incentivar a capacidade empreendedora de jovens em início de atividade.</li> </ul>
<b>Descrição</b>		<p>Os níveis de formação e qualificação da população ativa constituem um dos principais obstáculos à implementação do Plano de Marketing e à consolidação de uma imagem local associada a fatores como inovação.</p> <p>Será assim essencial promover um programa de formação e qualificação que reforce as competências dos recursos humanos nestes domínios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Reforço das capacidades profissionais dos recursos humanos nos sectores do comércio, serviços, turismo e indústria;</li> <li>  Promoção de percursos de formação que facilitem a integração de ativos qualificados no mercado de trabalho;</li> <li>  Incentivo à formação contínua;</li> <li>  Estímulo à adaptação dos ativos a novas ofertas de trabalho, potencialmente mais qualificado;</li> <li>  Criação de condições contínuas de parceria entre o setor empresarial e a ESTGA.</li> </ul>	
<b>Atividades</b>		<p>Este projeto envolve as seguintes ações:</p> <p><b>1. Plano de formação contínua “Águeda Qualifica”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Elaborar um diagnóstico detalhado de necessidades de formação e qualificação do tecido económico – comércio e indústria;</li> <li>  Criar cursos de formação contínua a lecionar no Concelho, em parceria com entidades locais – ESTGA, AEA, ACOAG, que respondam a necessidades evidenciadas pelos setores comercial e industrial, com um modelo de formação inovador, definido com base em experiências europeias positivas e cujo plano curricular seja definido com a participação do tecido empresarial e das instituições de ensino.</li> <li>  Definir competências de formadores/intervenientes nas ações, que possam envolver quadros de empresas e consultores experientes;</li> </ul>	



<b>Atividades</b>	<p>  Definir conteúdos para apostas em <i>e-learning</i>;</p> <p>  Divulgar a iniciativa junto das empresas que se pretende envolver.</p> <p><b>2. Plano Universidade - Empresa:</b></p> <p>  Organizar e realizar sessões de apresentação da ESTGA como polo de conhecimento e “produtor” de mão-de-obra qualificada relevante para a competitividade do tecido empresarial local. Público-alvo: empresas concelhias e da região e associações empresariais do Concelho – AEA, ABIMOTA e ACOAG. Esta atividade é crucial para que se possa garantir uma bolsa de interessados/tutores dos alunos participantes e assim executar o plano anual a seguir proposto;</p> <p>  Lançar plano anual Universidade-Empresa com a possibilidade de integrar as seguintes ações:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurso ESTGA na empresa: Concurso anual em que os alunos têm de selecionar uma empresa de Águeda e, com base nas competências curriculares que estão a adquirir nos seus cursos, elaborar um plano de intervenção numa área específica da empresa (ex.: portal web, gestão de vendas, marketing, otimização de processos de fabrico, secretariado, etc.). Esta atividade visa demonstrar as competências aplicadas que a ESTGA pode oferecer aos agentes económicos locais e em simultâneo integrar os alunos no meio empresarial local demonstrando as oportunidades de emprego existentes;</li> <li>• Evento Bolsa de emprego qualificado – promoção anual de sessões de <i>matching</i> alunos finalistas e empresas de Águeda interessadas em recrutar recursos humanos qualificados;</li> <li>• Estágios nas férias - dirigido a estudantes da ESTGA que queiram ter uma experiência profissional numa empresa instalada em Águeda durante um período de interrupção letiva.</li> </ul>													
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda, ESTGA, ACOAG, ABIMOTA, AEA.												
	<b>Entidades a envolver</b>	Empresas de formação; Empresários/Empreendedores de sucesso.												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
		1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	∞
	7													
		<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro												



<b>8</b>		<b>Campanha de marketing interna</b>	
<b>PROMOÇÃO</b>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b>			
<i>A cultura como componente de aproximação entre residentes e empresas.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		●	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		●	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Desenvolver uma estratégia cultural baseada na cooperação entre os agentes concelhios (agendas, resultados, promoção, etc.);</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Afirmar o território aguedense como referência na área cultural;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Valorizar o potencial associado aos recursos endógenos – valorizar tradições e reinventá-las no contexto contemporâneo.</li> </ul>
	<b>Descrição</b>	<p>Paralelamente à construção da imagem externa é importante a definição interna de um sentimento de pertença ao concelho, através de um canal informal, que todos sintam que têm uma voz ativa e que podem fazer propostas sobre o rumo de desenvolvimento. Este projeto visa reunir numa plataforma de debate os agentes locais com o objetivo de promoverem ações culturais concertadas e em parceria.</p> <p>Perspetiva-se a criação da “Rede de Parceiros de Águeda”. Pretende-se que esta rede constitua um meio privilegiado de partilha de informação e opinião relativamente à gestão social e cultural de Águeda. Abre igualmente caminho para a integração de iniciativas de valor acrescentado para o Concelho, nomeadamente eventos culturais com projeção supra-local.</p>	
	<b>Atividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>  Lançamento de desafios VIVA ÁGUEDA junto das escolas locais - descobrir e aprender, festas temáticas, trabalhos criativos, mascote Águeda;</li> <li>  Lançamento de desafios junto de IPSS e entidades de apoios aos cidadãos séniores – compilação de estórias, lendas e curiosidades do território de Águeda;</li> <li>  Promoção de campanhas de voluntariado VIVA Águeda: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsa de contadores de estórias de Águeda - cidadãos que se voluntariem para contar estórias do concelho aos mais novos;</li> <li>• Bolsa de cuidadores do ambiente – cidadãos que se voluntariem para monitorizar e cuidar dos espaços naturais do concelho;</li> <li>• Bolsa de voluntários para a cultura - para dinamização de atividades e espaços culturais do concelho (museus, biblioteca, etc.);</li> </ul> </li> <li>  Criação de plataforma de colaboração interna para partilha e gestão de calendários culturais entre associações e grupos recreativos de Águeda. Esta plataforma deve alimentar os suportes virtuais VIVA;</li> </ul>	



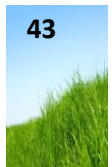
<b>Atividades</b>	<p>  Desenho do calendário VIVA Águeda com atividades dirigidas aos residentes com especial destaque para atividades de valorização do património natural e cultural. Para o sucesso destas atividades deverão ser considerados os seguintes aspetos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconto aos residentes nas atividades culturais e desportivas dinamizadas;</li> <li>• Criação do Cartão +Cultura com vantagens na utilização e participação em atividades culturais e desportivas (acesso preferencial, possibilidade de reserva, newsletter e serviço sms de informação, merchandising);</li> <li>• Abertura à participação dos residentes com propostas de dinamização cultural, social e desportiva – voluntariado e interatividade do calendário e das atividades;</li> <li>• Os eventos culturais organizados deverão ainda incluir o contacto com o património natural através de atividades desportivas - caminhadas, passeios de bicicleta;</li> </ul> <p>  Realização de sessões de sensibilização (1 por semestre) com o intuito de programar novos eventos e reinventar os existentes; criar debates/tertúlias/conversas mensais com abordagem a temáticas de interesse para os cidadãos de Águeda – Em Águeda, à conversa sobre...”;</p> <p>  Realização de desafios fotográficos VIVA Águeda para residentes em Águeda seguido de exposição;</p> <p>  Desenvolvimento de textos informativos sobre a história e factos locais para colocação em <i>newsletters</i> e outros documentos que sejam de grande tiragem local e que cheguem aos residentes;</p> <p>  Divulgação da informação através dos canais de distribuição de informação municipal e demais canais locais (rádios, jornais).</p>																																																			
	<p><b>Entidades a executar</b>   Câmara Municipal de Águeda;</p>																																																			
	<p><b>Entidades a envolver</b>   <b>Locais:</b> Associações culturais e desportivas, ipss, escolas, população  <b>Regionais:</b> Turismo Centro de Portugal;  <b>Empresas:</b> Hotelaria, restauração, taxistas, comerciantes locais.</p>																																																			
	<p><b>Horizonte temporal de execução</b></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">#</th> <th colspan="4">2012</th> <th colspan="4">2013</th> <th colspan="4">2014</th> <th rowspan="2">∞</th> </tr> <tr> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8</td> <td style="background-color: #4a7c9c;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #4a7c9c;"></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro</p>													#	2012				2013				2014				∞	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	8												
#	2012				2013				2014				∞																																							
	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT																																								
8																																																				

<b>9</b>		<b>Programa de dinamização do comércio local</b>	
<i>PRODUTO</i>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b>			
<i>Comprar no comércio local de Águeda significa maior qualidade de vida para todos.</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		●	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		●	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover o tecido empresarial equilibrado e diversificado, com potencial para criar cadeias de valor;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Melhorar a imagem e qualidade do espaço urbano e dos serviços de restauração, comércio, hotelaria, entretenimento e animação no concelho;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Diversificar os produtos oferecidos que correspondam às múltiplas motivações dos turistas;</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Alcançar notoriedade pela realização de eventos de escala nacional e internacional.</li> <li>▪ <b>OEs.</b> Promover a lógica de Living Lab (Inovação Aberta) para responder às exigências de mercado e aumentar a competitividade das empresas.</li> </ul>
	<b>Descrição</b>	<p>O Programa de dinamização do comércio local tem por base a valorização dos espaços comerciais do Concelho e da Cidade de ÁGUEDA. Agregar imagem e esforços enquanto se cria uma imagem pública positiva é o grande objetivo operacional. Conceitos como proximidade, tradição e inovação devem ser aliados através de ações que procurem a satisfação contínua dos clientes.</p>	
	<b>Atividades</b>	<p>Este projeto envolve:</p> <p>  Criar rotinas de concertação entre comerciantes para o <b>planeamento de atividades de animação</b>: grupo de trabalho que deve sistematizar um plano de atividades anual de animação do comércio local;</p> <p>  <b>Aferir as preferências e necessidades dos clientes</b> do comércio local, o que deverá ser promovido através da disponibilização contínua de um questionário <i>online</i> e nos estabelecimentos comerciais;</p> <p>  Lançar uma campanha <b>“Compre em Águeda, onde tudo está perto de si”</b> em parceria com as entidades culturais do Concelho, a qual deverá consistir em eventos culturais mensais no espaço público;</p> <p>  Assumir os espaços comerciais como espaços de teste preferenciais de Águeda, através de parcerias com o Lighting Living Lab – Associação e o Águeda Living Lab. Os espaços comerciais devem ser assim um laboratório vivo para empresas concelhias com componente de inovação (articulação com o P3.1.);</p> <p>  Promover <i>workshops</i> para qualificar serviços de atendimento e animação do comércio local (ligação ao P7);</p>	



<b>Atividades</b>	<p>  Agregar e sistematizar a oferta local de todos os estabelecimentos comerciais e integrar no <i>website</i> e aplicação de telemóvel VIVA Águeda. Esta componente deve implicar a definição <i>online</i> da localização de cada espaço comercial e a definição de mapas com circuitos preferenciais; Estes mapas devem permitir para demonstrar que devido à dimensão do centro urbano de Águeda, o tempo percorrido entre os vários estabelecimentos é reduzido e induz a maior qualidade de vida. Importa que esta atividade seja promovida em parceria com a ACOAG que possui já um site de compras.</p> <p>  Criar o <b>cabaz de produtos frescos locais</b> que possa ser comprado em diferentes lojas da cidade e online. É necessário reunir com produtores locais e desenvolver este novo produto e divulga-lo através de folhetos nas caixas do correio dos habitantes da cidade, muppies, etc.</p>													
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda, ACOAG												
	<b>Entidades a envolver</b>	Associações culturais e comércio local												
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	#	2012				2013				2014			
	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	∞	
	9													
<b>Legenda:</b> ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro														

<b>10</b>		<b>Águeda non stop</b>	
<i>PRODUTO</i>			
<b>MENSAGEM A TRANSMITIR</b>			
<i>Cidade e concelho com vida e animação permanente. Um espaço de cultura e convívio</i>			
<b>FICHA DE PROJETO</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	●	OE 1. REFORÇAR A VISIBILIDADE E A ATRATIVIDADE DO CONCELHO
		◐	OE2. APOSTAR NA VANGUARDA DA BASE ECONÓMICA LOCAL
		◑	OE3. POTENCIAR E DIFERENCIAR O CAPITAL HUMANO
	<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>  Organizar um evento de carácter macro, inovador, de forma a atrair visitantes e turistas e de incrementar o sentimento de pertença dos residentes, que ofereça um programa original e atrativo e que potencie os vários eventos já existentes – AgitÁgueda, etc.;</li> <li>  Criar um calendário de animação cultural da cidade e do concelho com especial ênfase em épocas de maior concentração de eventos no concelho;</li> <li>  Promover interna e externamente Águeda como palco cultural;</li> <li>  Oferecer atividades diferenciadas para diferentes públicos.</li> </ul>	
<b>Descrição</b>	<p>A atração de visitantes e o estímulo do sentimento de pertença podem ser conjugados em momentos de animação dos espaços urbanos e rurais do concelho. Nestes momentos, os residentes, para além de espectadores, poderão participar como intervenientes ativos (proposta no P8). Propõe-se, tirando partido dos eventos já existentes, criar uma época de animação non stop, com enfoque nos meses de Julho a Setembro, ou Outubro, criando o período Águeda Non Stop</p>		
<b>Atividades</b>	<p>Este projeto envolve:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Estruturação de calendário de animação nos meses de Julho, Agosto e Setembro – arranque no AgitÁgueda (julho), integrando a festa do leitão (setembro) e o gesto orelhudo (outubro) - encerramento;</li> <li>  Criação de grupo de entidades para planeamento e dinamização de atividades permanentes neste período – fins-de-semana com animação, maior densidade de atividades ao longo destes 3 meses;</li> <li>  Estudo da cidade no sentido de identificar os palcos adequados para a realização da animação (conjugação com o P9) e sinalização desses locais de forma simbólica com sinalética – Águeda Non Stop Aqui;</li> <li>  Contactos com entidades e dinamizadores locais ;</li> </ul>		





	<b>Atividades</b>	<p>  Ações de envolvimento local – campanha de voluntários e figurantes com o envolvimento exclusivo da população local (escolas, associações e cidadãos individualmente)</p> <p>  Definição de elementos de merchandising e divulgação do evento – cartazes e outdoors, página web, redes sociais</p> <p>  Divulgação nacional – outdoors nas principais cidades próximas (Porto, Coimbra, Viseu, Aveiro, etc.) e acordos com CP, revistas de turismo e experiências, etc.</p> <p>  Merchandising específico Águeda Non Stop para venda nos locais dos eventos e para ser usada pelo staff de apoio à dinamização das atividades.</p>																																							
	<b>Entidades a executar</b>	Câmara Municipal de Águeda e Associações culturais e desportivas de Águeda																																							
	<b>Entidades a envolver</b>	<p>  População em geral</p> <p>  Escolas</p>																																							
	<b>Horizonte temporal de execução</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">#</th> <th colspan="4">2012</th> <th colspan="4">2013</th> <th colspan="4">2014</th> <th rowspan="2">∞</th> </tr> <tr> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> <th>1ºT</th> <th>2ºT</th> <th>3ºT</th> <th>4ºT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9</td> <td></td> <td style="background-color: #00b050;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #00a0e3;"></td> <td style="background-color: #004a53;"></td> </tr> </tbody> </table> <p>Legenda: ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro</p>	#	2012				2013				2014				∞	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	9												
#	2012				2013				2014				∞																												
	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT																													
9																																									

### 3.3 Calendário

Na Tabela seguinte apresenta-se o calendário de implementação das ações e sub-ações previstas:

**Tabela 3. Calendário das ações e sub-ações do marketing mix.**

#	AÇÕES / SUB-AÇÕES	2012				2013				2014				∞	
		1º T	2º T	3º T	4º T	1º T	2º T	3º T	4º T	1º T	2º T	3º T	4º T		
1	Branding Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho														
2	Gabinete de Comunicação e Divulgação de Águeda														
3	Suportes de Comunicação Digitais de Águeda														
3.1	Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda														
3.2	Guia Móvel para o Concelho de Águeda – aplicação (App) para telemóveis														
3.3	Pontos de Venda Águeda VIVA														
4	Pacotes turísticos Águeda														
5	Programa Águeda Investimento														
5.1	Serviço Águeda <i>Investimento</i>														
5.2	Dossier Águeda Investimento														
6	Programa de Atração de Residentes														
7	Programa de Formação e Qualificação dos recursos humanos														
8	Campanha de Marketing Local														
9	Programa de Dinamização do Comércio Local														
10	Águeda non stop														

Legenda: ■ Arranque ■ Implementação ■ Velocidade Cruzeiro

Fonte: SPI, 2011.



## 4 Pressupostos de comunicação e monitorização de resultados

### 4.1 Introdução

Conforme referenciado ao longo de todo o trabalho, o Plano de Marketing Territorial será bem sucedido se as ações veiculadas forem efetivamente implementadas e se a sua comunicação for assertiva junto do público(s)-alvo. Assim, devem ser utilizados meios de comunicação diversificados, de acordo com os objetivos de atração e respetivos públicos-alvo, que permitam uma **boa publicitação, monitorização e acompanhamento da implementação** do projeto.

Nos pontos seguintes, apresentam-se os **objetivos, público alvo, pressuposto base**, sistematização dos atuais meios de comunicação e propostas de ação para a comunicação e monitorização do plano de marketing de Águeda. Neste último são elencados o público-alvo, ou seja, para quem se quer comunicar (quem?), a mensagem que se quer transmitir (como?) e o conteúdo da mensagem (o quê?).

A **comunicação** contém elementos como a marca gráfica (logótipo), a organização visual, as cores e *layout* das peças gráficas (publicações, publicidades, *website*, relatórios, brochuras, etc.), elementos verbais (*slogans, tags, teasers*), valores, posicionamento, comunicações internas e externas, ambiente de trabalho, atendimento ao público, diferenciação visual dos serviços prestados. Os elementos da marca são apresentados no anexo I ao presente documento

Uma comunicação eficaz torna o território num lugar mais coeso, pois é a partir dela que os utilizadores do território estabelecem um melhor entendimento das prioridades e objetivos das partes interessadas, impulsionando um ambiente onde os cidadãos são informados e convidados a participar nos processos de tomada de decisão. Em suma, o território afirma-se mais atrativo para quem queria nele viver, investir e visitar.

Os pressupostos de comunicação e monitorização apresentados foram desenhados para melhorar a interação entre todas estas entidades, partindo da análise dos métodos de atualmente utilizados pelo município, e propondo alguns métodos que, face aos segmentos apresentados, poderão melhorar o desempenho do território. Importa contudo referir que uma estratégia de comunicação deve ser encarada como um processo contínuo, com necessidade constante de ser revisitado devido à mudança de contexto e dos objetivos que se



queiram ver alcançados. As propostas a seguir apresentadas visam assim melhorar não só a comunicação de Águeda para o exterior, mas também a comunicação interna.

## 4.2 Objetivos específicos dos pressupostos de comunicação e monitorização

- Promover e divulgar o projeto tendo em linha de conta o tipo de atividades e ações a desenvolver com o público-alvo;
- Sensibilizar a opinião pública para o papel do marketing territorial;
- Garantir a atualização de informação, gestão e execução do Plano de Marketing Territorial.

## 4.3 Target (Quem?)

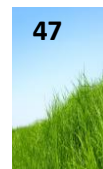
Como público-alvo deste plano de comunicação, distinguem-se dentro dos segmentos apresentados:

- **Públicos prioritários** | pessoas ou entidades com maior afinidade e proximidade com o concelho de Águeda
- **Públicos secundários** | Pessoas ou entidades com pouca ou mesmo sem afinidade com o concelho de Águeda



Dentro dos **Públicos prioritários**, correspondentes aos públicos com maior afinidade e proximidade ao concelho de Águeda, integram-se:

- **Residentes locais** (jovens universitários, população qualificada em idade ativa, população qualificada (agregados familiares), população que valoriza o contacto com a natureza, população idosa)
- **Agentes locais** (associações culturais, IPSS, entre outros)
- **Comunidade escolar**
- **Trabalhadores locais** (mas que não residem no concelho)
- **Investidores/empresários locais**



Dentro dos **Públicos secundários**, correspondentes às pessoas ou entidades com pouca ou mesmo sem afinidade com o concelho de Águeda, integram-se:

- **Residentes na envolvente do concelho**
- **Futuros investidores** (nacional, regional, internacional)
- **Visitantes/turistas de Águeda**
- **Potenciais residentes**
- **Potenciais alunos do ensino superior**

#### 4.4 Princípios base

O *branding* envolve análise de necessidades dos *stakeholders* no sentido de serem asseguradas inter-relações com vantagens competitivas, aumentando assim a atratividade e a competitividade do território e gerando um ciclo virtuoso entre “expectativa, ação e satisfação”. O objetivo é conseguir gradualmente progredir nas quatro fases comportamentais da marca junto do público e que revelam uma maturação da ligação do cliente ao território (notoriedade, familiaridade, confiança e compromisso).

Com base nesta contextualização assumem-se como princípios base os seguintes:

- Utilização seletiva de meios de comunicação, com especial enfoque na web para implementação de uma estratégia de “marketing viral”<sup>1</sup> ;
- Integração da identidade/branding Águeda em todos os eventos e atividades relacionadas com o concelho realizadas dentro e fora dele – familiaridade com a imagem e associação mental direta
- Integração de informação e imagem de marca em plataformas de apoio ao público-alvo, garantindo uma maior acessibilidade à informação;
- Realização de ações de informação (seminários, reuniões, sessões de participação, etc.)
- Implementação de *banners* na net e imprensa, cartazes, placards e outdoors;
- Criação e permanente atualização do website com informação em português, inglês e espanhol – garantia da acessibilidade universal à informação;
- Criação de *layouts* para brochuras e roteiros turísticos – imagem comum;
- Divulgação de informação no boletim municipal, *newsletter* e jornais locais.

<sup>1</sup> Técnicas de marketing que exploram as redes sociais pré-existentes para produzirem aumentos exponenciais do conhecimento de uma marca, com processos similares à extensão de uma epidemia.



#### 4.5 Canais de comunicação de Águeda atualmente utilizados

- **Website da Câmara Municipal de Águeda** - [www.cm-agueada.pt](http://www.cm-agueada.pt)

A Câmara Municipal de Águeda gere e atualiza em permanência o seu website por forma a manter a informação o mais atual possível. No website são apresentados como principais ferramentas de apoio ao residente local:

- **“Serviços online”** que tem por objetivo disponibilizar um conjunto de serviços próprios, com funcionalidades públicas e privadas, e ainda outros serviços de empresas municipais e entidades aderentes a este site;
- **“Newsletter”** de Águeda;
- **Plataforma de apoio à discussão pública** serve para apresentar via *online* os grandes projetos do município e a sua submissão a discussão pública;
- **Águeda SMS** consiste num serviço de comunicação da Câmara Municipal de Águeda que funciona para receber novidades e fazer chegar sugestões, opiniões e reclamações;
- **Sondagem de opinião** surge do processo que a Câmara Municipal de Águeda de Certificação da Qualidade na área da Gestão Urbanística (Licenciamento / Autorização de Obras Particulares e Loteamentos).

Com o intuito de aferir o grau de satisfação e a perceção do munícipe / utilizador relativamente aos serviços prestados pelo GAM (Gabinete de Atendimento ao Munícipe), bem como dos SDPGU (Serviços da Divisão de Planeamento e Gestão Urbanística), a autarquia disponibiliza um pequeno questionário que incide sobre as temáticas referenciadas e, em que a opinião do cidadão é fundamental para que possa introduzir planos de melhoria e correções nos serviços prestados.

Está ainda disponível neste site:

- **GeoPortal** - [geoportal.cm-agueada.pt/](http://geoportal.cm-agueada.pt/)

A câmara municipal de Águeda disponibiliza um espaço de conteúdos geográficos desenvolvido por uma equipa da Divisão de Tecnologias de Informação, da Câmara Municipal. Este Portal assenta em software livre e de código aberto, sendo um ponto



de disponibilização de conteúdos, notícias, informação geográfica, mapas e ainda serviços de caráter geoespacial.

o **Boletim Municipal**

Atualmente Águeda apresenta três boletins municipais online – boletim 03, boletim dezembro 2008 e boletim abril 2009.

• **Website Águeda TV – [www.ageda.tv/](http://www.ageda.tv/)**



O Águeda TV é um canal corporativo e *web TV* da Câmara Municipal de Águeda. Neste canal é possível assistir e participar em sessões da assembleia municipal em sistema de vídeo-conferência ou mesmo através do e-mail. É possível ainda, através desta ferramenta, navegar no arquivo nas temáticas da ação social, agenda, ambiente, cultura, desenvolvimento económico, desporto, educação, local, obras municipais e turismo.

Com sites individuais integrados no site do município:

• **Website da Agenda 21 Local de Águeda – [ageda21.wordpress.com](http://ageda21.wordpress.com)**



Iniciativa promovida pela Câmara Municipal de Águeda para fazer do concelho um exemplo a nível ambiental, social e económico, construindo um município mais justo, com uma melhor qualidade de vida para todos e que assume as suas responsabilidades pelo ambiente global.

• **Website Parcerias para a regeneração urbana de Águeda - [www.cm-ageda.pt/pru](http://www.cm-ageda.pt/pru)**



Neste *website* dá-se conta do estado do processo de regeneração urbana da cidade de Águeda. Os projetos têm componentes materiais e imateriais, sendo que neste último os munícipes são convidados a participar de forma direta nos seminários que têm sido dinamizados pela autarquia no sentido de trazer para o debate novas ideias, exemplos e perspetivas.

• **Website N’Trilhos - [cmantrilhos.weebly.com/](http://cmantrilhos.weebly.com/)**





O N’Trilhos é um projeto alargado que a autarquia de Águeda está a desenvolver no âmbito das temáticas turística, ambiental, social e cultural. Os trilhos levam os visitantes pelas veredas e caminhos que se desenvolvem nos lugares, aldeias, vilas e cidade do concelho de Águeda.

- **Press Releases**

O município envia uma variedade de *press releases* para os meios de comunicação locais (ex.: Jornal da Região de Águeda; Jornal Soberania do Povo; Jornal da Bairrada; Jornal Região Bairradina; Diário de Aveiro; Rádio Soberania; Rádio Botaréu) mantendo-os informados com notícias atuais.

- **Website Águeda Viva** - [www.aguedaviva.com/](http://www.aguedaviva.com/)

Fornece notícias do concelho de Águeda, um diretório de empresas locais, agenda cultural e uma caracterização geral da cidade e das freguesias em áreas como história, instituições e personalidades.

- **Wikipédia**

Águeda encontra-se no wikipédia com a apresentação dos seguintes elementos: freguesias, geografia física e economia, história, demografia, património, tradições, artes (música, teatro e artes plásticas), gastronomia, feriado municipal, geminações e referências.

- **Website Turismo do Centro** – [www.turismodocentro.pt/](http://www.turismodocentro.pt/)

Neste *website*, o concelho de Águeda tem para oferecer ao visitante, juntamente com os concelhos de Aveiro e Oliveira do Bairro, a Pateira de Fermentelos (produtos natureza – áreas classificadas). A Pateira de Fermentelos encontra-se nas subpáginas “O que fazer” e “O que visitar”, sendo a mesma informação disponibilizadas em ambas as subpáginas. Águeda aparece ainda no menu onde ficar, com referência a 6 unidades de alojamento. Nos guia dos percursos turísticos ([www.turismodocentro.pt/pt/?op=ofertas&tema=5&categoria=34](http://www.turismodocentro.pt/pt/?op=ofertas&tema=5&categoria=34)) não existe qualquer menção aos percursos pedestres de Águeda. O mesmo acontece nas ofertas de “praias fluviais”; *birdwatching*; percursos BTT na qual não existe qualquer produto de Águeda.





## 4.6 Ações de comunicação a empreender em contínuo

As ações de comunicação apresentadas integram três objetivos distintos:

### 1º Divulgar a existência do Plano de Marketing Territorial do Concelho de Águeda:

- Apresentar o projeto aos órgãos de comunicação social;
- Realizar ações de apresentação do projeto à comunidade aguedense.

### 2º Reformular os meios de comunicação atualmente utilizados pelo município:

- Identificar áreas no website da autarquia que necessitam de ser atualizadas;
- Acrescentar na wikipédia os principais websites de Águeda;
- Organizar os projetos de participação pública (SMS Águeda; plataforma de apoio à discussão pública; sondagem de opinião; Agenda 21 Local) e adicionar a subpágina “serviços de apoio à participação pública” ao *website* da autarquia;
- Atualizar informação no website Turismo do Centro: adicionar os percursos pedestres de Águeda no Guia dos Percursos Pedestres; colocar informação sobre atividades que se podem praticar na Pateira de Fermentelos; colocar informação sobre as praias fluviais (não oficiais) de Águeda;
- Criar web site Águeda (ver anexo III) e atualizar os website existentes fazendo coincidir a informação disponível;
- Demonstrar ao cidadão as vantagens da Iniciativa Gestão Financeira – Pela Transparência (introdução da contabilidade analítica, do *balanced score card* e a utilização da Plataforma de contratação Pública) divulgando a percentagem ou número de recursos poupados e testemunhos de cidadãos para aferir a eficiência da capacidade de resposta da autarquia;
- Solucionar os problemas da Plataforma de Apoio à Discussão Pública (não se encontra em funcionamento) e posteriormente a sua divulgação;
- Melhorar divulgação dos serviços “*online*” - enviar mensagens aos residentes locais através do Águeda SMS com informação sobre o tipo de serviços *online* que o município pode usufruir;
- Publicitar os resultados do projeto “Autorizações e outros documentos na Hora”;
- Criar uma sub-página no *website* da autarquia com os projetos relacionados com o tema da Inovação Aberta - Lightning Living Lab (na área da utilização da *smart energy*); Águeda Living Lab (na área da participação pública)



### 3º Comunicar e monitorizar os projetos do Plano de Marketing Territorial do Concelho de Águeda.

Com base no plano e ação de marketing e no reforço de Águeda como uma referência interna e externa sugere-se as seguintes ações de comunicação, designadas por destinatários (quem), meios/suportes (como) e modelo de implementação (o quê):

Quem?	Como?	O quê?
residentes, investidores, visitantes	Website	Organizar a informação pelos seguintes macro segmentos alvo: residentes, investidores, visitantes
Investidores (compradores)	Pontos de venda / stand	Organizar e divulgar os produtos made in Águeda
residentes, investidores, visitantes	Publicitar o <i>website</i> no <i>YouTube, Facebook, Flickr, LinkedIn, wikipédia</i>	Encorajar a geração de conteúdos pelos utilizadores
residentes, investidores, visitantes	Atualização do website	Trimestralmente
residentes, investidores, visitantes	Website	Versão em língua inglesa
residentes, investidores, visitantes	Brochuras bilingue	Organizar a informação pelos seguintes macro segmentos alvo: residentes, investidores, visitantes
Visitantes/turistas, investidores	Press realeses	Enviar para a comunicação social <i>press releases</i> nas áreas chave - Inovação Aberta; Eficiência Energética; entre outras
ESTGA	Concurso de ideias	Desenvolver aplicação (App.)
Turistas/visitantes	Disponibilizar uma plataforma para descarregar a aplicação para telemóveis	A plataforma deverá conter a explicação da aplicação; enquadramento do projeto; <i>download</i> da aplicação; contactos; equipa
Turistas e residentes	Criar roteiros turísticos para diferentes públicos alvo	Organizar a informação turística
Turista/visitantes, residentes	Webiste Turismo do Centro	Promover os roteiros turísticos desenvolvidos
Turista/visitantes, residentes	Sinalética	Coerente com os roteiros turísticos
Turista/visitantes, residentes	Website Viver, Investir e Visitar Águeda	Colocar a informação das rotas turísticas
Associações locais	Reuniões	Promover um bom funcionamento das rotas turísticas
Residentes, visitantes/turistas	Calendário de atividades na Serra do Caramulo	Percursos pedestres, BTT, entre outras
Residentes, visitantes/turistas	Calendário de atividades trimestral para a Pateira de Fermentelos	Percursos pedestres, percursos fluviais, entre outras
Associações locais	Reuniões	Dinamizar atividades contínuas de desporto ao ar livre para a



		população residente
Empresários locais e futuros investidores	Sessões de participação	Promover Águeda como exemplar nos serviços públicos de apoio ao empresário
Empresários locais e futuros investidores	Mailing em papel e eletrónico ou SMS	Estabelecer regularmente contactos com os investidores e empresários locais
Empresários locais e futuros investidores	Website Viver, Investir e Visitar Águeda	Fornecer no website VIVA informação atualizada sobre os projetos de cooperação (RunUP, RICÁgueda) e os resultados gerados
Investidores	Participação em conferências e seminários	6 conferências por ano
Investidores	Distribuir <i>press releases</i> sobre processos de investimento bem sucedidos	2 <i>press releases</i> por ano
Proprietários de habitação e imobiliárias	Realizar reuniões com os agentes responsáveis pelo setor da habitação	Criar uma base de dados com oferta de imóveis para estudantes, famílias, pessoas ativas solteiras, séniores
Residentes locais e potenciais residentes	Website Viver, Investir e Visitar Águeda	Comunicar através do <i>website</i> a existência de um recurso humano afeto ao projeto bolsa de captação de residentes
ESTGA	Sessões de apresentação	Realizar anualmente sessões de apresentação da ESTGA às escolas e empresas locais
Residentes	Formato Outdoor	Encorajar os residentes a comprar no comércio local
Residentes	Realizar um evento cultural	Através de entrevistas à população
Agentes culturais	Realização de sessões de participação	Concertação de agendas culturais
Residentes, turistas e investidores	Realização de questionário (colocá-lo online e nos estabelecimentos comerciais)	Aferir as preferências e necessidades dos clientes do comércio local
Comerciantes locais	Workshops	Qualificar os serviços –atendimento e animação do comércio local
Residentes, turistas e investidores	Brochura	Mostrar os serviços e produtos que cada estabelecimentos oferece
Residentes, turistas e investidores	Página online	Mostrar os produtos, serviços e a localização do comércio local
Residentes, turistas e investidores	Merchandising	Campanha de distribuição de canetas, canecas, porta-chaves, <i>t-shirts</i> com o logótipo do comércio local



## 5 Anexos

### 5.1 ANEXO I. P1. *Branding* Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho – Logótipo, Manual de Identidade, Elementos de Merchandising, Layout comum

Ver Documento [AnexoI.Branding](#).

### 5.2 ANEXO II. P1. *Branding* Águeda: criar uma imagem comum para a comunicação do Concelho –Brochura

Ver Documento [AnexoII\\_Brochura\\_D5](#).

### 5.3 ANEXO III. P3.1. Website VIVA – Viver, Investir e Visitar Águeda – Conteúdos e layout

Ver Documentos: [AnexoIII\\_ConteudosWebsite\\_D5](#) e [AnexoIII\\_Layout\\_Website\\_D5](#)

### 5.4 ANEXO IV. P4. Pacotes turísticos Águeda – Conteúdos

Ver Documento [AnexoIV\\_Conteudos\\_PacotesTuristicos\\_D5](#)



