

GT04 - Desenvolvimento Econômico

Participantes:

Sergio Guarino (Coordenador), Cleveland M. Jones, Dalva de Oliveira Ribeiro, Eduardo Dias, Eduardo Laurière Qüentel, Gastão Reis, Helio Altenfelder Werneck de Carvalho, Marcelo Soares, Marcio Campos, Marcio Fernandes, Rafael Corrêa, Roberto Rocha Passos, Silvia Guédon.

Sub-temas

Imagem

Vocações econômicas

Geração de empregos e renda

Ensino médio e profissionalizante

Pesquisa e Desenvolvimento

Entrevistados:

Samir el Ghaoui, Presidente do Petrópolis Convention & Visitors Bureau.

Release do GT04

O GT04 focou seu trabalho no Desenvolvimento Econômico da cidade de Petrópolis. Neste sentido, a visão política se tornou o centro do nosso estudo, não só pela dependência do lado econômico, permanentemente atrelado às decisões políticas, mas também pela observância, ou não, das diretrizes políticas traçadas ao longo de diversos governos.

Decisões políticas, por vezes desastrosas, levam governos a comprometer o bom desempenho da economia, principalmente no âmbito Municipal.

Não nos cabe aqui avaliar decisões tomadas e praticadas, como acertadas ou não. Assim como não nos cabe avaliar governos e políticos. Nossa avaliação é de cunho técnico, e puramente técnica, cabendo aos políticos avaliar a sua aplicabilidade conforme os interesses da população e das suas respectivas demandas.

Petrópolis, como o Estado do Rio de Janeiro em seu todo, vem, há dezenas de anos, sofrendo com a acentuada redução dos investimentos públicos e das diversas políticas econômicas desencontradas, tanto por parte do governo Estadual como do Federal.

O esvaziamento provocado por esta política levou, nos últimos anos, à redução dos investimentos privados, que se fez notar com a fuga de empresas de pequeno, médio e grande porte, gerando desemprego e uma saída significativa de mão de obra qualificada, que se deslocou para os grandes centros e para outros estados.

Nossas pesquisas se basearam em relatórios técnicos elaborados pela FIRJAN, pela Prefeitura Municipal de Petrópolis (PMP) e principalmente nas reuniões com empresários com quem convivemos em função das atividades profissionais dos integrantes deste grupo.

Estes empresários confirmam e se ressentem do desinvestimento estatal na infraestrutura e da carga tributária, como fatores determinantes das dificuldades financeiras das

empresas locais, principalmente nos últimos anos, quando a recessão, no plano nacional, se aprofundou.

A qualidade das vias de acesso, das comunicações e o lento trânsito urbano contribuíram em muito para agravar a recuperação econômica de curto prazo, dando uma clara visão de certo isolamento de nossa região, que vem perdendo substância econômico-financeira.

O contato e as reuniões com os demais GTs nos demonstraram, de igual forma, as dificuldades e a precariedade dos serviços que o município proporciona à população.

Desta forma, o nosso trabalho teve como base e principal foco a avaliação das necessidades que o sistema produtivo demanda para retomar o crescimento e, em segundo lugar, mas nem assim como segunda prioridade, a fundamental mudança de postura do poder público quanto à definição clara e, sobretudo, ao comprometimento nos Investimentos facilitadores da produção e nos controles rigorosos dos custos da Administração Pública.

Partimos do princípio básico de que a geração de recursos para a Administração Pública de Petrópolis provém basicamente dos impostos e taxas recolhidos das empresas e dos proprietários de imóveis (ISS e IPTU), sendo estes impostos os de retorno direto para o caixa da administração pública.

Todavia, o que se observa, ao longo dos anos, é a concessão direta ou indireta de incentivos fiscais e/ou de não cobrança das taxas para determinados setores produtivos e/ou sociais, ocasionando um déficit nem sempre proporcional ao benefício concedido, mas com resultados positivos em certos setores e regiões-alvo.

Um município progressista e produtivo necessita da contribuição de cada um dos seus habitantes, que necessariamente devem arcar com o lado financeiro necessário.

Também foi observado que na visão de muitos empresários e analistas, o turismo é o caminho mais curto, direto e barato para alavancar os negócios no município. Para o turismo, a marca Petrópolis é importante, e sempre foi forte, apesar das deficiências do município no que tange lixo, limpeza, segurança, trânsito (especialmente em Itaipava), etc.

Infelizmente, Petrópolis nem se vende como destino turístico em grandes eventos e feiras fora da cidade. Petrópolis também tem um foco muito restrito a poucas atrações, especialmente focadas no Centro Histórico, como visitação a museus ou cervejarias.

A questão de se ter um calendário de eventos em Petrópolis que apoie diversos setores sem sobrepor eventos e causar congestionamento de datas é entendida como sendo primordial. A integração dos calendários de Petrópolis, Teresópolis e Nova Friburgo aponta para uma possível solução para os problemas enfrentados pelo setor em Petrópolis, assim como nos outros municípios.

Por outro lado, os empresários, especialmente do setor de turismo, sentem que suas demandas levadas à PMP não são adequadamente atendidas ou respondidas. Há divergência de interesses, pois a PMP tem objetivos específicos para eventos populares.

Também existe uma divergência no discurso do setor privado e público, quando, por exemplo, a PMP tem um discurso que alega que os hotéis em Petrópolis comumente vivem com 100% de lotação, quando os empresários do setor explicam que a taxa média de ocupação é mais próxima de 34-42% (no mês).

Os próprios números da PMP de 2 milhões de visitantes (turistas) em Petrópolis em 2018, não são vistos pelos empresários do setor de turismo como dados qualificados, e não representam ganhos para Petrópolis, como poderia ser. Só o Museu Imperial representa 500 mil desses visitantes, com pouco gasto no município.

Quanto aos grandes eventos realizados no Parque de Itaipava, a maioria não favorece o setor de turismo no município, dadas as consequências negativas, como ameaças à segurança, sofridas pelo setor de turismo (custos adicionais com segurança particular, etc.). Está claro que um tipo diferente de eventos pode favorecer muito mais o setor de turismo, como congressos de negócios, que geram ocupação durante a semana, não só nos finais de semana.

Fundamentalmente, Petrópolis precisa pensar sua gestão de eventos e seu calendário através de uma integração entre mobilidade, infraestrutura de eventos e calendário adequado.

Panorama geral de Petrópolis

O Município de Petrópolis está localizado dentro da região considerada como o Grande Rio, recebendo os benefícios e sofrendo com as mazelas deste grande centro urbano. Gozando de uma imagem de cidade segura, de clima ameno, de custo de vida menor que muitos bairros da cidade do Rio de Janeiro, ela atrai investidores voltados para a área turística.

O setor turístico, contribuindo com cerca de 5% do PIB municipal, o dobro do que ocorre com o percentual nacional, desponta assim como fator de peso para o desenvolvimento da região. Todavia, a degradação da infraestrutura física da cidade é um dos fatores que, ao longo dos anos, vem contribuindo para seu menor aproveitamento turístico. Em especial, ao se comparar seu aproveitamento com o das cidades semelhantes que tem neste segmento o seu sucesso econômico, como Gramado (RS) e Campos do Jordão (SP).

Atualmente, os distritos são grandes geradores de serviços e recolhimento de impostos e taxas, com um ponto positivo fundamental, o de não gerar ocupação desordenada e intensiva do solo.

Quanto ao desenvolvimento econômico proveniente das atividades industriais, ponto altamente positivo no século passado, e até meados dos anos 2000, quando a diversificação de suas atividades declinou de forma preocupante, em especial nessa última década, este segmento também sofreu.

Independentemente dos problemas enfrentados pela economia nacional e principalmente pela falência do governo estadual, notamos na nossa região uma situação extremamente difícil, pela falta de ações objetivas para sua recuperação e crescimento.

A seguir, são oferecidas algumas informações estatísticas sobre Petrópolis, para contextualização da situação do município, em âmbito nacional e com relação à evolução temporal:

- População estimada para 2019: 306.191 pessoas;
- Salário médio mensal em 2019: aproximadamente 2,3 salários mínimos (R\$ 2.295,40). No Brasil, Petrópolis situa-se em 905º lugar; no estado do Rio de Janeiro, em 19º lugar;
- Pessoal ocupado: 83.574 pessoas (27,29% da população);
- População com rendimento nominal mensal per capita de até ½ salário mínimo: 93.965 pessoas, ou seja, 30,7% (30,6% em 2010);
- PIB per capita: R\$ 42.564,47;
- População economicamente ativa (entre 20 e 60 anos): aproximadamente 170.000 pessoas;

- Nível de emprego formal: aproximadamente 63.060 postos;
- Em maio: admissões - 554, demissões - 1.493, ou seja, perda líquida de 939 postos;
- No período da pandemia do COVID-19, a partir de março, o município perdeu 4.643 postos de trabalho.

Dados sobre o contexto econômico estadual e nacional:

- Com a pandemia do COVID-19, o estado do Rio de Janeiro perdeu 125.154 vagas de empregos formais, entre janeiro e abril;
- O Brasil, somente em abril, perdeu 860.503 postos de trabalho;
- Salário médio real de admissão, em abril: R\$ 1.814,62.

Com as medidas restritivas impostas pela propagação do COVID-19, desde 16 de março de 2020 houve uma série de medidas que resultaram no colapso da economia, e a partir de maio, suas consequências começaram a ser sentidas, como a perda de postos de trabalho, inchamento do atendimento de saúde em todos os níveis, e a falta de rumo do governo municipal. A partir da segunda quinzena de maio, notou-se um descontentamento da população, em especial dos trabalhadores do município.

Organização dos subtemas pelo GT04

Os subtemas propostos para o GT05 foram estabelecidos na metodologia que o IPGPar apresentou no início do ano. Todavia, o GT04 focou nos aspectos que mais se destacaram como áreas fundamentais para a economia da região, sendo os subtemas automaticamente contemplados pela solução maior: Fundamental ressaltar que este estudo não aprofunda suas observações e as propostas que recomenda, pois o assunto requer mais tempo e dedicação, além do escopo do PEP20.

Imagem

Colaboração de Eduardo Laurière Qüentel*

“Turning Petrópolis into Magnetic Brand and Profitable Business”

A proposta resulta de um seminário que propõe rever experiências de sucesso em projetos de construção de marcas geográficas. O seminário buscou apresentar as melhores práticas para que Petrópolis desenvolva uma marca geográfica forte, que permita, mais eficientemente, atrair investimento e turistas. O seminário buscou focar o setor público e a iniciativa privada, incluindo grupos hoteleiros, shoppings, indústria imobiliária, transporte, agências culturais e outras que dependem fortemente da Marca Petrópolis para alavancar vendas (*place of origin effect*). Os temas das sessões envolvem:

Marketing Estratégico de Lugares: desafios, oportunidades e cases de sucesso

- Adicionar valor através da Marca;
- Cidades, Comunidades, Estados e Países como Marcas;
- Marketing Estratégico de Cidades;
- A abrangência e públicos-alvo do Marketing de Cidades;
- Promoção do destino Petrópolis e gestão da imagem;
- O Marketing de Petrópolis e o desafio do crescimento econômico;
- Algumas histórias de sucesso.

Marca Cidades – Um Modelo Conceitual

As variáveis das Marcas Cidades e o seu agrupamento;

A gestão das variáveis ao nível do produto e da comunicação perante o objetivo de atingir o posicionamento de Marca desejado;

A complexidade do processo de gestão de Marcas Cidades e a envolvimento dos diferentes stakeholders no mesmo.

Fatores críticos para o sucesso de uma Cidade como Marca

O que são e o que não são as Marcas Geográficas;

Qual a diferença entre Marcas de Consumo e Marcas Geográficas;

O que é essencial para construir uma Marca Geográfica de sucesso – mesmo com baixo orçamento;

Alguns mitos e armadilhas sobre Marcas Geográficas;

Que ensinamentos podemos retirar do exemplo de outros destinos.

A Relevância da Marca está no seu Discurso!

Como evitar uma marca “tapa buracos”;

Escolher o discurso que diferencia a cidade;

Utilizar o discurso que diferencia a cidade.

Desenvolver mensagens – chave para todos os embaixadores da marca e formatadas para cada mercado – alvo;

Adaptar as palavras-chave consoante o contexto e as diferentes circunstâncias.

Visão da comunidade empresarial para a Petrópolis

Marketing de Lugar - Como a gestão da marca Petrópolis pode contribuir para o desenvolvimento sustentável

A cidade de Petrópolis é certamente o maior ícone do Brasil Império, palco de um importante período da história do Brasil;

Petrópolis, como moradia da família real, trouxe influências ao estilo de vida e está presente em todas as principais atrações culturais da cidade;

Além do patrimônio histórico, Petrópolis possui um clima serrano ameno e uma beleza natural exuberante com suas montanhas e vegetações;

Devido às características de sua colonização, Petrópolis possui uma gastronomia requintada sendo reconhecida como o 5º. Maior polo gastronômico do Brasil;

Porém como toda cidade metropolitana, o crescimento desordenado da população urbana, as desigualdades sociais e a degradação ambiental representam grandes desafios para as lideranças políticas locais.

Um lugar pode ser uma marca?

Todos os lugares podem ser uma marca. Alguns são promovidos estrategicamente, outros incidentalmente. Todos os lugares são marcas: Paris é romance, Milão é estilo, Nova York é energia. As percepções que temos de alguns lugares muitas vezes se baseiam em clichês desatualizados. Mesmo assim, têm impacto na decisão de visitar o lugar, comprar seus produtos, fazer negócios ou mesmo de se mudar para lá.

Gestão da Marca Petrópolis - Desafio

Construir e desenvolver a marca Petrópolis a partir de um programa estruturado de Marketing de Lugar, que conte com a participação do governo, empresários, instituições de ensino, comunidades e meios de comunicação. Além disso, conquistar a cooperação e a fidelidade dos cidadãos do lugar, atrair turistas e investimentos e conquistar novos mercados.

Quem são os stakeholders de um lugar?

Governo (Municipal, Estadual e Federal)

Setor Privado (Grandes, pequenas e médias indústria e serviços)

Instituições de Interesse Público (Associações de Classes, ONGs, Institutos, Fundações, etc.)

Públicos Estratégicos (Cidadãos do Lugar, Turistas, Consumidores, Investidores, Empresários)

“A marca Petrópolis é um ativo que pode contribuir para o desenvolvimento sustentável”

Gestão da Marca Petrópolis - Objetivos

A verdadeira estratégia da marca Petrópolis deve objetivar:

Conquistar a cooperação e a fidelidade dos cidadãos da região e da cidade de Petrópolis

Transformar “céticos desinformados” em “crédulos bem-informados”;

Promover a recomposição dos valores coletivos (cidadania);

Trabalhar o senso de pertencimento do cidadão e transformá-lo em “Guardião da Cidade”.

Atrair turistas

Definir claramente o que deseja vender e para quem;

Identificar e compreender os valores que os turistas buscam (emocionais e funcionais);

Desenvolver estratégias competitivas;

Articular para desenvolver novas atrações e sediar grandes eventos.

Atrair empresas industriais e comerciais – investimentos em geral

Entender como as empresas selecionam os locais em que pretendem investir;

Incentivos Fiscais embora tenham um importante papel na escolha de um lugar, raramente são determinantes;

A proximidade de mercados consumidores e fornecedores, mão-de-obra qualificada e confiança na administração são provavelmente os aspectos mais cruciais na tomada de decisão.

Manter os atuais e conquistar novos mercados para os produtos da região e da cidade de Petrópolis

Promover a formação de clusters de excelência que incentivam a produtividade e favorecem a inovação;

Desenvolver e planejar os locais (e a imagem) para que atraiam os setores-alvo desde o início;

Apoiar o empreendedorismo, estimulando uma atitude de transformação, o talento criativo e facilitando a adoção de novas tecnologias.

Procurar novas oportunidades de mercado

Desenvolver formas criativas que visem fortalecer a imagem da cidade;

Endosso de produtos por órgãos oficiais (selo de denominação de origem);

Associações de marcas de empresas à monumentos ou edificações da cidade e região;

Promoção de atrações turísticas, através de utilização de pontos de cartões de crédito.

Gestão da marca Petrópolis - Etapas do Projeto

O que é? O que pode vir a representar? O módulo 1 consiste em um aprofundamento do cenário onde a marca Petrópolis se insere, entendendo a marca do ponto de vista dos seus públicos estratégicos, seus aspectos funcionais (racionais) e representacionais (emocionais).

A marca e seu contexto

Como base nessa investigação e análise é elaborado um diagnóstico que fornecerá subsídios para os desafios de sua estratégia de desenvolvimento e branding;

Entrevistas com aproximadamente 40 pessoas de diferentes públicos (empresários, representantes do governo, das comunidades, meios de comunicação, entre outros);

Análise de como a cidade de Petrópolis se comunica com os mais diversos públicos;

Análise de pesquisas existentes;

Estudo de benchmarks;

Análise de tendências e oportunidades;

Análise de pesquisas existentes;

Desenvolvimento / coordenação de pesquisa de percepção da marca (qualitativa/quantitativa) com stakeholders. Essa pesquisa terá abrangência local e externa.

Para onde vamos - O DNA da marca e seu alinhamento estratégico

No módulo 2, é definido um sistema de identidade da marca: a visão, a missão, os valores, o posicionamento, a personalidade e a essência da marca Petrópolis, para criar a nova marca Petrópolis e uma Linguagem Visual que corresponda à Plataforma da marca e seja relevante para todos os públicos. Também define uma estratégia que assegure uma visão e ação integrada orientada para os diferentes mercados-alvo.

Como Vamos - Sistema de implementação da identidade da marca

O módulo 3 define um Plano Estratégico Global com a participação dos setores chaves, definindo infraestruturas físicas e processos que cercam o público-alvo, bem como um Plano de Marketing Integrado onde a comunicação torne claro o posicionamento da marca Petrópolis e assegure a congruência entre a funcionalidade e a representatividade da marca.

Quando e quem? Implantação dos processos de construção da marca

O módulo 4 visa assegurar o alinhamento estratégico e a consistência das mensagens em todos os materiais de comunicação, monitorando e acompanhando a implementação dos

Planos Setoriais e de Marketing, assegurando a congruência entre os benefícios racionais e emocionais no processo de formação de imagem da cidade de Petrópolis.

Estamos chegando lá? Avaliação e otimização do retorno econômico

No módulo 5 os benefícios obtidos com a construção da marca Petrópolis são avaliados e otimizados em termos de desenvolvimento econômico na transferência da imagem da cidade e região para as marcas de produtos e serviços da cidade.

Papéis e Responsabilidades

Para que o processo de construção da marca da cidade de Petrópolis seja bem sucedido é fundamental sua “capacidade de organização” para transformar a realidade com uma liderança clara e forte, que, em geral, cabe às organizações que possuem maior peso ou influência econômica e cultural na sociedade. Dessa forma, deverão ser formados dois comitês que trabalharão em sinergia total:

Comitê Consultivo: possui o poder decisório. Valida os estudos e soluções apresentadas, garantindo coerência e aplicabilidade com a estratégia de desenvolvimento. Trata dois parceiros estratégicos.

Comitê Executivo: responsável por operacionalizar as ações que impactam a construção da Personalidade da Marca Petrópolis. Contribui com visões complementares, opiniões, críticas, sugestões, criando uma base sólida para o projeto e sinergia nas atividades de todos os envolvidos e garante o andamento do processo. Trata da coordenação de marketing e da coordenação de comunicação e design.

Papéis e Responsabilidades

Para a consolidação da marca Petrópolis, deverá ser estruturado um Plano de Comunicação com as diretrizes do novo posicionamento para todos os públicos. Através do Comitê Executivo, serão definidos os parceiros de comunicação e organizados Comitês Setoriais (“guardiões da marca Petrópolis”) e seus respectivos planos de ação: Comitê Social, Comitê Ambiental, Comitê Turismo e Comitê Indústria.

Benefícios esperados da criação, fortalecimento e gestão da Marca Petrópolis

Polo de turismo - Geração de receita e divulgação da cidade;

Captação de negócios - Abertura do mercado para novas oportunidades. Entrada de empresas;

Produtos com valor agregado - A Marca Petrópolis acrescenta diferencial;

Referência em cidadania e sustentabilidade - Estilo e cultura da Marca Petrópolis como atributos que formam tendências;

Potencialização dos ativos culturais - Assumir a responsabilidade dos ativos públicos da cidade através da parceria entre os poderes públicos e privados.

Vocações Econômicas

Diagnóstico Geral

O plano estratégico de uma cidade requer o trabalho em várias frentes, chegando, senão a um consenso, a um norte em que os atores cedem aos seus objetivos e premissas para termos uma cidade dentro da realidade orçamentária, que possa comportar um crescimento e desenvolvimento sustentável.

Dentre as metas a serem alcançadas, há aquelas de curto prazo, no qual deveremos buscar os resultados, para alavancar as demais. Assim, iniciamos esse projeto com o foco no segmento de Turismo, onde a cidade abarca condições de fortalecer suas metas fiscais imediatas.

A consolidação do segmento, em muito contribuirá com o poder público para a solução de problemas como o da mobilidade, pois a integração e a conscientização da importância de bem atender ao turista obriga a dinamização do uso do espaço urbano em pró da coletividade.

Turismo

Dados do CAGED informam que aproximadamente 10.300 petropolitanos, de algum modo, trabalham para esse segmento, seja em bares, restaurantes, hotéis e pousadas, com mais de 3.000 estabelecimentos em funcionamento. Esses números tendem a aumentar, pois ainda é baixo em relação ao total de empregos da cidade (16% do total).

Números do orçamento de 2018 para o segmento: a ação funcional Turismo (23) teve gastos de R\$2,850 milhões; a ação funcional Cultura (13), R\$4,519 milhões. O total das despesas funcionais foi de R\$312,906 milhões.

A Receita Patrimonial que abrange os eventos municipais arrecadou R\$2,931 milhões, o que frustrou as expectativas em R\$1,837 milhões. Para exploração do espaço em eventos festivos, a arrecadação foi de R\$1,523 milhão, abaixo do previsto em R\$462 mil (classificação contábil 1.3.1 – p.07).

O patrimônio histórico e cultural de Petrópolis, por si só, atrai turistas e estudiosos do Brasil e do exterior em grande quantidade. A Biblioteca do Museu Imperial é referência mundial em documentação e estudos sobre nosso século XIX.

Atualmente o programa turístico da cidade oferece os circuitos: históricos, ecológicos, cervejeiros e religiosos. A esses, deve se adequar uma agenda cultural variada, de maneira que agregue valor aos circuitos, integrando bem-estar aos visitantes e à população.

A pretensão acima não é subjugar um segmento em detrimento ao outro. Pelo contrário, busca-se agregar valor naquilo que, atualmente, temos mais chance no curto prazo em expandir a entrada de recursos diretos e indiretos e os consequentes investimentos pulverizados na economia da cidade.

O recheio no calendário de eventos do município requer trabalho, integração e disposição dos atores em contatar empresas patrocinadoras de eventos e empresários que organizam os empreendimentos de interesse.

Foi considerado que a presença e funcionamento do Parque de Alta Tecnologia, cujo faturamento já ultrapassa a casa dos R\$600 milhões anuais, e em especial a estrutura do LNCC, permitiria que Petrópolis tire pleno proveito não somente de sua infraestrutura computacional, como do potencial humano disponível.

Foram destacados aspectos que causam prejuízo paisagístico para o turismo e negócios, e um elevado custo de manutenção da infraestrutura física para o município, em especial a degradação ambiental (invasões, etc.) e seus consequentes problemas (alagamentos, desabamentos, etc.). Parte considerável das ocupações ocorre com a conivência das autoridades municipais ou com a simples inobservância das leis que determinam o correto uso do solo e sua ocupação, e isso gera a não cobrança de taxas municipais e gravam o erário da cidade com as despesas de manutenção, correção e prevenção de acidentes e suas consequências. As possíveis soluções para tal situação, apesar de serem relativamente bem conhecidas (controle e gestão de riscos, etc.), representam uma política

austera de eliminação destes problemas, mas de adoção incerta, pois é de baixo interesse político, como evidenciado pelo fato que essa situação perdura há décadas em Petrópolis, sem solução eficaz e definitiva até os dias de hoje.

Pontos fortes

- Vocação natural para as atividades voltadas para o turismo, por conta de suas qualidades naturais e de seus elementos antrópicos, incluindo aspectos da natureza, culturais, históricos, de recursos humanos e de infraestrutura existentes;
- A cidade possui estrutura hoteleira, gastron mica, comércio, e sua posi o privilegiada na natureza e na história do Brasil, fazem com que a promo o desse produto atenda às mais variadas exigências em todas as classes sociais;
- Empresas industriais com tecnologia própria, como a GE Celma, empresa de fabrica o e manuten o de turbinas e de equipamentos aeronáuticos na área de avia o, e a Carl Zeiss, na indústria de lentes para  culos;
- Presença do LNCC, um centro que concentra centenas de técnicos de altíssimo nível nacional na área de pesquisa;
- Diversifica o de áreas Empresariais, gera renda e empregos, e faz de Petrópolis um excelente centro empresarial, com múltiplas alternativas de investimentos;
- Polo Cervejeiro, com três fábricas de grande porte e dezenas de cervejarias artesanais;
- Polo de Moda Feminina com três centros de vendas: Rua Teresa, Bingen e Itaipava;
- Polo Gastron mico com dezenas de restaurantes, que inclui culinária sofisticada;
- Centro de reparos automobilísticos com centenas de oficinas de restaura o de veículos;
- Hotelaria com dezenas de hotéis, pousadas e *hostels*;
- Grande potencial humano desaproveitado. Este potencial é percebido, porém não utilizado para agregar valor sócio- econômico e cultural, principalmente por não haver uma programa o que possa motivar os detentores dessas expertises a serem aproveitadas em benefício de todos;
- Petrópolis, e notadamente Itaipava, são reconhecidos centros de aposentados de altíssima competência nas áreas empresarial, cultural, artística e técnica, com dezenas de indivíduos de notória capacidade de trabalho, até mesmo em nível internacional, o que coloca a região como um “celeiro” de mão de obra qualificada sofisticada pouco comum em muitas outras regiões do País;
- Reconhecido Centro Turístico. Como cidade histórica, tem em sua sede o Museu Imperial, assim como palácios e residências de notáveis, com placas explicativas de quem foram, atraindo dezenas de milhares de turistas todo ano;
- A região, pelo seu clima, atrai principalmente turistas que buscam o frio e, no verão, a fuga do clima quente da região litorânea. As florestas e o campo atraem o turismo de explora o e de lazer;

- O conjunto dos pontos acima atraiu e continua atraindo milhares de investidores que constroem suas casas de veraneio e empregam milhares de pessoas, tanto na manutenção destes imóveis quanto na geração de serviços básicos de apoio;
- Considerável arrecadação de impostos próprios (ISS, IPTU). O município tem na sua base de arrecadação fiscal um grande percentual de impostos municipais, que permanecem na cidade independente da administração do estado ou da federação, ainda que se ressinta das dificuldades e delongas de receber as transferências das instâncias superiores de governo a tempo e a hora.

Oportunidades

- Possibilidade de alavancar as atividades do setor do turismo com pouco investimento;
- O setor de turismo pode responder rapidamente às medidas de estímulo dessas atividades;
- O aspecto de geração de impostos de origem e destinação municipal permitiria uma gradual diversificação nas receitas da cidade;
- Empresas de porte médio, atualmente com elevados custos de instalação e de manutenção de seus funcionários, pressionados pelo elevado custo de vida do Rio de Janeiro, demandam opções de redução de custos para se manter viáveis. Devido à proximidade com grandes centros, como o Rio de Janeiro, Petrópolis, incluindo seus distritos, pode oferecer imóveis residenciais a custos atraentes, além de grande quantidade de imóveis empresariais vagos e de baixo custo, em várias partes da cidade;
- Um programa de ocupação destes espaços empresariais, com a criação de escritórios multifuncionais e/ou polo de concentração de empresas de serviços, poderia gerar para a região um novo Polo de Negócios;
- O Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro está mais próximo de Petrópolis do que da Zona Oeste do Rio de Janeiro, local para onde as empresas cariocas estão se mudando. Um programa de atração de empresas/indústrias voltadas para baixa utilização de espaço físico se destaca como possível benefício para o emprego e renda para os petropolitanos;
- O turismo empresarial pode se beneficiar desta proximidade, em função da disponibilidade da rede hoteleira da cidade, que cresceu muito nos últimos anos;
- Duque de Caxias e a REDUC estão mais próximos de Petrópolis do que do Centro do Rio de Janeiro, e este fato, aliado ao Polo Petroquímico da baixada, são oportunidades que poderiam e deveriam obrigatoriamente ser trabalhadas;
- Há um grande potencial na área tecnológica, em Petrópolis. O aproveitamento da estrutura do LNCC poderia permitir ampliar o parque de alta tecnologia;
- A criação de apoio para a expansão de pequenas empresas de alta tecnologia, já em número significativo, permitiria a geração de empregos bem remunerados, fugindo da sina de apenas gerar empregos de baixa qualificação, que penalizou o país nas últimas décadas;
- Ainda há grande potencial para crescimento na área turística, em Petrópolis. Uma possível estratégia para alavancar o setor seria um programa específico de investimentos pelos próprios empresários do setor, para impulsionar a divulgação da programação turística e de eventos, em nível regional e anual.

Este potencial é considerado suficientemente certo, e também foi incluído como uma proposta para o setor;

- Outras possibilidades de alavancar atividades econômicas no município envolvem o reaparelhamento e renovação da estrutura física atual;
- O treinamento de planejamento e qualidade de atendimento para todo o complexo turístico também poderia melhorar o acolhimento de turistas e visitantes em um padrão cinco estrelas, melhorando o que poderia melhorar o desempenho do setor;
- Também foi proposto o possível aproveitamento de prédios de antigas indústrias para servir como centro de convenções, item importantíssimo para a captação de eventos empresariais. Devido à complexidade dessa possibilidade, ela é entendida como oportunidade, antes que possa se transformar em proposta;
- Nota-se que o turismo praticado em Petrópolis ainda está muito aquém daquele praticado nos polos turísticos do exterior e nas cidades serranas do Sul do Brasil e de São Paulo. Quando essa diferença puder ser reduzida, o setor poderá apresentar desempenho muito superior.

Pontos fracos

- Falta de investimentos privados pela pesada asfixia tributária e pelas taxas de juros extorsivas sobre a atividade empresarial. Os empresários locais, principalmente os das pequenas e médias empresas, não investem, como poderiam, em modernização, em tecnologias, em marketing e na gestão dos seus negócios, em boa medida pelo estrangulamento financeiro e tributário (indireto) a que estão submetidos;
- Os empresários tampouco se sentem estimulados pelo poder público na formulação de uma política de investimentos e de gestão de recursos para tal fim, devido a uma falta de política governamental de médio e longo prazos;
- Há poucos investimentos estatais;
- Nota-se a falta de uma política de relacionamento Empresa/Estado mais vigorosa, principalmente na elaboração de um Plano de Investimento baseado em cases de sucesso, encontrados em outros locais que possuem perfil semelhante;
- Os empresários não conseguem vislumbrar uma perspectiva de desenvolvimento orientada pelo poder Público;
- Infraestrutura deficiente: internet, telefonia, logística. Todo meio de comunicação da região está defasado tecnologicamente, com grandes cones de silêncio e de pura inexistência de conexão;
- A logística de transporte da cidade é precária, e a concentração no centro do município dos serviços públicos básicos cria diariamente situações de pura paralisação;
- O transporte de pessoas, serviços e produtos está com sua capacidade esgotada, tanto nas horas de maior demanda, como nos casos de chuvas, que são comuns e de grande intensidade na região;
- A topografia da cidade impede a construção econômica de empresas que demandam grandes áreas e que, por consequência, geram grande número de oportunidades de trabalho;

PEP20 - Planejamento Estratégico para Petrópolis (visão de 20 anos)
“Construindo a Petrópolis que Queremos”

- A cidade, apesar de sua topografia, praticamente totalmente entre morros, montanhas e rios, não possui no seu espaço urbano túneis, viadutos e um sistema de transporte rápido;
- Convivemos com uma situação que impossibilita soluções de custo de investimento passíveis de serem bancadas pelo município, mas que nem por isso podem ser postergadas indefinidamente;
- Acesso rodoviário degradado. O acesso rodoviário à capital do estado, situado a somente 60 km, tem no seu trecho serrano de 20 km o seu ponto crítico, com pavimento em péssimo estado, ocasionando zonas de constantes paralisações na subida da serra, que chegam à interrupção total por horas a fio. Estes problemas encarecem o transporte entre as cidades, causando prejuízos em toda a cadeia produtiva;
- O acesso rodoviário interno também está comprometendo seriamente o funcionamento da cidade, principalmente entre o Centro e os distritos, cujo tempo de deslocamento chegou mesmo a dobrar nas últimas duas décadas, especialmente na Estrada União Indústria, um dos trechos mais críticos;
- As invasões nas margens das ruas, principalmente no leito da antiga estrada de ferro, praticamente bloquearam a via alternativa à União Indústria;
- A BR 040, que poderia ser uma excelente estrada de contorno do Centro da cidade, não tem acessos operacionalmente viáveis às vias internas, sendo todos eles totalmente degradados e com mais de 60 anos sem remodelação ou melhorias;
- A carência de oportunidades de emprego técnico gera poucas oportunidades de trabalho para uma grande parcela da população que tem curso superior, ressaltando-se casos como medicina, em que a cidade produz mais médicos do que sua demanda necessita;
- A falta de oportunidades de trabalho técnico acaba direcionando os que têm essa capacitação para um trabalho de menor valor agregado. Esta situação se desdobra para as faixas de maior conhecimento, em uma reação em cadeia;
- Quando o governo cria incentivos fiscais para a área de construção civil, somente a população de baixa renda é atendida por este segmento, e apenas por um limitadíssimo espaço de tempo, voltando, posteriormente, a engordar a taxa de emprego.

Ameaças

- É preocupante a gigantesca dependência dos impostos recolhidos pelas empresas de transporte urbano, um setor da economia que detém o poder de impactar de forma substancial o custo social. Desta forma a pressão fiscal em cima deste setor cria uma situação de permanente questionamento por todos os atores deste cenário. O governo necessita arrecadar, os empresários necessitam uma remuneração justa, o contribuinte necessita melhores serviços, e esta equação dificilmente é resolvida de forma satisfatória para todos os atores;
- Se nada for feito, continuará havendo queda gradual da receita fiscal. A falta de uma política de eficácia na definição, na taxação e na cobrança dos tributos municipais, para contornar subterfúgios legais que não permitem cobrar IPTU em determinados casos (casas sem acabamento “protegidas” por tijolos aparentes, etc.), representa um risco fiscal para o município;

- A ineficiência da política fiscal atual não permite sequer avaliar o potencial real dos tributos não cobrados, além da falta de tecnologia e da sua aplicação. Representa um risco fiscal para o município;
- É imperativo, porém incerto, o investimento em tecnologia de digitalização e outras, para tornar a administração municipal mais eficiente. Mais investimento nessa área significa menos custos para o contribuinte. Enquanto o município não enfrentar a redução do custo da estrutura da administração municipal, o município sofrerá problemas fiscais e financeiros;
- É questionável a concessão de benefícios fiscais, abrindo mão de tributos e taxas municipais, para empresas de baixa geração de empregos, em bases permanentes e sem transparência,
- A degradação ambiental (invasões, etc.) e seus consequentes problemas (alagamentos, desabamentos, etc.) causam prejuízo paisagístico para o turismo e negócios, e um elevado custo de manutenção da infraestrutura física para o município. Para a redução do custo do município, uma política austera de eliminação destes riscos é fundamental, mas incerta, pois é de baixo interesse político, como evidenciado pelo fato que essa situação perdura há décadas em Petrópolis, sem solução eficaz e definitiva até os dias de hoje;
- As políticas públicas são geralmente limitadas a posições políticas. A definição clara do poder executivo quanto à postura econômico-financeira do município é fundamental para o sucesso de um plano de desenvolvimento. Entretanto, as concessões tiram do município sua fonte de recursos mais certa, que são os tributos municipais;
- Os incentivos fiscais para a geração de empregos temporários deve ser, sempre que possível, evitada, entretanto, parece ser a regra. Cria-se uma expectativa de solução quando, na verdade, atrai mão de obra desqualificada, que não será aproveitada pouco depois, gerando um problema social na maior parte do ano, ou mesmo permanente.

Propostas

As propostas para este tema buscam alavancar segmentos tradicionalmente atuantes no município, ou que estão em ascensão. Também busca minimizar as perdas, tão comuns atualmente, por condições precárias dos seus ativos que geram emprego e renda.

O foco principal das propostas sobre as vocações econômicas do município é o setor do turismo. Boa parte das propostas busca alavancar as atividades econômicas do setor de turismo.

Consideramos como fundamental para o planejamento estratégico de Petrópolis os seguintes pontos que permitirão o início de uma recuperação econômico financeira para o município:

Entretanto, por mais que muitas recomendações possam ser realizadas independentemente, fica claro neste documento que é responsabilidade preponderante dos poderes municipais a reestruturação econômica de Petrópolis.

1. Cadastramento de todos os imóveis do município, com as áreas de construção atualizadas, objetivando uma justa cobrança do IPTU. Numa observação rápida e superficial, acreditamos que se possa arrecadar algo como 30% a mais de IPTU e de taxas de construção, com essa medida;

PEP20 - Planejamento Estratégico para Petrópolis (visão de 20 anos)
“Construindo a Petrópolis que Queremos”

2. Cadastramento de todas as áreas ilegalmente ocupadas e a restituição das mesmas ao município. A taxação de IPTU e ou retomada de posse poderia gerar um retorno fiscal de algo como 10% do total do orçamento para o município;
3. Cadastramento de todas as empresas e pessoas físicas prestadoras de serviço e contribuintes do ISS, objetivando uma tributação justa. Acreditamos numa evasão fiscal de aproximadamente 30% do arrecadado atualmente;
4. Avaliação dos serviços e investimentos urbanos de responsabilidade privada e que são atualmente realizados pelo município. Redução de custos municipais de limpeza urbana e trato de vias;
5. Eliminação de incentivos fiscais municipais para setores de baixa taxa de retorno para o município. A construção civil já conta com incentivos federais;
6. Avaliação dos custos administrativos em relação à sua contribuição para a população;
7. Promover um estudo estratégico para 20 anos (Petrópolis 2040) com atuação em todos os segmentos da economia e da vida da cidade, objetivando a qualidade de vida, sendo revista anualmente, com objetivos, planos de ação e metas claras. (Esta proposta, em termos gerais, também consta das recomendações de diversos outros GTs. É reconhecida como sendo a síntese do trabalho do IPGPar na elaboração do PEP20, pois o intuito é demonstrar a importância, a viabilidade e os benefícios de um planejamento estratégico permanente, de longo prazo, no município);
8. Revisão dos compromissos dos poderes legislativo e executivo municipais, em relação a cada um dos segmentos econômicos e sociais, estabelecendo compromissos firmes com cada um dos seus componentes, e com prestação de contas mensais;
9. Declaração das vocações econômicas do município - As vocações econômicas do município devem ser reconhecidas oficialmente, como forma de fornecer direção e estimular projetos nessas áreas. As atividades inicialmente elencadas devem priorizar o setor de turismo, gastronomia, e produção de orgânicos e atividades do agronegócio sustentável e de maior valor agregado, como orquidários, produção de cogumelos, escargots e outros, e o setor de TIC (tecnologia da Informação e Comunicação);
10. Calendário de eventos do município - A PMP, através de seus órgãos executivos, deve produzir um calendário de eventos do município, e apresentar o mesmo em uma audiência pública em que os diversos setores possam contribuir com propostas de inclusão ou alteração de eventos e datas;
11. Em meio ao calendário turístico concorrido (carnaval, feriados nacionais, etc.), o segmento deve explorar os períodos de pouca demanda, com propaganda em nichos específicos, que movimentem seus produtos e alavanquem o comércio local;
12. Outra sugestão é promover o destino Petrópolis em grandes cidades e nos estados que tenham seus feriados sem a coincidência dos nacionais. Como exemplo, apesar de ser em janeiro, Rio de Janeiro e São Paulo (capital) têm feriados em homenagem aos seus padroeiros; o estado de São Paulo tem feriado em julho; Belo Horizonte tem feriado em agosto, e outras cidades também têm seus feriados e podem ser atraídas a visitar as belezas de nossa cidade;

13. Algumas datas potencializam mais um segmento em detrimento de outros; como os dias das mães. Portanto, aproveitar datas ainda tímidas de comemorações, como as que homenageiam profissões e temas de impacto social (dia do meio ambiente, etc.), também pode ser um meio para atrair visitantes;
14. Outro segmento que tem o seu valor reconhecido é o da Moda. A Rua Tereza e os confeccionistas resistem à concorrência e as dificuldades inerentes ao crescimento da cidade. Porém, a interação do segmento Moda com o de Turismo deve buscar espaços no calendário para a promoção de seus lançamentos, conforme as estações do ano;
15. Os meses de abril/maio e agosto/setembro são bem interessantes para esses eventos, tomando o cuidado sempre de não coincidir com as grandes feiras que ocorrem no Brasil nesses períodos;
16. Devem complementar o calendário do ano eventos como congressos, seminários, exposições, encontros temáticos e esportes (mountain bike, corrida, etc.);
17. O fortalecimento de eventos em baixa temporada, como a Páscoa, deveria ser estimulado, pois poderia fortalecer o setor de eventos, já que Petrópolis possui algumas fábricas de chocolate e muitos produtos artesanais;
18. Uma possível estratégia para alavancar o setor de turismo seria um programa específico de investimentos pelos próprios empresários do setor, para impulsionar a divulgação da programação turística e de eventos, em nível regional e anual, sem aguardar a benesse de investimentos oficiais;
19. No turismo, propostas concretas, como alternativas para a visitação das atrações turísticas já existentes, poderiam alavancar essa atividade. Entre as sugestões propostas está uma “jardineira” para passeios no Centro e entre as cervejarias, podendo vender passaportes de 24h;
20. Outras propostas concretas envolvem a evidente necessidade no município de um centro de convenções, como o proposto para a Feirinha de Itaipava, que ajudaria a alavancar eventos corporativos e outros, com resultados melhores para o setor de turismo;
21. Uma contribuição para alavancar o calendário de eventos em Petrópolis é um modelo com diversos eventos que não estão atualmente contemplados, apresentado nos anexos deste documento, sob o título de “Proposta de Agenda de Eventos – Petrópolis.pdf”;
22. Quitandinha - A instalação tem dado apenas uma pequena contribuição ao município, entretanto, seu potencial é enorme. Há espaço e há acomodações prontas para um grande centro de convenções de nível internacional. Cabe à gestão municipal buscar um acordo com o SESC para o uso intensivo do local, para Congressos e Feiras, o que poderia alavancar muito a contribuição desse espaço à economia de Petrópolis;
23. Projetos específicos de mobilidade urbana também ajudariam o setor de turismo: Melhorias na BR-040; ligação Bingen-Quitandinha; e melhorias na Estrada União Indústria;
24. O congestionamento naturalmente resulta em diárias e outros serviços com preços inflados, o que prejudica a imagem do município no longo prazo. Uma experiência bem-sucedida para amenizar o problema poderia ser a integração dos calendários de Petrópolis, Teresópolis e Nova Friburgo;

25. Para qualificar os dados sobre os visitantes em Petrópolis, e embasar melhor políticas voltadas para o turismo, deveria ser realizada uma pesquisa de demanda, possivelmente via projeto conjunto com instituições de ensino superior (IESs) de Petrópolis, como Cefet, UFF, etc.;
26. Para mitigar os problemas logísticos de transporte de pessoas no município, um monotrilho, ou alternativa sobre os rios, ligando o Centro aos distritos, merece um estudo técnico acurado como possível solução para desafogar o trânsito;
27. Quanto à gestão do acervo e infraestrutura turística no município, propõe-se que as atrações turísticas do município, sejam elas públicas ou particulares, que estejam em más condições ou necessitem de manutenção, obras ou outros investimentos, ameaçam as atividades de turismo no município e a geração de emprego e renda, assim que constatadas, sejam levadas ao conhecimento da administração pública (por qualquer indivíduo ou entidade), que deverá imediatamente dar publicidade ao fato, para que os órgãos responsáveis possam dar prosseguimento aos investimentos, inclusive sob demanda judicial. Aqueles órgãos responsáveis que comprovadamente não puderem realizar os investimentos necessários, poderão receber propostas de apoio e contrapartida oferecida por qualquer pessoa física ou jurídica. Essas propostas serão levadas para serem avaliadas pelos órgãos responsáveis. Caso ainda assim essas propostas não sejam aceitas e não sejam feitos os investimentos necessários para resguardar as atrações turísticas que alimentam atividades turísticas no município, os órgãos responsáveis deverão ser intimados a oferecer soluções alternativas, para que cumpram a função social de suas propriedades.

Projeto Urbanístico de Revitalização da Rua Teresa

Em agosto de 2020, foi apresentado um projeto urbanístico para a revitalização da Rua Teresa, elaborado por Eduardo Dias e Rafael Corrêa, com diversas propostas para alavancar a contribuição da Rua Teresa para a atividade econômica do município.

Entre as principais propostas estruturantes estão:

- Intervenções para melhorar a infraestrutura da Rua Teresa, no tocante às condições viárias, acesso viário, estacionamento para ônibus e automóveis, arborização e amenidades, e reorganização do prédio da Associação da Rua Teresa (ARTE);
- Instalação de pórticos e letreiros para dar destaque e facilitar a divulgação da marca Rua Teresa;
- Inclusão da Rua Teresa no calendário turístico de Petrópolis, nos diversos eventos temáticos que se prestam para alavancar o movimento na Rua Teresa, e sua integração com eventos e liquidações sazonais do comércio da Rua Teresa;
- Apoio ou estímulo à instalação um centro de convenções na região, inclusive com integração com outros projetos, como de mobilidade e turismo (trem Magé X Petrópolis);
- Fomento e divulgação da Rua Teresa pela própria ARTE, de forma integrada com o comércio, o poder público e sindicatos;

Geração de empregos e renda

Propostas

1. Fornecer incentivo às atividades incluídas nas vocações econômicas - as atividades que constam da lista de vocações econômicas devem ser estimuladas através de informações macroeconômicas do setor, disponibilizadas pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico ou outra, sobre o desempenho do setor e a qualidade da infraestrutura correspondente. Informações devem incluir, se disponíveis, o tipo e quantidade de produção de orgânicos e outros produtos, área cultivada, número de negócios operando, pontos de distribuição central (mercados e feiras), lista e condição de estradas de acesso, qualidade da água dos rios, e medições de níveis de agrotóxicos e outros, que porventura tenham sido realizados;
2. Apoio às atividades incluídas nas vocações econômicas - as pessoas jurídicas e até pessoas físicas que desenvolvem atividades que constam da lista de vocações econômicas devem ser incluídas periodicamente, mas com frequência mínima trimestral, por declaração própria, em uma lista disponibilizada ao público, pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico ou outra, para que os possíveis clientes e/ou parceiros possam fazer contato e negócios;
3. Imóveis abandonados ou subutilizados - todos os imóveis abandonados ou subutilizados devem ser avaliados por uma comissão especial formada para tal, que deve apresentar a relação desses imóveis, sua condição física, fiscal e legal, e as condicionantes que podem afetar seu uso. Sempre que possível, a comissão deve sugerir os possíveis usos desses imóveis e as medidas e custos estimados necessários para disponibilizar os mesmos para atividades da iniciativa privada ou mesmo pública. Os resultados devem ser apresentados em audiência pública para que possíveis interessados possam se pronunciar a respeito de seu possível interesse em realizar projetos utilizando esses imóveis;
4. Utilização de prédios públicos - todos os prédios públicos devem ser avaliados por uma comissão especial formada para tal, que deve apresentar a relação dos imóveis (que afinal de contas, são patrimônio dos cidadãos), sua condição física e as condicionantes que podem afetar seu uso. Sempre que possível, a comissão deve sugerir os possíveis usos desses imóveis para a gestão pública e para usos através de cessão onerosa para atividades da iniciativa privada. Os resultados devem ser apresentados em audiência pública para que possíveis interessados possam se pronunciar a respeito de seu possível interesse em realizar projetos utilizando esses imóveis;
5. Imóveis tombados - Todos os imóveis tombados no município devem ser avaliados por uma comissão especial formada para tal, que deve apresentar a relação desses imóveis, sua condição física, fiscal e legal, e as condicionantes que podem afetar seu uso. Sempre que possível, a comissão deve sugerir os possíveis usos desses imóveis e as medidas e custos estimados necessários para disponibilizar os mesmos para atividades da iniciativa privada ou mesmo pública. Os resultados devem ser apresentados em audiência pública para que possíveis interessados possam se pronunciar a respeito de seu possível interesse em realizar projetos utilizando esses imóveis;
6. Criação de ferramentas para a promoção de exportações e investimento para o município, como meio de impulsionar atividades econômicas. Isso pode incluir

a criação de um comitê de apoio e promoção de exportações e investimentos internacionais para o município, e a criação de uma cooperativa de exportação de manufaturados, para estimular a geração de empregos.

Subtemas Ensino médio e profissionalizante e Pesquisa e Desenvolvimento

Os sub-temas Ensino médio e profissionalizante e Pesquisa e Desenvolvimento foram objeto de considerações fornecidas por Marcio Campos, como contribuição ao PEP20..

Colaboração de Marcio Campos*

Petrópolis, a Estratégia Municipal e a CT&I

Contexto

As cidades são, hoje, as protagonistas das políticas públicas. Afinal, são nelas que a cidadania, efetivamente, acontece. Portanto, é cada vez mais importante a participação social nos processos de construção de futuro das cidades. Este é o caso do Instituto de Pró-Gestão Participativa – IPGPar que ao longo dos anos vem debatendo e construindo perspectivas e visões para a cidade de Petrópolis.

Gerir uma cidade é um desafio imenso. O gestor e equipe necessitam atender as expectativas e necessidades dos munícipes, dos empresários, dos vários setores econômicos, da infraestrutura operacional, dos serviços que o poder local presta, do ambiente de saúde pública, do meio ambiente, do contexto do desenvolvimento econômico, da comunicação com a sociedade, da mobilidade e da assistência social, apenas para citar alguns.

Esta gestão se torna mais sensível e frenética na medida que a sociedade passa a ter instrumentos de manifestação e de articulação instantâneos e em rede. Portanto, se gerir uma cidade é, de imediato, um grande desafio, este desafio fica mais crítico dentro do atual contexto de mundo interconectado, instantâneo e em rede.

Dois pontos de destaque se alinham nesta análise para se pensar projetos de futuro de uma cidade: a necessidade de gestão pública e participativa eficaz, com vista a atender a todo munícipe; e o entendimento da importância de se apropriar da dinâmica da Ciência, da Tecnologia e da Inovação.

No eixo da gestão pública, e em particular da cidade de Petrópolis, como debatido muito no IPGPar, a necessidade de se ter, primeiramente, a “escuta” da sociedade organizada, de se realizar gestão em sincronia com os munícipes. Percebe-se a execução, a cada novo governo, de uma pauta e agenda à parte da pauta e da agenda da sociedade, sem a devida continuidade de projetos e programa para o cidadão. Tudo isso reforçado pela ausência de um planejamento estratégico que perpassasse os governos.

Dentro deste contexto as políticas de Ciência, Tecnologia e de Inovação se tornam um debate necessário no desenvolvimento da cidadania. Portanto, o debate sobre o papel da Ciência, da Tecnologia e da Inovação (CT&I) em uma cidade não pode ser resumido a uma questão meramente técnica ou tecnicista. Há tempo que o desenvolvimento de educação adequada, aliada ao conhecimento científico, tecnológico e empreendedor oferecem novas oportunidade de criação de riqueza e de melhoria das condições sociais.

Logo, por sua importância, a dinâmica da inovação, da ciência e da tecnologia (CT&I) é um elemento balizador das cidades. Um balizador que cria riquezas, cria produtos e serviços,

melhora o processo produtivo, melhora a gestão pública, atrai novos atores econômicos e sociais, retém jovens e experientes talentos e que pode marcar uma cidade.

Petrópolis, como mostrado a seguir, possui uma riqueza e força intelectual potencial sem limites em comparação com outras cidades. Ressalto a palavra potencial, já que esta força não é efetivamente empregada na cidade para o benefício da mesma.

De todas as formas é necessário estratégia: seja para a criação de uma estratégia municipal para a criação de futuro na cidade, seja para a criação de uma estratégia municipal de ciência, tecnologia e de inovação alinhada a primeira. O desenvolvimento de estratégia é necessário, pois são ações de longo prazo, quer do eixo de gestão como o de CT&I, e que necessitam estar alinhadas, integradas e articuladas. Não ficam prontas apenas com verbo, são necessários verba, orçamento, projetos, visão e ação.

Se, ao mesmo tempo em que o trinômio CT&I facilita a comunicação, a gestão e criação de riqueza, da mesma forma demanda a criação de uma infraestrutura operacional robusta, o desenvolvimento de competências humanas para se desenvolver, gerir e operar neste novo ambiente e o preparo para antever mudanças e projetar/criar o futuro.

A Estratégia Municipal

O trabalho do IPGPar é fundamental para se pensar o futuro da cidade. Afinal, a gestão das cidades se sofisticou aos olhos vistos. O pensar estratégico requer, então, pensar a cidade em termos do que esta quer se tornar, suas Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades.

O trabalho nesta linha pelo IPGPar é salutar. Alguns pontos podem ser destacados e merecem ser analisados. Tais como a força da “Vocação natural para as atividades voltadas para o turismo, por conta de suas qualidades naturais e de seus elementos antrópicos, incluindo aspectos da natureza, culturais, históricos, de recursos humanos e de infraestrutura existentes; Grande potencial humano desaproveitado”; das oportunidades de “criação de apoio para a expansão de pequenas empresas de alta tecnologia, já em número significativo, permitiria a geração de empregos bem remunerados, fugindo da sina de apenas gerar empregos de baixa qualificação, que penalizou o país nas últimas décadas”; da fraqueza em que os “empresários não conseguem vislumbrar uma perspectiva de desenvolvimento orientada pelo poder Público” e da ameaça da “ineficiência da política fiscal atual não permite sequer avaliar o potencial real dos tributos não cobrados, além da falta de tecnologia e da sua aplicação. Representa um risco fiscal para o município”. Apenas para citar alguns em cada área.

Conhecer a cidade é, portanto, algo essencial. A realização de observatórios locais da cidade é fator de identificação da realidade atual, como ela é, e não daquilo que se imagina. Em Petrópolis muito se debate sobre as vocações, mas pouco se debruça sobre estas em termos de riqueza. Agricultura é um desses setores econômicos e sociais que é pouco debatido; a economia criativa é outro setor em que não há políticas efetivas e integradas, mesmo sendo áreas de alto valor econômico e social. Discute-se o mesmo de sempre e imagina-se hoje uma cidade que de fato não há e, portanto, oferecendo soluções para problemas que já não mais existem!

Alinhar estes eixos da estratégia da cidade com a estratégia de CT&I para a cidade não é tarefa fácil, mas para a cidade de Petrópolis, que possui infraestrutura de educação, de ciência e de tecnologia abundante, é fator diferencial e que deve ser articulado. Esta articulação deve considerar as vocações, a coletividade do debate dos problemas, onde se quer chegar, o direcionamento de recursos para programas de longo prazo e projetos a serem realizados no dia a dia do curto prazo.

Fazer o devido alinhamento entre a estratégia municipal e a infraestrutura educacional-científico-tecnológica da cidade é aproveitar o debate e os estudos que já são feitos dentro destas estruturas e que são de alto valor de conhecimento e que podem servir para a melhoria da qualidade de vida local; é reter a juventude qualificada formada na cidade, ao invés de exportá-la; é desenvolver empresas locais e petropolitanas.

O potencial da CT&I na cidade

A cidade de Petrópolis é um caso especial na área de educação, ciência, tecnologia. Petrópolis investiu nos últimos 70 anos na formação científica e tecnológica de sua juventude. A cidade já possui, desde os anos 50, a preocupação com esta formação, quando da fundação da então Sociedade Civil Faculdades Católicas Petropolitanas, hoje Universidade Católica de Petrópolis - UCP.

Por sua vez, a Faculdade de Medicina de Petrópolis- FMP fundada desde os anos 60, sendo a Faculdade Arthur Sá Earp Neto - FASE, na sequência, fundada em 1998. Neste mesmo ano inaugurado, na cidade, o Laboratório Nacional de Computação Científica - LNCC. A FAETEC é inaugurada na cidade no ano 2002 com o curso de Tecnologia da Informação em nível superior e em 2008 o curso técnico em informática. Em 2005, é reconhecido o Instituto Teológico Franciscano. O campus do CEFET Petrópolis, unidade descentralizada do CEFET/RJ, foi inaugurado em 2008. O campus da Universidade Federal Fluminense foi inaugurado no final de 2015. O campus da UERJ em 2015. A estes poderíamos adicionar a Estácio, o CEDERJ e outros polos de educação a distância presentes na cidade, assim como outros cursos técnicos.

Os números da cidade de Petrópolis são significativos. Os números, a seguir, são censo de 2017 do INEP com as Instituições de Ensino Superior com registro na cidade, a saber: FAETEC, UCP, FASE, FMP e Instituto Teológico. Em 2017 foram aproximadamente 31.970 vagas oferecidas no ensino superior, 15.908 matrículas e 2.324 concluintes. Petrópolis é a terceira cidade em oferta de cursos de graduação no interior do Estado; a quarta em função docente e a sexta em número de concluintes. Quanto ao número de funções docentes a cidade de Petrópolis tem 893 funções docentes de ensino superior (2017), 1.084 funções docentes de ensino básico de escola pública e 1.366 de funções docentes de ensino básico de escola privada (dados INEP de 2014). Assim, em um total de 3.343 funções docentes na cidade. Um mercado de aproximadamente R\$ 110 milhões/ano, considerando as matrículas.

Ainda assim, estes números ainda podem ser ampliados considerando as outras Instituições de Ensino Superior com campus na cidade tal como CEFET, UFF, Estácio e UERJ. Por exemplo, o CEFET Petrópolis possuía, em 2017, 559 alunos matriculados em seus cursos de educação superior. Ao final, a cidade deve ter aproximadamente 20 mil alunos, formando em torno de 2.500 alunos por ano.

Na pós graduação stricto-sensu, segundo dados obtidos da CAPES de 2014 a 2018, foram defendidos 142 trabalhos de doutorado, sendo 54% do LNCC e 45% da UCP, 69% na área de modelagem matemática e 31% na área de educação. Se formos considerar o total de trabalhos de mestrado, mestrado profissional e doutorado dos últimos cinco anos são 486 trabalhos apresentados na cidade naqueles cinco anos.

Um dos fatores que destacam poder de geração de ideias na era do conhecimento é o registro de patentes. A cidade de Petrópolis registrou, ao longo dos anos 2000 a 2017, 187 patentes, 105 na área de Modelo de Utilidade, 78 de patente de invenção e 4 na área de certificado de adição.

São números significativos e que delineiam o potencial da cidade na formação de mão de obra extremamente qualificada em todos os níveis. Hoje, sem dúvida, Petrópolis é uma cidade rica em estudos e pesquisas. Este perfil é único em cidades no interior do Estado do Rio de Janeiro. Portanto, qualquer política e posicionamento estratégico e de visão de futuro da cidade deve considerar estes fatos.

Entretanto, um dos pontos negativos, como já destacado anteriormente, desta longa história da cidade, de perseverança em investimento em educação científica e tecnológica, é a falta de um mercado local na cidade para a absorção desta qualificação abundante.

Muitos desses jovens que são egressos acabam saindo de Petrópolis em busca de oportunidades que os remunerem adequadamente para a qualificação obtida. Acabamos exportando inteligência quando deveríamos estar fixando esta inteligência na cidade, importando inteligência de outras cidades, assim como atrair inteligência empresarial para absorver a qualificação de nossa juventude. Infelizmente a cidade não possui mercado de trabalho sistematizado para qualificações de ensino superior. Mudar esta lógica requer pensar estratégico!

Petrópolis, Estratégia Municipal e CT&I

Uma cidade bem referenciada em uma área ou vocação não acontece ao acaso. É necessário planos e estratégias. A cidade de Petrópolis, apesar de ser uma das pioneiras na criação de um ambiente universitário e de promoção do conhecimento científico e tecnológico, não soube aproveitar adequadamente este esforço para seu posicionamento no âmbito da inovação e, por consequência, na consolidação de uma cidade referência nesta área.

Neste caso, faltou poder público para a criação coletiva de uma visão de cidade. Entretanto, ainda há capacidade instalada para se fomentar o processo de inovação local, seja pela demanda do próprio poder público ou/e com o fomento à oferta de um ambiente para este fim. Estas tarefas são precípuas do poder público e este não pode se omitir ou delegar esta função. A Lei de Inovação aprovada em 2018 foi um passo importante para a consolidação de uma infraestrutura legal para se operar políticas de demanda e de oferta de inovação. Cabe o seu aprofundamento e novas legislações e em ações.

Logo, entender a cidade como esta é por via levantamentos sistemáticos de observatórios de forma a conhecer as vocações econômicas existentes ou que merecem ser fomentadas; pela realização de diagnóstico das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de forma a alinhar programas e projetos que reforcem e mitiguem as forças/oportunidades e as fraquezas/ameaças, respectivamente; pelo potencial da infraestrutura educacional-científico-tecnológico da cidade como forma de aproveitar o conhecimento aqui instalado; pelo desenvolvimento, neste caminho, dos serviços, processos e produtos que gerem riqueza, bem estar social e empregabilidade para os que aqui vivem e se formam.

Há um senso de urgência para se pensar a cidade. Outras cidades da própria região serrana e do próprio Estado já estão se posicionando e tomando a frente nesta dinâmica do alinhamento estratégico da cidade com educação, ciência e tecnologia. A competição entre as cidades, hoje, é bem mais intensa do que há 30 anos atrás. Há, também, a necessidade de se aproveitar as oportunidades disponíveis e possibilitadas pela relação cidade-ciência na linha daquilo que se delineia como cidades humanas e inteligentes.

Para tudo isso, o pensamento estratégico de longo prazo é essencial e seu alinhamento com a educação-ciência-tecnologia, vital. Neste aspecto o IPGPar oferece esta oportunidade única da cidade pensar sua própria cidade. São várias as propostas em várias áreas, mas em todas elas a necessidade de incorporar a educação-ciência-

tecnologia nos processos de cidadania, de geração de riqueza e de fator de diferenciação entre tantas outras cidades. A inovação necessita chegar ao chão da cidadania na cidade de Pedro, urgentemente!

Nesta urgência, o IPGPar assume este papel de articular e propor encontros, discussão e elaboração de diagnósticos e de análises da cidade. Há, entretanto, a necessidade do compromisso do IPGPar, da sociedade organizada e de todos aqueles que querem uma cidade melhor, de seguir adiante na cobrança aos governantes em ações que se alinham aos documentos discutidos e apresentados. Como exemplo, a discussão de um instituto de planejamento nos moldes da cidade de Piracicaba - o Instituto de Pesquisa e Planejamento de Piracicaba, IPPLAP, surge como proposta. Mas não se precisa ir muito longe, a cidade de Nova Friburgo, na revisão de sua lei Orgânica em 2018, artigo 238 cria o “ Instituto Municipal de Pesquisa e Planejamento Urbano e Rural, órgão gerencial e autônomo, com objetivo de estabelecer política estratégica e contínua de planejamento e desenvolvimento sustentável do Município”. A cidade necessita avançar nesta e nas discussões aqui apresentadas. O IPGPar tem esse dever de continuar cobrando políticas contínuas e sustentáveis para a cidade.

* Mestre em Sistemas de Engenharia pela COPPE/UFRJ e Graduado em Informática pela PUC-Rio. Diretor do Instituto de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maricá. Produtor e apresentador do programa de divulgação científica e tecnológica Ciência em Movimento, na TV Rede Petrópolis. Diretor do TI Rio, professor da FAETEC e Gestor de Educação, Ciência e Tecnologia. Foi coordenador do Observatório da Cidade de Petrópolis; responsável pela pesquisa, análise e elaboração da minuta da Lei de Inovação da Cidade de Petrópolis na Secretaria de Desenvolvimento de Econômico; Idealizador, coordenador e promotor de vários eventos de ciência e de tecnologia na cidade, tais como Rio Info Petrópolis, O que a IA pode fazer pelo seu negócio e PITCH Inova Petrópolis. Autor de dois livros: “A gestão empreendedora em educação” e “A Inovação, a Ciência e a Tecnologia no interior do Estado do Rio de Janeiro”.

Referências e bibliografia

Uma pasta contendo todos os documentos que tratam dos temas desta seção, disponibilizados como referências e bibliografia aos colaboradores do GT04, está disponível na nuvem, num espaço de armazenamento especialmente dedicado a estes documentos. O link para a pasta com todos esses arquivos é:

https://drive.google.com/drive/folders/14ECQYlvsgWWaA8WB6bIOO8IC4wkRy_ch?usp=sharing

Todos os documentos (nomes dos arquivos digitais, com links embutidos) que tratam dos temas do GT04, também estão listados ao final deste trabalho, na Seção [Referências e Bibliografia](#).