

CONFERÊNCIA DA PRIMAVERA: “PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS”

À semelhança de Portugal, a economia do Algarve assenta fundamentalmente no desempenho das pequenas e médias empresas. De facto, de acordo com dados disponíveis no Anuário Estatístico do INE, em 2007 no Algarve, 100% das empresas tinham menos de 250 trabalhadores e 95,9% menos de 10, o que mostra que quase toda a economia regional assenta na dinâmica das microempresas.

Se analisarmos a distribuição geográfica das empresas, os valores do Algarve são semelhantes aos nacionais: 12 empresas/Km² em Portugal e 11,7 empresas/Km² no Algarve.

No que respeita ao VAB gerado pelas empresas, o Algarve representou cerca de 3,2% do total nacional, com 2 678 123 milhares de euros (o total nacional foi de 84 963 460 milhares de euros). Um dado importante de reter é que o VAB do Algarve em sectores de alta e média-alta tecnologia representava 0,7% do total de VAB regional, enquanto que a média nacional era de 11,9%!

Em 2007, no Algarve existiam 58 251 empresas (em Portugal 1 101 681), representando 5,3% do total de empresas nacionais e um decréscimo de 6 205 empresas face a valores de 2005! No que se refere às sociedades, o Algarve representava 4,9% do total nacional (com 17 306 sociedades, face às 350 444 existentes em Portugal).

Importante, ainda referir que de Janeiro de 2009 a Janeiro de 2010 o nº de desempregados inscritos no IEFP passou de 19 716 para 28 331 (mais 8 615, o que corresponde a um aumento de quase 44%). Sendo praticamente todas as empresas da região PME, fácil será deduzir que tal aumento foi motivado pela falência ou decréscimo da produtividade das empresas regionais.

Como é sabido, no Algarve as pequenas e médias empresas turísticas (ou relacionadas com o turismo) constituem a maior parte do tecido empresarial da região, pelo que importa que a estratégia futura passe por uma adequada gestão da qualidade que motive um aumento de produtividade e de competitividade e, também, uma crescente procura.

O sucesso do desenvolvimento do turismo passa pela qualidade dos serviços e pelos investimentos realizados. Para tal, é necessário desenvolver competências e adquirir conhecimentos. Para atingir tais objectivos, a aposta na formação é considerada fulcral.

De acordo com as conclusões de um estudo realizado pelo NERA¹ em 2008, o Turismo é visto muitas vezes como um sector moderadamente inovador e capaz de gerar pouco valor acrescentado. É recomendado que crie maior capacidade competitiva, quer seja pelo upgrade do próprio destino, com ofertas mais diferenciadas e qualificadas, quer pela interligação a outras actividades de cariz mais tecnológico, como a utilização de TIC, Energias Renováveis ou Agro-alimentar.

De facto, num mercado de economia aberta submetido a uma crescente globalização e concorrência, esse é o caminho que se quer para o Algarve. Essa pode ser a chave da continuidade do sucesso das organizações regionais em geral, e do turismo em particular porque importa, cada vez mais, superar as expectativas dos turistas!

¹ Universidade do Algarve; Caracterização da Estrutura Económica do Algarve; NERA; Faro; 2008.