

Projeto INTRA: Algarve - Relatório de ponto de situação (Resumo)



Universidade do Algarve

Março 2018

I. RETRATO DA REGIÃO

O Algarve é a região mais a Sul de Portugal e ocupa 4996 Km² (cerca de 5% do território nacional total). A região tem uma população residente de 444.390 habitantes (cerca de 4% da população residente do país) e tem uma densidade populacional de 88 habitantes por km². 52% da população total da região algarvia vive em 5% do território, dos quais 70% vivem em áreas urbanas.

O sector económico mais importante no Algarve é o sector terciário (comércio e serviços), resultado da principal atividade económica da região - o turismo. Este subsector de atividade assume uma importância tão grande no Algarve que representa, direta e indiretamente, 87% do PIB regional.

O cluster turístico domina a economia regional do Algarve, marcando tanto o sector económico, intensivo e fortemente terciário, como o mercado de trabalho, precário, sazonal e pouco exigente em termos de qualificações dos trabalhadores. A sazonalidade, característica de regiões dependentes de produtos turísticos baseados no sol e na praia, marca profundamente toda a economia, influenciando o seu desempenho e desenvolvimento.

II. O AMBIENTE DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O contributo das exportações de bens para a economia do Algarve é diminuto, tendo em consideração que é o subsector serviços que contribui largamente para a performance de exportações da região. Ainda assim, no que se refere às exportações de bens, o Algarve viu o seu valor aumentado de 1,7%, em 2007, para 1,9% em 2015. A proporção de exportações de bens de alta tecnologia, embora modesta, também melhorou, ao contrário do que foi observado a nível nacional. Em 2007, representou 2,9% das exportações regionais de bens e, em 2015, representou 4,5%.

A grande maioria das exportações do Algarve foi para a União Europeia, em particular para Espanha, que recebeu 43% do total das exportações regionais de bens em 2014. Embora se tenham verificado ligeiras flutuações neste período, a região verifica uma tendência de aumento da intensidade das exportações.

Por outro lado, a taxa de cobertura das importações pelas exportações também aumentou de forma contínua e acentuada. Em 2007, foi de 43%, em 2010 cresceu para 53% e em 2015 chegou a 63%. No entanto, a região continua a apresentar um dos rácios menos favoráveis por comparação com as restantes regiões NUTS II portuguesas, uma situação que certamente seria diferente se o subsector “serviços” fosse incluído na equação.

O contexto de crise económica e financeira em que Portugal se situou nos últimos anos, provocou algumas alterações no que diz respeito à internacionalização de bens e serviços. Em particular, a diminuição do consumo interno forçou algumas empresas a olhar para novos mercados e avançar para novos mercados. A extensão para o Oriente e o forte crescimento em países como o Brasil e Angola também trouxeram novas oportunidades de expansão para várias empresas. As medidas de política pública implementadas, incluindo o apoio financeiro prestado por meio de sistemas de incentivo às empresas, também contribuíram para esse processo. Neste contexto, o

Programa Operacional Regional CRESC Algarve 2020 destaca os instrumentos que pretendem dar suporte direto à internacionalização das empresas sediadas no Algarve. Através do Eixo 2, que visa apoiar a internacionalização e a competitividade empresarial e o empreendedorismo qualificado, tem os seguintes objetivos:

- Incentivar o empreendedorismo qualificado como ferramenta de promoção da inovação e diversificação da base produtiva regional;
- Aumentar a competitividade e a conscientização externa dos produtos e das empresas dos sectores regionais identificados na Estratégia de Especialização Inteligente (RIS3), para promover a internacionalização e a exportação.
- Melhorar a competitividade das empresas e estimular o investimento das empresas, particularmente no contexto dos sectores identificados na Estratégia de Especialização Inteligente (RIS3).

Para atingir estes objetivos, as pequenas e médias empresas (PME) têm disponíveis instrumentos específicos para atividades de internacionalização (participação em feiras no exterior, missões empresariais), qualificação (investimentos em marketing, modernização e outros) e inovação (investimento em áreas produtivas associadas à inovação do produto / serviço).

1. Sistema de Incentivo à Internacionalização

O Sistema de Incentivo à Internacionalização é direcionado para PME sediadas no Algarve que podem candidatar-se isoladamente ou em consórcio (pelo menos 10 empresas). O objetivo deste instrumento é reforçar a competitividade das empresas, promover o aumento das exportações de produtos de alta tecnologia e incentivar uma maior integração das PME nas cadeias de valor internacionais, reconhecendo a sua importância na criação de mais empregos e mais riqueza. A tipologia dos projetos pode abranger o conhecimento dos mercados externos; presença na web, através da economia digital; desenvolvimento internacional e promoção de marcas; prospeção e presença em mercados internacionais; marketing internacional; introdução de um novo método de organização em práticas comerciais ou relações externas; e certificações específicas para mercados externos.

2. Vale de Internacionalização (projetos simplificados)

O vale internacionalização é um instrumento específico para apoiar o desenvolvimento e aplicação de novos modelos de negócio. Em particular, apoia a internacionalização através de projetos simplificados destinados a promover diagnósticos, identificando oportunidades de internacionalização ao nível de produtos/serviços e mercados associados, e estratégias de marketing apropriadas, nomeadamente, permitindo a evolução na cadeia de valor, incluindo assistência técnica para permitir a implementação imediata de decisões de marketing e atividades de exploração inicial em mercados externos.

3. Sistema de Apoio às Ações Coletivas - Internacionalização

O sistema de apoio às ações coletivas é complementar visa impulsionar a internacionalização das pequenas e médias empresas através da criação ou melhoria as condições de contexto. Os beneficiários deste instrumento são entidades não-empresariais, capazes de induzir efeitos de arrasto na economia. Dentro deste

instrumento, são suscetíveis de apoio projetos que integrem a prospeção, conhecimento e acesso a novos mercados, processos colaborativos de internacionalização, partilha de conhecimento e capacitação para internacionalização, e promoção internacional integrada de bens e serviços.

III. CONCLUSÕES

O estudo “State of Affairs” baseia-se nas respostas recolhidas através de inquéritos apresentados a pequenas e médias empresas e atores regionais. Este exercício não pretendeu ser representativo da região, uma vez que o número de respostas recolhidas não possui valor estatístico. No entanto, a informação recolhida destaca alguns dos principais aspetos em que ocorrem as atividades de internacionalização das empresas algarvias. Neste contexto, é possível destacar os seguintes aspetos:

- O Algarve é caracterizado por uma estrutura económica constituída principalmente por pequenas e microempresas;
- O sector económico com maior expressão na região é o Turismo e é este sector que mais contribui para as exportações da região (serviços);
- O Programa Operacional Regional CRESC Algarve 2020 considera a internacionalização das PME de grande importância e os recursos financeiros alocados para aumentar as exportações e a competitividade das empresas estão alinhados com essa visão;
- A proximidade do tecido empresarial com a Universidade do Algarve fomenta a emergência de novos produtos e serviços, nomeadamente aqueles que se destacam pela sua diferenciação e qualidade em relação aos concorrentes internacionais.
- As PME estão focadas na venda de produtos ou serviços de alta qualidade;
- Embora existam várias entidades que apoiam a internacionalização das empresas, o apoio à internacionalização direcionado às pequenas e médias empresas pode ser melhorado;
- A região não disponibiliza formação específica para melhorar as atividades de internacionalização e aumentar o sucesso nos mercados estrangeiros;
- A grande maioria das PME inquiridas desenvolvem atividades de internacionalização sem uma estratégia bem definida;
- A falta de tempo para lidar com a internacionalização é mencionada como a principal barreira interna quando as PME abordam a internacionalização;
- As PME utilizam ferramentas de promoção na internet (website), mas a maioria não vende online. O Turismo e o sector das TIC são as principais exceções.
- As PME regionais são muito dependentes de fundos públicos para implementar ações de internacionalização, em particular os instrumentos de financiamento disponíveis através do Programa Operacional Regional.