



ESTUDO DO CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO AÇORES / MADEIRA / CANÁRIAS

No âmbito do projecto GLOCALNETWORKS “Cód. MAC/3.1/M26”, ao abrigo do programa INTERREG III B Açores-Madeira-Canárias

Junho de 2005



CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

ÍNDICE

- 1. Introdução**
- 2. Caracterização Regional**
 - 1. Açores**
 - 2. Madeira**
 - 3. Canárias**
- 3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos**
- 4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações**
- 5. Os Produtos de Exportação**
 - 1. Açores**
 - 2. Madeira**
 - 3. Canárias**
- 6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos**

1.Introdução

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

1. Introdução

O presente estudo enquadra-se num conjunto de outros trabalhos parcelares sobre a realidade das regiões ultraperiféricas portuguesas e espanhola.

O objectivo principal é encontrar vias para o fomento das exportações inter-arquipélagos em produtos chave. Pretende-se, no essencial, identificar bloqueios à exportação entre estas regiões e formas de os ultrapassar.

Os três arquipélagos acumulam uma longa história de comércio com o exterior, marcada, em todos os casos, por uma forte associação aos respectivos países. Este resultado não é de estranhar se tivermos em conta que, ainda não há muito tempo, a característica dominante do comércio era o proteccionismo que protegia os mercados nacionais, não permitindo, em muitas circunstâncias, outras relações comerciais mesmo sendo elas vantajosas. É um reflexo de uma era de proteccionismo que, para já, está ultrapassada.

Importa, no entanto, perceber porque é que as exportações de sectores tradicionais se constituem como um aspecto de estudo de interesse. Recorde-se que cada um destes mercados que estamos a estudar é pequeno, particularmente se considerarmos os Açores e a Madeira, com fracas possibilidades de desenvolvimento a partir da procura interna.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

1. Introdução

As relações económicas com o exterior dão a estas regiões uma dimensão que, noutras circunstâncias nunca poderiam atingir.

Esta dimensão está associada à capacidade que têm de competir com outros mercados em diversos sub sectores da produção primária, da indústria e dos serviços. É exportando que estas economias podem ganhar a dimensão crítica para viabilizar muitas actividades.

Que seria dos Açores se não fossem competitivos na produção de leite? E da Madeira e Canárias se não fossem capazes de oferecer, de forma competitiva serviços na área do turismo.

Expurgadas destas actividades de exportação estas regiões ficariam ao sabor dos donativos externos qualquer que fosse a forma que eles assumissem.

Os apoios externos são e continuarão a ser elementos importantes no fomento da procura interna mas não se pode esperar que eles durem para sempre nem seria sensato desenhar uma política que não trabalhasse uma alternativa de auto sustentabilidade.

Aceites que são, genericamente, as virtudes do comércio externo, importa saber de quê e com quem se faz este comércio.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

1. Introdução

Como se disse, a história marca, de forma indelével, o que estas regiões produziram e produzem e com quem elas fazem comércio.

Os Açores e a Madeira relacionam-se, predominantemente com Lisboa e Porto. As Canárias trabalham, predominantemente com Barcelona e Madrid.

Os fluxos entre os Açores, a Madeira e as Canárias são, por qualquer padrão diminutos, evidenciando um passado sem grandes relações económicas, porventura justificado por dificuldades logísticas que nem a proximidade nacional nem novas tecnologias permitiram ultrapassar. Esta afirmação é verdadeira quer se trate de pessoas, de bens ou de serviços. O relacionamento é, tradicionalmente, com os grandes centros nacionais, de onde se obtém matérias primas, produtos intermédios e muitos produtos de consumo final e para onde se exporta quase tudo.

Para além de se considerar a dimensão dos fluxos, há ainda que considerar o que preenche estes fluxos. Como já se referiu, pelo menos para duas das três regiões os fluxos turísticos são incontornáveis e apresentam já alguma tradição. Este sector, no entanto, foi objecto de trabalho independente deste.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

1. Introdução

A nossa preocupação aqui centrar-se-á nos bens tradicionais de exportação, o que equivale a dizer que estaremos essencialmente a falar de bens primários ou bens transformados a partir de produtos primários produzidos regionalmente.

O propósito do presente trabalho é apresentar mais um diagnóstico actualizado da situação das trocas comerciais entre estas regiões, identificando os seus constrangimentos e apontando possíveis formas de os ultrapassar, a partir do momento que seja esta a vontade das autoridades e medidos os custos e os benefícios.

Para atingir este objectivo o presente trabalho desenvolve-se em cinco partes para além desta introdução.

Na secção 2 procede-se a uma caracterização geral de cada uma região com enfoque especial no peso da sua actividade industrial e de exportação, aferida através do peso do PIB e do emprego.

Na secção 3 apresenta-se uma análise das condições de logística de transporte de passageiros e de mercadorias entre os três arquipélagos.

Na secção 4 afere-se a percepção dos empresários, actores principais neste processo, quanto aos sectores de desenvolvimento estratégico de cada região e quanto à importância das exportações neste processo.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

1. Introdução

Na secção 5 identificam-se os principais produtos tradicionais de exportação de cada região, realçando os que se apresentam com maior peso. Finalmente, na secção 6, apresenta-se uma reflexão sobre a estratégia para a promoção das exportações inter arquipélagos.

2. Caracterização Regional

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional

Introdução

Os três arquipélagos em estudo situam-se no atlântico norte, junto à Península Ibérica e ao norte de África. Constituem, com Cabo Verde, a Macaronésia. As principais cidades dos Açores (Ponta Delgada) e da Madeira (Funchal) distam 978km e 1.450km, respectivamente, de Lisboa.

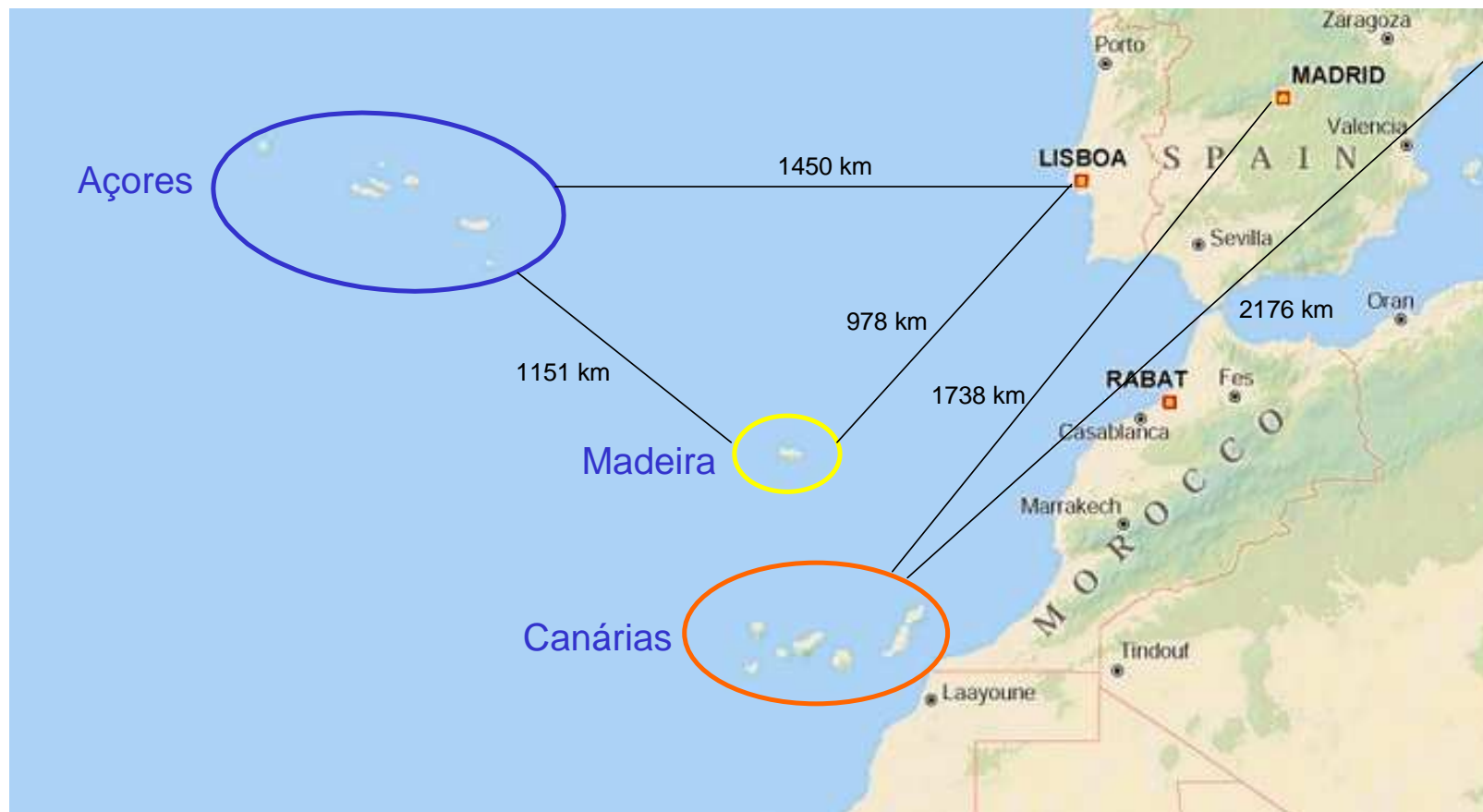
Las Palmas, Gran Canária, dista 1.738km de Madrid e 2.176km de Barcelona. A distância entre Ponta Delgada e Funchal é de 1.151km e entre o Funchal e Las Palmas é de 544km.

O mapa da página seguinte ilustra o posicionamento relativo dos três arquipélagos, abrangendo uma vasta área do Atlântico Norte, navegada e sobrevoada pelas mais importantes rotas do comércio internacional.

Se a variedade de produtos existentes nos mercados continentais e inexistente nos mercados insulares justifica parte destas ligações, não pode deixar de ser surpreendente a fraca expressão das ligações entre a Madeira e as Canárias, dada a proximidade geográfica dos dois arquipélagos .

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Introdução



CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Introdução

Para além da geografia, convém caracterizar cada uma das três realidades em estudo em função de um conjunto seleccionado de indicadores. No presente caso recorreremos, por entendermos que são os mais adequados a este trabalho, à evolução do VAB e do emprego, por sector, e a alguns indicadores dos sectores de maior peso.

O peso do VAB de cada sector e a respectiva evolução permite-nos perspectivar o valor acrescentado que cada sector, incluindo os tradicionais, tem em cada uma das três economias. Permitirá, por isso, perspectivar em que casos os sectores tradicionais serão mais cruciais.

O peso do emprego é também uma variável de análise importante porquanto indicia a importância social de cada sector. Espera-se, naturalmente, uma forte relação entre os dois indicadores.

Realçar outros indicadores dos sectores mais importantes de cada economia serve para melhor perspectivar a sua importância.

O tratamento dos Açores e da Madeira será feito de forma conjunta devido à homogeneidade dos dados e das fontes de informação. As Canárias serão tratadas de forma autónoma.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Introdução

As principais fontes de informação são o INE (Instituto Nacional de Estatística) para os Açores e para a Madeira e o ISTAC (Instituto Canário de Estadística) para as Canárias.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Entre 1995 e 2001, o PIB dos Açores representou entre 1,72 e 1,82% do total nacional. Para a Madeira, os valores equivalentes variaram entre 2,4% e 2,64%. Estes valores evidenciam que estas regiões cresceram mais rapidamente do que o continente.

Quadro 1 – PIB Açores e Madeira

A - PIB (milhões €)

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Açores	1.442	1.541	1.609	1.741	1.917	2.091	2.230
Madeira	1.950	2.070	2.337	2.630	2.824	3.055	3.219
Portugal	80.827	86.230	93.014	100.962	108.030	115.548	122.801

B – Contributo para o PIB Nacional (%)

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Açores	1,78	1,79	1,73	1,72	1,77	1,81	1,82
Madeira	2,41	2,40	2,51	2,60	2,61	2,64	2,62

Fonte: INE

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Os valores do PIB per capita estão representados no quadro 2. Para a Madeira, este indicador já suplantou a média nacional situando-se, em 2001, nos 112,6% daquele valor. A Madeira cresceu a um ritmo muito superior ao nacional nos últimos anos.

Nos Açores, por outro lado, o PIB per capita permanece em cerca de 70%do valor médio nacional entre 1995 e 1999. Em 2002, depois de algumas correcções para o nível da população, este valor situava-se nos 79% da média nacional. De qualquer forma, os valores sugerem dois percursos bem distintos para os Açores e para a Madeira.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 2 – PIB per capita

A – PIB per capita (euros)

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Azores	5.711	5.966	6.310	7.003	7.482	8.800	9.400
Madeira	7.828	8.347	9.460	10.685	11.506	12.700	13.400
Portugal	8.155	8.704	9.352	10.126	10.774	11.300	11.900

B – Comparação com a media nacional (%)

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Azores	70,0	68,5	67,5	69,2	69,4	77,9	79,0
Madeira	96,0	95,9	101,2	105,5	106,8	112,4	112,6

Fontes: SREA e DREM

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Uma outra forma de caracterizar a economia dos Açores e da Madeira é através da repartição sectorial do respectivo VAB. Para este efeito vamos recorrer aos quadros com os valores absolutos e aos quadros com os valores relativos. Os sectores são desagregados conforme a tabela seguinte.

A-17 CAE Rev2

A- Agricultura, pecuária, caça e silvicultura

B- Pesca

C- Extração mineira

D- Indústria

E- Produção e Distribuição de Electricidade Água e Gás

F- Construção

G- Comércio por Grosso e a Retalho

H- Alojamento e Restauração

I- Transportes, armazenamento e comunicações

J- Actividades Financeiras

K- Mediação imobiliária, aluguer e outros serviços às empresas

L- Administração Pública, defesa e serviços sociais obrigatórios

M- Educação

N- Saúde e Segurança Social

O- Outros serviços colectivos

P- Serviços Domésticos

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 3 - Valor Acrescentado por Sector – Portugal, Açores, Madeira, 1995-1999 (milhões €)

Sector	1995			1998			1999			2000			2001		
	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira
A	3475	118	55	3201	131	56	3205	154	57	3203	154	57	3663	140	63
B	334	26	15	376	33	18	381	36	16	399	39	17	424	36	22
C	367	4	4	378	7	4	381	7	5	353	7	7	368	8	8
D	14447	94	91	17166	126	120	17764	130	127	18649	136	143	19368	135	154
E	2460	23	37	2779	33	53	2802	34	45	2773	46	43	2850	52	47
F	4867	104	182	6814	134	261	7283	135	279	8106	134	362	8684	148	387
G	10970	145	207	13353	174	256	13856	191	273	14847	207	364	16253	221	383
H	1935	19	147	2666	26	205	2856	27	220	2980	29	228	3184	32	256
I	4674	148	176	6025	178	225	6305	199	213	6897	201	238	7339	222	264
J	4473	67	115	5821	66	238	6029	67	247	6517	79	207	7054	88	142
K	8993	129	323	11427	142	400	12652	149	448	13314	167	371	14088	179	408
L	6254	215	219	7822	264	290	8621	292	319	9754	344	357	10250	358	389
M	4725	81	69	6052	101	88	6614	111	97	7178	139	122	7802	172	137
N	3736	99	87	4782	111	106	5297	123	120	5857	140	141	6504	157	156
O	1850	36	49	2511	41	56	2866	60	72	3245	58	97	3451	66	106
P	418	12	9	546	15	12	574	16	12	614	16	13	671	18	15
Sub-Total	73978	1320	1785	91719	1582	2388	97486	1731	2550	104686	1896	2767	111953	2032	2937
Bancos	-3688	-66	-89	-4563	-79	-119	-4676	-83	-122	-5062	-92	-134	-5563	-101	-146
Total	70292	1254	1696	87158	1503	2271	92813	1649	2426	99624	1804	2633	106390	1931	2791

Fonte: INE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Deste quadro podemos determinar quais os sectores mais importantes a nível nacional e a nível regional.

A indústria transformadora apanha a quota mais elevada para o país no seu todo, seguida das actividades comerciais e de actividades de imobiliária, alugueres e outros serviços às empresas.

O sector público é o maior sector nos Açores, seguido dos transportes e comunicações e actividades comerciais.

Na Madeira o peso maior vai para as operações imobiliárias, alugueres e outros serviços prestados às empresas, seguido da administração pública e da construção civil, ambos ao mesmo nível.

Em 1999, o contributo dos serviços financeiros e de operações imobiliárias para o VAB é particularmente elevado na Madeira (28,7% vs. 13,1% nos Açores e 19,1% em Portugal).

Nos Açores, a agricultura tem um contributo muito maior do que na Madeira ou no país (9,3% vs. 3,5% para o país e 2,3% para a Madeira).

As actividades de alojamento e restauração são particularmente importantes na Madeira enquanto o transporte e telecomunicações tem um peso particularmente elevado nos Açores devido, provavelmente, ao facto de as viagens inter-ilhas absorverem um volume considerável de recursos.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 4 - Estrutura do VAB por Sector - Portugal, Açores, Madeira, 1995-1999 (%)

Sector	1995			1998			1999			2000			2001		
	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira
A	4,7	8,9	3,1	3,5	8,3	2,3	3,3	8,9	2,2	3,1	8,1	2,1	3,3	6,9	2,1
B	0,5	2,0	0,8	0,4	2,1	0,8	0,4	2,1	0,6	0,4	2,1	0,6	0,4	1,8	0,7
C	0,5	0,3	0,2	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3
D	19,5	7,1	5,1	18,7	8,0	5,0	18,2	7,5	5,0	17,8	7,2	5,2	17,3	6,6	5,2
E	3,3	1,7	2,1	3,0	2,1	2,2	2,9	2,0	1,8	2,6	2,4	1,6	2,5	2,6	1,6
F	6,6	7,9	10,2	7,4	8,5	10,9	7,5	7,8	10,9	7,7	7,1	13,1	7,8	7,3	13,2
G	14,8	11,0	11,6	14,6	11,0	10,7	14,2	11,0	10,7	14,2	10,9	13,2	14,5	10,9	13,0
H	2,6	1,4	8,2	2,9	1,6	8,6	2,9	1,6	8,6	2,8	1,5	8,2	2,8	1,6	8,7
I	6,3	11,2	9,9	6,6	11,3	9,4	6,5	11,5	8,4	6,6	10,6	8,6	6,6	10,9	9,0
J	6,0	5,1	6,4	6,3	4,2	10,0	6,2	3,9	9,7	6,2	4,2	7,5	6,3	4,3	4,8
K	12,2	9,8	18,1	12,5	9,0	16,8	13,0	8,6	17,6	12,7	8,8	13,4	12,6	8,8	13,9
L	8,5	16,3	12,3	8,5	16,7	12,1	8,8	16,9	12,5	9,3	18,1	12,9	9,2	17,6	13,2
M	6,4	6,1	3,9	6,6	6,4	3,7	6,8	6,4	3,8	6,9	7,3	4,4	7,0	8,5	4,7
N	5,1	7,5	4,9	5,2	7,0	4,4	5,4	7,1	4,7	5,6	7,4	5,1	5,8	7,7	5,3
O	2,5	2,7	2,7	2,7	2,6	2,3	2,9	3,5	2,8	3,1	3,1	3,5	3,1	3,2	3,6
P	0,6	0,9	0,5	0,6	0,9	0,5	0,6	0,9	0,5	0,6	0,8	0,5	0,6	0,9	0,5

Fonte: INE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Analisando o contributo de cada região para o VAB nacional em cada sector, podemos reter, do quadro 5, que os Açores contribuem mais do que proporcionalmente nas actividades agrícolas, nas pescas, nos serviços públicos e nos transportes e comunicações.

A Madeira contribui mais em actividades de alojamento e restauração, pesca, serviços financeiros, construção e administração pública.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 5- **Peso do VAB por Sector no Total** - Açores e Madeira, 1995-2001 (%)

Sector	1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001	
	Açores	Madeira	Açores	Madeira	Açores	Madeira	Açores	Madeira	Açores	Madeira	Açores	Madeira	Açores	Madeira
A	3,4	1,6	3,8	1,5	3,9	1,7	4,1	1,7	4,8	1,8	4,8	1,8	3,8	1,7
B	7,8	4,5	7,9	4,4	7,5	4,9	8,8	4,8	9,4	4,2	9,8	4,3	8,5	5,2
C	1,1	1,1	1,2	1,2	1,6	1,1	1,9	1,1	1,8	1,3	2,0	2,0	2,2	2,2
D	0,7	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8
E	0,9	1,5	1,0	1,6	1,1	1,8	1,2	1,9	1,2	1,6	1,7	1,6	1,8	1,6
F	2,1	3,7	2,0	3,5	2,0	3,3	2,0	3,8	1,9	3,8	1,7	4,5	1,7	4,5
G	1,3	1,9	1,3	1,9	1,3	1,9	1,3	1,9	1,4	2,0	1,4	2,5	1,4	2,4
H	1,0	7,6	1,0	7,7	1,0	8,1	1,0	7,7	0,9	7,7	1,0	7,7	1,0	8,0
I	3,2	3,8	3,1	3,6	3,0	3,6	3,0	3,7	3,2	3,4	2,9	3,5	3,0	3,6
J	1,5	2,6	1,4	2,5	1,3	3,2	1,1	4,1	1,1	4,1	1,2	3,2	1,2	2,0
K	1,4	3,6	1,4	3,6	1,4	3,8	1,2	3,5	1,2	3,5	1,3	2,8	1,3	2,9
L	3,4	3,5	3,5	3,6	3,5	3,6	3,4	3,7	3,4	3,7	3,5	3,7	3,5	3,8
M	1,7	1,5	1,7	1,5	1,7	1,5	1,7	1,5	1,7	1,5	1,9	1,7	2,2	1,8
N	2,6	2,3	2,6	2,3	2,4	2,3	2,3	2,2	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4
O	1,9	2,6	2,0	2,5	1,8	2,9	1,6	2,2	2,1	2,5	1,8	3,0	1,9	3,1
P	2,9	2,2	2,9	2,3	2,8	2,2	2,7	2,2	2,8	2,1	2,6	2,1	2,7	2,2
Total	1,8	2,4	1,8	2,4	1,7	2,5	1,7	2,6	1,8	2,6	1,8	2,6	1,8	2,6

Fonte: INE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Uma outra forma de analisar o peso de cada sector numa economia é através do emprego.

Para este efeito podemos recorrer ao quadro 6 no qual se identifica a distribuição do emprego que corresponde à geração do VAB referido anteriormente.

De acordo com o inquérito trimestral ao emprego para os Açores, entre 1960 e 2000, o peso do sector primário no emprego caiu de 60 para 16% . O sector secundário evoluiu de 17 para 26,6% e o terciário de 23 para 57%. A tendência para a redução do peso do sector primário tenderá a manter-se da mesma forma que o peso dos serviços tenderá a aumentar.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 6 – Distribuição do Emprego nos Açores por sector

SECTORES	1960	1970	1981	1990	1995	1998	2000
Primário	60.0	49.8	31.5	23.1	20.4	17.6	16.2
Secundário	16.7	17.2	25.2	25.3	22.6	25.0	26.6
Construção					11.8		15.2
Terciário	23.3	32.0	43.3	51.6	57.0	57.4	56.9
Comércio					13.5		13.1
Hotéis e rest.					3.6		3.5
Sector público					24.4		25.1

Fonte: SREA

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

De acordo com o INE, esta tendência tenderá a manter-se para os Açores e para a Madeira.

Recorrendo a uma outra fonte estatística, temos, no quadro 7, a estrutura do emprego por sectores.

Deste quadro podemos constatar que os Açores têm uma proporção muito mais elevada dos seus activos na agricultura e no sector público enquanto que a Madeira apresenta um maior peso na construção (associada a um surto recente deste sector naquela região), na agricultura e no sector público.

O emprego na hotelaria e na restauração assume um peso muito maior na Madeira quando comparado com o resto do país ou com os Açores. Os serviços financeiros, por outro lado, não têm uma expressão compatível com o peso que este sector apresenta no VAB. Este facto deve-se, claramente, às características do Centro Internacional de Negócios do Funchal.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 7 - Estrutura do Emprego - Portugal, Açores e Madeira, 1995-1999

Sector	1995			1996			1997			1998			1999		
	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira	Total	Açores	Madeira
A	11.7	18.7	18.6	11.7	21.3	18.3	11.5	21.2	17.4	10.7	22.8	15.3	10.1	23.5	14.0
B	0.5	2.9	1.0	0.5	2.9	1.0	0.5	3.1	0.9	0.4	3.1	0.9	0.4	2.7	0.8
C	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2
D	21.5	8.6	12.0	21.4	9.9	11.7	21.1	9.7	11.7	20.7	9.2	11.7	20.2	8.9	11.4
E	0.7	0.9	1.0	0.7	1.0	1.0	0.7	1.0	1.0	0.6	1.2	0.9	0.6	1.5	0.9
F	8.7	7.8	13.3	8.7	8.5	13.0	9.1	8.7	12.6	9.7	9.6	14.4	10.0	9.2	14.5
G	14.9	10.7	12.1	14.6	12.0	11.8	14.4	12.0	11.4	14.7	12.1	12.1	14.9	12.2	12.0
H	4.4	1.8	6.3	4.4	2.2	6.4	4.6	2.4	6.9	4.8	2.6	6.9	4.9	2.7	7.1
I	3.3	3.4	3.9	3.2	3.8	3.9	3.3	3.7	3.8	3.3	3.5	3.5	3.3	3.5	3.5
J	2.6	2.0	1.2	2.6	2.2	1.1	2.5	2.1	1.1	2.4	1.7	1.1	2.4	1.6	1.1
K	5.9	2.5	4.6	5.9	2.9	4.6	6.2	3.3	5.7	6.3	3.2	5.6	6.6	3.3	5.7
L	8.1	11.7	11.5	8.0	13.6	12.1	7.8	13.6	11.7	7.9	13.0	12.1	7.9	12.6	12.2
M	6.0	4.2	3.5	6.1	4.8	3.5	6.2	5.0	3.8	6.2	4.7	3.8	6.3	4.8	4.0
N	5.0	6.0	4.6	5.1	6.9	4.7	5.1	6.1	4.5	5.1	5.8	4.4	5.3	5.7	4.6
O	3.6	3.3	3.7	3.7	3.8	4.0	3.8	3.8	4.5	3.9	3.7	4.8	4.0	4.1	5.6
P	2.8	3.2	2.5	2.9	3.9	2.6	3.0	4.0	2.7	2.9	3.6	2.4	2.8	3.4	2.4

Fonte: INE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Actividades Principais

Nesta secção passamos em revisão alguns dados referentes aos principais sectores de actividade dos Açores e da Madeira para melhor perceber a evolução destas duas economias.

O turismo é importante nas duas regiões: na Madeira porque se transformou no sector económico mais importante e nos Açores porque é considerado um sector estratégico de futuro, registando, actualmente, elevadas taxas de crescimento.

A agricultura é de uma importância crítica nos Açores mas apenas marginalmente importante na Madeira. Em ambas as regiões é importante para a manutenção do ambiente que, por seu turno, é importante para o turismo.

As pescas são importantes em ambas as regiões embora assumam um peso maior na geração de valor acrescentado nos Açores.

Os serviços internacionais são importantes na Madeira mas não têm qualquer expressão nos Açores.

No que se segue revemos alguns sectores seleccionados para obter uma perspectiva melhor sobre as principais actividades económicas.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Agriculture

Nos Açores a agricultura é, como já vimos pela análise do PIB, do emprego e do VAB, o sector produtivo mais importante. Embora se possa identificar alguma diversificação neste sector, a produção de leite é, de longe, a mais importante. A criação de gado para carne é também um complemento com algum significado. Culturas industriais como o tabaco, a beterraba sacarina e o chá proporcionam alguma, embora que pouca, diversificação. A sua manutenção é, por esta razão, importante.

As frutas e as flores são também cultivadas nos Açores mas ainda têm uma expressão económica reduzida. Este facto pode mudar conforme o turismo vai ganhando importância.

A produção de leite e a produção de carnes para abate é também uma actividade importante, particularmente no caso dos Açores, sendo que a Madeira não produz leite ou carne de vaca em quantidade significativa.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

Quadro 8 – Produção de Leite e Lacticínios

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

A produção de leite mais do que duplicou desde que Portugal aderiu à União Europeia. Em 2002, a produção atingiu as 500 mil toneladas, ultrapassando a quota fixada para aquela data. A quota veio a ser fixada em cerca de 535 mil toneladas. Os Açores produzem cerca de 27% de todo o leite produzido em Portugal.

Uma percentagem elevada do leite produzido nos Açores destina-se à produção de queijo. A sazonalidade da produção leva, no entanto, a que uma parte significativa do leite seja transformada em leite em pó. Mais recentemente, o leite tem vindo a ser exportado para o continente e para a Madeira, na forma de leite ultrapasteurizado.

Ano	Leite			Lacticínios		
	Leite Entregue nas Fábricas	Pasteurizado	Ultra Pasteurizado	Leite em pó	Queijo	Manteiga
	1000 litros	1000 litros	1000 litros	Tons	Tons	Tons
1975	154468	6797	363	9134	3479	2274
1980	181636	11890	9146	10035	5615	2325
1985	203696	13319	10358	10034	7204	2943
1988	234023	12738	8382	11298	8606	3648
1989	270270	13163	7883	14811	9213	4242
1990	306941	13325	8955	16186	10232	5538
1991	306081	14133	4228	15968	10036	5106
1992	308874	13654	10820	15635	10920	4855
1993	316830	13110	11952	15804	11698	5222
1994	341632	14329	13161	17291	12746	5971
1995	366762	12805	25129	17885	13656	6193
1996	367749	10477	26094	13525	15067	5722
1997	393500	8811	13983	18603	16070	6260
1998	422639	7364	33330	17954	19370	5876
1999	474231	6442	36950	19633	22496	6915
2000	501963	13067	35400	19509	24552	7277
2001	482789	49397	40168	16997	25387	5825
2002	505011	-	-	18542	25552	6969

Fonte: SREA

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

A produção de carne de vaca e frango são também actividades importantes nos Açores. A criação de frangos é destina-se apenas ao consumo local. Somadas, estas actividades quase duplicaram desde 1986. Existe uma opção estratégica de desenvolvimento da produção de carne nos Açores, tirando partido do ambiente natural em que os animais são criados.

Para o caso da Madeira a produção também duplicou sendo, no entanto, que a Madeira não é exportadora de gado, actividade que pontua no caso dos Açores

Quadro 9 – Carnes de Frango e Bife

	Tons	
	Açores	Madeira
1986	5 966	3 139
1987	6 097	3 519
1988	6 817	3 793
1989	7 920	3 478
1990	7 290	3 317
1991	8 006	3 765
1992	8 354	4 071
1993	8 129	3 520
1994	7 331	3 488
1995	7 412	3 115
1996	8 520	3 464
1997	9 498	5 267
1998	9 001	5 219
1999	8 661	5 980
2000	9 014	6 208
2001	8 731	6 092
2002	10 972	6 440

Fonte: SREA, DRE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Na Madeira, a importância da agricultura ultrapassa largamente o seu interesse económico directo. É uma actividade essencial para a manutenção da paisagem da ilha e do ambiente.

É este, por exemplo, o caso com a produção de banana que, para além de garantir a subsistência de muitas famílias, permitindo que continuem a trabalhar nas zonas rurais, ajuda também na manutenção dos terrenos, evitando a erosão e proporcionando ambientes importantes para o turismo. Há uma quantidade apreciável de banana da Madeira que é vendida no resto do país. Para este efeito, os apoios comunitários continuam a ser imprescindíveis.

De qualquer forma, a importância do sector primário tem vindo a diminuir como se tornou evidente na observação das estatísticas do PIB e do emprego.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Pescas

A pesca é uma actividade importante nas duas regiões portuguesas porque continua a ser uma fonte de algum emprego e de satisfação da procura interna de peixes frescos e para preparação industrial. O atum enlatado tem constituído sempre uma das exportações directas mais importantes dos Açores, destinando-se, na maior parte, para Itália.

Nas últimas décadas foram canalizados investimentos significativos para estas áreas. As capturas, no entanto, não têm sido regulares, particularmente no caso das capturas de atum para transformação industrial.

No caso das pescas a explicação para a evolução das capturas não está tanto do lado da procura como do lado da oferta. Com efeito, é a disponibilidade de peixe no mar que tem condicionado o volume de capturas, particularmente no caso do atum. Para esta espécie, de grande importância industrial nos Açores, as capturas têm variado até 100% de um ano para o outro. O quadro seguinte é elucidativo desta realidade.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Quadro 10 - Capturas de Peixes

	Açores			Madeira		
	Total	Atum	Outros	Total	Atum	Outros
1986	18 977	11 173	7 804	7 487	1 887	5 600
1987	19 643	12 233	7 410	6 638	683	5 965
1988	22 182	14 453	7 729	7 757	1 733	5 842
1989	16 769	8 765	8 004	8 845	3 744	5 101
1990	18 610	10 400	8 210	9 638	4 041	5 597
1991	12 848	5 447	7 401	12 677	7 886	4 791
1992	13 879	6 204	7 675	13 167	8 095	5 072
1993	18 717	10 760	7 957	10 342	4 725	5 617
1994	14 801	6 642	8 159	10 346	5 245	5 101
1995	20 610	11 844	8 766	13 767	8 851	4 916
1996	17 286	8 862	8 424	11 726	6 331	5 395
1997	14 965	6 531	8 434	11 071	4 183	6 888
1998	15 763	7 696	8 067	9 442	3 114	6 328
1999	9 882	3 522	6 360	7 605	1 572	6 033
2000	8 186	2 068	6 118	6 653	691	5 962
2001	7 070	1 479	5 591	6 686	1 574	5 112
2002	7 840	1 812	6 019	7 599	2 819	4 780

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional

AÇORES / MADEIRA

Turismo

O turismo registou um crescimento muito significativo nos Açores, na última década. A maior proporção de turistas era, até ao virar do século, de origem portuguesa (70%). Esta realidade alterou-se, no entanto, de forma muito significativa, prevendo-se que, em 2005, o número de turistas estrangeiros venha a suplantar o número de nacionais.

A oferta começou a crescer a um ritmo acelerado a partir de 2001. Em 2005 já ultrapassava as 8.000 camas. O número de turistas quase triplicou desde meados da década de 1980.

Quadro 11 - Turismo dos Açores

	Camas	1000 Turistas		
		Turistas		
		Total	Portugueses	Outros
1988	2.700	102.358	71.824	30.534
1989	2.824	107.843	75.139	32.704
1990	3.283	127.220	91.419	35.576
1991	3.265	142.677	106.060	36.617
1992	3.088	158.174	122.721	35.453
1993	3.228	132.469	101.791	30.678
1994	3.401	141.145	109.842	31.303
1995	3.628	159.309	121.700	37.609
1996	3.627	163.114	125.291	37.823
1997	3.660	160.630	118.098	42.532
1998	3.914	166.511	122.896	43.615
1999	3.960	203.362	151.901	51.461
2000	3.929	205.696	147.471	58.225
2001	4.894	214.714	158.817	82.897
2002	5.715	254.296	174.749	79.547

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Na Madeira, o turismo é, há longa data, um sector de interesse estratégico, constituindo, hoje, a actividade mais visível deste arquipélago. De facto, comparando os dados do quadro 12 com os dados dos Açores (quadro 11), pode constatar-se as diferenças significativas que existem entre a situação das duas regiões.

Ao longo do período em análise, constata-se um enorme crescimento da oferta, que duplicará entre 1992 e 2004.

Na composição dos turistas, nota-se que os turistas estrangeiros sempre suplantaram os nacionais. Trata-se, portanto, de um sector de serviços com uma componente de exportação muito elevada.

Quadro 12 - Turismo da Madeira

Ano	Camas	Total	(Turistas)	
			Portugueses	Outros
1976	10.140	265.582	82.791	182.791
1980	11.454	328.256	76.164	252.092
1985	11.120	376.416	73.714	302.702
1986	11.273	413.064	72.895	340.169
1987	11.800	425.779	83.714	342.065
1988	12.145	442.303	91.648	350.655
1989	12.749	449.740	98.199	351.541
1990	13.419	520.515	116.576	403.939
1991	13.713	583.102	122.683	460.419
1992	14.646	543.898	126.387	417.511
1993	16.504	486.507	116.718	369.789
1994	17.256	569.724	125.005	444.719
1995	17.492	649.132	126.335	522.797
1996	18.151	565.707	117.026	448.681
1997	18.522	586.427	120.495	465.932
1998	19.055	634.024	130.905	503.119
1999	20.035	698.744	148.437	550.307
2000	22.606	745.088	168.556	576.532
2001	24.454	842.705	204.091	638.614
2002	-	824.654	200.752	623.902

Fonte: DRE

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional AÇORES / MADEIRA

Encerrando a caracterização dos Açores e da Madeira, prestando particular atenção aos sectores aqui considerados como tradicionais, pode concluir-se pela existência de duas realidades diferentes: a da Madeira em que os sectores tradicionais baseados nas actividades primárias têm uma expressão económica muito reduzida e uma capacidade de exportação pouco significativa, com excepção da banana, do vinho e da floricultura; os Açores em que a produção primária alimenta uma indústria de exportação muito significativa quer no leite e lacticínios quer na produção de carne e produtos da carne e da pesca e produtos da pesca.

O turismo, uma actividade tradicional na Madeira, mas novidade nos Açores, assume um papel central nestas duas economias. No primeiro caso pelo peso que já representa quer no emprego quer no contributo para a criação de valor acrescentado. No caso dos Açores, pelo crescimento que tem evidenciado e pelo potencial que ainda encerra para o futuro, sendo considerada uma actividade de desenvolvimento estratégico primordial.

Em volume, será os Açores a região de origem de maiores quantidades de produtos mais exigentes em qualidade de transporte, com particular realce para os lacticínios, as carnes e os peixes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional

Canárias

A economia das Canárias é, como seria de esperar, dominada pelo sector dos serviços, com particular ênfase nos serviços mercantis. Esta circunstância está, naturalmente associada ao forte peso do turismo e à função de apoio à navegação assumida, desde há longa data, por esta região.

A indústria aparece, também, com algum relevo mas, ao analisar-se este sector em maior detalhe constata-se que quase dois terços deste tipo de actividade advém de um forte surto de construção, ele próprio associado ao desenvolvimento do turismo.

Valor Acrescentado Bruto (Preços Correntes, milhares de euros)	1999	2000	2001(P)	2002(P)	2003(A)	2004(1ª E)
Agricultura, Pecuária e Pesca	565.361	472.459	507.823	523.220	527.395	522.418
Agricultura, Pecuária, Caça e Silvicultura	434.163	405.887	414.571	435.365
Pesca	131.198	66.572	93.252	87.855
Indústria incluindo a energia e a construção	3.721.928	4.160.094	4.712.088	5.260.787	5.623.515	6.124.190
Energia	529.025	546.243	590.159	657.117	719.027	765.782
Indústria	1.187.246	1.198.281	1.255.071	1.318.598	1.398.739	1.448.175
Construção	2.005.657	2.415.570	2.866.858	3.285.072	3.505.749	3.910.233
Serviços	17.191.710	18.367.025	19.928.285	21.307.073	22.832.183	23.774.709
Serviços mercantis	13.549.163	14.497.742	15.932.880	17.064.371	18.295.479	19.033.799
Serviços não mercantis	3.642.547	3.869.283	3.995.405	4.242.702	4.536.704	4.740.910
Serviços de intermediação financeira (SIFIM)	-772.607	-854.990	-1.058.113	-1.041.157	-1.055.384	-1.100.458
TOTAL	20.706.392	22.144.588	24.090.083	26.049.923	27.927.709	29.320.859

(P) Estimação Provisional (A) Estimação Anterior (1ªE) Primeira estimacão

Fonte: INE Instituto Nacional de Estadística

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

A distribuição do VAB pelos diversos sectores de actividade no arquipélago das Canárias é, assim, altamente assimétrica sendo o sector terciário responsável por cerca de 80% do VAB total. O VAB do sector primário, repartido pela agricultura e pelas pescas, representa apenas cerca de 2% do VAB total. O peso do sector secundário (cerca de 20%) deve-se em grande parte ao sector da construção.

Estamos, portanto, perante uma economia altamente terciarizada.

Estrutura do VAB por sectores	1999	2000	2001(P)	2002(P)	2003(A)	2004(1ª E)
Agricultura, Pecuária e Pesca	2,73%	2,13%	2,11%	2,01%	1,89%	1,78%
Agricultura, Pecuária, Caça e Silvicultura	2,10%	1,83%	1,72%	1,67%
Pesca	0,63%	0,30%	0,39%	0,34%
Indústria incluindo a energia e a construção	17,97%	18,79%	19,56%	20,20%	20,14%	20,89%
Energia	2,55%	2,47%	2,45%	2,52%	2,57%	2,61%
Indústria	5,73%	5,41%	5,21%	5,06%	5,01%	4,94%
Construção	9,69%	10,91%	11,90%	12,61%	12,55%	13,34%
Serviços	83,03%	82,94%	82,72%	81,79%	81,75%	81,08%
Serviços mercantis	65,43%	65,47%	66,14%	65,51%	65,51%	64,92%
Serviços não mercantis	17,59%	17,47%	16,59%	16,29%	16,24%	16,17%
Serviços de intermediação financeira (SIFIM)	-3,73%	-3,86%	-4,39%	-4,00%	-3,78%	-3,75%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

(P) Estimação Provisional (A) Estimação Anterior (1ªE) Primeira estimacão

Fonte: INE Instituto Nacional de Estadística

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

À evolução do PIB, representado anteriormente, corresponde uma evolução semelhante do emprego. Com cerca de 1870 milhares de trabalhadores, em 2003, as Canárias constituem uma realidade bem diferente da dos Açores e da Madeira que, conjuntamente, nem atingem os 250 mil trabalhadores

Emprego (milhares de trabalhadores)	1999	2000	2001(P)	2002(P)	2003(A)
Agricultura, Pecuária e Pesca	28,1	27,2	26	22,7	24,4
Agricultura, Pecuária, Caça e Silvicultura	25,2	24,7	23,6	20,8 ..	
Pesca	2,9	2,5	2,4	1,9 ..	
Indústria incluindo a energia e a construção	107,6	114,2	126,1	130,6	138,5
Energia	4,1	3,8	3,9	4	4
Indústria	35,8	33,6	35,1	36,3	35,5
Construção	67,7	76,8	87,1	90,3	99
Serviços	401,9	412,3	423,9	443,3	468,7
Serviços mercantis	266,4	272,4	283,1	298,6	316,7
Serviços não mercantis	135,5	139,9	140,8	144,7	152
Serviços de intermediação financeira (SIFIM)	538	554	576	597	632
TOTAL	1613,2	1661,4	1728	1790,2	1870,8

(P) Estimação Provisional (A) Estimação Anterior
Fonte: INE Instituto Nacional de Estadística

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

Embora em termos de VAB o sector de serviços mercantis e não mercantis represente cerca de 80% do total em termos de emprego representa apenas 25%, isto devido ao peso dos serviços de intermediação financeira (33,78%). Esta situação contrasta com o que acontece na Madeira onde a intermediação financeira é elevada mas o emprego criado neste sector é diminuto. Também em termos de emprego o peso do sector primário é diminuto.

A construção ocupa cerca de 5% dos empregados nas Canárias.

Estrutura do Emprego por sectores	1999	2000	2001(P)	2002(P)	2003(A)
Agricultura, Pecuária e Pesca	1,74%	1,64%	1,50%	1,27%	1,30%
Agricultura, Pecuária, Caça e Silvicultura	1,56%	1,49%	1,37%	1,16%	..
Pesca	0,18%	0,15%	0,14%	0,11%	..
Indústria incluindo a energia e a construção	6,67%	6,87%	7,30%	7,30%	7,40%
Energia	0,25%	0,23%	0,23%	0,22%	0,21%
Indústria	2,22%	2,02%	2,03%	2,03%	1,90%
Construção	4,20%	4,62%	5,04%	5,04%	5,29%
Serviços	24,91%	24,82%	24,53%	24,76%	25,05%
Serviços mercantis	16,51%	16,40%	16,38%	16,68%	16,93%
Serviços não mercantis	8,40%	8,42%	8,15%	8,08%	8,12%
Serviços de intermediação financeira (SIFIM)	33,35%	33,35%	33,33%	33,35%	33,78%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

(P) Estimación Provisional (A) Estimación Anterior

Fonte: INE Instituto Nacional de Estadística

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

O PIB per capita nas Canárias está ligeiramente abaixo da média nacional (96%). Este valor já foi superior ao da média de Espanha nos anos 1996 a 2000. As Canárias contribuem em cerca de 4,25% para o PIB nacional.

ANO	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
PIB per capita Canárias (Euros)	10,68	12,34	13,22	13,96	14,8	15,35	15,75	16,01	16,67	17,48
PIB per capita Espanha (Euros)	11,14	11,83	12,6	13,39	14,23	15,27	16,01	16,65	17,33	18,27
Comparação com a média nacional (%)	96%	104%	105%	104%	104%	101%	98%	96%	96%	96%

ANO	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
PIB Canárias (Euros)	16.932.800	19.774.000	21.554.100	23.302.100	25.229.900	26.876.300	28.482.300	29.921.000	31.766.400	33.681.800
PIB Espanha (Euros)	441.114.800	469.889.400	502.557.300	536.265.500	574.183.000	623.158.100	663.847.100	703.982.300	744.376.200	793.335.600
Contributo para o PIB nacional (%)	3,84%	4,21%	4,29%	4,35%	4,39%	4,31%	4,29%	4,25%	4,27%	4,25%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

Comparando a estrutura do VAB para as Canárias com a estrutura do VAB total de Espanha a distribuição é muito semelhante com a agricultura e pescas a representar cerca de 3-4% do VAB total e o sector dos serviços com um grande peso no VAB total (com maior incidência no caso das Canárias).

Valor Acrescentado Bruto Canárias	2003		2004	
	Valor	%	Valor	%
VAB	32.180.100		34.102.600	
Agricultura e Pescas	1.049.500	3,3%	1.087.300	3,2%
Indústria	2.443.000	7,6%	2.549.100	7,5%
Construção	3.628.200	11,3%	3.924.300	11,5%
Serviços	25.059.400	77,9%	26.541.900	77,8%

Valor Acrescentado Bruto Espanha	2003		2004	
	Valor	%	Valor	%
VAB	754.947.600		804.437.400	
Agricultura e Pescas	32.386.100	4,3%	33.808.200	4,2%
Indústria	153.336.400	20,3%	161.269.900	20,0%
Construção	75.146.600	10,0%	81.779.400	10,2%
Serviços	494.078.500	65,4%	527.579.900	65,6%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

A proporção da população empregada no sector primário nas Canárias, tem vindo a diminuir desde o ano 1995 a 2004, estando em 2004 em torno aos 5%. Esta é uma realidade bem diferente da que se encontra na Madeira e, particularmente, no s Açores.

População Activa do Sector Primário nas Canárias

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
População Activa	39.920	43.160	47.240	41.600	43.000	44.897	40.898	37.625	39.091	40.718
<i>% sobre o total de activos</i>	6,50%	6,80%	7,20%	6,20%	6,30%	5,80%	5,20%	4,50%	4,50%	4,60%
População Empregada	34.690	39.080	43.640	37.000	39.800	41.447	37.823	33.675	35.741	36.684
<i>% sobre o total de empregados</i>	7,40%	7,90%	8,30%	6,80%	6,80%	6,20%	5,40%	4,60%	4,60%	4,70%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional Canárias

Principal Sector de Actividade

Caracterizar os principais sectores de actividade das Canárias equivale a caracterizar o sector do turismo e o da construção. Como o sector da construção não é objecto do trabalho aqui desenvolvido, apresentamos apenas algumas informações sobre o sector do turismo.

Assim, registe-se que o número de camas oferecidas nesta região montava, em 2003, a cerca de 395 mil, um valor mais de dez vezes superior ao da Madeira. A este número correspondem aproximadamente dez milhões de turistas, em 2003.

Número de camas por ilha

	1999	2000	2001	2002	2003
CANARIAS	350.574	354.435	359.887	381.537	394.680
Lanzarote	44.840	46.895	50.026	65.924	69.162
Fuerteventura	34.382	33.878	35.025	35.614	38.041
Gran Canaria	143.085	141.789	138.740	138.134	141.448
Tenerife	114.005	117.489	121.311	126.622	129.915
La Gomera	5.494	5.654	5.930	6.184	6.783
La Palma	7.800	7.737	7.857	8.042	8.274
El Hierro	968	993	998	1.017	1.057

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional

Canárias

Principal Sector de Actividade

Os principais países de origem do turismo nas Canárias são o Reino Unido e a Alemanha. O Número de entradas de turistas nas Canárias nos últimos anos tem-se mantido estacionário.

Entradas de turistas estrangeiros segundo o país de origem

	1999		2000		2001		2002		2003	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Alemanha	3.034.260	31%	2.920.164	29%	2.906.576	29%	2.692.911	28%	2.743.993	28%
Áustria	157.552	2%	140.447	1%	123.322	1%	121.769	1%	127.252	1%
Bélgica	250.330	3%	230.560	2%	237.618	2%	223.983	2%	235.895	2%
Dinamarca	250.653	3%	251.519	3%	253.598	3%	227.221	2%	208.820	2%
Finlândia	240.908	2%	239.248	2%	226.234	2%	209.300	2%	213.495	2%
França	195.146	2%	164.103	2%	145.766	1%	139.925	1%	143.198	1%
Holanda	517.422	5%	516.394	5%	511.515	5%	492.046	5%	480.829	5%
Irlanda	224.386	2%	305.759	3%	346.434	3%	371.783	4%	390.069	4%
Itália	184.032	2%	161.328	2%	163.422	2%	173.740	2%	183.280	2%
Noruega	270.276	3%	295.310	3%	306.067	3%	287.003	3%	285.418	3%
Reino Unido	3.519.406	36%	3.713.980	37%	3.943.306	39%	3.958.135	40%	4.060.434	41%
República Checa	74.798	1%	69.661	1%	63.862	1%	62.015	1%	58.247	1%
Suécia	464.999	5%	535.528	5%	506.394	5%	458.519	5%	357.650	4%
Suiça	207.881	2%	187.466	2%	162.086	2%	133.578	1%	113.259	1%
Outros	263.206	3%	244.510	2%	241.002	2%	226.575	2%	234.946	2%
TOTAL	9.855.255	100%	9.975.977	100%	10.137.202	100%	9.778.503	100%	9.836.785	100%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

2. Caracterização Regional

Canárias

Encerrando a caracterização das Canárias, pode concluir-se pela existência de uma realidade muito diferente da dos Açores e diferente da da Madeira, particularmente na sua dimensão.

O turismo é uma actividade dominante nas Canárias, tradicional na Madeira, mas novidade nos Açores, assumindo um papel central nas três economias. No primeiro caso pelo peso esmagador que tem, no segundo pelo peso significativo que representa quer no emprego quer no contributo para a criação de valor acrescentado, no terceiro pelo seu crescimento e valor potencial no futuro.

A construção civil aparece como um sector de enorme peso embora se deva conjugar esta circunstância com o facto de esta região ter vivido um forte surte recente de construção. A Madeira acabou por evidenciar uma situação semelhante a esta mas não tão marcante.

Num quadro de domínio do turismo e da construção, os sectores tradicionais acabam por ter uma importância muito reduzida mesmo que, em termos absolutos, possam representar mais do que os sectores tradicionais das duas outras regiões.

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Esta secção serve para rever, de forma sintética, as condições de logística de transportes entre os três arquipélagos.

As condições de logística são, naturalmente, fundamentais para determinar a competitividade dos produtos nos mercados.

Como já foi referido na introdução deste trabalho, a tendência histórica foi para que cada uma das regiões estabelecesse relações comerciais com os respectivos centros dominantes nacionais e não necessariamente com outras regiões mais próximas. Só assim se explica que o comércio directo dos Açores com a Madeira seja reduzido e, particularmente, que o comércio entre a Madeira e as Canárias não tenha expressão, pese embora a proximidade geográfica. Foram as barreiras nacionais e a atracção dos grandes centros que determinaram as grandes rotas comerciais para estes destinos.

Esta circunstância fica evidenciada no primeiro mapa apresentado no capítulo anterior. As principais rotas de carga e passageiros são as que ligam cada região à respectiva capital administrativa e/ou económica. Existem apenas ténues ligações dos Açores com a Madeira e muito ténues ligações da Madeira com as Canárias.

Abordamos de seguida estas ligações quer para passageiros quer para carga.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

O movimento de passageiros não é o objecto do presente estudo. Abordar os circuitos de transporte aéreo importa, no entanto, já que, em muitos casos, são os aviões de passageiros que transportam carga aérea.

A existência de rotas frequentes constitui, naturalmente, uma vantagem para a exportação e importação de produtos que requeiram este tipo de transporte. É importante, no entanto, distinguir a acessibilidade por “charter” da acessibilidade através de voos comerciais regulares. É esta última versão que apresenta mais interesse.

As ligações aéreas entre os Açores e a Madeira são asseguradas através da SATA Internacional com aparelhos de médio porte com alguma capacidade de carga. As ligações aéreas entre a Madeira e as Canárias são asseguradas pela Binter com aviões de pequeno porte.

As ligações aéreas de cada região para cada uma das cidades mais importantes de cada país são asseguradas com frequência elevada por diversas companhias aéreas, com elevada frequência e capacidade de transporte de cargas.

Pese embora poder falar-se de ligações aéreas entre os Açores e Madeira e a Madeira e as Canárias, não está assegurada a coordenação destas ligações por forma a tornar convenientes os voos de ligação.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Deste cenário resultam vários sistemas de transporte e não um único sistema integrado e otimizado para se atingir os objectivos de uma maior integração económica.

Esta conclusão resulta directamente de qualquer consulta do sistema por via electrónica, uma ferramenta actual para um número crescente de viajantes. Sendo que a nossa preocupação fundamental aqui é apenas o transporte de mercadoria, vamos centrar a nossa atenção nesta componente.

Uma consulta de custos de transporte entre os Açores e a Madeira por um lado e os Açores e Tenerife, por outro, resulto nos valores, de custo por quilo, do quadro da página seguinte.

Conforme se pode constatar, o custo de transport e aumenta exponencialmente quando se pretende chegar a Tenerife uma vez que a viagem tem de ser feita via Lisboa. Seria, noutra circunstância, bem mais simples e, porventura, mais barato continuar o percurso Funchal/Tenerife que é mais curto do que o percurso P.Delgada/Funchal.

Levar mercadoria dos Açores para Tenerife é quatro vezes mais caro do que levá-la para a Madeira, pese embora a distância adicional seja muito reduzida.

A explicação estará na inexistência de transportes coordenados.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

TRANSPORTE AÉREO

DESTINO PARTIDA	P.DELGADA	FUNCHAL	TENERIFE (VIA LISBOA)
P.DELGADA		0,82 / KG	3,50 / KG
FUNCHAL	0,85 / KG		3,40 / KG
TENERIFE	3,75 / KG	3,50 / KG	

Julho de 2005

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Se as ligações entre os arquipélagos são escassas, as ligações destes com o exterior também não são facilitadas. A ligação privilegiada é, quase sempre, a ligação através dos principais aeroportos nacionais.

Invariavelmente, a viagem dos Açores às Canárias, uma viagem de 75 minutos para a Madeira mais 30 para Las Palmas, é feita via Lisboa e Madrid, num percurso extremamente demorado e oneroso.

Pode facilmente concluir-se que os transportes aéreos não estão configurados para propiciar o comércio entre estes arquipélagos.

As ligações em voos regulares para a América do Norte são, também, feitas, por norma, através dos principais aeroportos nacionais pese embora soluções entre os arquipélagos pudessem reduzir, de forma muito significativa, o tempo e o custo das ligações.

Sendo que a SATA Internacional tem voos regulares para os Estados Unidos e Canadá, a partir de Ponta Delgada, esta rota apresentar-se-ia como muito conveniente em termos de tempo despendido em viagem.

O incremento destas rotas implicaria, naturalmente, o incremento da capacidade de carga nos voos de ligação.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Estamos, portanto, perante uma oportunidade que se justifica explorar numa perspectiva de intensificação das trocas entre os arquipélagos mas tirando partido também, neste caso, de ligações mais estreitas entre os Açores e a América do Norte.

O mapa das ligações marítimas entre as regiões acaba por ser semelhante ao mapa das ligações aéreas.

Os Açores e a Madeira são servidos por uma carreira regular quinzenal de transporte de contentores. Não existe um serviço equivalente entre a Madeira e as Canárias.

A exportação de produtos dos Açores para as Canárias, por exemplo, só pode ser feita via Lisboa ou via um dos portos espanhóis.

O quadro das possibilidades e dos preços das várias ligações é apresentado na página seguinte.

Mais uma vez, tal como acontecia com o transporte aéreo, o custo de colocar mercadorias dos Açores nas Canárias ou vice-versa, fica extremamente onerado sendo que a respectiva regularidade é também muito reduzida (quinzenal) e indirecta.

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Quer por via da regularidade quer por via do preço, a generalidade das mercadorias acaba por perder uma competitividade que muitas vezes já é difícil de adquirir, sem considerar os transportes.

Um sistema de transportes eficiente, frequente e económico, será uma componente imprescindível de uma de qualquer política que vise incrementar as trocas entre os três arquipélagos.

Colocar um contentor em Tenerife custa mais do que o dobro do que custa colocá-lo no Funchal devido às rotas indirectas que têm de ser utilizadas. Estamos a falar de uma diferença de cerca de 885€ para 1.875€, mais do que o dobro, para já não falar do tempo adicional necessário para percorrer uma rota via continente.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

TRANSPORTE MARITIMO

DESTINO \ PARTIDA	P.DELGADA	FUNCHAL	TENERIFE
P.DELGADA	- -	884,54 saida - quinzenal	1874,68 (via Lisboa) saida PD e Lis - semanal saida Tenerife - quinzenal
FUNCHAL	2277,11 (via Lisboa) saida - quinzenal	- -	1520,00 quinzenal
TENERIFE	2516,42 (via Lisboa) saida Tenerife - quinzenal saida Lisboa - semanal	1520,00 quinzenal	- -

Julho de 2005

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Em resumo, pode concluir-se que as rotas actuais quer aéreas quer marítimas não são convidativas das trocas comerciais entre as três regiões, por mais eficientes que sejam os sistemas de informação sobre as oportunidades de negócios.

Grande parte da competitividade que os produtos possam exhibir à saída de cada uma das regiões acaba por ser perdida com os custos da logística de os colocar nos mercados finais.

Uma política de dinamização das trocas comerciais entre estas regiões passaria por melhorar o sistema de transportes inter-arquipélagos, quer aéreo quer marítimo.

Uma estratégia complementar passaria por estabelecer duas plataformas de ligação intercontinental.

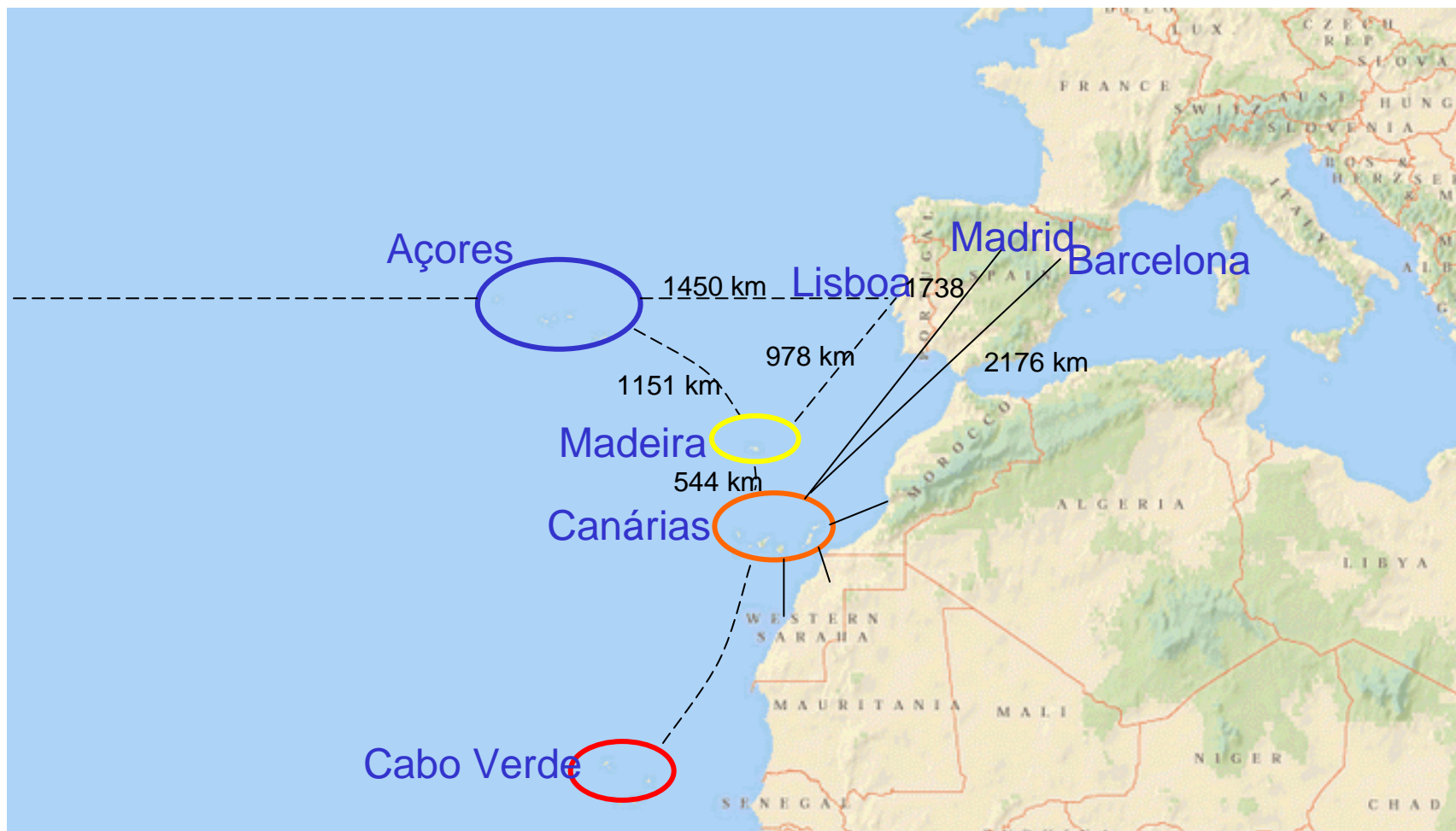
Assim, poder-se-ia imaginar as Canárias como plataforma de ligação ao norte de África e Cabo Verde para o escoamento de produtos das três regiões.

Por outro lado poderia imaginar-se os Açores como plataforma de entrada e saída de passageiros, em voos regulares, para a América do Norte.

O mapa das grandes rotas de fluxos comerciais e de passageiros seria alterado passando a ter a configuração apresentada na figura seguinte.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos



CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Neste quadro, os Açores passariam a ser a plataforma de ligação com a América do Norte e as Canárias a plataforma de ligação como o Norte de África e Cabo Verde.

Registe-se que, neste sentido, a câmara de Tenerife desenvolve esforços para receber apoio da União Europeia para a criação de uma rota comercial de transporte marítimo ligando esta cidade ao norte de África, a Cabo Verde e ao Brasil. O projecto é designado por Plataforma Logística Intercontinental de Tenerife. Com esta nova linha as autoridades pretende tornar esta cidade num centro logístico de exportação.

O comércio com o norte de África, a partir das Canárias, já tem algum significado. Para um apanhado das importações e exportações por produto e por destinos/origens pode consultar-se a página <http://www.africainfomarket.org/> que apresenta informações múltiplas sobre mercados africanos.

Uma abordagem semelhante à que está a ser apresentada pela administração de Tenerife para incrementar as trocas comerciais com os destinos referidos constitui um modelo de referência para os esforços necessários para reforçar o comércio entre as três regiões ultraperiféricas.

3. Condições de Logística de Transporte entre os Arquipélagos

Esta mesma abordagem foi debatida no I Congresso da Macaronésia que reuniu, em maio de 2004, em Las Palmas, empresários da Canárias, dos Açores e da Madeira.

No que concerne a componente informativa, está anunciada a criação de dois portais: um designado por “Atlantic Logistic” que pretende criar uma rede de relações empresariais entre os arquipélagos; o outro designado por “DiscoverMacaronésia”, orientado para informação na área do turismo.

Registando-se algum consenso sobre as potencialidades das ligações entre as três regiões, fica a faltar a parte de logística de transportes, na qual se afigura como razoável o envolvimento da União Europeia na criação de linhas de transporte aéreo e marítimo de ligação dos três mercados entre si e destes para outros mercados de maior proximidade.

***4. Percepção dos Empresários
Quanto à Importância das
Exportações***

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução

A percepção dos empresários das regiões sobre a importância das exportações e os problemas em exportar tem sido tema de preocupação das autoridades e objecto de estudo.

A título de exemplo, em 1998, foi realizado um estudo intitulado “Produção Industrial dos Açores – Potencialidades e Limitações na Exportação e Abastecimento Local”^[1]. Mais recentemente, outro estudo, abrangendo todas as RUP^[2], «Iniciativa de cooperação inter-regional para o desenvolvimento dos sectores produtivos das regiões ultraperiféricas: o acesso aos mercados externos», analisou, “através de uma reflexão colectiva dos actores económicos destas sete regiões”, soluções concretas para ultrapassar o obstáculo da falta de dimensão dos mercados internos.

O estudo sobre os Açores começa por fundamentar porque devem ser promovidas as exportações.

^[1] Fortuna, Mário, João P. Couto e José Manuel dos Santos Gaudêncio. 1998. “Produção Industrial dos Açores- Potencialidades e Limitações na Exportação e Abastecimento Local”. Universidade dos Açores.

^[2] UPEC - União Económica das Regiões Ultraperiféricas. 1999. “Iniciativa de cooperação inter-regional para o desenvolvimento dos sectores produtivos das regiões ultraperiféricas: o acesso aos mercados externos”. Processo FEDER n°96.03.17.003

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Muitos vêem o mercado global como um exclusivo das grandes multinacionais. Não é o caso. Milhares de pequenas empresas têm conduzido esforços de exportação em muitos países. A razão do sucesso de exportação das pequenas empresas reside nos novos determinantes da competitividade, enquadrados nos desejos e necessidades dos compradores estrangeiros. Diferentemente de um passado algo distante, onde o preço era o único atributo importante, hoje os compradores também esperam qualidade do produto, responsabilidade das empresas, serviço e comprometimento empresarial. Novas empresas e empresas em fase de crescimento têm correspondido melhor a estes atributos do que as suas concorrentes de grande dimensão, ganhando, desta forma, vantagens competitivas. Tomando como exemplo a adequação do produto (product fit), hoje onde predomina o marketing de nicho, onde a especialização é premiada em detrimento da massificação, a especialização das operações é crucial. Numa grande empresa, as mudanças processam-se com atrasos, são feitos muitos estudos, e estes, sujeitos à avaliação de vários níveis hierárquicos. Numa pequena empresa, os procedimentos podem ser mais facilmente adaptados às necessidades específicas dos clientes ou mercados.

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução

O estudo dos Açores, por outro lado, realça o papel das PMEs nas exportações. As pequenas empresas possuem algumas vantagens que convém realçar:

- rapidez de decisão e visibilidade do responsável pelas decisões ;
- identificação clara do responsável e decisor durante as negociações ;
- estão melhor equipadas para tratar as excepções ou alterações adequadas ao cliente;
- melhor e mais comunicação, mais directa e com melhores tempos de resposta, proporcionando redução de risco e custos, se situações ou oportunidades especiais acontecem;
- a responsabilidade de exportação é da gestão de topo e os clientes sabem-no, o que os deixa seguros.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução

No entanto, os problemas também existem, e são muitos, quando as PME's pretendem caminhar para a internacionalização. Os problemas que apresentamos abaixo constituem alguns exemplos:

falta de logística – transportes e seus custos, documentação adequada, informação financeira, coordenar a exportação com a distribuição, seguros e embalagens adequadas;

procedimentos legais – cobertura governamental, licenciamentos, certificação dos produtos, problemas alfandegários;

fornecer ou arranjar assistência técnica;

promoção das exportações no mercado de destino e informação comercial;

compreensão dos mercados estrangeiros – obtenção de informação, restrições comerciais e concorrência.

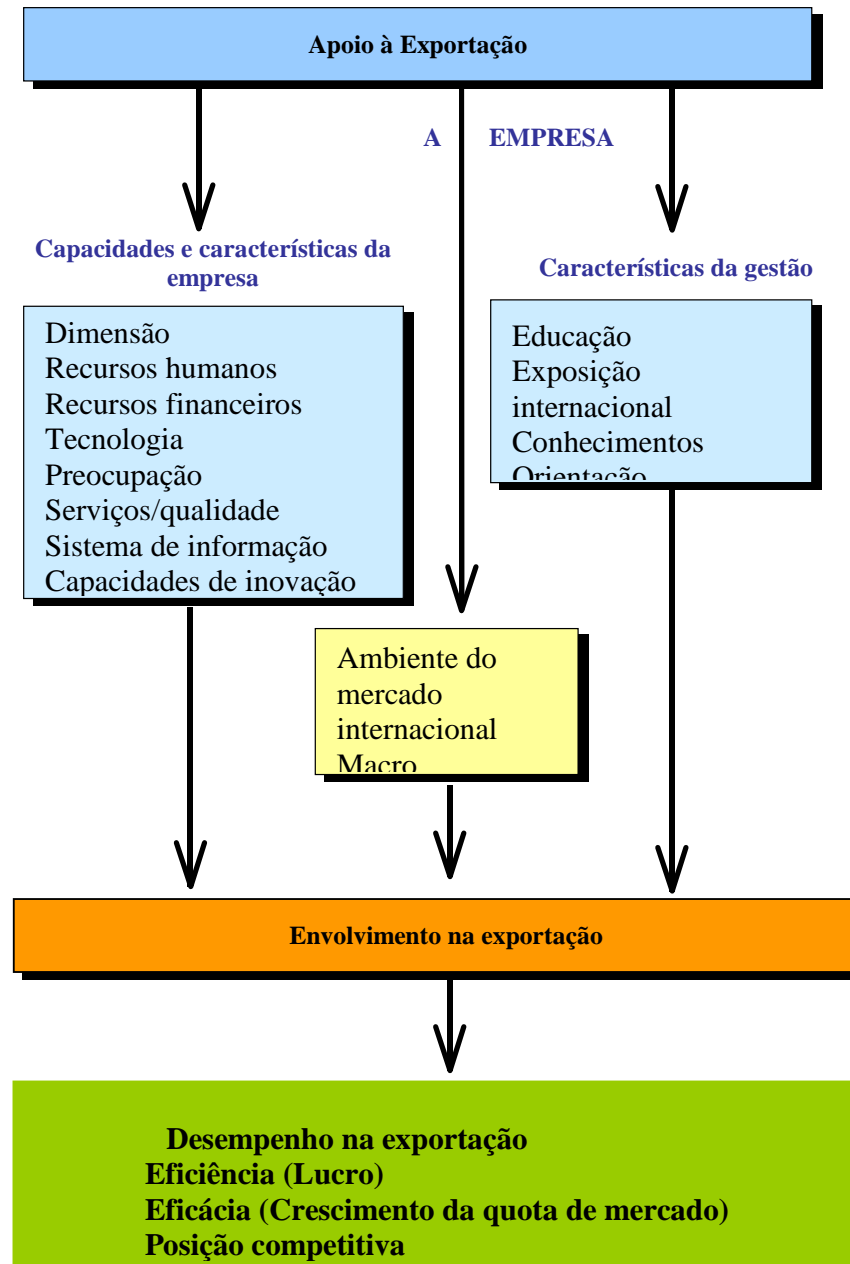
Estes obstáculos são reais e percebidos, e muitas vezes desalentam os gestores de forma que apenas vêem os riscos e não vislumbram as oportunidades.

Naquele trabalho explica-se porque é que as empresas necessitam de incentivos públicos para exportar. A explicação passa pelo esclarecimento da forma como o processo de desenvolvimento das exportações funciona numa empresa. A figura seguinte ilustra seis estádios de evolução do processo de exportação numa empresa, realçando as principais preocupações que existem em cada um deles.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução



CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Um aspecto importante deste processo consiste em identificar em que estágio se encontram as empresas, dado que em cada estágio existem problemas próprios que requerem incentivos adequados já que o risco e a rentabilidade variam consoante as empresas se situam num ou noutro estágio.

As variáveis de risco mais frequentes para empresas numa primeira fase de internacionalização, relacionam-se com:

- taxas de câmbio e suas flutuações;
- distâncias;
- tipo de transportes;
- regulamentações oficiais desconhecidas;
- sistemas legal e financeiro diferentes;
- língua e cultura diferentes.

Para além disso, até a empresa adquirir alguma familiaridade com os novos mercados, ficará mais exposta ao risco e a rentabilidade tenderá a ser menor, constituindo uma fase em que muitos gestores serão levados a abandonar os esforços de internacionalização; talvez seja a fase em que os apoios e incentivos devam ser mais reforçados a fim de colmatar o aumento de risco e a dificuldade inicial de entrada em novos mercados, até à fase em que esta tendência se inverte.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

O estudo da UPEC baseia-se na premissa de que desenvolvimento endógeno das economias das Regiões Ultraperiféricas da União (RUP) depende de uma condição essencial: o desenvolvimento de empresas de produção nessas regiões. Ora, o desenvolvimento destas empresas depende de várias condições, nomeadamente, da competência e da imaginação das pessoas, da existência de estruturas e de sectores organizados, bem como da qualidade das infra-estruturas e dos equipamentos. Mas depende igualmente de uma necessidade incontornável: *o acesso aos mercados externos, sem o qual todos os esforços destas empresas e das instituições públicas para promover o desenvolvimento das actividades de produção depararão com o obstáculo decisivo que é o da insuficiência de mercado.* O objecto do presente estudo é o de procurar, através de uma reflexão colectiva dos actores económicos destas sete regiões, soluções concretas para este importante obstáculo. (Pág. 7).

O estudo da UPEC acrescenta que esta insuficiência de mercado resulta de dois tipos de dificuldades com que se confrontam estas empresas:

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução

- *As dificuldades resultantes da sua condição de ultraperiféricas, tais como o afastamento dos centros de aprovisionamento e de consumo e a insuficiência crónica de economias de escala, que tornam mais problemática do que no Continente europeu a entrada no ciclo normal de redução de custos de produção, por não ser possível aumentar a actividade nas mesmas condições de outros locais. Pelo contrário, os seus instrumentos de produção são, quase sempre, sobredimensionados, porque a capacidade das máquinas é concebida à medida de mercados maiores. Esta situação gera o efeito inverso ao da economia de escala: o custo adicional induzido pela inadequação da capacidade de produção da empresa a um mercado demasiado exíguo, o que é perpetuado pela grande dificuldade em encontrar escoamento externo, inclusivamente no mercado continental.*

Acresce que os produtos provenientes da Comunidade Europeia continental e introduzidos no mercado local beneficiam de diferenciais de custos de produção tão grandes que os custos de encaminhamento não constituem, na maioria dos casos, protecção suficiente para permitir às empresas locais suportarem a concorrência das suas homólogas do Continente. Assim, estes constrangimentos dificilmente lhes permitem, sem apoio exterior, resistir à concorrência das outras empresas, tanto no mercado comunitário como nos seus próprios mercados domésticos.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

- *As dificuldades resultantes da sua condição de "europeias", tais como os níveis de salário mínimo, as taxas de cobertura social e a diversidade de normas comunitárias obrigatórias, condições essas que não são impostas às empresas de países terceiros vizinhos, que são igualmente seus concorrentes, tanto no mercado comunitário como nos seus próprios mercados domésticos.*” (pág.7)

Neste estudo, que engloba todas as RUP, a situação das exportações é caracterizada da seguinte forma:

“Com efeito, poucos produtos oriundos destas regiões conseguiram, apesar dos esforços feitos até agora, aumentar o seu escoamento para fora do seu mercado doméstico. O turismo e determinados produtos agrícolas e agro-industriais ditos "tradicionais" (rum, açúcar, banana, tomate, leite, carne, vinho...), que hoje apenas representam uma pequena parte do PIB, constituem os únicos fluxos de saída que permitem uma cobertura, geralmente simbólica, da balança comercial destas regiões (Uma excepção é o turismo nas ilhas Canárias).

Com excepção do turismo, a existência de todas estas produções erradamente qualificadas como "de exportação" depende fundamentalmente da protecção comunitária, cuja eficácia pode ser reduzida pela crescente globalização das trocas comerciais.” (pág. 9)

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Como metodologia de trabalho de análise, o primeiro estudo referenciado, sobre os Açores, analisou estatísticas das vendas totais e vendas fora dos Açores das empresas mais significativas da Região. Foi possível, naquela altura, aceder a informação detalhada que permitiu analisar em pormenor as actividades de exportação das empresas. Numa abordagem complementar foram lançados inquéritos junto de uma amostra de empresas para determinar a frequência com que as empresas estavam nos mercados exteriores à Região, as dificuldades encontradas para este efeito e as soluções propostas para as ultrapassar.

O estudo da UPEC recorre também ao lançamento de inquéritos para a determinação da opinião dos empresários relativamente aos factores que determinam as exportações.

A grelha dos questionários dividia-se em vários factores:

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Os constrangimentos de ordem psicológica:

- A falta de iniciativa das empresas
- A incerteza do futuro é causa de alguma pusilanimidade dos empresários

Constrangimentos de ordem regulamentar e de ambiente económico

- As políticas públicas desajustadas das realidades das empresas
- O peso do sector terciário
- A ausência ou insuficiência de estratégia/projecto económico no plano regional
- Os constrangimentos de uma regulamentação comunitária desajustada

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Os constrangimentos de funcionamento

- O impacto dos custos salariais
- A fiscalidade
- O custo do crédito
- As dificuldades de acesso aos financiamentos
- O custo da manutenção de *stocks*
- A falta de quadros / falta de formação
- A subutilização das capacidades de produção

Os constrangimentos ligados ao acesso aos mercados

- O afastamento dos principais centros de aprovisionamento e consumo
- O isolamento geográfico em ambientes não europeus
- A reduzida dimensão dos mercados
- A concorrência dos países de salários baixos
- A concorrência das importações
- As dificuldades em exportar

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Com base nesta grelha foram recolhidos dados em cada uma das regiões. No que concerne as exportações, os resultados são os que se esperariam. No estudo dos Açores, às justificações apontadas pelos empresários para não exportação foram: o custo dos transportes (34,6%), seguido da dimensão (19,2%), a ausência de matérias primas (11,5%) e a forte concorrência (11,5%). Por outro lado, as condições apontadas como necessárias para o incremento das exportações foram: a redução dos custos de transporte (55,2%), a promoção dos produtos (17,2%), o apoio governamental (10,3%) e a melhoria dos transportes (6,9%), centrando-se, portanto, cerca de 63% das respostas nos transportes. Os mercados indicados como de vocação foram: outras ilhas dos Açores (21,9%), outros países (15,6%), outras ilhas dos Açores e Madeira (9,5%), outras ilhas e continente (6,3%) e todos os mercados (15,6%). No que concerne os problemas internos de competitividade, as áreas que aparecem mais referenciadas são a da produção (41,4%), a comercial (32,8%), a financeira (24,1%) e a gestão (1,7%). Das empresas inquiridas apenas 83,8% tinham uma noção clara de quem eram os seus concorrentes mais directos. Tinham também a percepção de que a concorrência mais agressiva vem do continente (23,7%), da União Europeia (22%) e de outras ilhas (16,9%).

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

As conclusões do estudo da UPEC reportam-se a cada uma das regiões. Importa aqui rever apenas as que dizem respeito aos arquipélagos em causa.

Para as Canárias, a classificação, por ordem de importância, dos entraves ao desenvolvimento da actividade da empresa resultou nos valores do quadro seguinte.

Os empresários indicam como principais entraves ao desenvolvimento da sua actividade a subutilização das capacidades de produção a as reduzidas dimensões do mercado, que não permitem beneficiar de economias de escala - sendo a primeira uma das consequências da segunda - e a concorrência das importações que, no caso das Canárias, qualificam de dumping. A situação geográfica das Canárias, caracterizada em especial pelo fenómeno da dupla insularidade, é igualmente referida pelos empresários como sendo um entrave importante ao desenvolvimento da sua actividade.

A hierarquia dos obstáculos faz aparecer, no entanto, uma predominância dos constrangimentos associados ao acesso aos mercados: concorrência das importações, reduzida dimensão dos mercados e afastamento. A subutilização das capacidades de produção, considerada igualmente como um entrave importante, é consequência directa das dificuldades de acesso aos mercados.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Quadro - Canárias – Entraves à Actividade das Empresas

	Muito importante	Importante	Pouco importante	Sem importância
Afastamento	50%	47%	3%	0
Isolamento	42%	31%	17%	10%
Reduzida dimensão dos mercados	70%	28%	1%	1%
Custos salariais	20%	46%	23%	11%
Concorrência dos países com salários baixos	18%	48%	21%	13%
Concorrência das importações	68%	31%	1%	0
Fiscalidade	3%	20%	57%	20%
Custo do crédito	3%	20%	57%	20%
Acesso aos financiamentos	3%	20%	57%	20%
Custos da manutenção de <i>stocks</i>	38%	42%	10%	10%
Falta de iniciativa das empresas	0%	12%	26%	62%
Falta de quadros / Falta de formação	25%	47%	28%	0
Incerteza no futuro / pusilanimidade	32%	48%	18%	2%
Políticas públicas desajustadas	18%	61%	12%	9%
Subutilização da capacidade de produção	71%	24%	5%	0
Peso do sector terciário	35%	30%	20%	15%
Ausência/Insuficiência de estratégia/projecto económico	52%	28%	11%	9%
Regulamentação comunitária desajustada	32%	42%	16%	10%
Dificuldades em exportar	41%	38%	17%	4%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Mais de 70% dos empresários denunciam o desajustamento das políticas comunitárias. Esta crítica incide em especial na insegurança do quadro jurídico das disposições adoptadas pela União Europeia em benefício das Canárias.

Para a Madeira, o estudo da UPEC dá os resultados reproduzidos no quadro seguinte.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Introdução

“os principais entraves ao desenvolvimento da actividade da sua empresa?”

Quadro - Madeira – Entraves à Actividade das Empresas

	Muito importante	Importante	Pouco importante	Sem importância
Isolamento	45,5%	33,5%	22%	0%
Afastamento	50%	25%	25%	0%
Reduzidas dimensões do mercado	45,5%	33,5%	22%	0%
Custos salariais	22%	22%	45%	11%
Conc. de países com salários baixos	12,5%	12,5%	37,5%	37,5%
Concorrência das importações	12,5%	37,5%	25%	25%
Fiscalidade	33,5%	22%	44,5%	0%
Custo do crédito	45%	22%	22%	11%
Acesso aos financiamentos	56%	22%	11%	11%
Custos da manutenção de <i>stocks</i>	44,5%	33,5%	11%	11%
Falta de iniciativa das empresas	11%	56%	22%	11%
Falta de quadros / Falta de formação	67%	22%	0%	11%
Incerteza no futuro / Pusilanimidade	33,5%	22%	44,5%	0%
Políticas públicas desajustadas	33,5%	44,5%	22%	0%
Subutilização da capacidade produção	22%	44,5%	33,5%	0%
Peso do sector terciário	34%	22%	22%	22%
Ausência/insuficiência de estratégia/projecto económico	33%	33%	33%	1%
Regulamentação comum. desajustada	37,5%	37,5%	12,5%	12,5%
Dificuldades em exportar	45%	22%	22%	11%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Da análise da primeira coluna do quadro acima extraem-se três eixos principais:

- o primeiro é relativo às dificuldades dos empresários em encontrarem localmente os recursos humanos qualificados de que necessitam, uma carência destacada por 67% dos responsáveis inquiridos, que consideram a falta de quadros e de formação como um entrave muito importante ou importante para o desenvolvimento das suas empresas;
- o segundo eixo realça os constrangimentos financeiros, apontando custos elevados do crédito e dificuldades de acesso aos financiamentos, o que reflecte a realidade financeira das empresas, frequentemente frágil;
- o terceiro eixo, por seu turno, realça os constrangimentos relativos às dificuldades de acesso aos mercados como afastamento, isolamento, reduzidas dimensões do mercado, dificuldades em exportar.

Para os Açores, os resultados são reproduzidos no quadro que se segue. Segundo os empresários, a reduzida dimensão dos mercados seria o principal obstáculo ao desenvolvimento da sua actividade. A esta dificuldade acrescem, principalmente, a situação geográfica (afastamento), que influi nos prazos de aprovisionamento, e os custos adicionais de manutenção de stocks daí decorrentes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Quadro - Açores – Entraves à Actividade das Empresas

	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Sem importância
Afastamento	50%	33%	8%	8%
Isolamento	42%	17%	17%	25%
Reduzida dimensão dos mercados	67%	17%	0%	17%
Custos salariais	8%	17%	25%	50%
Concorrência dos países com salários baixos	0%	33%	17%	50%
Fiscalidade	33%	17%	17%	33%
Custo do crédito	17%	0%	33%	50%
Acesso aos financiamentos	17%	17%	25%	17%
Custos da manutenção de <i>stocks</i>	50%	42%	0%	8%
Falta de iniciativa das empresas	8%	33%	17%	42%
Falta de quadros / Falta de formação	0%	50%	8%	42%
Incerteza no futuro / pusilanimidade	17%	8%	25%	50%
Políticas públicas desajustadas	42%	0%	17%	42%
Subutilização da capacidade de produção	17%	25%	8%	50%
Peso do sector terciário	8%	17%	25%	50%
Ausência/Insuficiência de estratégia/projecto económico	42%	0%	25%	33%
Regulamentação comunitária desajustada	42%	8%	17%	33%
Dificuldades em exportar	33%	25%	8%	67%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Para além da problemática da manutenção de stocks, uma consequência directa do afastamento e do isolamento, a reduzida dimensão dos mercados e o afastamento são vistos como os obstáculos principais: mais de 80% das empresas inquiridas citam-nos como sendo as principais dificuldades de extensão das suas actividades. O isolamento e as dificuldades em exportar são citados por cerca de 60% dos sondados.

O quadro seguinte estabelece uma comparação das respostas avançadas pelas três regiões , à questão colocada acima, registando a percentagem de inquiridos que considerou os factores em causa muito importantes.

Da análise do quadro existe algum consenso quanto à importância dos factores “afastamento”, “isolamento”, “reduzida dimensão dos mercados”, “custos de manutenção de stocks” e “dificuldades de exportar”. As percepções dos empresários das três regiões já divergem quanto à importância da “concorrência das importações”, realçada pelas Canárias, ao “custo do crédito” e “acesso a financiamento” realçado pela Madeira e “subutilização da capacidade de produção”, realçada pelas Canárias.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Quadro - Entraves à Actividade das Empresas – Açores/Madeira/Canárias

	Açores	Madeira	Canárias
Afastamento	50%	50%	50%
Isolamento	42%	45,5%	42%
Reduzida dimensão dos mercados	67%	45,5%	70%
Custos salariais	8%	22%	20%
Concorrência dos países com salários baixos	0%	12,5%	18%
Concorrência das importações		12,5	68%
Fiscalidade	33%	33,5%	3%
Custo do crédito	17%	45%	3%
Acesso aos financiamentos	17%	56%	3%
Custos da manutenção de <i>stocks</i>	50%	44,5%	38%
Falta de iniciativa das empresas	8%	11%	0%
Falta de quadros / Falta de formação	0%	67%	25%
Incerteza no futuro / pusilanimidade	17%	33,5%	32%
Políticas públicas desajustadas	42%	33,5%	18%
Subutilização da capacidade de produção	17%	22%	71%
Peso do sector terciário	8%	34%	35%
Ausência/Insuficiência de estratégia/projecto económico	42%	33%	52%
Regulamentação comunitária desajustada	42%	37,5%	32%
Dificuldades em exportar	33%	45%	41%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Introdução

Em conclusão geral, o estudo refere que qualquer que seja a região em causa, a procura de solução para as dificuldades de acesso aos mercados externos surge claramente como uma prioridade.

O desenvolvimento das vendas fora do mercado doméstico, ao permitir séries de produção mais significativas, contribuirá, segundo os empresários, para recuperar a sua competitividade, através do aparecimento de economias de escala e, portanto, para reduzir o impacto dos custos adicionais decorrentes da reduzida dimensão dos respectivos mercados.

Consideram, igualmente, que este aumento de competitividade lhes permitirá ainda enfrentar em melhores condições a concorrência das importações no seu mercado doméstico. O desenvolvimento induzido dos fluxos de trocas comerciais irá, por seu turno, contribuir para reduzir o custo do encaminhamento das mercadorias.

Entre os obstáculos ao acesso aos mercados, há duas preocupações principais que se destacam das outras, no conjunto das regiões:

- os custos inerentes à reduzida dimensão dos mercados;
- os custos inerentes ao afastamento, nomeadamente, os custos adicionais de encaminhamento.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

O problema da Importância das exportações revisitado

Introdução

A exemplo dos estudos revistos na secção anterior, tem sido prática, em quase todos os trabalhos de análise desta problemática auscultar os empresários sobre as potencialidades e os constrangimentos que se colocam ao contributo das exportações, em geral, e das exportações de sectores tradicionais, em particular, para o processo de desenvolvimento regional.

Da revisão realizada convém reter a ideia da importância estratégica das exportações para este processo.

No presente estudo abordou-se o problema da importância das exportações de forma integrada, isto é, enquadrando-as no processo mais geral de desenvolvimento.

Como metodologia de análise recorreu-se, para além de contactos individuais com diversos decisores nos Açores, na Madeira e nas Canárias, à realização de um inquérito utilizando o método de Delphi.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Metodologia

O método de Delphi consiste de uma abordagem, por iterações, à identificação dos parâmetros verdadeiramente importantes de uma determinada problemática.

O método pressupõe a constituição de um painel sendo o anonimato das opiniões de cada membro salvaguardado. O painel inclui políticos, académicos, empresários, gestores profissionais e outros líderes de opinião, que respondem às questões sobre o futuro, numa tentativa de se chegar a um consenso para cada questão abordada.

O estudo compreende duas ou três rondas, recebendo os membros do painel, no final de cada ronda, um feed-back estatístico, podendo aperfeiçoar a sua opinião nas sucessivas rondas.

No sentido de dar corpo a esta metodologia foi delineado um inquérito e identificado um painel em cada uma das regiões.

O questionário da primeira ronda compreendeu dois capítulos: um contendo instruções de preenchimento e o outro contendo as questões. O capítulo das questões ficou dividido em oito secções. Os inquéritos foram enviados acompanhados de uma exposição introdutória com o seguinte teor:

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

“Num contexto económico permanentemente dinâmico, importa identificar os factores de desenvolvimento e sectores de actividade que poderão mais contribuir para o desenvolvimento regional.

Nesse sentido, no âmbito da iniciativa comunitária do Interreg III/B, está a ser desenvolvido um estudo da situação dos Açores, da Madeira e das Canárias.

Pretende-se identificar os factores de desenvolvimento, os sectores de actividade que deverão ser promovidos no futuro próximo, o potencial de exportação dos sectores “tradicionais” e as medidas necessárias para o seu fomento nos referidos arquipélagos.

Parte deste trabalho será desenvolvido como uma dissertação de mestrado que nos encontramos a desenvolver.

A abordagem adoptada utiliza o Método Delphi, para apurar a opinião de elementos chave da sociedade. O método pressupõe a constituição de um painel sendo o anonimato das opiniões de cada membro salvaguardado. O painel inclui políticos, académicos, empresários, gestores profissionais e outros líderes de opinião, que respondem às questões sobre o futuro, numa tentativa de se chegar a um consenso para cada questão abordada.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

O estudo compreende três rondas, recebendo os membros do painel, no final de cada ronda, um *feed-back* estatístico, podendo aperfeiçoar a sua opinião nas sucessivas rondas.

A sua colaboração é imprescindível, pelo que temos a honra de convidar V. Ex.a a participar neste estudo, respondendo ao questionário em anexo relativo à 1ª ronda.”

O capítulo introdutório do inquérito era constituído pelo seguinte texto:

I – Instruções de Preenchimento

As respostas são abertas e pretendem identificar de forma abrangente as diversas opiniões. Assim, deverá identificar em uma ou duas palavras o factor, ou elemento, por ordem que considera relevante, em cada pergunta.

Adicionalmente, consideramos que estes factores poderão subdividir-se em duas categorias: os de resolução mais imediata e; os de resolução mais morosa. Noutra perspectiva podemos organizá-los em função da sua importância temporal: os que assumem uma importância crescente e; os que se vão tornando menos importantes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Por esta razão, solicitamos que indique não só os factores que poderão ser determinantes no imediato, mas também os que considera que virão a ser importantes a médio prazo e longo prazo.

Os dados de natureza pessoal que são solicitadas, destinam-se apenas a verificar a existência de eventuais diferenças de opinião e ou consensos entre as regiões, idade, sexo ou habilitações, na identificação dos factores de desenvolvimento.

O inquérito da primeira ronda incluiu as seguintes oito questões:

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

II – Questões

• 1. Identificação

•Idade

•Sexo

•Habilitações

•Profissão

•Naturalidade

•Cargo

•Identifique a região na qual reside

•Açores

•Madeira

•Canárias

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

2. Factores de Desenvolvimento

Aponte por ordem, o que considera serem os factores críticos para o desenvolvimento regional?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

3. Sectores e Actividades Económicas a Desenvolver

Aponte por ordem, as actividades económicas que considera essenciais para o desenvolvimento regional e ou as que poderão ser desenvolvidas na região?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

4. Empreendedorismo

Aponte por ordem, os elementos que considera primordiais para fomentar o empreendedorismo na região?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5. Mobilidade

Aponte por ordem, os elementos que considera fundamentais para aumentar a mobilidade na região?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

6. Exportações

Aponte por ordem, os factores que considera mais importantes para aumentar as exportações da região?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

7. Inovação e Tecnologia

Aponte por ordem, os factores que considera mais importantes para aumentar a inovação da região?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

8. Internacionalização

Aponte por ordem, os factores que considera mais importantes para a Internacionalização das empresas regionais?

Nos próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Após os próximos 5 anos

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Concluída a primeira ronda, é elaborado um novo questionário, desta feita de respostas fechadas, utilizando como matriz as respostas abertas dadas ao primeiro questionário.

Concluída esta ronda, é apurado, mais uma vez, o resultado das respostas e afinado o questionário para a terceira e última ronda da metodologia de apuramento das opiniões dos inquiridos.

A fixação dos painéis é uma parte importante da aplicação desta metodologia. Neste sentido foram fixados três painéis de cerca de 50 elementos cada um, um para cada região.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Resultados

Primeira Ronda

Taxa de participação

Na 1ª ronda verificou-se uma taxa de adesão bastante baixa, de participantes nos painéis dos Açores, Madeira e Canárias, cerca de 24%, 15,4% e 7,4% respectivamente.

Obteve-se assim um total de 62 inquéritos validados, distribuídos da seguinte forma:

Açores – 29 inquéritos
Madeira – 18 inquéritos
Canárias – 15 inquéritos

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Tratamento de dados

As respostas foram categorizadas de acordo com a técnica diagrama de afinidades, para se poder definir as várias dimensões e aplicar estatística descritiva de frequências à amostra inflacionada (o total das frequências é superior ao nº de casos porque as respostas são múltiplas).

As respostas serão analisadas por um segundo avaliador de modo a poder-se determinar a fiabilidade de concordância da categorização.

Na 2ª ronda o painel é informado sobre as várias dimensões encontradas na 1ª ronda para cada questão e a respectiva percentagem de respostas enquadradas em cada categoria. Será pedido ao painel que avalie numa escala de 1 a 5 a importância que atribui a cada dimensão encontrada. Pretende-se assim aplicar posteriormente as técnicas estatísticas análise factorial e de clusters e definir um cenário futuro com as principais conclusões para o período 2005-2010 e 2010 – 2015.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Categorização das respostas do painel na 1ª ronda Açores/ Madeira/ Canárias

Como já referido, a categorização das respostas foi feita de acordo com a técnica - Diagrama de afinidades

Assim, para cada uma das perguntas, foram identificadas respostas semelhantes e agrupadas por forma a não retirar detalhe de informação para cada uma das perguntas.

Na pergunta relativa aos factores de desenvolvimento foram identificadas 49 respostas diferentes; na pergunta sobre sectores de actividade foram identificadas 50 variantes; para o empreendedorismo foram identificadas 36 respostas; para a mobilidade 46; para as exportações 38; para a inovação 39; para a internacionalização 47 entradas.

Mais adiante apresenta-se os quadros de frequências das respostas da primeira ronda, para cada uma das regiões, para as perguntas sobre as exportações e sobre a internacionalização, por serem as questões que mais directamente interessam ao problema em análise.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Açores

Avaliando as respostas relativas às exportações conclui-se o seguinte:

- A preocupação individual mais destacada é a qualidade, frequência e custo dos transportes, quer no médio quer no longo prazo (cerca de 15%);
- A qualidade, o marketing e a imagem regional, juntos, apresentam uma frequência de 22,5% no médio prazo e um pouco menos no longo prazo;
- Os incentivos e apoios são referidos por 17,5% das respostas, no médio prazo, registando valor um pouco mais baixo no longo prazo;
- Os factores que são mais referidos no longo prazo do que no médio são a prospecção de novos mercados, a formação e a inovação e I&D.

Os inquiridos dos Açores colocam, assim, o acento tónico nos transportes e na imagem dos produtos, referindo com alguma insistência a necessidade de ajudas públicas.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Açores

N. ordem	Exportações	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Identificação e satisfação de nichos de mercado	4,4	4,3
2	Prospecção e acesso a novos mercados	2,6	5,4
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	9,6	8,7
4	Desenvolvimento de incentivos às actividades tradicionais e potencialmente exportadoras	7,9	6,5
5	Aposta na diferenciação e especialização	4,4	1,1
6	Aposta no design e marketing	7,0	5,4
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	1,8	1,1
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	11,4	8,7
9	Aposta na produtividade e na competitividade	8,8	6,5
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	14,9	15,2
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	5,3	4,3
12	Acompanhamento da Concorrência	0,9	1,1
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	3,5	4,3
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regi	6,1	6,5
15	Desenvolvimento das tecnologias de informação	0,9	1,1
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,8	1,1
17	Aposta na educação e na formação	1,8	5,4
18	Fixação de grupos economicos externos e desenvolvimento de grupos locais	0,0	3,3
19	Aposta na Inovação e I&D	2,6	6,5
20	Fomentar a criação de novas empresas e fixação de valor acrescentado	2,6	2,2
27	Promoção e Divulgação	1,8	0,0
37	Aposta na tecnologia	0,0	1,1

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Açores

Avaliando as respostas relativas à internacionalização conclui-se o seguinte:

- O número de respostas mais expressivo recai sobre a necessidade de se desenvolver parcerias e cooperação em rede (10,9% no médio prazo);
- A aposta na qualidade e na certificação aparece em segundo lugar com cerca de 9,8%;
- O transporte e acessibilidade, tal como no caso das exportações aparece em relevo, com cerca de 6,5%.

Os inquiridos dos Açores colocam, assim, o acento tónico na criação de redes de cooperação, na aposta na qualidade e no acesso aos mercados com transportes adequados.

Mais uma vez ficam realçados os factores de qualidade e os transportes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

Açores

N. ordem	Internacionalização	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Abertura do capital a terceiros	2,2	0,0
2	Acmulação de know-how exportável	1,1	1,6
3	Aposta em novos mercados	2,2	4,8
4	Saturação do mercado interno	1,1	1,6
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	10,9	7,9
6	Apoio logístico e rede de distribuição	2,2	3,2
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	3,3	1,6
8	Aposta na diferenciação e na originalidade	3,3	3,2
9	Aposta na imagem da região, no design e no marketing	9,8	6,3
10	Aposta no desenvolvimento tecnológico e na modernização	3,3	3,2
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	3,3	3,2
12	Capacidade financeira	5,4	7,9
13	Capacidade de gestão	2,2	1,6
14	Partilha de risco com recurso ao capital de risco e ou capital externo	2,2	3,2
15	Aposta na qualidade e na certificação	9,8	9,5
16	Aposta na competitividade e produtividade	6,5	6,3
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	2,2	3,2
18	Criação de um gabinete público de apoio à internacionalização	1,1	0,0
19	Identificação de oportunidades de investimento	2,2	4,8
20	Possuir dimensão económica	4,3	3,2
21	Capacidade empreendedora	1,1	1,6
22	Realização de missões de prospecção	1,1	1,6
23	Aposta no Franchising	1,1	0,0
24	Aposta no ensino e na formação	4,3	6,3
25	Conhecimento e confiança nos mercados	4,3	3,2
26	Potenciar o conhecimento geotermico	1,1	0,0
27	Conhecimento de outras linguas	1,1	1,6
28	Transportes e acessibilidades	6,5	6,3
30	Desenvolvimento de uma cultura de internacionalização	0,0	1,6
45	Estrutura accionista estável	0,0	1,6
46	Desenvolvimento da Industria regional	1,1	0,0

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Madeira

Avaliando as respostas relativas às exportações conclui-se o seguinte:

- **A preocupação individual mais destacada é a qualidade, frequência e custo dos transportes, quer no médio quer no longo prazo (cerca de 15%), tal como no caso dos Açores;**
- **A qualidade, o marketing e a imagem regional, juntos, apresentam uma frequência de 20% no médio prazo e um pouco menos no longo prazo;**
- **Os incentivos e apoios são referidos por 9% das respostas, no médio prazo, registando valor um pouco mais baixo no longo prazo;**
- **Os factores que são mais referidos no longo prazo do que no médio são a promoção e divulgação, a formação e a inovação e I&D.**

Os inquiridos da Madeira, tal como os dos Açores, colocam, assim, o acento tónico nos transportes e na imagem dos produtos, referindo com alguma insistência a necessidade de ajudas públicas.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

Madeira

N. ordem	Exportações	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Identificação e satisfação de nichos de mercado	1,5	1,8
2	Prospecção e acesso a novos mercados	1,5	1,8
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	9,2	7,0
5	Aposta na diferenciação e especialização	1,5	0,0
6	Aposta no design e marketing	1,5	1,8
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	3,1	3,5
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	12,3	8,8
9	Aposta na produtividade e na competitividade	7,7	7,0
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	15,4	8,8
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	1,5	1,8
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	7,7	7,0
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regi	6,2	5,3
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,5	1,8
17	Aposta na educação e na formação	1,5	1,8
19	Aposta na Inovação e I&D	4,6	8,8
20	Fomentar a criação de novas empresas e fixação de valor acrescentado	0,0	3,5
21	Melhoria dos canais de comunicação	1,5	1,8
22	Desenvolvimento de competências técnicas e de gestão	6,2	8,8
23	Fomento do comercio inter regional e estratégia comercial adequada	3,1	3,5
24	Maior consciencialização colectiva	1,5	0,0
25	Desenvolvimento Tecnológico	1,5	3,5
26	Dinamização da Zona Franca	0,0	1,8
27	Promoção e Divulgação	6,2	7,0
28	Qualificação de recursos humanos e capital humano	3,1	1,8
29	Desenvolvimento do networking	1,5	1,8

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Madeira

Avaliando as respostas relativas à internacionalização conclui-se o seguinte:

- **O número de respostas mais expressivo recai sobre a necessidade de se desenvolver uma imagem da região e fazer o seu marketing (13% no médio prazo);**
- **Com um número de respostas igualmente expressivo aparece a necessidade de se desenvolver parcerias e cooperação em rede (11,6% no médio prazo);**
- **A formação e a capacidade de gestão, conjuntamente, recebem 8 a 10% de respostas;**
- **Os apoios à internacionalização aparecem com um peso superior a 8%.**

Os inquiridos da Madeira colocam, assim, o acento tónico na imagem, na criação de redes de cooperação, na formação e na existência de apoios.

Mais uma vez ficam realçados os factores de qualidade mas não os transportes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

Madeira

N. ordem	Internacionalização	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
3	Aposta em novos mercados	1,4	1,8
4	Saturação do mercado interno	4,3	3,6
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	11,6	10,7
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	8,7	7,1
9	Aposta na imagem da região, no design e no marketing	13,0	10,7
10	Aposta no desenvolvimento tecnológico e na modernização	2,9	1,8
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	0,0	1,8
13	Capacidade de gestão	2,9	5,4
15	Aposta na qualidade e na certificação	5,8	5,4
16	Aposta na competitividade e produtividade	4,3	5,4
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	0,0	1,8
19	Identificação de oportunidades de investimento	0,0	1,8
20	Possuir dimensão económica	7,2	1,8
21	Capacidade empreendedora	4,3	5,4
22	Realização de missões de prospecção	2,9	5,4
23	Aposta no Franchising	1,4	1,8
24	Aposta no ensino e na formação	5,8	5,4
27	Conhecimento de outras linguas	2,9	1,8
28	Transportes e acessibilidades	4,3	3,6
29	Afinidade cultural e linguística	2,9	3,6
30	Desenvolvimento de uma cultura de internacionalização	5,8	5,4
31	Estrutura de custos operacionais e vantagens operativas regionais	1,4	1,8
32	Acesso ao financiamento	1,4	0,0
33	Integração em espaços extra-comunitários	1,4	0,0
34	Desenvolvimento das telecomunicações	0,0	1,8
35	Aposta na produção especializada	0,0	1,8
36	Qualificação dos serviços de apoio e assistência técnica nos mercados internacionais	1,4	0,0
37	Divulgação do exito de iniciativas pioneiras	0,0	1,8
38	Necessidade de sobrevivência	1,4	1,8

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

Canárias

Avaliando as respostas relativas às exportações conclui-se o seguinte:

- Os incentivos e apoios são a resposta mais destacada com cerca de 16% de respostas no médio prazo;
- A prospecção e acesso a novos mercados aparece com o segunda preocupação, com cerca de 10,7%;
- O desenvolvimento e cooperação empresarial merece referência em 9% das respostas
- A frequência e custo dos transportes, merece referência de apenas 5,4% dos caos;
- O mercado de África aparece com algum significado neste caso, o que não acontecia com os Açores e a Madeira;
- Os factores que são mais referidos no longo prazo do que no médio são a estabilidade e segurança dos mercados, a competitividade, a formação e a inovação e I&D.

Os inquiridos das Canárias, tal como os dos Açores e Madeira, dão importância aos incentivos mas não dão tanta importância aos transportes. Por outro lado apresentam-se mais preocupados com a prospecção de novos mercados.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

Canárias

N. ordem	Exportações	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
2	Prospecção e acesso a novos mercados	10,7	8,2
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	16,1	12,2
5	Aposta na diferenciação e especialização	1,8	0,0
6	Aposta no design e marketing	1,8	2,0
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	3,6	4,1
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	5,4	4,1
9	Aposta na produtividade e na competitividade	0,0	4,1
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	5,4	4,1
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	3,6	4,1
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	8,9	6,1
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regi	1,8	0,0
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,8	2,0
17	Aposta na educação e na formação	3,6	4,1
19	Aposta na Inovação e I&D	5,4	12,2
21	Melhoria dos canais de comunicação	1,8	2,0
22	Desenvolvimento de competências técnicas e de gestão	3,6	4,1
27	Promoção e Divulgação	3,6	2,0
28	Qualificação de recursos humanos e capital humano	1,8	2,0
29	Desenvolvimento do networking	1,8	2,0
30	Desenvolvimento do sector de serviços	3,6	4,1
31	Exportação de competências para Africa	3,6	4,1
32	Desenvolvimento de rotas estáveis com Africa	1,8	2,0
33	Aposta na diversificação da produção	1,8	2,0
34	Apoio técnico institucional ao exportador e redução da burocracia	3,6	2,0
35	Estabilidade do fluxo comercial e segurança dos mercados	1,8	4,1
36	Investimento em infraestruturas	1,8	2,0

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Canárias

Avaliando as respostas relativas à internacionalização conclui-se o seguinte:

- O número de respostas mais expressivo aparece a necessidade de se desenvolver parcerias e cooperação em rede (13,2% no médio prazo);
- A formação e a capacidade de gestão, conjuntamente, recebem cerca de 13% de respostas;
- Os apoios à internacionalização aparecem com um peso superior a 9,4%, assim como o conhecimento e confiança nos mercados;

Os inquiridos das Canárias colocam, assim, o acento tónico na criação de redes de cooperação, na formação e no domínio dos mercados.

Neste caso são realçados os factores de cooperação, formação e controlo de mercados .

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda Canárias

N. ordem	Internacionalização	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	13,2	12,5
6	Apoio logístico e rede de distribuição	3,8	5,0
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	9,4	10,0
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	1,9	2,5
13	Capacidade de gestão	1,9	0,0
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	1,9	2,5
18	Criação de um gabinete público de apoio à internacionalização	3,8	5,0
19	Identificação de oportunidades de investimento	3,8	5,0
20	Possuir dimensão económica	1,9	0,0
24	Aposta no ensino e na formação	11,3	12,5
25	Conhecimento e confiança nos mercados	9,4	12,5
27	Conhecimento de outras linguas	3,8	5,0
28	Transportes e acessibilidades	3,8	5,0
32	Acesso ao financiamento	1,9	2,5
34	Desenvolvimento das telecomunicações	1,9	2,5
36	Qualificação dos serviços de apoio e assistência técnica nos mercados internacionais	1,9	0,0
37	Divulgação do exito de iniciativas pioneiras	0,0	2,5
39	Acordos económicos internacionais e fomento de relações entre países	1,9	2,5
40	Adaptação do sistema fiscal e desenvolvimento de zonas francas	5,7	5,0
41	Desenvolvimento das tecnologias de informação	5,7	0,0
42	Potenciar Know How	5,7	2,5
43	Fomento de Joint Ventures com empresas externas	1,9	2,5
44	Fomento da mobilidade e participação em projectos internacionais	3,8	2,5

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Frequência de respostas dos painéis na 1ª ronda

RESUMO

Das respostas recolhidas nesta primeira ronda de questões, é possível retirar algumas sensibilidades quanto aos factores que os empresários consideram mais relevantes para as exportações e para a internacionalização da sua actividade.

Os transportes aparecem com realce nas três regiões mas com um intensidade mais elevada nos Açores, o que se pode compreender dada sua dispersão, distância dos principais centros e reduzida dimensão. De resto, em termos proporcionais, os Açores serão a região que mais depende das exportações e, conseqüentemente, a que mais sofre com a baixa frequência, qualidade e preço dos transportes.

Um factor comum é também a qualidade expressa através da gestão, da imagem ou da capacidade de inovação.

Em todos os casos, ha percepção de que os apoios oficiais são indispensáveis.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito e resultados da 2ª ronda.

Atendendo ao facto da taxa de participação ter sido bastante baixa na 1ª ronda, resultando numa amostra reduzida, onde não é possível aplicar de forma satisfatória as várias técnicas estatísticas, decidiu-se aplicar o método Delphi modificado. Isto é, o questionário da 2ª ronda será enviado a todos os elementos convidados para a 1ª ronda e não apenas aqueles que aceitaram participar na 1ª ronda, como é comum no método Delphi clássico. Pretende-se assim obter uma amostra mais significativa que possa validar as conclusões estatísticas.

Verificou-se ainda que as respostas às questões empreendedorismo, mobilidade, exportações, inovação e tecnologia e internacionalização, são na sua maioria repetidas com as respostas dadas aos factores de desenvolvimento. De facto pode considerar-se que o empreendedorismo, mobilidade, exportações, inovação e tecnologia e internacionalização, são efectivamente factores de desenvolvimento.

Tendo por base os resultados da primeira ronda foi, então, desenvolvido o novo questionário.

Este questionário compreende dois conjuntos de questões: um sobre sectores de actividade económica e o outro sobre factores de desenvolvimento. Foi desenvolvido um questionário para cada região, tendo em conta as respostas da 1ª ronda. As questões são, no entanto, muito semelhantes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Os questionários compreendem, então, uma parte introdutória comum com instruções de preenchimento e dois conjuntos de questões. Em cada conjunto de questões os elementos do painel recebem informação sobre as respostas da primeira ronda, devendo responder seguindo a escala seguinte:

Importância 2005 – 2010:

1. Muito pouco importante
2. Pouco importante
3. Marginalmente importante
4. Importante
5. Muito Importante

Importância 2010 – 2020:

1. Actividade residual
2. Importância decrescente
3. Mantém a mesma importância
4. Importância crescente
5. Importância muito crescente

As questões colocadas para cada região, para cada um dos conjuntos são apresentadas de seguida.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Açores

Sector e Actividades Económicas	%Resp 2005 - 2010	%Resp >2010	Importância 2005 - 2010					N. Sabes	Importância 2010 - 2020					N. Sabes
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Turismo em geral	19,2	18,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Serviços em geral	9,6	9,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Agro-indústrias	8,8	8,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Actividades tradicionais	8,0	5,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Pescas	8,0	6,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Agricultura em geral	5,6	6,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Agro-pecuária	4,8	3,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Transportes e comunicações	4,8	3,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Actividades relacionadas com as tecnologias de informação	3,2	4,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Actividades turísticas	2,4	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Agricultura biológica	2,4	1,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Comércio em geral	2,4	2,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Construção civil	2,4	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Hotelaria e restauração	2,4	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Turismo especializado	2,4	4,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Actividades relacionadas com o ambiente	2,4	4,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Actividades industriais	2,4	1,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Biotecnologia	1,6	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Educação / formação	1,6	1,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Promoção imobiliária	1,6	1,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Distribuição e logística	0,8	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Energia em geral e energias renováveis	0,8	1,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Exportação de pescado	0,8	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Serviços de consultoria	0,8	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Vinicultura	0,8	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Actividades de I&D	0,0	2,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Actividades financeiras	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Serviços especializados (oceanografia e vulcanologia)	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Fabrico de equipamentos	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Actividades relacionadas com o valor geo-estratégico da região	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Açores

Factores de Desenvolvimento	%Resp 2005 - 2010	%Resp >2010	Importância 2005 - 2010					N. Sabe	Importância 2010 - 2020					N. Sabe
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Educação e formação profissional geral e específica	19,8	13,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Acessibilidades, transportes e comunicações	12,2	11,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Aposta em sectores estratégicos e tradicionais (turismo e produções regionais)	6,9	6,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Estabilidade política, orçamental e macro-económica	5,3	3,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Capacidade de gestão (pública e privada)	5,3	1,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Produtividade e competitividade	5,3	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Aposta na inovação e I&D	5,3	6,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Natureza e capacidade de captação investimento (público, privado e externo)	4,6	3,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Investimento em infra-estruturas, equipamentos e tecnologia	3,8	2,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Factores culturais e sociais (empendedorismo, proactividade, auto-estima, etc)	3,8	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Sistema de incentivos	3,8	1,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Nível de protecção ambiental	3,1	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Custo da energia e dos transportes	3,1	1,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Eficiência da administração pública e desburocratização	2,3	2,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Desenvolvimento e cobertura das tecnologias de informação	2,3	3,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Qualificação dos recursos humanos	2,3	3,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Aposta na qualidade, diferenciação e marketing	2,3	2,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Modernização e diversificação do sistema produtivo	1,5	1,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Dimensão das empresas e do mercado interno	1,5	2,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Sistema fiscal e nível de fiscalidade	1,5	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Ordenamento do território	1,5	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Convergência económica, social e territorial	0,8	2,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Investimento em actividades de valor acrescentado	0,8	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Aumento e distribuição do rendimento	0,8	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Desenvolvimento de parcerias	0,0	6,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Nível e estrutura da concorrência	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Circuitos de distribuição	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Aposta nos mercados externos	0,0	5,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Emprego e consertação social	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Evolução demográfica	0,0	0,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Madeira

Sectores e Actividades Económicas	%Resp 2005 - 2010	%Resp >2010	Importância 2005 – 2010					N. Sabe	Importância 2010 - 2020					N. Sabe
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Turismo em geral	16,3	17,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Construção civil	7,0	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Actividades relacionadas com as tecnologias de informação	5,8	5,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Transportes e comunicações	5,8	5,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Agricultura em geral	4,7	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Agricultura biológica	4,7	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Educação / formação	4,7	7,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Turismo especializado	4,7	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Actividades tradicionais	3,5	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Comercio em geral	3,5	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Actividades de I&D	3,5	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Actividades financeiras	3,5	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Serviços em geral	3,5	10,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Actividades relacionadas com o ambiente	3,5	5,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Actividades consultoria para os negócios e gestão (centro de negócios)	3,5	4,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Actividades turísticas	2,3	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Energia em geral e energias renováveis	2,3	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Hotelaria e restauração	2,3	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Actividades industriais	2,3	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Telecomunicações	2,3	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Agro-industrias	1,2	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Pescas	1,2	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Vinicultura	1,2	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Actividades de artesanato	1,2	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Actividades de desporto	1,2	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Actividades de entretenimento e lazer	1,2	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Actividades de saúde	1,2	1,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Actividades relacionadas com a tecnologia	1,2	2,9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Recolha e tratamento de resíduos	1,2	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Madeira

Factores de Desenvolvimento	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010	Importância 2005 - 2010					N. Sabe	Importância 2010 - 2020					N. Sabe
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Educação e formação profissional geral e específica	13,0	12,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Aposta na inovação e I&D	9,1	14,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Acessibilidades, transportes e comunicações	7,8	4,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Investimento em infra-estruturas, equipamentos e tecnologia	7,8	6,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Qualificação dos recursos humanos	7,8	6,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Nível de protecção ambiental	6,5	6,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Produtividade e competitividade	5,2	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Estabilidade política, orçamental e macro-económica	3,9	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Factores culturais e sociais (empreendedorismo, proactividade, auto-estima, etc)	3,9	4,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Sistema de incentivos	3,9	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Eficiência da administração pública e desburocratização	2,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Natureza e capacidade de captação investimento (público, privado e externo)	2,6	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Custo da energia e dos transportes	2,6	4,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Dimensão das empresas e do mercado interno	2,6	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Emprego e consertação social	2,6	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Conjuntura económica internacional	2,6	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Capacidade de gestão (pública e privada)	1,3	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Desenvolvimento de parcerias	1,3	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Convergência económica, social e territorial	1,3	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Sistema fiscal e nível de fiscalidade	1,3	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Ordenamento do território	1,3	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Aposta na qualidade, diferenciação e marketing	1,3	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Aposta nos mercados externos	1,3	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Evolução demográfica	1,3	3,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Desenvolvimento urbanístico	1,3	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Desenvolvimento da imagem da região	1,3	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Redução dos custos de insularidade	1,3	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Desenvolvimento do turismo	1,3	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Desenvolvimento e cobertura das tecnologias de informação	0,0	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Evolução da União Europeia	0,0	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Segurança internacional	0,0	1,6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Canárias

Sectores y Actividades Económicas	%Resp 2005 - 2010	%Resp >2010	Importancia 2005 – 2010					N. Sabe	Importancia 2010 - 2020					N. Sabe
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1.Turismo en general	13,6	16,7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Energía en general y energías renovables	8,5	8,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Servicios en general	8,5	10,4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Turismo especializado	6,8	8,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Actividades relacionadas con el ambiente	6,8	8,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Educación / formación	5,1	6,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Actividades de I&D	5,1	4,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Actividades financieras	5,1	4,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Actividades relacionadas con las tecnologías de la información	5,1	4,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Telecomunicaciones	5,1	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Actividades tradicionales	3,4	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Comercio en general	3,4	4,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Transportes y comunicaciones	3,4	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.Activid. prot. recup. patrimonio cultural y promoción de la cultura	3,4	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Agricultura en general	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Agricultura biológica	1,7	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Agroindustrias	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Hostelería y restauración	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Promoción inmobiliaria	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Actividades industriales	1,7	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Recogimiento y tratamiento de los residuos	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Floricultura	1,7	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Tratamiento de agua	1,7	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Administración de marinas	1,7	2,1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Industria de la tecnología	0,0	4,2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Inquérito da 2ª Ronda Canárias

Factores de Desarrollo	%Resp 2005 - 2010	%Resp >2010	Importancia 2005 - 2010					N. Sabe	Importancia 2010 - 2020					N. Sabe
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1. Educación y formación profesional general y específica	17,7	15,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Inversión en infraestructuras, equipo y tecnología	8,1	8,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nivel de protección ambiental	6,5	7,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Apuesta en sect. estratégicos y tradicionales (turismo y producciones regionales)	6,5	8,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Accesibilidades, transportes y comunicaciones	4,8	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Factores culturales e sociales (emprendedorismo, proactividad, auto-estima, etc.)	4,8	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Apuesta en la innovación y I&D	4,8	10,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Evolución demográfica	4,8	5,3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Explotación racional de los recursos naturales	3,2	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Empleo y seguridad social	3,2	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Desarrollo sostenible y políticas de desarrollo	3,2	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Autonomía energética	3,2	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Reforma del sistema electoral	3,2	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Estabilidad política, presupuestal y macro-económica	1,6	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Capacidad de gestión (publica y privada)	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Desarrollo y cobertura de las tecnologías de información	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Modernización y diversificación del sistema productivo	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Sistema de incentivos	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Sistema fiscal y nivel de fiscalidad	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Ordenamiento del territorio	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Apuesta en la calidad, diferenciación y marketing	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Desarrollo del comercio con África	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Control de las externalidades negativas	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Desarrollo de la zona especial Canaria	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Distribución de la renta	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Desarrollo del sector de los servicios	1,6	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Participación de la sociedad	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Reconversión del sector del turismo	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Recuperación paisajística	1,6	0,0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Eficiencia de la administración pública y desburocratización	0,0	3,5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Cualificación de los recursos humanos	0,0	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Reducción de los costes de insularidad	0,0	1,8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Açores - exportações

- **Dos resultados da segunda volta, para os Açores, no que concerne as exportações,**
 - **fica, novamente, realçada a importância atribuída aos transportes, quer nos seus custos como nos seus aspectos qualitativos.**
 - **Em segundo plano aparece a aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação de qualidade.**
 - **A existência de incentivos fiscais e de outra natureza surge, igualmente com uma percentagem elevada de respostas.**
- **A inovação e a I&D e as parcerias recebem mais respostas par o longo prazo do que para o curto prazo.**

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Açores - exportações

N. ordem	Exportações	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Identificação e satisfação de nichos de mercado	4,4	4,3
2	Prospecção e acesso a novos mercados	2,6	5,4
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	9,6	8,7
4	Desenvolvimento de incentivos às actividades tradicionais e potencialmente exportadoras	7,9	6,5
5	Aposta na diferenciação e especialização	4,4	1,1
6	Aposta no design e marketing	7,0	5,4
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	1,8	1,1
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	11,4	8,7
9	Aposta na produtividade e na competitividade	8,8	6,5
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	14,9	15,2
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	5,3	4,3
12	Acompanhamento da Concorrência	0,9	1,1
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	3,5	4,3
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regional)	6,1	6,5
15	Desenvolvimento das tecnologias de informação	0,9	1,1
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,8	1,1
17	Aposta na educação e na formação	1,8	5,4
18	Fixação de grupos economicos externos e desenvolvimento de grupos locais	0,0	3,3
19	Aposta na Inovação e I&D	2,6	6,5
20	Fomentar a criação de novas empresas e fixação de valor acrescentado	2,6	2,2
27	Promoção e Divulgação	1,8	0,0
37	Aposta na tecnologia	0,0	1,1

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Açores - internacionalização

- Dos resultados da segunda volta, para os Açores, no que concerne a internacionalização,
 - Fica realçada a importância do desenvolvimento da cooperação em rede aparece em segundo lugar.
 - A aposta no marketing de imagem da região e a qualidade e certificação aparecem em segundo lugar.
 - Por importância, segue-se a produtividade e a competitividade, a par do problema dos transportes.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Açores - internacionalização

N. ordem	Internacionalização	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Abertura do capital a terceiros	2,2	0,0
2	Acumulação de know-how exportável	1,1	1,6
3	Aposta em novos mercados	2,2	4,8
4	Saturação do mercado interno	1,1	1,6
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	10,9	7,9
6	Apoio logístico e rede de distribuição	2,2	3,2
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	3,3	1,6
8	Aposta na diferenciação e na originalidade	3,3	3,2
9	Aposta na imagem da região, no design e no marketing	9,8	6,3
10	Aposta no desenvolvimento tecnológico e na modernização	3,3	3,2
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	3,3	3,2
12	Capacidade financeira	5,4	7,9
13	Capacidade de gestão	2,2	1,6
14	Partilha de risco com recurso ao capital de risco e ou capital externo	2,2	3,2
15	Aposta na qualidade e na certificação	9,8	9,5
16	Aposta na competitividade e produtividade	6,5	6,3
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	2,2	3,2
18	Criação de um gabinete publico de apoio à internacionalização	1,1	0,0
19	Identificação de oportunidades de investimento	2,2	4,8
20	Possuir dimensão económica	4,3	3,2
21	Capacidade empreendedora	1,1	1,6
22	Realização de missões de prospecção	1,1	1,6
23	Aposta no Franchising	1,1	0,0
24	Aposta no ensino e na formação	4,3	6,3
25	Conhecimento e confiança nos mercados	4,3	3,2
26	Potenciar o conhecimento geotermico	1,1	0,0
27	Conhecimento de outras linguas	1,1	1,6
28	Transportes e acessibilidades	6,5	6,3
30	Desenvolvimento de uma cultura de internacionalização	0,0	1,6
45	Estrutura accionista estável	0,0	1,6
46	Desenvolvimento da Industria regional	1,1	0,0

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Madeira - exportações

- **Dos resultados da segunda volta, para a Madeira, no que concerne as exportações,**
 - **fica, novamente, realçada a importância atribuída aos transportes, quer nos seus custos como nos seus aspectos qualitativos.**
 - **Em segundo plano aparece a aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação de qualidade.**
 - **A existência de incentivos fiscais e de outra natureza surge, igualmente com uma percentagem elevada de respostas.**
 - **A imagem da região, a promoção e o desenvolvimento da gestão recebem também um número expressivo de respostas**
- **A inovação e a I&D, tal como nos Açores, recebe mais respostas par o longo prazo do que para o curto prazo.**

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Madeira - exportações

N. ordem	Exportações	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
1	Identificação e satisfação de nichos de mercado	1,5	1,8
2	Prospecção e acesso a novos mercados	1,5	1,8
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	9,2	7,0
5	Aposta na diferenciação e especialização	1,5	0,0
6	Aposta no design e marketing	1,5	1,8
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	3,1	3,5
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	12,3	8,8
9	Aposta na produtividade e na competitividade	7,7	7,0
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	15,4	8,8
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	1,5	1,8
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	7,7	7,0
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regional)	6,2	5,3
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,5	1,8
17	Aposta na educação e na formação	1,5	1,8
19	Aposta na Inovação e I&D	4,6	8,8
20	Fomentar a criação de novas empresas e fixação de valor acrescentado	0,0	3,5
21	Melhoria dos canais de comunicação	1,5	1,8
22	Desenvolvimento de competências técnicas e de gestão	6,2	8,8
23	Fomento do comercio inter regional e estratégia comercial adequada	3,1	3,5
24	Maior consciencialização colectiva	1,5	0,0
25	Desenvolvimento Tecnológico	1,5	3,5
26	Dinamização da Zona Franca	0,0	1,8
27	Promoção e Divulgação	6,2	7,0
28	Qualificação de recursos humanos e capital humano	3,1	1,8
29	Desenvolvimento do networking	1,5	1,8

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Madeira - internacionalização

- **Dos resultados da segunda volta, para a Madeira, no que concerne a internacionalização,**
 - **fica, realçada a importância do marketing da imagem da região,**
 - **O desenvolvimento da cooperação em rede aparece em segundo lugar,**
 - **A obtenção de dimensão económica aparece como factor de destaque**
 - **A qualidade em geral é também realçada reportando-se não só aos produtos como também aos recursos humanos.**
 - **O desenvolvimento de uma cultura de internacionalização assume também um peso relevante.**

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Madeira - internacionalização

N. ordem	Internacionalização	% Resp	% Resp
		2005 - 2010	>2010
3	Aposta em novos mercados	1,4	1,8
4	Saturação do mercado interno	4,3	3,6
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	11,6	10,7
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	8,7	7,1
9	Aposta na imagem da região, no design e no marketing	13,0	10,7
10	Aposta no desenvolvimento tecnológico e na modernização	2,9	1,8
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	0,0	1,8
13	Capacidade de gestão	2,9	5,4
15	Aposta na qualidade e na certificação	5,8	5,4
16	Aposta na competitividade e produtividade	4,3	5,4
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	0,0	1,8
19	Identificação de oportunidades de investimento	0,0	1,8
20	Possuir dimensão económica	7,2	1,8
21	Capacidade empreendedora	4,3	5,4
22	Realização de missões de prospecção	2,9	5,4
23	Aposta no Franchising	1,4	1,8
24	Aposta no ensino e na formação	5,8	5,4
27	Conhecimento de outras linguas	2,9	1,8
28	Transportes e acessibilidades	4,3	3,6
29	Afinidade cultural e linguística	2,9	3,6
30	Desenvolvimento de uma cultura de internacionalização	5,8	5,4
31	Estrutura de custos operacionais e vantagens operativas regionais	1,4	1,8
32	Acesso ao financiamento	1,4	0,0
33	Integração em espaços extra-comunitários	1,4	0,0
34	Desenvolvimento das telecomunicações	0,0	1,8
35	Aposta na produção especializada	0,0	1,8
36	Qualificação dos serviços de apoio e assistência técnica nos mercados internacionais	1,4	0,0
37	Divulgação do exito de iniciativas pioneiras	0,0	1,8
38	Necessidade de sobrevivência	1,4	1,8

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Canárias - exportações

- Dos resultados da segunda volta, para as Canárias, no que concerne as exportações,
 - fica, realçada a importância dos incentivos governamentais, fiscais e financeiros.
 - A prospecção de novos mercados aparece em segundo lugar.
 - As parcerias aparecem em terceiro lugar de importância.
 - Os custos e qualidade dos transportes surge também como um factor de relevo
- A inovação e a I&D, tal como nos Açores e da Madeira, recebe mais respostas par o longo prazo do que para o curto prazo.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Canárias - exportações

N. ordem	Exportações	% Resp	% Resp
		2005 - 2010	>2010
2	Prospecção e acesso a novos mercados	10,7	8,2
3	Incentivos financeiros e ou fiscais à exportação	16,1	12,2
5	Aposta na diferenciação e especialização	1,8	0,0
6	Aposta no design e marketing	1,8	2,0
7	Identificação de necessidades, actividades e recursos passíveis de exportação	3,6	4,1
8	Aposta na qualidade dos produtos e serviços e na certificação da qualidade	5,4	4,1
9	Aposta na produtividade e na competitividade	0,0	4,1
10	Aposta em mais e melhores transportes e a menor custo	5,4	4,1
11	Acesso aos circuitos e redes de distribuição	3,6	4,1
13	Desenvolvimento de parcerias e da cooperação empresarial	8,9	6,1
14	Desenvolvimento de marcas e da imagem regional (denominação de origem e marca regional)	1,8	0,0
16	Capacidade empreendedora e de liderança	1,8	2,0
17	Aposta na educação e na formação	3,6	4,1
19	Aposta na Inovação e I&D	5,4	12,2
21	Melhoria dos canais de comunicação	1,8	2,0
22	Desenvolvimento de competências técnicas e de gestão	3,6	4,1
27	Promoção e Divulgação	3,6	2,0
28	Qualificação de recursos humanos e capital humano	1,8	2,0
29	Desenvolvimento do networking	1,8	2,0
30	Desenvolvimento do sector de serviços	3,6	4,1
31	Exportação de competências para Africa	3,6	4,1
32	Desenvolvimento de rotas estáveis com Africa	1,8	2,0
33	Aposta na diversificação da produção	1,8	2,0
34	Apoio técnico institucional ao exportador e redução da burocracia	3,6	2,0
35	Estabilidade do fluxo comercial e segurança dos mercados	1,8	4,1
36	Investimento em infraestruturas	1,8	2,0

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Canárias - internacionalização

- **Dos resultados da segunda volta, para as Canárias, no que concerne a internacionalização,**
 - **fica, realçada a importância das parcerias e da cooperação em rede,**
 - **A aposta no ensino aparece em segundo lugar,**
 - **Os incentivos à internacionalização e o conhecimento de novos mercados são, citados em quarto lugar,**
 - **A zona franca, a potenciação do conhecimento e o desenvolvimento de tecnologias da informação constituem um outro grupo de questões realçadas.**

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões dos Inquéritos da 2ª Ronda - Canárias - internacionalização

N. ordem	Internacionalização	% Resp 2005 - 2010	% Resp >2010
5	Desenvolvimento de parcerias e cooperação em rede	13,2	12,5
6	Apoio logístico e rede de distribuição	3,8	5,0
7	Desenvolvimento de incentivos à internacionalização	9,4	10,0
11	Desenvolvimento de produtos inovadores	1,9	2,5
13	Capacidade de gestão	1,9	0,0
17	Desenvolvimento dos meios de comunicação	1,9	2,5
18	Criação de um gabinete público de apoio à internacionalização	3,8	5,0
19	Identificação de oportunidades de investimento	3,8	5,0
20	Possuir dimensão económica	1,9	0,0
24	Aposta no ensino e na formação	11,3	12,5
25	Conhecimento e confiança nos mercados	9,4	12,5
27	Conhecimento de outras línguas	3,8	5,0
28	Transportes e acessibilidades	3,8	5,0
32	Acesso ao financiamento	1,9	2,5
34	Desenvolvimento das telecomunicações	1,9	2,5
36	Qualificação dos serviços de apoio e assistência técnica nos mercados internacionais	1,9	0,0
37	Divulgação do êxito de iniciativas pioneiras	0,0	2,5
39	Acordos económicos internacionais e fomento de relações entre países	1,9	2,5
40	Adaptação do sistema fiscal e desenvolvimento de zonas francas	5,7	5,0
41	Desenvolvimento das tecnologias de informação	5,7	0,0
42	Potenciar Know How	5,7	2,5
43	Fomento de Joint Ventures com empresas externas	1,9	2,5
44	Fomento da mobilidade e participação em projectos internacionais	3,8	2,5

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões

Avaliados os inquéritos das três regiões, para a exportação e para a internacionalização, pode realçar-se os seguintes aspectos quanto à percepção dos empresários:

- **As parcerias e a cooperação são fundamentais para a promoção das exportações;**
- **A competência e a cultura de internacionalização são, igualmente, factores importantes;**
- **A qualidade em geral e a qualidade dos recursos humanos e das empresas e produtos deve ser sublinhada;**
- **A imagem de cada região deve ser devidamente trabalhada e divulgada;**
- **Os transportes são elementos importantes quer no seus aspectos qualitativos que nos respectivos custos**

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

4. Percepção dos Empresários Quanto à Importância das Exportações

Conclusões

- A I&D assume uma importância crescente no médio prazo;
- Devem existir sistemas de incentivos para as exportações sendo citados os instrumentos fiscais e os financeiros.

5. Os Produtos de Exportação

5. Os Produtos de Exportação

O propósito desta secção é identificar os grandes fluxos comerciais externos e os produtos de exportação mais significativos num passado recente de cada uma das três regiões.

Ao analisar estes fluxos deparamos com duas situações diferentes conforme se trate das regiões portuguesas dos Açores e da Madeira ou das Canárias. Com efeito, no caso das regiões portuguesas as estatísticas existentes reportam-se apenas ao comércio com países terceiros, não existindo qualquer informação quantitativa quanto ao comércio com o resto do país. Para o caso das Canárias esta informação está disponível.

Assim, no que se segue, numa primeira parte, identificamos os grandes fluxos de mercadorias com países terceiros e anotamos os respectivos saldos. Numa segunda parte enumeramos os produtos tradicionais de maior exportação em cada região.

Uma questão prévia que deve ser abordada é a de se definir o que são, de facto, os produtos tradicionais de exportação de cada uma das regiões.

5. Os Produtos de Exportação

Recorrendo a uma base histórica e aos que foram designados sectores tradicionais nas negociações com a União Europeia, são sectores tradicionais nas três regiões, aqueles que partem da actividade primária baseada na agricultura e nas pescas. Assim, de forma genérica, para os Açores, temos toda a gama de produtos do sector primário com realce para os associados à produção de leite e de carnes e os associados ao sector das pescas. Para a Madeira temos também os produtos resultantes da actividade agrícola, com particular relevo para a produção de vinhos, de artesanato e de banana. Para o caso das Canárias temos a produção de tomate e de banana.

Cada uma das regiões apresenta potencialidades de exportação de outras actividades que, no entanto, ou por serem objecto de outros estudos ou por não serem objecto deste não serão aqui considerados.

O quadro do comércio externo da cada uma das regiões é apresentado de seguida, de forma autónoma.

5. Os Produtos de Exportação

- **Açores**

Os principais parceiros dos Açores no comércio externo são a Itália, os Estados Unidos e Canadá, Espanha, a Alemanha, a França, a Holanda e o Reino Unido. Os países da União Europeia constituem o maior bloco comercial com o qual os Açores estabelecem trocas.

Entre os produtos exportados os mais significativos são o atum enlatado, peixe fresco, produtos lácteos, vestuário e combustíveis fornecidos à navegação.

Os produtos alimentares registam o peso mais elevado representando 43,5% em 1982, 65,3% em 1990 e 63,7% em 2000. O atum enlatado e o peixe fresco são, claramente, os produtos mais exportados em termos absolutos e relativos, dentro da categoria dos produtos alimentares. Combustíveis minerais, lubrificantes e outros produtos similares fornecidos a navios e aeronaves ocupam o segundo lugar nas exportações, representando 39% em 1982, 14,5% em 1990 e 14,6% em 2000. O vestuário assumiu um peso significativo em 1982 e em 2000, com cerca de 7% das exportações. Este é, essencialmente, o resultado da operação de uma fábrica que opera para uma empresa de Açorianos emigrados nos Estados Unidos

5. Os Produtos de Exportação

- Açores

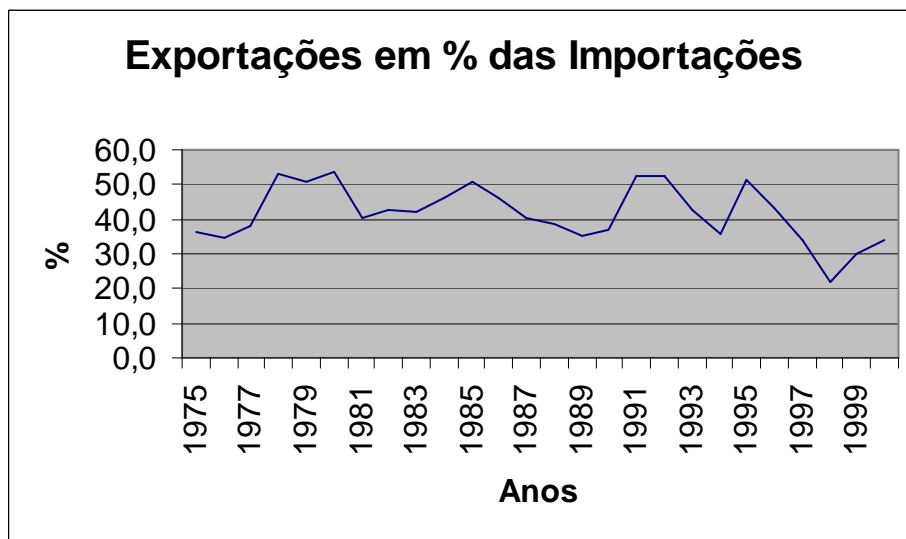
Durante a década de oitenta do século XX, as exportações representaram entre 10 e 15% do PIB dos Açores. Durante a década seguinte esta percentagem reduziu-se substancialmente sendo que para o seu final já representava apenas 5% do PIB. Este decréscimo não é, necessariamente, sintoma de que os Açores estão a produzir relativamente menos para vender no exterior. Significa apenas que uma menor proporção do que é produzido é vendido directamente para países terceiros. A maior parte da produção açoriana vendida no exterior destina-se ao continente português e à Madeira. Não existem dados fiáveis que nos permitam caracterizar de forma clara estas transacções. A maior parte dos produtos lácteos dos Açores, a maior fonte de vendas externas de produtos dos Açores, destina-se ao continente português.

As exportações dos Açores nunca representaram mais do que 53,1% das importações. A taxa média de cobertura das importações pelas exportações é de 44%.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Açores



Exportações em % das Importações

Years	Exportações % de Importações
1975	36.4
1980	53.4
1985	51.0
1990	36.7
1995	51.4
1996	43.0
1997	33.8
1998	21.7
1999	29.9
2000	34.2

5. Os Produtos de Exportação

- **Açores**

O principal destino das exportações directas dos Açores tem sido Itália (sobretudo atum enlatado) com 40% do total e os Estados Unidos e Canadá, devido ao “mercado da saudade” que envolve um pouco de uma variedade grande de produtos adquiridos para recordar hábitos da terra natal. Nenhum produto assume relevo neste conjunto.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Açores

Exportações por País de Destino

IMPORTATIONS AND EXPORTATIONS ACCORDING TO MAIN ECONOMICAL REGIONS AND COUNTRIES

		World Euros	E.U. %	Germany %	Canada %	Spain %	USA %	France %	Holland %	Italy %	U. K. %
1980	IMP	17.328.658	41,3	4,7	0,1	7,4	33,2	14,1	1,4	1,6	15,1
	EXP	4.814.731	55,9	1,3	6,9	0,1	16,7	0,7	4,5	40,0	8,8
1981	IMP	25.226.579	41,7	9,0	1,3	11,5	31,3	17,2	1,2	1,6	7,7
	EXP	6.474.731	17,7	1,1	6,4	0,4	19,6	0,1	0,1	15,6	0,8
1982	IMP	24.946.768	34,8	6,2	0,6	16,7	27,7	9,4	2,4	1,2	10,1
	EXP	6.547.760	29,0	1,5	10,0	1,3	18,7	0,3	0,0	25,3	1,6
1983	IMP	23.628.540	26,2	4,7	0,7	14,6	33,5	5,8	6,0	1,9	3,7
	EXP	8.240.760	43,6	1,4	8,9	0,8	21,8	1,2	0,3	39,2	1,6
1984	IMP	32.909.249	32,1	4,2	0,9	3,4	40,6	6,5	6,0	2,1	7,1
	EXP	12.606.089	35,4	1,1	12,5	0,1	22,9	1,4	0,1	30,5	2,4
1985	IMP	36.181.917	31,0	3,3	1,0	16,2	31,7	5,6	-	2,2	11,4
	EXP	18.531.359	44,2	0,6	9,3	4,7	18,6	0,7	-	41,4	1,3
1986	IMP	39.603.795	63,2	21,4	2,0	10,1	17,4	7,6	9,5	2,7	8,0
	EXP	21.026.456	54,6	0,2	9,3	3,3	13,5	0,5	0,1	43,4	6,8
1987	IMP	50.716.194	70,4	7,9	0,5	9,5	11,1	11,8	5,5	5,5	27,8
	EXP	21.204.762	61,5	0,6	8,0	3,8	14,5	1,5	0,2	38,2	16,8
1988	IMP	56.932.468	64,4	11,0	1,0	5,3	14,2	17,7	8,1	0,9	11,0
	EXP	21.156.079	63,6	0,8	9,9	18,1	13,2	0,3	0,3	40,1	4,0
1989	IMP	67.472.601	69,1	15,6	3,4	1,6	17,3	13,3	10,5	0,8	22,9
	EXP	23.605.511	61,0	1,9	12,0	6,0	10,5	0,6	0,3	48,8	3,3
1990	IMP	92.332.404	75,2	13,9	2,7	2,7	16,7	10,7	9,0	1,9	30,2
	EXP	33.913.369	67,5	1,7	8,9	4,6	7,1	0,0	0,4	46,4	14,0
1991	IMP	79.071.024	69,2	15,2	2,2	9,4	11,7	27,4	3,6	1,2	8,4
	EXP	41.671.167	71,4	1,9	5,6	10,5	10,2	0,3	4,7	37,6	16,3
1992	IMP	73.943.870	70,9	13,3	2,1	6,1	9,0	31,9	5,9	6,0	6,1
	EXP	38.919.290	70,3	1,5	4,3	7,3	10,6	0,5	7,6	39,3	13,2
1993	IMP	71.911.478	66,3	4,8	2,4	8,3	8,6	40,2	7,9	2,4	2,0
	EXP	30.526.920	40,6	0,5	5,6	7,2	38,0	6,1	1,0	25,4	0,2
1994	IMP	70.694.367	75,7	8,4	1,0	13,5	16,3	29,3	12,7	1,8	8,3
	EXP	25.261.849	53,6	0,8	7,8	8,5	23,5	1,0	0,2	42,0	0,2
1995	IMP	62.013.143	76,3	4,7	1,2	18,4	20,2	31,2	14,0	2,0	2,5
	EXP	31.869.519	46,5	0,4	4,4	8,9	32,7	0,0	0,1	36,3	0,1
1996	IMP	74.559.492	63,9	6,5	1,2	14,3	29,7	20,0	13,2	2,3	3,8
	EXP	32.092.308	54,3	0,0	4,7	7,3	25,6	0,5	0,4	44,4	0,1
1997	IMP	79.246.077	63,4	3,1	4,1	10,2	20,1	23,2	14,5	3,1	4,5
	EXP	26.796.820	50,8	0,4	5,3	5,7	19,5	0,3	0,1	42,6	0,4
1998	IMP	118.912.715	58,8	9,9	4,5	13,1	18,7	19,4	4,1	1,2	8,9
	EXP	25.767.216	54,1	0,5	6,1	5,3	23,4	1,3	0,2	44,3	0,4
1999	IMP	82.320.971	64,4	3,2	0,7	13,1	23,6	22,6	6,0	2,0	13,7
	EXP	24.648.861	54,1	3,1	7,5	5,2	21,5	2,4	0,3	40,0	2,3
2000	IMP	96.488.054	66,3	4,6	0,7	10,3	19,2	18,8	19,1	4,6	6,5
	EXP	33.016.331	48,1	2,7	7,4	4,0	17,9	2,1	6,4	31,9	0,3

Source: Comércio Externo Açores. Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA).

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- **Açores**

Para o período 1998 e 2002, os quadros seguintes apresentam o peso de cada uma das principais categorias de exportação dos Açores.

Exportações dos Açores por Produto (%)

1998	
Preparação de carnes, peixes, crustáceos e moluscos	48%
Combustíveis e óleos minerais; Matérias betuminosas	15%
Peixes, crustáceos e moluscos	15%
Vestuário e seus acessórios; excepto de malha	9%
Leite, lacticínios, ovos de aves, mel natural, etc.	5%
Outros artefactos têxteis, calçado, chapéus, trapos	2%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	1%
1999	
Preparação de carnes, peixes, crustáceos e moluscos	42%
Combustíveis e óleos minerais; Matérias betuminosas	14%
Leite, lacticínios, ovos de aves, mel natural, etc.	14%
Peixes, crustáceos e moluscos	13%
Vestuário e seus acessórios; excepto de malha	9%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	2%
Outros artefactos têxteis, calçado, chapéus, trapos	2%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Açores

Exportações dos Açores por Produto (%)

2000	
Preparação de carnes, peixes, crustáceos e moluscos	29%
Leite, lacticínios, ovos de aves, mel natural, etc.	20%
Combustíveis e óleos minerais; Matérias betuminosas	15%
Peixes, crustáceos e moluscos	12%
Reactores nucleares, máquinas, aparelhos, etc., mecânicos	8%
Vestuário e seus acessórios; excepto de malha	7%
Frutas, cascas de citrinos e de melões	2%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	2%
Outros artefactos têxteis, calçado, chapéus, trapos	1%
2001	
Preparação de carnes, peixes, crustáceos e moluscos	31%
Peixes, crustáceos e moluscos	19%
Combustíveis e óleos minerais; Matérias betuminosas	18%
Leite, lacticínios, ovos de aves, mel natural, etc.	15%
Vestuário e seus acessórios; excepto de malha	7%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Açores

Exportações dos Açores por Produto (%)

2002	
Preparação de carnes, peixes, crustáceos e moluscos	28%
Leite, lacticínios, ovos de aves, mel natural, etc.	21%
Peixes, crustáceos e moluscos	18%
Combustíveis e óleos minerais; Matérias betuminosas	16%
Vestuário e seus acessórios; excepto de malha	5%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	3%

Fonte: SREA Serviço Regional de Estatística dos Açores

Da análise dos quadros apresentados acima conclui-se que entre as principais exportações dos Açores pontuam sempre três categorias de produtos tradicionais: Preparação de carnes, peixe, crustáceos e moluscos; Leite, lacticínios, etc; peixe, crustáceos e moluscos.

As exportações de combustíveis e óleos minerais resultam do abastecimento à navegação e aeronaves de produtos importados, não podendo ser, neste sentido, considerados exportações tradicionais porque não há produção local.

5. Os Produtos de Exportação

- Açores

Analisando o quadro geral das exportações dos Açores com base nas estatísticas e com base noutras fontes de informação podem retirar-se diversas conclusões:

Uma parte muito substancial do comércio exterior dos Açores é feito com o resto do país, incluindo a Madeira, para onde os Açores vendem, sobretudo, leite, lacticínios, peixe fresco e conservas de peixe (não existem, no entanto, estatísticas fiáveis publicadas que permitam aferir a real dimensão deste comércio);

O comércio directo com países terceiros tem evidenciado o peso das exportações de produtos alimentares, sobretudo conservas de atum para a Itália;

Os Açores apresentam uma balança comercial altamente deficitária; De entre os produtos identificados como produtos de exportação, com história, destacam-se as conservas de atum, o peixe fresco e os lacticínios;

Como produtos com potencial de exportação mas sem peso actual podemos apontar ainda os derivados da carne, os produtos do tabaco, as bebidas espirituosas e as águas minerais naturais.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- **Madeira**

Os principais mercados externos de exportação da Madeira são o Reino Unido, a França e Espanha. Como bloco comercial a União Europeia assume o maior peso nas trocas.

De entre os produtos exportados, os mais significantes são o combustível fornecido a navios e aeronaves, produtos da indústria alimentar, trabalhos de vime e bordados.

Na Madeira, o peso dos produtos alimentares é de 3,25% nas exportações, em 2001. A maior parte das exportações (67,7%) são, no entanto, combustíveis, lubrificantes e outros produtos similares. Trata-se, naturalmente, do enorme peso exercido pelos fluxos turísticos que demanda a Madeira por via aérea e por via marítima, através dos cruzeiros que tocam o porto do Funchal.

As exportações têm sido uma percentagem decrescente das importações da Madeira, como se pode deduzir do quadro seguinte. Esta análise, tal como no caso dos Açores, no entanto, não toma em linha de conta as vendas para o continente português ou as vendas feitas directamente aos turistas que procuram este destino, em número muito expressivo.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Madeira

As importações e as exportações representaram, durante a segunda metade da década de 1990, cerca de 4% e menos de 1% do PIB, respectivamente. Este é um indicador da forte integração da economia da Madeira na economia nacional. É também evidente que não existe um volume significativo de trocas comerciais directas com países terceiros.

Exportações da Madeira em % das Importações

Years	Exportações em % das Importações
1990	37,5
1991	38,7
1992	17,8
1993	39,5
1994	26,4
1995	20,4
1996	22,5
1997	31,0
1998	14,8
1999	14,5
2000	12,6

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Madeira

Exportações por País de Destino

		<i>Mundo</i>	<i>U.E.</i>	<i>Alem.</i>	<i>Canada</i>	<i>Esp.</i>	<i>USA</i>	<i>Brasil</i>	<i>França</i>	<i>Holanda</i>	<i>Din..</i>	<i>Itália</i>	<i>R.U..</i>
		Euros	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1993	IMP	63.885.521	71,3	6,3	0,1	8,1	2,0	10,6	28,2	4,4	2,2	4,4	9,6
	EXP	25.233.931	79,8	4,6	0,6	0,6	7,6	0,0	10,3	1,4	2,2	41,2	17,6
1994	IMP	64.931.380	68,8	8,0	0,2	11,4	1,2	12,6	23,5	6,2	1,5	4,3	6,7
	EXP	17.152.253	71,0	5,8	1,3	0,5	10,7	0,0	11,7	1,6	1,5	20,4	18,1
1995	IMP	76.655.859	72,8	6,2	0,2	12,8	3,3	9,2	22,8	4,9	2,0	5,7	6,7
	EXP	15.639.529	73,2	5,9	1,0	3,9	10,3	0,0	13,9	1,6	2,1	17,7	19,0
1996	IMP	102.660.019	78,4	14,2	0,4	15,4	3,5	6,2	28,9	3,8	1,4	5,4	3,7
	EXP	23.102.787	53,1	4,0	0,8	0,7	7,8	4,9	11,0	1,6	1,8	11,7	12,1
1997	IMP	76.426.058	67,2	5,6	0,2	12,9	4,3	9,2	23,5	4,0	1,0	5,6	7,6
	EXP	23.671.008	45,9	3,0	0,8	2,8	6,8	16,9	11,9	1,7	1,4	5,7	13,9
1998	IMP	108.671.342	54,7	6,4	0,1	10,1	1,5	6,8	20,0	3,3	0,5	4,1	4,8
	EXP	16.037.889	44,9	4,1	0,8	0,6	14,5	0,4	11,3	1,9	0,9	7,4	12,0
1999	IMP	101.837.611	65,7	7,8	0,1	14,7	2,5	7,7	21,5	3,8	0,5	7,3	4,1
	EXP	14.764.907	37,3	3,9	1,9	2,9	13,7	0,1	10,5	0,7	1,2	6,5	6,8
2000	IMP	122.316.866	68,8	7,0	0,2	13,6	1,1	8,1	13,5	2,3	2,7	5,1	15,4
	EXP	15.440.738	18,0	1,4	1,8	2,3	13,6	0,0	6,2	0,2	0,0	3,3	3,2

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- **Madeira**

Para o período 1998 e 2000, o quadro seguinte apresenta o peso de cada uma das principais categorias de exportação da Madeira.

1982	
Combustíveis minerais	39%
Conservas de peixe	27%
Peixe fresco	8%
Acessórios de vestuário, de tecidos n.e.	6%
Queijo	6%
Artigos confeccionados com fibras têxteis, excepto vestuário	3%
Legumes de vagem seca, em grão	2%
Crustáceos e moluscos	0,5%
1990	
Peixe, crustáceos e moluscos	58%
Petróleo, produtos derivados do petróleo e produtos conexos	15%
Máquinas geradoras, motores e seu equipamento	6%
Outro material de transporte	6%
Produtos lácteos e ovos de aves	5%
2000	
Peixe, crustáceos e moluscos	40%
Produtos lácteos e ovos de aves	20%
Vestuário e acessórios de vestuário	7%
Máquinas e aparelhos industriais, de aplicação geral, suas partes e peças	6%
Legumes e frutas	3%
Máquinas e aparelhos especializados para determinadas indústrias	2%

Fonte: DREM Direcção Regional de Estatística da Madeira

5. Os Produtos de Exportação

- Madeira

Analisando o quadro geral das exportações da Madeira, com base nas estatísticas e com base noutras fontes de informação, podem retirar-se diversas conclusões:

Uma parte muito substancial do comércio exterior da Madeira é feito com o resto do país, para onde são vendidos, sobretudo, banana, vinhos e artesanato;

O comércio directo com países terceiros tem evidenciado o peso das exportações de produtos alimentares ...;

A Madeira apresentam uma balança comercial altamente deficitária, com um peso muito reduzido na economia regional;

De entre os produtos identificados como produtos de exportação, com história, destacam-se os vinhos, os bordados e os trabalhos em vime.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Mais do que metade do Comércio Externo das Canárias é realizado com a Metrópole, representando 69,83% das importações e 57,22% das exportações. Seguem-se-lhe os restantes países da União Europeia com 12,38% das importações e 21,6% das exportações. Dentro da União assumem particular importância a Alemanha, a França e a Holanda. Fora da União, aos Estados Unidos correspondem cerca de um por cento tanto das exportações como das importações e a Marrocos, talvez pelo factor proximidade correspondem cerca de três por cento das exportações. Todos estes dados referem-se ao ano 2004.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Estrutura do Comércio Externo das Canárias por principal parceiro comercial

	% Comércio Total	
	Importações	Exportações
Espanha	69,83%	57,22%
União Europeia	12,38%	21,60%
Resto do Mundo	17,79%	21,18%
Alemanha	3,09%	3,79%
França	1,33%	1,67%
Holanda	1,22%	4,19%
Estados Unidos	1,21%	1,11%
México	1,61%	0,11%
Marrocos	0,11%	3,00%

Ano: 2004

Fonte: IST AC Instituto Canario de Estadística

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Um abordagem mais abrangente em termos de horizonte temporal permite-nos concluir que o comércio exterior das Canárias é altamente deficitário sendo que as exportações raramente têm conseguido cobrir mais do que um quarto das importações. No ano de 2004 a taxa de cobertura situava-se nos 22%. Para este resultado contribui, em grande escala, o comércio realizado com Espanha. De facto, o comércio realizado com a Metrópole apresenta-se altamente deficitário desde há várias décadas. A taxa de cobertura das importações pelas exportações nas últimas duas décadas variou entre os 13% (2001) e os 36% (1993). Embora demonstrando alguns sintomas no sentido da retoma a situação tem vindo a piorar em relação aos princípios da década de noventa quando a taxa de cobertura rondava os 30%. Durante a segunda parte da década de noventa e até ao ano 2001 a taxa manteve-se entre os 13-15% para nos últimos anos aproximar-se dos 20%.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Ao nível da União Europeia, embora também deficitária, a tendência parece ser contrária. Enquanto que no início da década de noventa a taxa de cobertura se aproximava dos 20%, nos últimos anos tem-se aproximado dos 40%. Máximos da taxa de cobertura no comércio com a União Europeia verificaram-se nos anos de 1996 e 1997, com 50% e 59%, respectivamente. Dentro da União grande parte das importações provêm da Alemanha e da França, países que contribuem bastante para o défice comercial a nível da União. Excepcional será o comércio com a Holanda, grande receptor das exportações das Canárias, com um superávit no ano de 2001 mas passando para um saldo deficitário em 2004.

Com o Resto do Mundo o cenário é também deficitário apontando para uma ligeira melhoria nos últimos anos. De realçar dois casos, o caso do México com elevado défice comercial e o caso de Marrocos com um comércio altamente vantajoso para o arquipélago, onde em 2004 o valor das exportações cobre mais do que seis vezes o valor das importações.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Em termos de principais produtos importados e exportados têm dominado a nível das exportações os produtos agrícolas (com os legumes, plantas, raízes e tubérculos a representar cerca de 27% do total das exportações em 1998 e cerca de 18% em 2001), as pescas (com peixe, crustáceos e moluscos a representar 12% das exportações em 1998 e 8% em 2001) os combustíveis fornecidos a navios e aeronaves, com combustíveis minerais e óleos minerais a representar 18% do total das mercadorias exportadas e a colocar-se no topo da tabela em 2001 com 29% do valor total das exportações.

Em termos de importações têm dominado os combustíveis, responsáveis por 12% das importações em 2001, os veículos automóveis, com 10% e as máquinas, ferramentas e material eléctrico com 7%. Em termos de importações consegue-se identificar um grande leque de produtos com um peso muito semelhante no total que vão desde as bebidas ao papel, ao pronto-a-vestir, ao ferro fundido ou aos materiais de plástico entre outros.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Comércio Externo das Canárias por principais parceiros comerciais

		<i>Mundo (1)</i>	<i>União Europeia (2)</i>	<i>Espanha</i>	<i>Resto do Mundo</i>
1990	IMP	4500438,63	863.916,71	2390175,75	1.246.346,18
	EXP	1185985,72	168.998,27	647926,08	369.061,37
	<i>tx cobertura</i>	26%	20%	27%	30%
1995	IMP	6011937,84	1.042.181,89	3703184,29	1.266.571,66
	EXP	1387505,82	453.071,43	591870,3	342.564,10
	<i>tx cobertura</i>	23%	43%	16%	27%
2000	IMP	10215187,16	1.578.227,06	6503185,91	2.133.774,19
	EXP	2184969,95	745.226,64	928996,82	510.746,49
	<i>tx cobertura</i>	21%	47%	14%	24%
2004	IMP	12488777,63	1.546.391,60	8720484,76	2.221.901,28
	EXP	2804635,07	605.905,59	1604803,29	593.926,19
	<i>tx cobertura</i>	22%	39%	18%	27%

Fonte: IST AC Instituto Canario de Estadística

(1) Inclui Espanha

(2) Não inclui Espanha

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Comércio Externo das Canárias por principais parceiros comerciais

		<i>Alemanha</i>	<i>França</i>	<i>Holanda</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>México</i>	<i>Marrocos</i>
2001	IMP	433228,16	174836,71	157932,53	103297,35	200730,76	22995,36
	EXP	65788,18	72461,85	164036,91	31046,44	419,25	67912,65
	<i>tx cobertura</i>	<i>15%</i>	<i>41%</i>	<i>104%</i>	<i>30%</i>	<i>0%</i>	<i>295%</i>
2004	IMP	386468,84	166368,17	151787,13	151172,81	201358,58	13440,12
	EXP	106427,21	46941,98	117650,82	31062	3123,47	84170,12
	<i>tx cobertura</i>	<i>28%</i>	<i>28%</i>	<i>78%</i>	<i>21%</i>	<i>2%</i>	<i>626%</i>

Fonte: IST AC Instituto Canario de Estadística

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Exportações das Canárias por Produto (%)

1998	
Legumes, plantas, raízes e tubérculos	27%
Combustíveis minerais, óleos minerais	18%
Outros	14%
Peixe, crustáceo e moluscos	12%
Veículos automóveis, tractores e outros	6%
Plantas vivas e produtos de floricultura	4%
Papel e cartão	3%
Navegação aérea e espacial	3%
1999	
Legumes, plantas, raízes e tubérculos	25%
Combustíveis minerais, óleos minerais	21%
Outros	14%
Peixe, crustáceos e moluscos	10%
Veículos automóveis, tractores e outros	5%
Navegação aérea e espacial	5%
Plantas vivas e produtos de floricultura	3%
Papel e cartão	2%
Reactores nucleares e caldeiras	2%

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Exportações das Canárias por Produto (%)

2000	
Combustíveis minerais, óleos minerais	32%
Outros	21%
Legumes, plantas, raízes e tubérculos	18%
Peixe, crustáceo e moluscos	7%
Veículos automóveis, tractores e outros	6%
Navegação aérea e espacial	3%
Plantas vivas e produtos de floricultura	2%
Papel e cartão	2%
Reactores nucleares e caldeiras	2%
Tabacos e sucedâneos	2%
Extractos de curtição e tintas	2%
2001	
Combustíveis minerais, óleos minerais	29%
Outros	18%
Legumes, plantas, raízes e tubérculos	18%
Peixe, crustáceo e moluscos	8%
Veículos automóveis, tractores e outros	5%
Navegação aérea e espacial	4%
Plantas vivas e produtos de floricultura	3%
Papel e cartão	2%
Reactores nucleares e caldeiras	2%

Fonte: ISTAC Instituto Canario de Estadística

5. Os Produtos de Exportação

- Canárias

Analisando o comércio externo das Canárias pode-se assim concluir que:

Uma parte muito importante do comércio externo das Canárias é realizada com o resto de Espanha, sendo este um comércio altamente deficitário;

No total das exportações têm tido um peso relativo bastante evidenciado os produtos agrícolas e o produto da pesca, bem como os reabastecimentos a navios e aeronaves;

No âmbito das importações têm tido maior peso os veículos automóveis, a maquinaria e o material eléctrico;

As Canárias têm apresentado um comércio externo altamente deficitário ao longo das últimas décadas.

5. Os Produtos de Exportação

- **Síntese**

Passado em revisão o quadro das exportações dos três arquipélagos conclui-se que qualquer uma delas apresenta um défice elevado da balança de transacções correntes só possível de compensar com transferências e com a exportação de serviços, particularmente os que estão associados ao turismo.

Nas três regiões, a exportação de combustíveis aparece com elevado relevo, sendo, várias vezes, o primeiro produto de exportação, particularmente nas Canárias e na Madeira. Este resultado deve-se ao facto de estes arquipélagos serem ponto de passagem de navios comerciais e de passageiros, particularmente no caso das Canárias. O serviço de reabastecimento de navios e aeronaves acaba por constituir uma actividade importante de exportação. Só assim se justifica, por exemplo, que, na Madeira, se registem exportações significativas de produtos lácteos e ovos de aves.

Cingindo-nos aos produtos de cariz tradicional, associados à exploração da terra e do mar, constatamos que estes representam, quase sempre, uma percentagem significativa das exportações.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

5. Os Produtos de Exportação

- **Síntese**

Nesta categoria de produtos podemos identificar a banana, o tomate e os pescado para o caso das Canárias, a banana, as flores e o pescado para o caso da Madeira e os lacticínios, os produtos da carne e o pescado para o caso dos Açores.

É o arquipélago dos Açores o que, de entre os três, maior peso evidencia na exportação de produtos do sector primário.

Considerando alguns exemplos de produtos de exportação mais representativos para cada uma das regiões podemos apontar então, para as Canárias,

a banana, os produtos de tomate e os produtos da pesca para a Madeira,

a banana, o vinho, as flores e os produtos da pesca para os Açores,

leite e lacticínios, produtos de carne e produtos da pesca.

***6. Uma Estratégia para a
Promoção das Exportações
Inter Arquipélagos***

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

O propósito principal deste trabalho foi a determinação de uma abordagem para o incremento das exportações dos sectores tradicionais entre os três arquipélagos.

A metodologia adoptada para este efeito passou primeiro pela caracterização das três economias com o intuito de identificar os sectores de maior peso e, por conseguinte, o peso dos sectores tradicionais. Analisou-se, depois, as condições logísticas para o comércio entre estas regiões, quer por via aérea quer por vis marítima. Num terceiro momento aferiu-se qual a percepção dos empresários quanto à importância das exportações e quanto à forma de as dinamizar. Num quarto momento identificou-se as principais categorias de exportação de cada região.

As exportações tradicionais aparecem com um peso muito maior nos Açores do que na Madeira ou nas Canárias sendo, de resto, os empresários desta região os que maior importância dão ao factor transporte na promoção das exportações.

Os empresários dos três arquipélagos valorizam a imagem da região como factor de competitividade, assim como os aspectos qualitativos dos respectivos produtos. Entendem, igualmente, que os apoios governamentais são fundamentais.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

No que toca aos aspectos logísticos, constata-se que os circuitos comerciais principais estão, naturalmente, orientados para o comércio com as respectivas metrópoles. Assim, as Canárias ligam com Espanha e os Açores e a Madeira ligam com Portugal.

Se as ligações às principais cidades nacionais são boas e frequentes, o mesmo não se pode dizer das ligações entre as diversas regiões. Entre a Madeira e os Açores existem ligações regulares directas, mesmo que pouco frequentes. Entre a Madeira e as Canárias existem ligações sazonais. Entre os Açores e as Canárias não existem ligações directas.

Constata-se, por outro lado, que os Açores têm ligações naturais com a América do Norte e que as Canárias apresentam ligações fáceis com o Norte de África.

As ligações entre os três arquipélagos apresentam algum potencial para o fluxo de cargas e passageiros se existir uma reprogramação dos transportes por forma a coordenar melhor as ligações já existentes. Há amplo espaço, como é natural para melhorias significativas no sistemas de transportes aéreos e marítimos, com uma perspectiva razoável de rentabilização a prazo.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

Uma estratégia adequada ao incremento das trocas entre os três arquipélagos deve contemplar três eixos fundamentais:

Eixo 1 - Valorização dos produtos de exportação;

Eixo 2 - Ampliação de mercados e;

Eixo 3 - Melhoria da logística de transporte directo.

O apoio à valorização dos produtos deve seguir o processo normal de apoio à inovação conducente à melhoria da competitividade dos produtos de exportação. Para este efeito podem ser desencadeadas diversas medidas específicas como o apoio à certificação de qualidade e melhoria de embalagens, a campanhas de prospecção de mercados, à introdução do produto em novos circuitos comerciais, à construção de uma imagem de qualidade, a acções de demonstração e à criação de produtos âncora.

A generalidade destas acções é vulgar em campanhas de fomento das exportações. A criação de produtos âncora será uma inovação que visa não só criar o efeito demonstração como também criar alguma massa e interesse crítico no comércio para determinados destinos. No essencial trata-se de eleger alguns produtos que assegurem imagem e volume a partir de cada região.

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

A ampliação de mercados visa não só criar mercado entre os três arquipélagos como também encontrar portas para exportação para zonas de vizinhança. Assim, por exemplo, as Canárias seriam a porta de saída para o norte de África e para Cabo Verde, enquanto que os Açores poderiam ser a porta de saída para os Estados Unidos. A Madeira poderia ser a porta de saída para a América do Sul.

O mercado, nesta perspectiva amplia-se para além dos arquipélagos da macaronésia.

A melhoria da logística de transportes directos visaria criar linhas de transporte aéreo e marítimo entre os três arquipélagos e destes para os mercados anteriormente designados, África, América do Norte e América do Sul.

Uma política de melhoria da logística de transportes afigura-se como indispensável para quebrar vários séculos de desenvolvimento baseado em ligações continentais.

Nesta perspectiva, podemos resumir a estratégia nos eixos referidos e num conjunto de medidas, conforme o quadro seguinte:

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

Eixo 1 - Valorização dos produtos

Medida 1.1. Desenvolvimento de produtos de exportação

Medida 1.2. Certificação de empresas de exportação

Medida 1.3. Campanhas de lançamento

Medida 1.4. Campanhas de imagem

Medida 1.5. Produtos âncora

Eixo 2 - Ampliação de mercados

Medida 2.1. Missões de prospecção na macaronésia

Medida 2.2. Missões de prospecção em África

Medida 2.3. Missões de prospecção na América do Norte

Medida 2.4. Missões de prospecção na América do Sul

Eixo 3 - Melhoria da logística de transporte

Medida 3.1. Apoio à criação da linha macaronésia marítima

Medida 3.2. Apoio à criação da linha macaronésia aérea

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

Da análise realizada é evidente que, sem melhores ligações a preços razoáveis não será possível conseguir um incremento significativo do comércio entre os três arquipélagos, particularmente com as Canárias. A melhoria dos circuitos de transportes quer marítimos quer aéreos beneficia se foram coordenadas ligações dos três mercados para o exterior. Melhora-se, assim, o comércio entre as regiões ao mesmo tempo que se abrem portas para outros mercados.

A realização desta estratégia não dispensa, no curto/médio prazo o apoio das autoridades regionais, nacionais e comunitárias. É importante considerar, em separado, os transportes marítimos e os transportes aéreos por constituírem realidades muito diferentes e de vocação diferenciada.

As medidas de apoio à ampliação dos mercados complementam as medidas de melhoria da logística de transportes. A existência de transportes é importante para se criar novos mercados e a existência de novos mercados é fundamental para justificar linhas de transporte.

Finalmente, mas não menos importante, é preciso que haja produtos de qualidade para exportar. Neste sentido justificam-se apoios específicos em acções conducentes à abertura e/ou consolidação de mercados.

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

A abertura de novos mercados, no entanto, não é fácil quer por via da burocracia envolvida quer por via do trabalho envolvido na criação de novas redes de contactos, de resto uma preocupação claramente manifestada pelos empresários. Por esta razão, torna-se recomendável a eleição de alguns produtos âncora que servissem de demonstração e, ao mesmo tempo, fossem geradores de algum volume.

Nesta perspectiva poderia, por exemplo, considerar-se como produtos âncora os lacticínios, as carnes e pescado transformados, os licões e as águas naturais como produtos âncora dos Açores. O vinho da Madeira, a banana, o pescado transformado os produtos de vime como âncoras da Madeira. A banana, os produtos de tomate e os charutos como âncoras das Canárias.

Voltando, no entanto, à questão fundamental dos transportes, têm de se alterar o mapa das ligações por forma a melhor rentabilizar ligações já existentes, a criar novas ligações e a potenciar as ligações com continentes que não o europeu.

CLUSTER DOS SECTORES TRADICIONAIS DE EXPORTAÇÃO

6. Uma Estratégia para a Promoção das Exportações Inter Arquipélagos

