

## **INTERPELAÇÃO ORAL**

### **Optimização contínua do trabalho de captação de visitantes para os bairros comunitários, para impulsionar o consumo e revitalizar a economia comunitária**

Para atrair mais visitantes para os bairros comunitários, o Governo, em colaboração com as seis empresas integradas de turismo e lazer, lançou, em Maio deste ano, o plano “Autocarro de Turismo e Lazer: Explorar o Encanto dos Bairros”, com o objectivo de utilizar autocarros gratuitos como elo de ligação para direccionar, de forma precisa, os visitantes das instalações daquelas empresas para os bairros comunitários, permitindo que estes experienciem a diversidade da fisionomia comunitária de Macau, impulsionando também os negócios das pequenas e médias empresas locais. Mas, segundo os dados da Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico, até ao final de Maio, os “autocarros de turismo e lazer” transportaram 7847 passageiros, dos quais 2078 desceram nas paragens instaladas nos bairros comunitários, representando apenas 26 por cento do número total de passageiros transportados. O efeito de captação de visitantes revelou-se aquém do esperado, havendo ainda espaço para melhoria.

O Governo implementou três principais medidas de optimização, incluindo o ajustamento das linhas para circulação nos dois sentidos, o funcionamento regular da linha ZAPE aos fins-de-semana e a antecipação do horário de partida do primeiro autocarro da linha Pagode do Bazar, para melhorar a eficácia do plano. Mas, segundo alguns comerciantes, os passageiros utilizam os “autocarros de turismo e lazer” principalmente como transporte gratuito para chegar às empresas de turismo e lazer, ou apenas permanecem temporariamente nos bairros comunitários para tirar fotografias e fazer “check-in”, sem gerar um efeito

efectivo em termos de consumo. Também foram manifestadas opiniões sobre a simplicidade dos autocarros e dos eventos complementares junto dos pontos de paragem, que carecem de cenários culturais e turísticos com características distintivas, actividades temáticas, experiências interactivas e apresentação sobre a história e a cultura dos bairros, bem como de iniciativas de articulação e promoção que possam fazer prolongar o tempo de permanência dos passageiros nas zonas após descerem do autocarro.

Mais, o plano não incorporou novos cenários de consumo. Embora a página electrónica do plano inclua cerca de 350 estabelecimentos com características distintas, as informações proporcionadas pelos comerciantes destinam-se apenas a consulta por parte dos turistas, não se distinguindo das plataformas sociais comuns, e há falta de mecanismos de benefícios que se articulem, de forma profunda, com a operação dos autocarros de turismo e lazer. Assim, os incentivos para estimular os passageiros a consumirem nos bairros são limitados. Como uma nova prática de integração entre cultura, comércio e turismo, a sociedade espera uma optimização adicional do plano, de modo a aumentar ainda mais o efeito de captação de visitantes para os bairros comunitários e de revitalização da economia comunitária.

Assim sendo, interpele sobre o seguinte:

1. Face à falta de incentivos para os passageiros dos “autocarros de turismo e lazer” consumirem nos bairros comunitários, para além da criação de uma secção especial de ofertas na página electrónica sobre a iniciativa em causa, vão as autoridades, durante o reforço da divulgação nos autocarros e nos pontos de paragem, e no processo de estudo de medidas promocionais complementares, considerar a implementação de mecanismos directamente articulados com os comerciantes, como a distribuição de comprovativos de transporte para desfrutar de benefícios dos estabelecimentos comerciais, ou a entrega de cupões de desconto ou cupões de dedução imediata nos pontos de paragem ou nos autocarros, para incentivar os comerciantes a oferecerem promoções exclusivas,

promovendo assim uma conversão eficaz do fluxo de passageiros em consumo efectivo?

2. Para prolongar ainda mais o tempo de permanência dos visitantes, como tencionam as autoridades criar cenários culturais e turísticos distintos nas zonas comunitárias envolventes às rotas e paragens dos “autocarros de turismo e lazer”, integrando actividades artísticas e culturais, eventos festivos temáticos, projectos interactivos de “check-in” e elementos de embelezamento urbano dos bairros comunitários, de modo a consolidar a identidade dos mesmos e a reforçar a eficácia da atracção de pessoas gerada por esses autocarros, impulsionando assim o aumento do consumo?

3. Há quem considere que, até à data, os “autocarros de turismo e lazer” não surtiram efeitos significativos. Como é que as autoridades vão avaliar, de forma global, este plano, no que respeita às necessidades dos visitantes e comerciantes, para determinar se o mesmo deverá ser prolongado ou suspenso?

26 de Junho de 2026

**A Deputada à Assembleia Legislativa da RAEM,**

**Wong Kit Cheng**