

## António Paraíso\*

### 5 Passos para Dinamizar o seu Negócio

O mundo está turbulento e passa momentos difíceis. Os negócios enfrentam tempos de incerteza. Os empresários de grandes, médias ou pequenas empresas, da indústria, comércio e serviços, seja em pequenos ou em grandes centros urbanos, estão confusos e preocupados perante novos problemas, que antes não tinham enfrentado.

A crise é como a escuridão. Limita a capacidade de mudar e deixa-nos confusos, parados, sem saber o que fazer com o nosso negócio. Mas uma coisa é certa. Se não está bem, é preciso mudar.

Nesta intervenção, António Paraíso explicará um pequeno plano em 5 passos para o empresário ou gestor fazer reflexão sobre a atividade do seu negócio e aponta 5 factores que podem ajudar a descobrir ideias de mudança na empresa, para enfrentar e vencer tempos difíceis e melhorar o seu desempenho.

\* Especialista em Marketing, Luxo, Vendas, Internacionalização e Inovação.



## José Marques da Silva\*

### O que o Marketing Territorial poderá fazer pela competitividade da Figueira da Foz?

O marketing territorial é um processo de promoção do território, cujo objetivo fundamental o desenvolvimento local, mobilizando recursos e tirando partido das vantagens comparativas desse território, por forma a potenciar a sua afirmação e o desenvolvimento socioeconómico. As suas origens remontam aos 80 e os primeiros estudos sugeriram como o resultado da necessidade de planear estrategicamente o crescimento e afirmação das cidades e dos territórios.

As cidades e os territórios passaram assim a ser entendidas, pensadas, geridas, promovidas e vendidas como marcas, competindo entre si, a uma escala cada vez mais global, pela sua quota de consumidores, turistas, empresas, investimento, capital, respeito, atenção, reconhecimento e notoriedade.

Tal como as empresas, ou os produtos, as cidades com uma marca forte, têm uma maior facilidade em posicionar a sua oferta de valor ou “vender” os seus produtos e serviços, bem como em atrair pessoas e captar investimento.

Neste contexto o papel das autarquias, enquanto gestores do território e, não raras vezes, de intermediários entre os potenciais investidores e os vários serviços autárquicos, assume uma relevância fundamental. O nível autárquico é seguramente um nível adequado para se potenciarem as vantagens do marketing territorial, seja na definição da sua imagem e visão, na promoção da sua marca ou procurando captar a atenção (positiva) no meio da crescente competição internacional.

A intervenção pretende avaliar os principais fatores críticos de sucesso na promoção territorial da Figueira da Foz e verificar se existem condições para que esta cidade se afirme como cidade competitiva, nomeadamente no contexto da região Centro, no país e nas regiões europeias.

\* Especialista em Competitividade Territorial, Estratégia e Internacionalização. Managing Partner da Strategy XXI

