

## INTERPELAÇÃO ORAL

### **Atrair turistas e beneficiar a população: converter com precisão o fluxo de visitantes nos feriados dourados, dinamizando de forma efectiva e integral a vitalidade da economia comunitária**

Este ano marca o início do 3.º Plano quinquenal de Macau, sendo a dinamização da economia comunitária e o apoio às PME tarefas essenciais para impulsionar a diversificação adequada da economia. Entrámos agora na época alta do turismo de Verão, e registou-se de facto um aumento do fluxo de pessoas nos diversos bairros comunitários. Mas, o sentimento mais genuíno dos comerciantes na linha da frente é o seguinte: os turistas apenas tiram fotografias, mas não consomem; os bairros comunitários enfrentam uma situação de “fluxo elevado de pessoas, mas poucas receitas”. Como transformar concretamente o “fluxo de pessoas” nas ruas em “fluxo de caixa” para os comerciantes é uma questão que as autoridades devem resolver quanto antes, face à sobrevivência das PME.

Olhando para as regiões vizinhas, nos últimos anos diversos locais acumularam experiências bem-sucedidas para estimular o consumo. Por exemplo, a cidade de Kitakyushu, no Japão, distribuiu um subsídio electrónico de 5000 ienes, utilizável apenas em lojas seleccionadas<sup>1</sup>; Hong Kong também emitiu um cupão de consumo no valor de 100 dólares de Hong Kong, utilizado apenas após as 18 horas em restaurantes, denominado “*Night Treats*”<sup>2</sup>. Analisando as práticas

---

<sup>1</sup> “Actividade Promocional de Kitakyushu | Cupão Electrónico de 5000 Ienes WELCOME! KitaQ”, 27 de Novembro de 2023, <https://appletrees.tw/blog/post/welcomekitaq>.

<sup>2</sup> “Actividade ‘*Hong Kong Night Treats*’ do *Hong Kong Tourism Board* – Cupão de Consumo Alimentar Gratuito de 100 dólares de Hong Kong para Visitantes (31/03/2024)”, 21 de Dezembro de 2023, <https://www.travelideas.tw/2023/12/hk-nights-treats.html>.

acima referidas, não é difícil identificar um ponto comum essencial: este incentivo específico ao consumo dirigido aos turistas, embora aparentemente consista na concessão de benefícios externos, é na realidade um “investimento na economia comunitária” com uma elevada taxa de retorno. Se o Governo da RAEM puder tomar como referência essas experiências, utilizando investimentos de pequena quantia como “catalisador” e alavanca, será possível canalizar de forma precisa e eficaz a enorme força de consumo turístico externo para as micro, pequenas e médias empresas locais. Isto não apenas visa resolver a actual crise de receitas dos comerciantes, mas também, através da consolidação da base comercial dos bairros comunitários, garantir fundamentalmente o espaço de emprego dos nossos residentes locais e a resiliência económica.

Para apoiar efectivamente as micro, pequenas e médias empresas dos bairros comunitários a passar o actual período de debilidade do consumo, e para libertar plenamente o potencial de consumo das férias grandes através de múltiplas medidas, interpele sobre o seguinte:

1. Nos últimos anos, o Governo tem envidado grandes esforços para revitalizar os bairros antigos e criar as zonas pedonais e feiras com características próprias, com resultados evidentes e amplamente reconhecidos. Mas, como transformar o fluxo temporário gerado por eventos pontuais num crescimento sustentável e de qualidade para as pequenas lojas dos bairros comunitários constitui o maior entrave que o sector espera superar. Para uma “gestão precisa” e uma afectação eficaz dos recursos, em primeiro lugar, as autoridades devem ter um conhecimento científico das reais dificuldades sentidas pelos comerciantes em cada zona. Vão as autoridades tomar a iniciativa de criar um mecanismo permanente, científico e objectivo de avaliação do ambiente comercial dos bairros comunitários, de forma a estabelecer um suporte estatístico sólido para os futuros apoios direccionados e para o planeamento de longo prazo?

2. Para revitalizar a economia comunitária, o Governo implementou diversas políticas e actividades para estimular o consumo dos turistas, alcançando alguns

resultados concretos. Mas, perante a fuga da procura interna devido à facilitação de passagem fronteiriça, bem como a nova normalidade de que os modelos de consumo dos visitantes mudaram para “experiências e partilhas nas redes sociais”, as medidas generalizadas ou temporárias de incentivo ao consumo também precisam de evoluir e aprofundar-se. Com base na avaliação dos resultados das diversas medidas já implementadas, de que planos de optimização e aprofundamento dispõem as autoridades, especialmente para transformar as experiências bem-sucedidas do passado em mecanismos duradouros, implementando políticas de incentivo ao consumo dos turistas mais direccionadas, para, através de um modelo de “irrigação precisa”, canalizar de forma eficaz o fluxo de visitantes para revitalizar todos os sectores comerciais dos bairros comunitários, concretizando verdadeiramente a canalização dos benefícios turísticos para os bairros comunitários e alcançando assim a intenção original da política de “atrair turistas e beneficiar a população”?

24 de Junho de 2026

**O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,**

**Lee Koi Ian**