

# **Plano estratégico de dinamização económica e social do Mercado Municipal da Ribeira Grande**

Trabalho de Projeto

Rafaela Seabra Teixeira

Mestrado em

**Gestão de Empresas (MBA)**



# **Plano estratégico de dinamização económica e social do Mercado Municipal da Ribeira Grande**

Trabalho de Projeto

Rafaela Seabra Teixeira

## **Orientadores**

Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Teresa Pinheiro de Melo Borges Tiago  
Professor Doutor João Pedro Almeida Couto

Trabalho de projeto submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas (MBA)



Uma decisão constitui uma escolha. Para o gestor, seja ele público ou privado, o maior desafio não reside na execução da decisão tomada, mas na coragem de deixar para trás todas as outras possibilidades. Nesse contexto, é imperativo dotar os decisores de mecanismos eficazes que sustentem a tomada de decisões informadas, assegurando transparência, estabilidade e coerência nas opções adotadas em prol do interesse coletivo.

## RESUMO

Este projeto de mestrado visa a elaboração de um Plano Estratégico de Dinamização Económica e Social para o Mercado Municipal da Ribeira Grandelocalizado na ilha de São Miguel, nos Açores. O objetivo principal é revitalizar e fortalecer este mercado, um ponto central da economia local, promovendo o desenvolvimento económico da região e o aumento do seu impacto social na comunidade.

A proposta deste plano abrange diversas estratégias comerciais, financeiras e operacionais, com ênfase na promoção de produtos locais e tradicionais, que são essenciais para a identidade da Ribeira Grande e dos Açores. O mercado, além de ser um centro de comércio de produtos típicos, é também uma plataforma para o turismo, sendo fundamental para atrair visitantes e impulsionar a economia local.

A análise macroeconómica e microeconómica realizada ao longo do trabalho leva em consideração os desafios e oportunidades do mercado, como as políticas públicas, a evolução do turismo e a crescente procura por produtos locais. O plano propõe um conjunto de ações para a dinamização económica local, através da melhoria da gestão do mercado, do fortalecimento da relação entre produtores locais e consumidores, e da organização de eventos que promovam a cultura açoriana.

Através da implementação de novas tecnologias, estratégias de marketing e a consideração de modelos de gestão pública ou privada, este plano procura garantir a sustentabilidade financeira e o sucesso a longo prazo do Mercado Municipal da Ribeira Grande. O projeto propõe também a criação de um ambiente inclusivo e dinâmico, que beneficie tanto os residentes como os visitantes, reforçando a importância do mercado como um motor de crescimento económico e cultural para a região.

**Palavras-chave:** Mercado Municipal da Ribeira Grande; estratégia; turismo; produtos locais e tradicionais; dinamização económica local

## ABSTRACT

This project aims to develop a Strategic Plan for Economic and Social Revitalization of the Ribeira Grande Municipal Market, hereinafter referred to as MMRG, located on São Miguel Island, in the Azores. The main objective is to revitalize and strengthen this market a central hub of the local economy by promoting regional economic development and enhancing its social impact within the community.

The proposed plan encompasses a variety of commercial, financial, and operational strategies, with a strong emphasis on promoting local and traditional products, which are essential to the identity of Ribeira Grande and the Azores. In addition to being a center for the sale of typical regional products, the market also serves as a platform for tourism, playing a key role in attracting visitors and boosting the local economy.

The macroeconomic and microeconomic analysis conducted throughout the project considers the challenges and opportunities of the market, such as public policies, the evolution of tourism, and the growing demand for local products. The plan proposes a set of actions to foster local economic activity, including improved market management, stronger connections between local producers and consumers, and the organization of events that promote Azorean culture.

Through the implementation of new technologies, marketing strategies, and consideration of both public and private management models, this plan seeks to ensure the financial sustainability and long-term success of the MMRG. The project also aims to create an inclusive and dynamic environment that benefits both residents and visitors, reinforcing the market's role as a driver of economic and cultural growth for the region.

**Keywords:** Ribeira Grande Municipal Market; strategy; tourism; local and traditional products; local economic revitalization

## AGRADECIMENTOS

À Professora Doutora Maria Teresa Pinheiro de Melo Borges Tiago, por ter aceite ser minha orientadora, pela confiança e interesse, e sobretudo pelo apoio, que desde sempre demonstrou pelo meu trabalho.

Ao Doutor João Pedro Almeida Couto, por ter aceite ser meu co-orientador e por todos os ensinamentos na gestão estratégica.

A ambos, muito obrigada, por terem aceitado orientar a minha tese e por terem compreendido as minhas ausências.

À minha mãe, Milú, que sempre me apoiou e ajudou em todos os momentos da minha vida. E por tudo o que me proporcionou até hoje.

À minha irmã, Cati, porque sempre me ajudou e apoiou em todas as minhas decisões e por ser a minha melhor amiga.

Aos meus sogros, Luísa e Carlos, por todo o apoio que me deram na conciliação desta fase académica com a gestão familiar e pessoal.

Ao Francisco, meu marido, amigo e companheiro de vinte anos, por todo o apoio que me deu na decisão de começar o MBA e na elaboração deste trabalho, e principalmente por acreditar em mim e dar-me força para não desistir.

Ao meu filho, Afonso, pela sua compreensão nos momentos inevitáveis de ausência, quer na fase das aulas, quer agora na elaboração deste projeto.

Obrigada a todos os que se cruzaram comigo nesta caminhada, professores, colegas, amigos!

Obrigada!

## ÍNDICE

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| RESUMO .....                                                                                        | i   |
| ABSTRACT .....                                                                                      | ii  |
| AGRADECIMENTOS .....                                                                                | iii |
| ÍNDICE.....                                                                                         | iv  |
| ÍNDICE DE TABELAS .....                                                                             | vi  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                                                             | vii |
| INTRODUÇÃO.....                                                                                     | 1   |
| CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....                                                            | 6   |
| 1.1 Plano estratégico, com especial enfoque no plano de negócios - Conceito e Características ..... | 8   |
| 1.2 Identificação e caracterização do potencial de mercado.....                                     | 10  |
| 1.3 Competitividade.....                                                                            | 14  |
| 1.4 Gestão Estratégica.....                                                                         | 16  |
| 1.5 Concessão do direito de exploração.....                                                         | 19  |
| CAPÍTULO II – BENCHMARKING / ANÁLISE COMPETITIVA.....                                               | 20  |
| 2.1 Objetivos da elaboração de benchmarking .....                                                   | 21  |
| 2.2 Análise Competitiva - Cinco Forças Competitivas de Porter .....                                 | 25  |
| 2.3 Análise Macroeconómica.....                                                                     | 28  |
| 2.4. Análise Microeconómica .....                                                                   | 29  |
| 2.5 Outras Ferramentas de Análise .....                                                             | 31  |
| 2.5.1 Análise PESTAL .....                                                                          | 31  |
| 2.5.2. Análise SWOT.....                                                                            | 34  |
| CAPÍTULO III – MODELO DE CONCESSÃO DO DIREITO DE EXPLORAÇÃO DO ESPAÇO A PRIVADOS .....              | 38  |
| 3.1 Principais Modelos de Parceria.....                                                             | 38  |
| 3.2 Programa tipo de procedimento – Concessão.....                                                  | 40  |
| 3.3 Caderno de Encargos Tipo.....                                                                   | 41  |
| 3.4 Concessão a privados vs Gestão Pública .....                                                    | 42  |
| CAPÍTULO IV – PLANO ESTRATÉGICO DE EXPLORAÇÃO PÚBLICA DO MMGR .....                                 | 45  |
| 4.1. Estratégia Comercial.....                                                                      | 47  |
| 4.2 Estratégia Financeira.....                                                                      | 48  |
| 4.3 Estratégia Operacional .....                                                                    | 49  |
| CONCLUSÕES .....                                                                                    | 53  |

|                    |    |
|--------------------|----|
| BIBLIOGRAFIA ..... | 58 |
|--------------------|----|