

# Crise, competitividade e inovação – O caso da Ilha da madeira

## Crisis, competitiveness and innovation the case of Madeira Island

LUIZ PINTO MACHADO \* [luizpintomachado@gmail.com]

ANTÓNIO ALMEIDA \*\* [antonioa@staff.uma.pt]

**Palavras-chave** | Turismo, renovação, empreendedorismo, inovação

**Objetivos** | O turismo, tal como outras indústrias, foi profundamente afetado pela recente crise mundial, mas, apesar da conjuntura, continua a ser um dos setores económicos mais dinâmicos no país e no mundo, constituindo um fator chave para a criação de emprego e para o tão necessário crescimento económico. Deve-se considerar o final de um período de turbulências como o momento apropriado para destacar os problemas críticos e renovar a economia. A indústria turística constitui uma oportunidade para resolver este problema, até porque há muito que o turismo regista uma importância crescente na economia nacional. Apesar de tradicionalmente existir a ideia de que os serviços não operam tanta inovação quanto a indústria transformadora, existem teorias recentes que mostram o contrário (Cosma, S. et al., 2014). O uso de tecnologia e introdução de alterações ao nível estratégico e organizacional que geram novos serviços e novas formas de distribuição, ganham cada vez mais importância assumindo um papel tão importante no crescimento da indústria dos serviços como as Industrias Transformadora (Andersson, T., & Henrekson M. 2003). Por exemplo, no âmbito do sector terciário, o turismo afirma-se como um dos motores das economias atuais e como um utilizador-líder das tecnologias de informação e comunicação (TIC), em especial da Internet (Machado, L. & Almeida, A. 2010). Além disso, de acordo com a teoria dos clusters, há uma ligação entre competitividade e capacidade empresarial para melhorar as ofertas de produtos e inovar constantemente (Nordin, S. 2003). Por outro lado, existe uma correlação entre o crescimento do turismo e o grau de inovação (Nordin, S. 2003).

O objetivo deste artigo é o de identificar em que circunstâncias o setor do turismo potencia o desenvolvimento de fatores de competitividade e inovação com reflexos a longo prazo em termos de crescimento económico.

**Metodologia** | Tendo em conta os objetivos definidos atrás, o estudo abarca uma revisão da literatura mais recente sobre o tópico competitividade-crescimento económico, no intuito de identificar os fatores críticos de sucesso mais relevantes. A análise de séries estatísticas plurianuais, a evolução dos resultados e a comparação entre épocas contribuirão para melhor entender o fenómeno. As conclusões relevantes

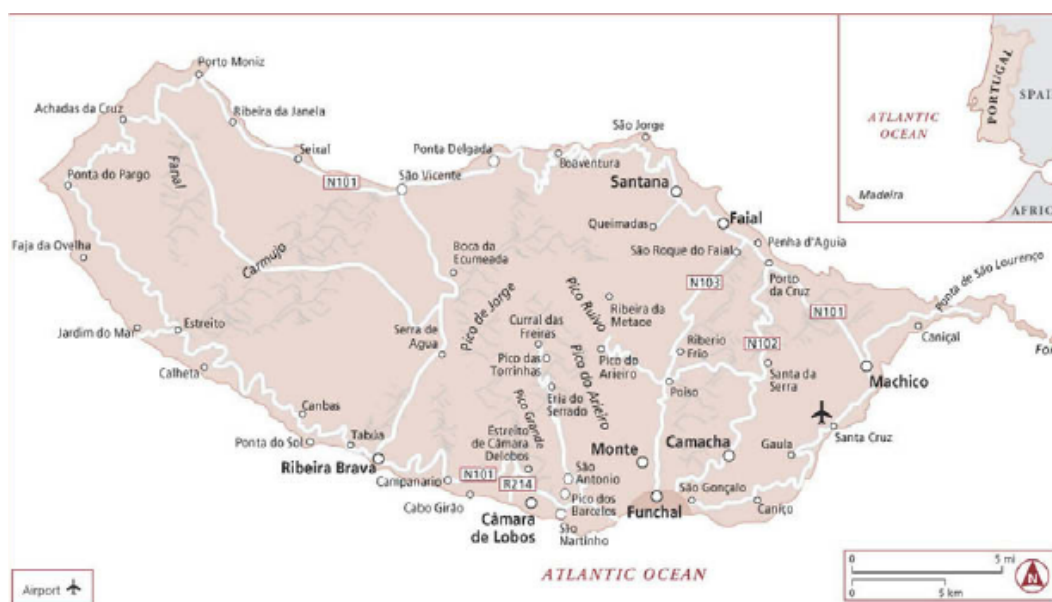
---

\* Universidade da Madeira and CEFAGE

\*\* Universidade da Madeira

serão analisadas tendo por pano de fundo o caso da Região Autónoma da Madeira, pelo que a abordagem metodológica assume o modelo de *case-study*.

**Principais resultados e contributos** | O artigo sumariza as conclusões chave das investigações mais recentes no âmbito dos estudos centrados no problema da competitividade. As conclusões extraídas permitem a construção de um modelo de análise, aplicado ao contexto da Região Autónoma da Madeira. A contribuição da Indústria Turística para a economia da Ilha da Madeira, é uma evidência que se regista há décadas. Contudo, tal como a generalidade dos destinos, a região sofreu nos anos de crise um decréscimo significativo, agravado com algumas contingências locais (temporais, inundações, incêndios, encerramento do aeroporto etc..) afetando particularmente o volume de receitas. Além disso, a Ilha da Madeira assumidamente um destino turístico europeu privilegiado, com séculos de existência, concorre hoje com uma quantidade significativa de destinos alternativos.



**Figura 1 | Mapa da Ilha da Madeira**

O comércio eletrônico tem incrementado a capacidade dos consumidores, que dispõem agora de mais informação sobre as características dos produtos e fornecedores, podendo facilmente reunir informação que antes levaria horas a ser recolhida, facilitando a comparação entre bens e serviços, em especial no que se refere aos preços, ampliando as possibilidades de escolha (Machado, & Almeida, 2010). O Perfil do turista também se alterou e os motivos que o levam a decidir-se pela escolha de um destino já não são os mesmos. Estes aspetos, obrigaram as autoridades da Ilha a alterarem as suas políticas para o setor, nomeadamente nas estratégias de promoção que começam a mostrar alguns resultados. A melhoria das condições económicas na Europa ajudaram e os últimos anos turísticos têm sido francamente positivos para a Região. Segundo o boletim informativo de Fevereiro de 2017, do Instituto Nacional de Estatística (Ine), o ano de 2016 constituiu mais um ano record em Portugal. Os estabelecimentos hoteleiros registaram aumentos de 9,8% e 9,6% em número de hóspedes e dormidas respetivamente, superando o ano precedente (+8,1% e +6,5% em 2015). Os proveitos totais aumentaram 17,0% e os de aposento 18,0%, resultados que também superaram os de 2015 (+13,0% e +14,7%, respetivamente).

No conjunto do ano de 2016, o Rev PAR fixou-se em 42,6 euros (+13,4%, em linha com +13,9% em 2015). Segundo o site *Pordata*, o saldo da balança turística alcançou em 2016 o melhor resultado de sempre com um saldo positivo de 8.831 milhões de euros, contribuindo de uma forma expressiva para o equilíbrio da balança comercial do país. O boletim informativo de Março de 2017 da Direção Regional de Estatísticas da Madeira (DRE) refere que o ano de 2016 na Região Autónoma da Madeira (RAM) foi francamente positivo e também mais um ano record. Pela primeira vez foi ultrapassada a barreira dos 7 milhões de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da região, tendo-se observado um acréscimo de 9,8% comparativamente ao ano de 2015. Os proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros, aumentaram 17,4% em comparação com o ano anterior, enquanto o RevPAR foi de 47,82 euros (+15,8% que no ano de 2015) e a do ADR de 63,63 euros.

Uma análise mais aprofundada das estatísticas do setor publicadas pela mesma entidade, permite-nos concluir que nos últimos anos, do lado da oferta, houve um significativo crescimento no tecido económico do setor. Com efeito, enquanto no período pós crise (2009/2012) entre a criação e dissolução de empresas do ramo hoteleiro existe um saldo positivo de 18 unidades, entre o período de 2013/2016 o saldo atinge um valor positivo de 313 empresas. Além disso verifica-se que antes da crise em 2008, considerado o melhor ano de sempre (época pré-crise) existiam 6498 trabalhadores ao serviço dos estabelecimentos Hoteleiros na RAM. Após 2008 a crise fez-se sentir e em 2011, nota-se uma perda de 11% de postos de trabalho, comparando com 2008. A recuperação dos últimos anos justificou a contratação de mais pessoal verificando-se que em 2016 existem mais 6,3% dos trabalhadores do que em 2011, já com valores próximos de 2008, situação que nos permite concluir que na prática o Turismo voltou aos bons momentos.

**Limitações** | As dificuldades na obtenção de estatísticas oficiais limitam a capacidade de extrair conclusões relativamente à região em apreço. Contudo, os dados disponíveis são suficientes para entender a importância do setor turístico na economia da RAM, sendo, no entanto, recomendável que se desenvolvessem estudos mais aprofundados que permitam obter resultados tendentes a melhorar a competitividade e a eficiência das empresas turísticas da ilha.

**Conclusões** | A análise empreendida ilustra as dificuldades metodológicas que se apresentam ao nível insular dada a escassez de estatísticas relevantes. Numa vertente mais conceptual e relativa às políticas de desenvolvimento económico, emergem da análise vantagens inerentes ao desenvolvimento de fatores de competitividade numa ótica de crescimento económico.

Das 645 empresas criadas nos últimos 4 anos, destacam-se algumas que com conceitos de negócio inovadores e abordagens diferentes aos mercados, marcando uma época de criatividade e inovação. Daqui se conclui, que apesar da Ilha da Madeira ser geograficamente isolada e longe do território Europeu mais desenvolvido, tem empresários e governantes atentos à evolução do mercado, à mudança de comportamento dos consumidores e às suas exigências.

A recuperação de uma crise nesta indústria é de longe mais complicada do que em outras áreas. Ficou provado na prática, e foi sublinhado por Sonmez et al. (1999) que embora o turismo seja um adepto do uso de princípios de Marketing estabelecidos, devido a contratempos e ocorrências negativas foi obrigado a adotar algo mais do que os tradicionais esforços. Nestas circunstâncias, a indústria deve usar Marketing de recuperação inteiramente integrado com a gestão de crises. A sua complexidade exige um papel pró-ativo de todos os funcionários do turismo do setor público e privado que estejam envolvidos na gestão de atividades de Marketing.

Parcerias fortemente estabelecidas e trabalho coordenado entre governo, organizações nacionais de turismo, operadores e agentes turísticos estrangeiros e locais são essenciais. Cada um tem de participar ao seu nível para garantir o preenchimento de importantes ações (Nevenka, 2002). De alguma forma são estes princípios que se têm aplicado na Região Autónoma da Madeira e o esforço tem tido os seus resultados!

## Referências |

- Andersson, T. & Henrekson M. (2003), "A critique of Staffan Jacobsson's paper 'Universities and industrial transformation'," *Science and Public Policy*, 30(6), pp. 455-461, available at: <http://www2.hhs.se/personal/henrekson/Artiklar%20eng%20i%20orig/SPP%20proofs%20Andersson.pdf> (accessed on March 5th, 2017).
- Cosma, S., Pauna. D., Bota. M. & Fleseriua, C. (2014) –*Innovation – A Useful Tool in the Rural Tourism in Romania Procedia - Social and Behavioral Sciences* 148 (507 – 515)
- INE (2017). Disponível em: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE{&}xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=265858123&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE{&}xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=265858123&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2), acedido em 19 de março 2017
- Governo da Madeira (2016). <http://estatistica.gov-madeira.pt/download-now-3/economic/turismo-gb/turismo-publicacoes-gb/finish/270-publicacoes/7303-turismo-janeiro-pe-de-2017-e-dezembro-po-de-2016.html>, acedido em 19 de março 2017
- Machado, L. P. & Almeida, A. (2010) Turismo- inovação e novas tecnologias. © *SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação* - Consultadoria Empresarial e Fomento da Inovação.
- Nevenka (2002), 'Tour Operators and Destination Safety', in: *Annals of Tourism research*, 29(2), pp. 478–496
- Nordin, S. (2003) -Tourism Clustering and Innovation. Paths to Economic Growth and Development, *ETOUR European Tourism Research Institute Utredningsserien Analys och Statistik*
- Sonmez, S.F. et al. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, Vol. 38, pp.13-18
- Pordata (2017). Disponível em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Balan%C3%A7a+de+viagens+e+turismo-2583>, acedido em 19 de março 2017