

GRUPO DE TRABALHO

**TRABALHOS PREPARATÓRIOS PARA ELABORAÇÃO
DE UMA LEI DE BASES DA QUALIDADE, INOVAÇÃO,
COMPETITIVIDADE E EMPREENDEDORISMO**

DOCUMENTO CONSOLIDADO

V3- 14 DE JUNHO 2012

I. ENQUADRAMENTO

I.1. Âmbito da missão e perímetro de intervenção

I.2. Modelo concetual

I.3. Objetivos

II. EIXOS ESTRATÉGICOS

II.1. Eixo Qualidade

Conceito

Abrangência

Modelos conceptuais esquemáticos

Posicionamento atual de Portugal

Ambição de Evolução 2020

Recomendações Gerais

Recomendações Específicas

II.2. Eixo Investigação & Desenvolvimento e Inovação

Conceito

Abrangência

Modelos conceptuais esquemáticos

Posicionamento atual de Portugal

Ambição de Evolução 2020

Recomendações Gerais

Recomendações Específicas

II.3. Eixo Empreendedorismo

Conceito

Abrangência

Modelos conceptuais esquemáticos

Posicionamento atual de Portugal

Ambição de Evolução 2020

Recomendações Gerais

Recomendações Específicas

II.4. Capital Humano

Conceito

Abrangência

Modelos conceptuais esquemáticos

Posicionamento atual de Portugal

Ambição de Evolução 2020

Recomendações Gerais

Recomendações Específicas

II.5 .Competitividade

Conceito

Abrangência

Modelos conceptuais esquemáticos

Posicionamento atual de Portugal

Ambição de Evolução 2020

Recomendações Gerais

Recomendações Específicas

I. ENQUADRAMENTO

I.1. ÂMBITO DA MISSÃO E PERÍMETRO DE INTERVENÇÃO

A finalidade última da missão deste Grupo de Trabalho é a de consensualizar um conjunto de princípios fundamentais (ou orientações estratégicas) para a definição de um modelo de competitividade sustentável e de valor acrescentado para Portugal, incluindo fatores indutores da mesma.

Incidência centrada, enquanto objetivo final, no conceito **CRER**:

Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente.

- **Responsável** no sentido de respeitar aspetos ambientais, relacionados com os direitos humanos e a qualidade de vida dos portugueses, bem como de responsabilidade social e de evolução harmoniosa da sociedade;
- **Estruturante** no sentido de corresponder a pilares duradouros e sustentáveis de construção da competitividade de Portugal no mundo contemporâneo (isto é uma visão que se enquadra com o passado e que é capaz de proporcionar um futuro estável), com uma ótica também de médio prazo e com base em valor acrescentado:
- **Resiliente** no sentido de ser robusta face a oscilações de contexto, traçando um rumo de evolução positiva que seja capaz de resistir a diferentes tipos de imprevistos que possam surgir a nível nacional e internacional, assim como aos momentos bons e menos bons da economia.

I.2. MODELO CONCEPTUAL

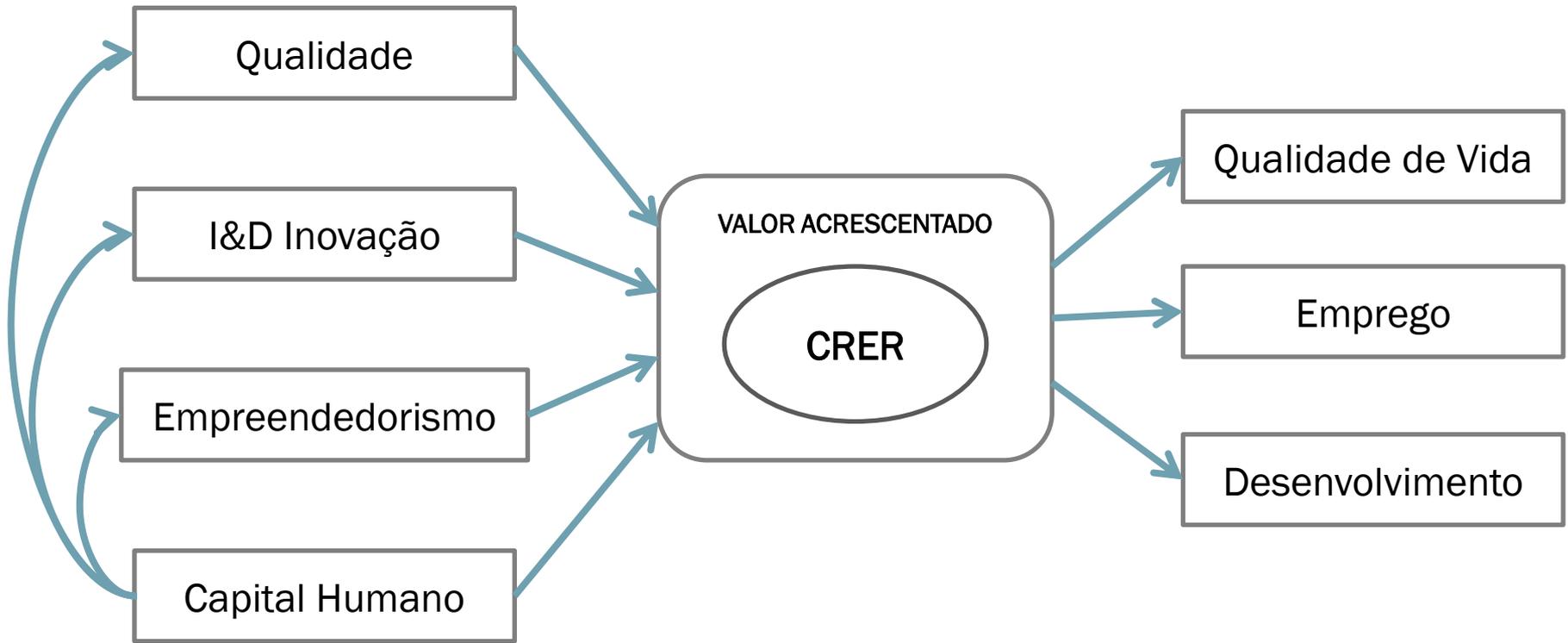
- **CRER - Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente.**
- Enquanto fatores indutores da CRER, consideram-se os quatro eixos seguintes :
 - Qualidade,
 - IDI (Investigação, Desenvolvimento e Inovação),
 - Empreendedorismo
 - Capital Humano (articulado com os restantes eixos).
- A competitividade assente nestes quatro eixos deve contribuir para a

CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO,

A QUALIDADE DE VIDA,

O EMPREGO

E O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÓMICO



Esquema conceptual CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente

I.3. OBJETIVOS

- Promover uma discussão construtiva sobre a CRER em Portugal e temas afins;
- Sensibilizar os agentes políticos para a relevância destes temas e fazer pedagogia em torno dos mesmos junto da sociedade;
- Evidenciar a importância que o Parlamento Nacional concede a estes domínios;
- Fazer *benchmarking* com atividades e documentos oriundos doutros parlamentos ou nações;
- Recolher, compilar e divulgar documentos e opiniões relevantes sobre estes temas;
- Sensibilizar e mobilizar a sociedade em geral para estas temáticas;
- Estabelecer linhas orientadoras, perspetivas sistémicas e arquiteturas orgânicas adequadas para fazer permanentemente face aos desafios da CRER;
- Construir plataformas de entendimento a médio e longo prazo, com consenso entre todas as forças partidárias com representação parlamentar, abrangendo diferentes órgãos de soberania, auscultando e envolvendo a sociedade em todo o processo.

II. EIXOS ESTRATÉGICOS

II.1. EIXO QUALIDADE

II.1.1.CONCEITO

Adotam-se no que diz respeito à qualidade, os conceitos, definições e terminologia que constam da norma NP EN ISO 9000.

No atual momento, tais definições são as que dizem respeito à versão de 2005 desta mesma norma, NP EN ISO 9000 de 2005, “Sistemas de gestão da qualidade-Fundamentos e Vocabulário”

Neste contexto, a qualidade é entendida enquanto:

“Grau de satisfação de requisitos dado por um conjunto de características intrínsecas.”

De uma forma mais coloquial, **não normativa**, poderemos dizer que qualidade é:

“Fazer bem, e cada vez melhor, aquilo que deve ser feito.”

Os princípios nucleares de gestão da qualidade são os seguintes (norma NP EN ISSO 9000):

- a) Focalização no cliente
- b) Liderança
- c) Envolvimento das pessoas
- d) Abordagem por processos
- e) Abordagem da gestão como um sistema
- f) Melhoria contínua
- g) Abordagem à tomada de decisões baseada em factos
- h) Relações mutuamente benéficas com fornecedores

II.1.2-ABRANGÊNCIA

Podemos assim falar de qualidade associada a um produto, processo, organização, serviço, pessoa, sistema ou território, entre outras possibilidades.

Complementarmente, a norma ISO 9000 contempla as seguintes vertentes da qualidade:

3.2.8 Gestão da qualidade

Atividades coordenadas para dirigir e controlar uma **organização (3.3.1)** no que respeita à qualidade

3.2.9 Planeamento da qualidade

Parte da **gestão da qualidade (3.2.8)** orientada para o estabelecimento dos **objetivos da qualidade (3.2.5)** e para a especificação dos **processos (3.4.1)** operacionais e dos recursos relacionados, necessários para atingir esses objetivos

3.2.10 Controlo da qualidade

Parte da **gestão da qualidade (3.2.8)** orientada para a satisfação dos requisitos da qualidade

3.2.11 Garantia da qualidade

Parte da **gestão da qualidade (3.2.8)** orientada no sentido de gerar confiança quanto à satisfação dos requisitos da qualidade

3.2.12 Melhoria da qualidade

Parte da **gestão da qualidade (3.2.8)** orientada para o aumento da capacidade para satisfazer os requisitos da qualidade.

Esquemáticamente, encontramos então as seguintes relações
Semânticas (norma NP EN ISO 9000):

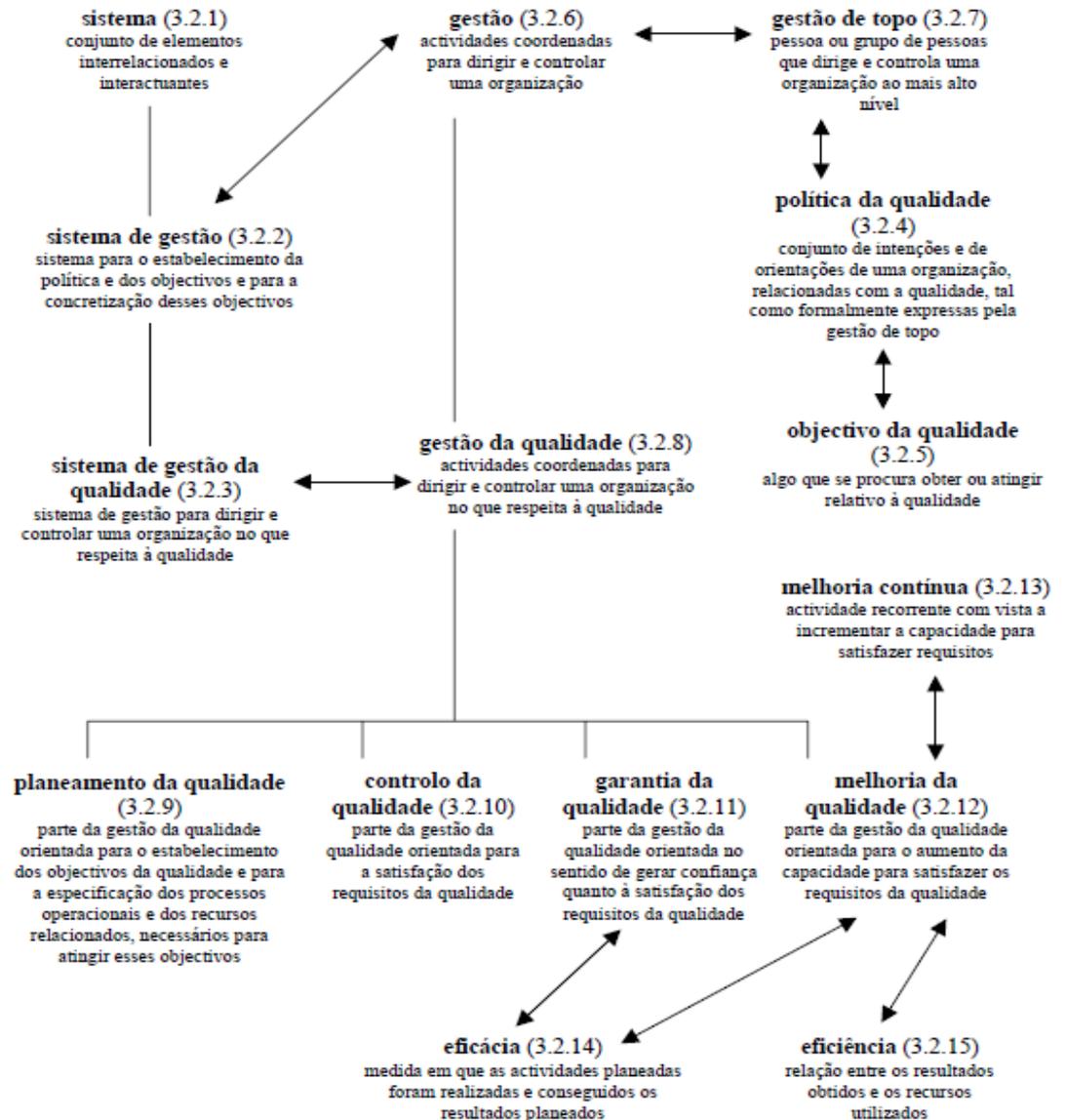
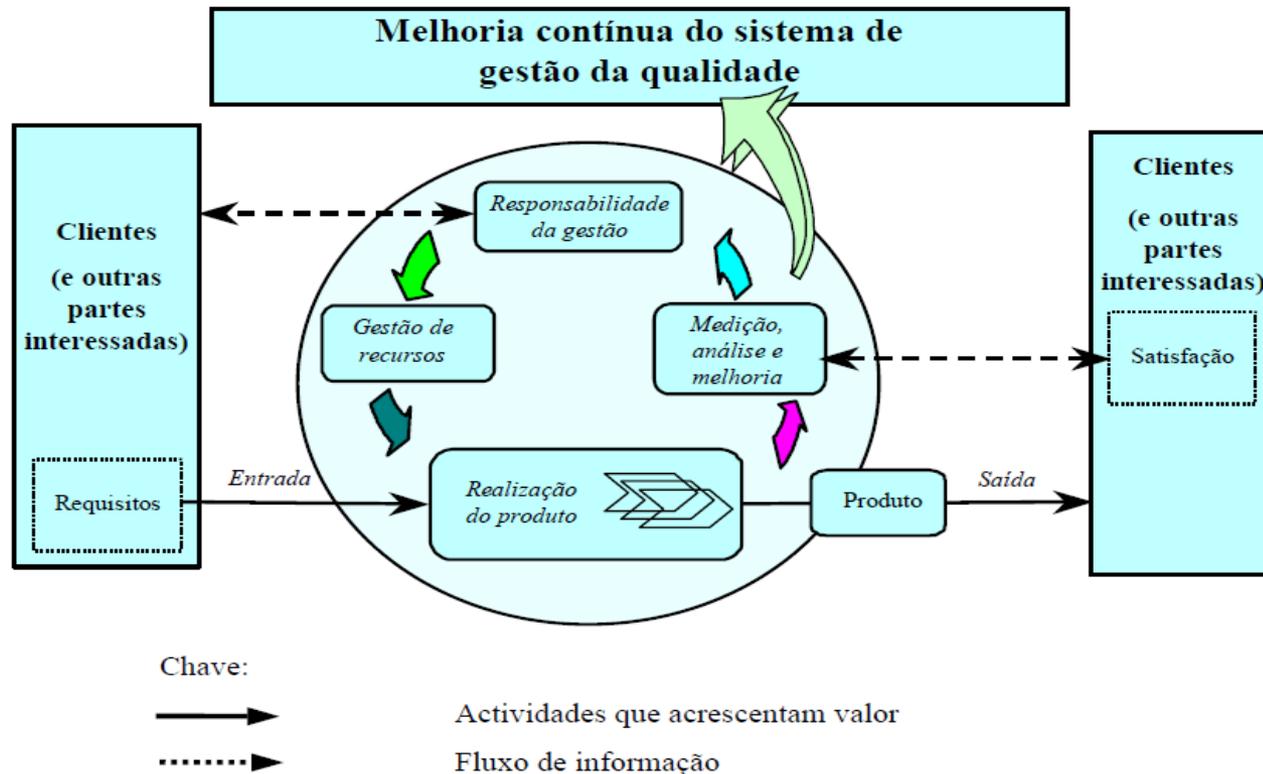


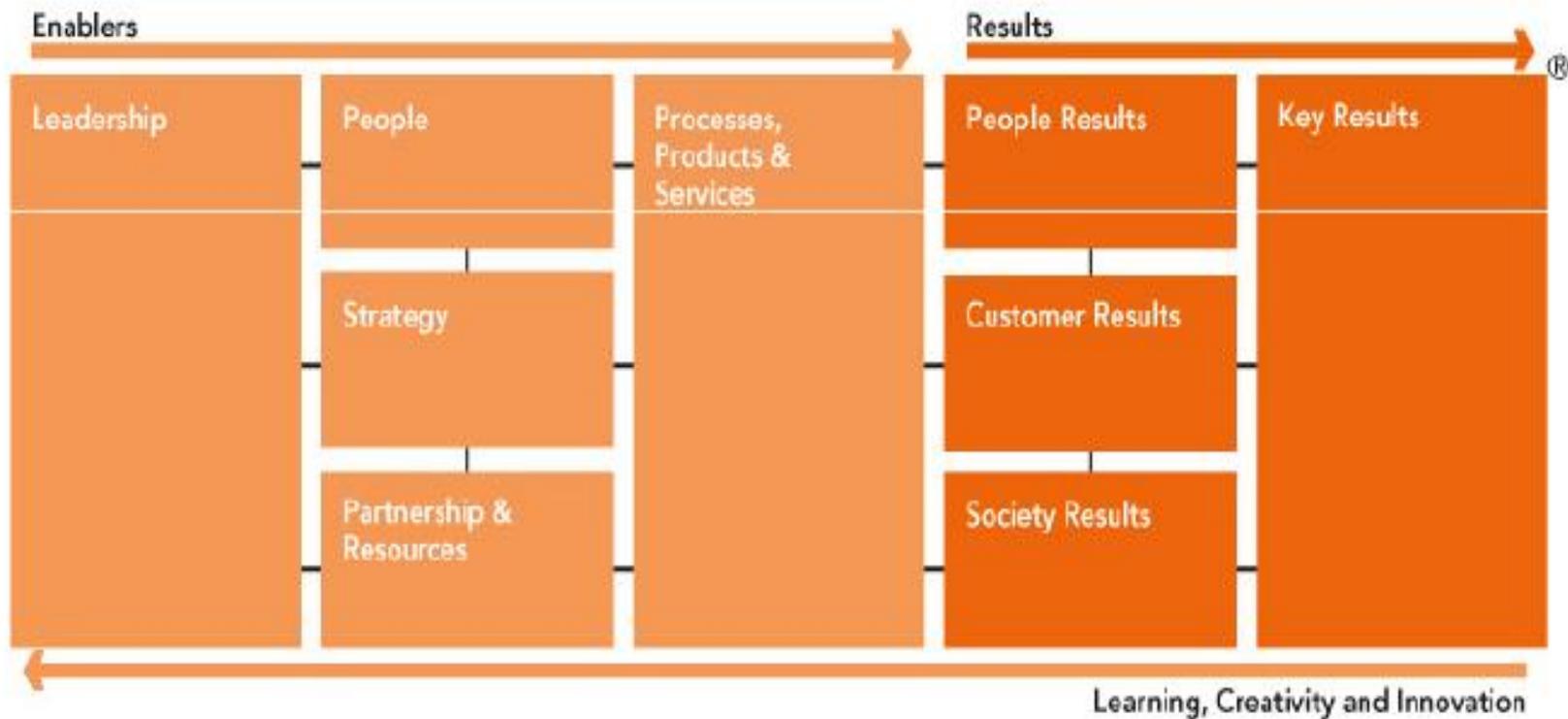
Figura A.5 – Termos relacionados com gestão (3.2)

II.1.3.MODELOS CONCEPTUAIS ESQUEMÁTICOS

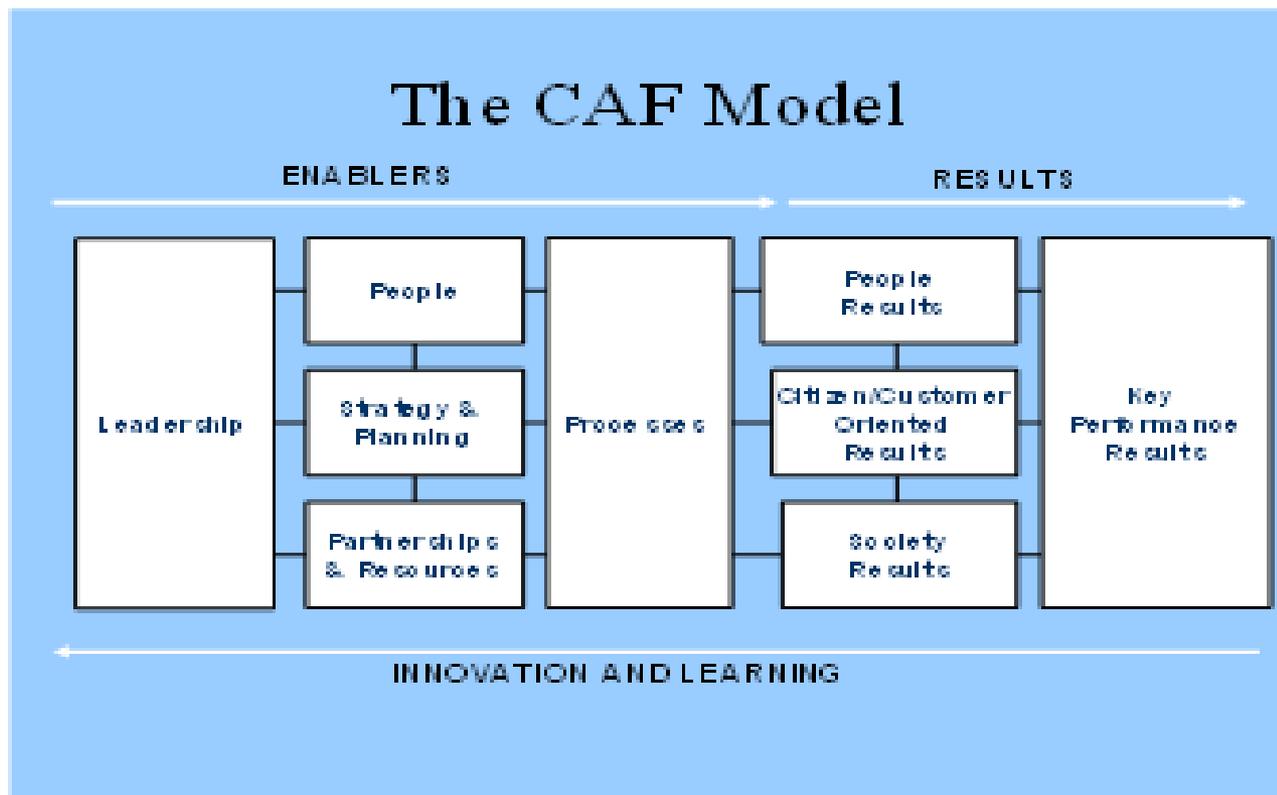
De acordo com a norma NP EN ISO 9000, um sistema de gestão da qualidade ao nível organizacional pode ser representado esquematicamente do seguinte modo:



O Modelo de Excelência da EFQM aponta para os seguintes elementos essenciais, também ao nível das organizações:



Modelo Adotado na União Europeia para a Qualidade na Administração Pública



O Modelo de Base Territorial adotado na Região Autónoma dos Açores:

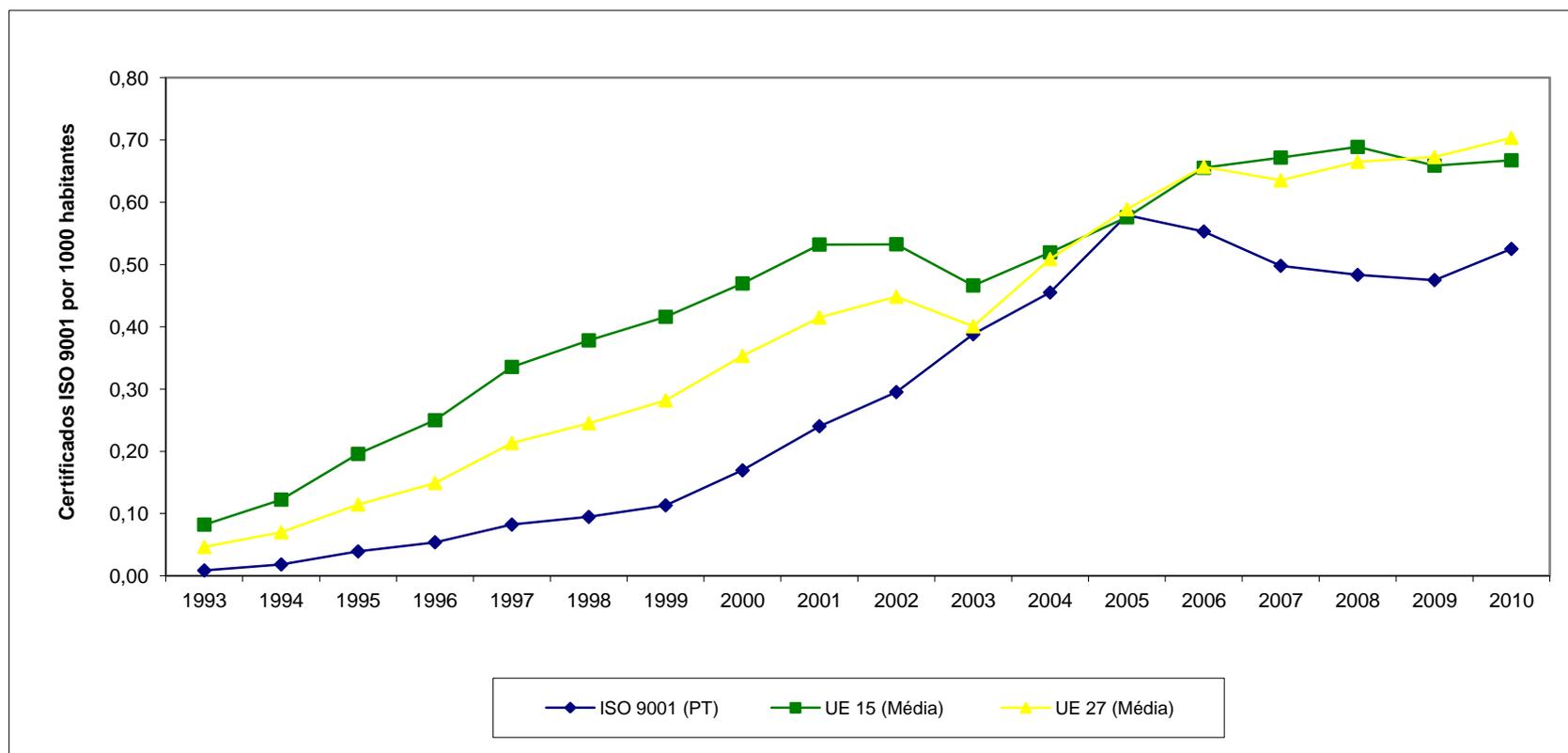


No que diz respeito a um modelo conceptual de análise da qualidade, desenvolvido recentemente para Portugal (livro “O Futuro da Qualidade em Portugal”), apontou-se e validou-se estatisticamente o seguinte modelo esquemático de suporte à qualidade numa base territorial:



II.1.4. POSICIONAMENTO ATUAL DE PORTUGAL

Não é fácil encontrar indicadores internacionalmente comparáveis que permitam situar e comparar Portugal face aos demais países no domínio da qualidade.



Entidades Certificadas pela norma ISO 9001 por 1000 habitantes

Portugal em 18º lugar neste ranking da UE27

	2010
Italy	2,30
Czech Rep	1,54
Spain	1,30
Malta	1,15
Slovenia	0,83
Bulgária	0,82
Hungary	0,81
Roménia	0,76
Cyprus	0,74
UK	0,72
Slovakia	0,72
UE (27)	0,70
Netherlands	0,67
UE (15)	0,67
Germany	0,62
Austria	0,62
Sweden	0,61
Estonia	0,58
Ireland	0,53
Portugal	0,53
France	0,46
Finland	0,40
Greece	0,38
Lithuania	0,36
Latvia	0,36
Belgium	0,34
Denmark	0,33
Poland	0,32
Luxembourg	0,21



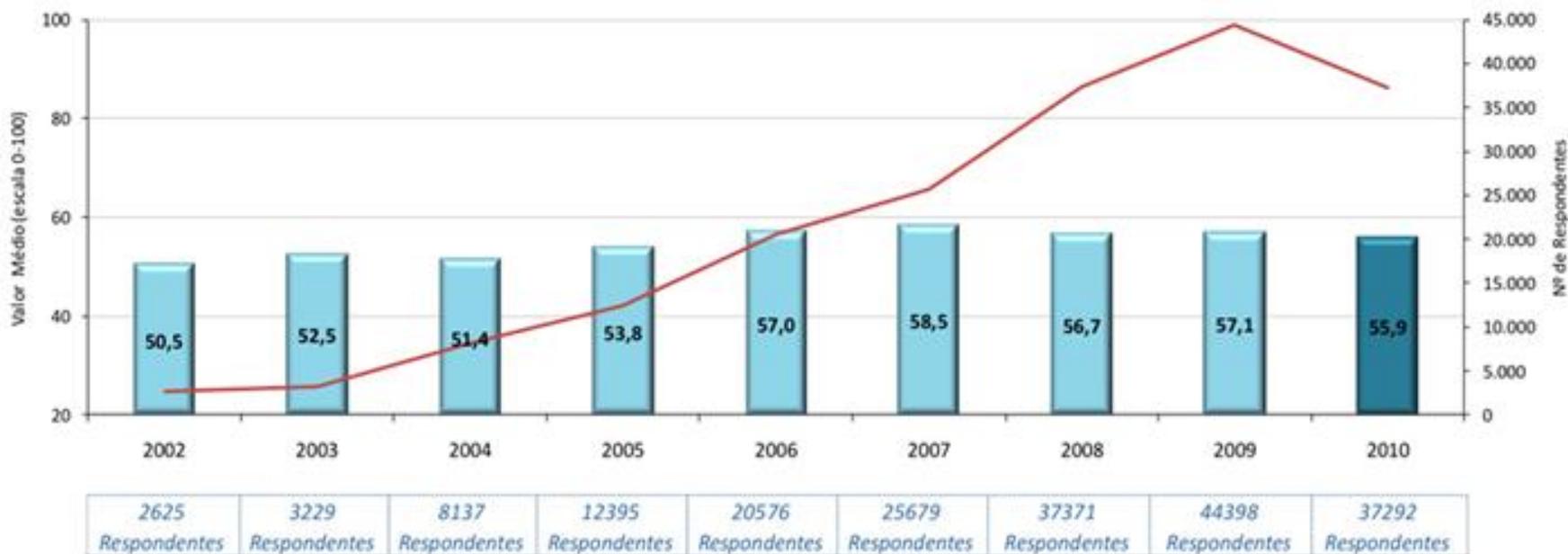
Portugal em 23º lugar neste ranking mundial

#	Country	ISO 9000 (2010)	ISO 9000pc
1	Italy	138892	2,30
2	Iceland	709	2,23
3	Switzerland	12110	1,55
4	Czech Republic	16242	1,54
5	Spain	59854	1,30
6	Malta	476	1,15
7	Israel	8171	1,07
8	Slovenia	1701	0,83
9	Bulgaria	6248	0,83
10	Hungary	8083	0,81
11	Singapore	3934	0,77
12	Romania	16200	0,76
13	United Kingdom	44849	0,72
14	Slovakia	3895	0,72
15	Netherlands	11213	0,67
16	Germany	50583	0,62
17	Austria	5161	0,62
18	Sweden	5687	0,61
19	Cyprus	645	0,58
20	Estonia	773	0,58
21	Hong Kong, China	3971	0,56
22	Ireland	2359	0,53
23	Portugal	5588	0,53
24	Korea, Republic of	24778	0,51
25	United Arab Emirates	3662	0,49
26	Croatia	2102	0,48
27	Japan	58836	0,46
28	France	29713	0,46
29	Russian Federation	62265	0,44
30	Finland	2147	0,40

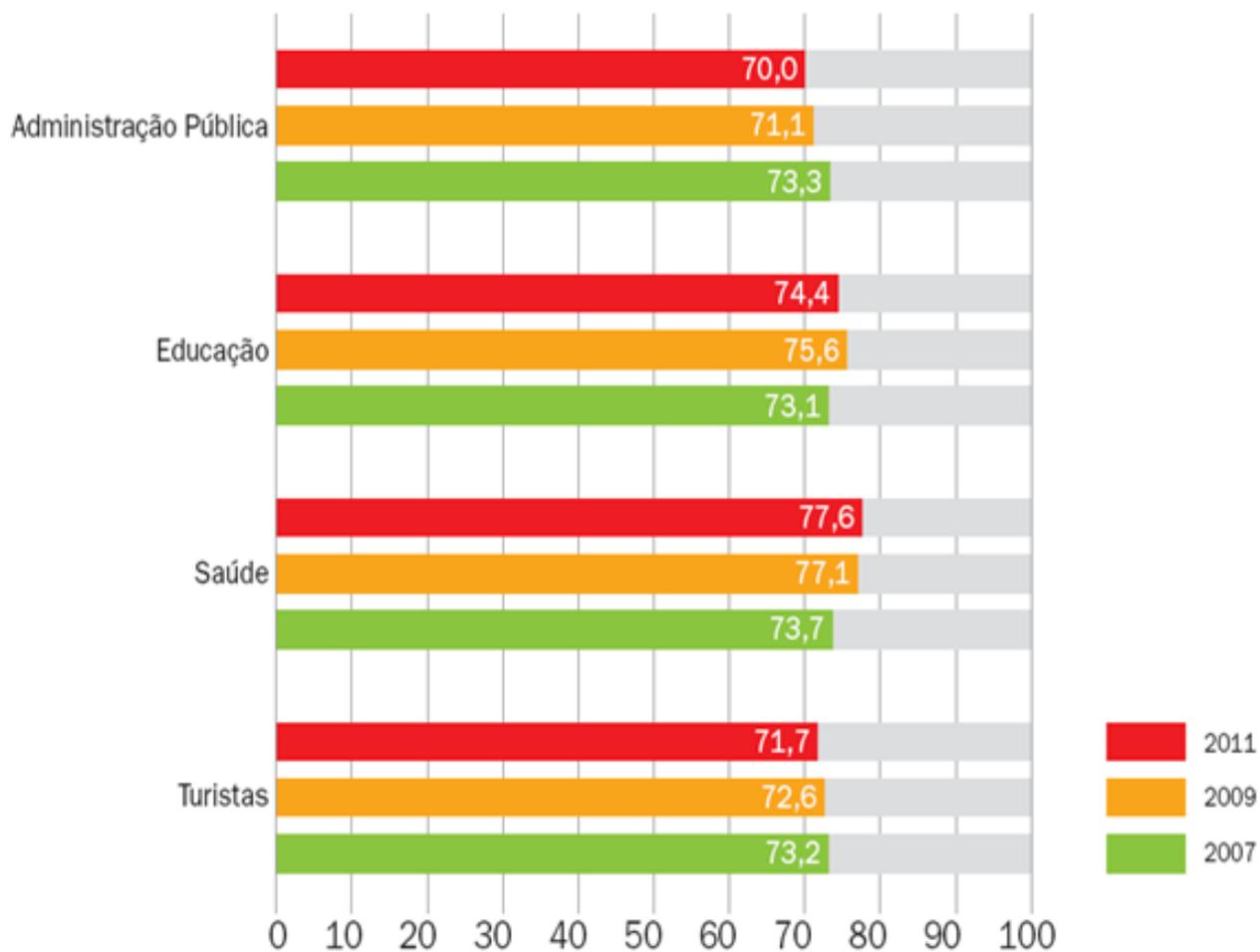


Importa ter especial atenção ao modo como certas nações, nomeadamente da europa oriental, parecem estar a apostar na certificação de sistemas de gestão da qualidade enquanto veículo de afirmação nos mercados internacionais, sobretudo quando o respetivo “branding” de país não é de imediato associado a elevados padrões percecionados como sendo intrinsecamente de alta qualidade no que diz respeito aos respetivos produtos ou serviços.

Satisfação do Colaborador – Observatório Nacional de Recursos Humanos



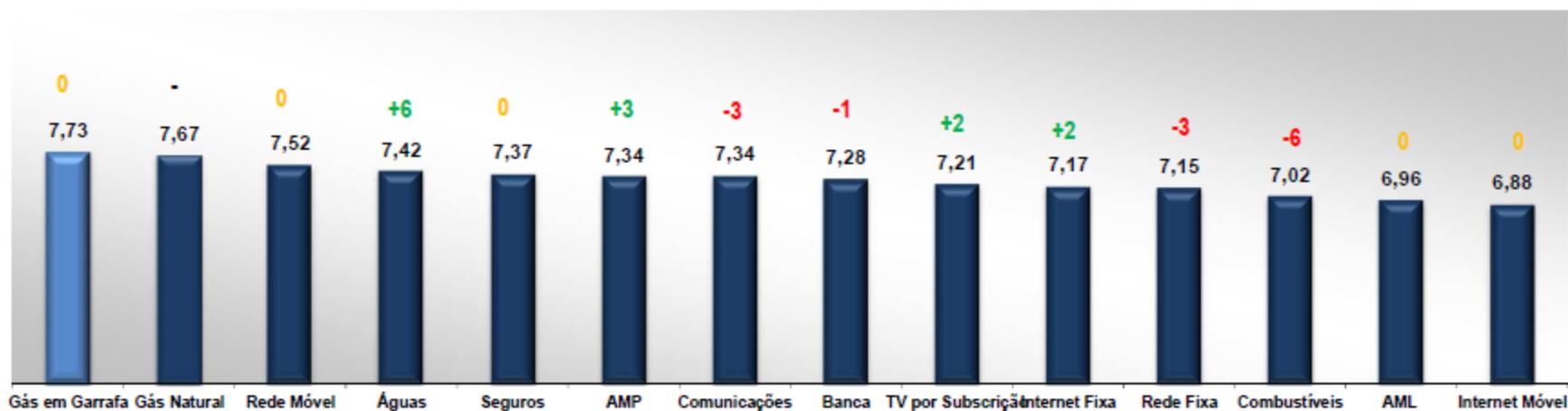
Satisfação do Utente/Cliente na Região Autónoma da Madeira



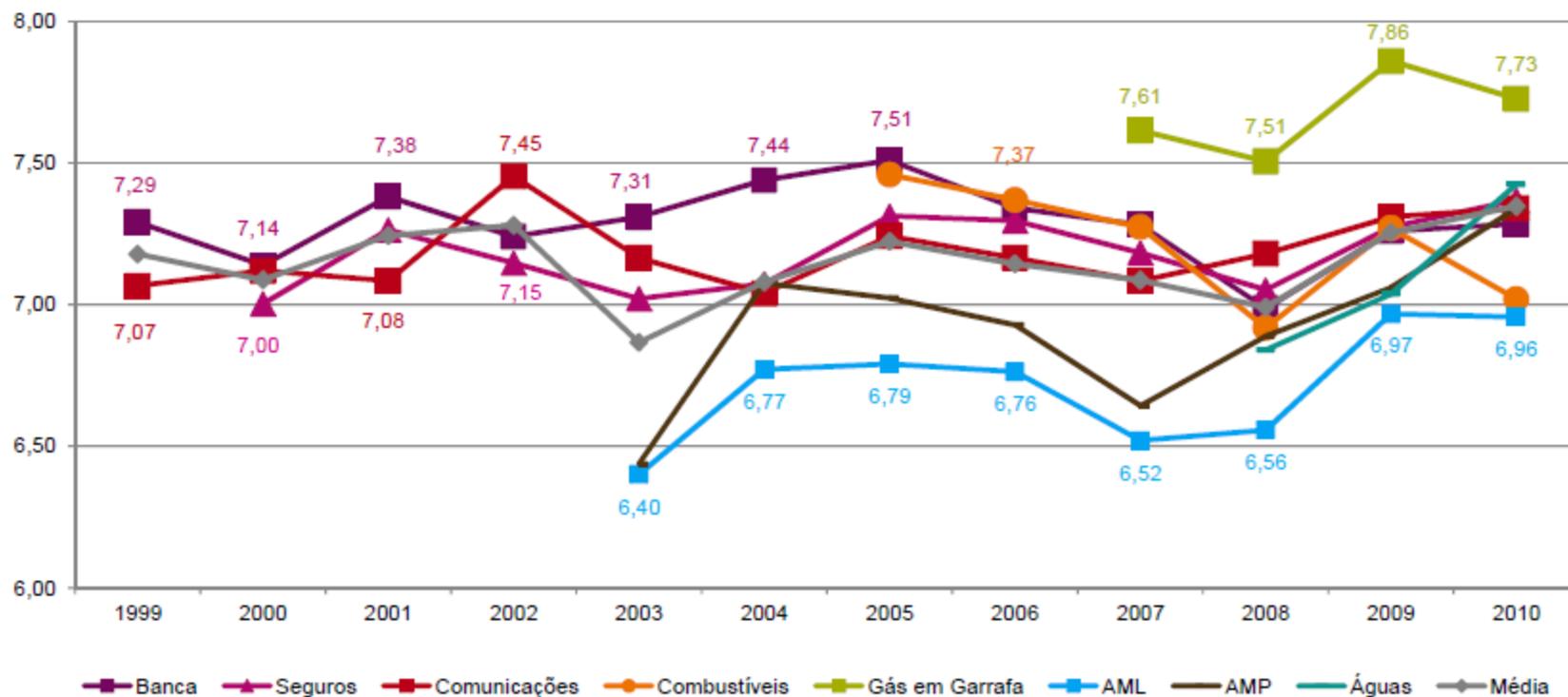
Satisfação do Cidadão na Região Autónoma da Madeira



Ranking ECSI dos Sectores em 2010



Evolução da Satisfação do Cliente desde 1999



QA1 On the whole, are you very satisfied, fairly satisfied, not very satisfied or not at all satisfied with the life you lead?

	%	Très satisfait(e)		Plutôt satisfait(e)		Plutôt pas satisfait(e)		Pas du tout satisfait(e)		NSP		Total 'Satisfait(e)'		Total 'Pas satisfait(e)'	
		Very satisfied		Fairly satisfied		Not very satisfied		Not at all satisfied		DK		Total 'Satisfied'		Total 'Not satisfied'	
		Sehr zufrieden		Ziemlich zufrieden		Nicht sehr zufrieden		Überhaupt nicht zufrieden		WN		Gesamt 'Zufrieden'		Gesamt 'Nicht zufrieden'	
		EB	Diff. EB	EB	Diff. EB	EB	Diff. EB	EB	Diff. EB	EB	Diff. EB	EB	Diff. EB	EB	Diff. EB
		76.3	75.3	76.3	75.3	76.3	75.3	76.3	75.3	76.3	75.3	76.3	75.3	76.3	75.3
 EU 27		19	-2	56	-2	18	3	6	1	1	0	75	-4	24	4
 BE		26	-6	61	2	10	2	3	2	0	0	87	-4	13	4
 BG		2	-1	36	2	43	3	18	-3	1	-1	38	1	61	0
 CZ		10	-6	68	3	18	1	3	1	1	1	78	-3	21	2
 DK		70	2	27	-2	3	0	0	0	0	0	97	0	3	0
 DE		27	2	61	-2	10	0	2	0	0	0	88	0	12	0
 EE		7	-2	62	0	25	1	6	1	0	0	69	-2	31	2
 IE		29	-6	56	3	11	3	3	-1	1	1	85	-3	14	2
 EL		3	-3	34	-6	38	5	25	4	0	0	37	-9	63	9
 ES		10	-6	63	2	20	4	7	0	0	0	73	-4	27	4
 FR		15	-5	61	-2	17	5	6	2	1	0	76	-7	23	7
 IT		4	-5	60	-5	29	8	6	2	1	0	64	-10	35	10
 CY		29	-2	47	-3	18	4	6	1	0	0	76	-5	24	5
 CY (tcc)		15	4	45	2	32	-2	8	-4	0	0	60	6	40	-6
 LV		11	3	51	-1	30	0	8	-2	0	0	62	2	38	-2
 LT		11	-1	46	2	30	-2	12	0	1	1	57	1	42	-2
 LU		37	-5	58	2	3	2	2	1	0	0	95	-3	5	3
 HU		6	0	43	-2	32	-2	18	3	1	1	49	-2	50	1
 MT		23	-7	51	1	20	3	6	3	0	0	74	-6	26	6
 NL		53	2	44	-1	3	0	0	-1	0	0	97	1	3	-1
 AT		20	0	63	-4	14	2	2	1	1	1	83	-4	16	3
 PL		10	-2	63	-3	20	5	4	0	3	0	73	-5	24	5
 PT		2	0	42	-4	36	-1	19	4	1	1	44	-4	55	3
 RO		5	1	45	9	36	-3	13	-8	1	1	50	10	49	-11
 SI		20	-2	63	2	14	-1	3	1	0	0	83	0	17	0
 SK		11	-3	59	0	25	2	4	0	1	1	70	-3	29	2
 FI		35	2	59	-4	5	1	1	1	0	0	94	-2	6	2
 SE		51	4	46	-2	3	-1	0	-1	0	0	97	2	3	-2
 UK		38	-2	49	-3	11	6	2	-1	0	0	87	-5	13	5

Pior que PT,
só BG e GR



What Makes a Strong Country Brand?



Makes People's Lives Better



Point of View on the Future



Creates Emotional Desire & Demand



Drives the World Forward



Consistent Across All Touchpoints



Economic Performance and Power

AWARENESS:

Do key audiences know that the country exists? How top of mind is it?

PREFERENCE:

How highly do audiences esteem the country? Does it resonate?

FAMILIARITY:

How well do people know the country and what it offers?

CONSIDERATION:

Is this one of the countries being thought about for a visit?

ASSOCIATIONS:

What qualities come to mind when people think of the country?

We look at the measured perceptions of five key association dimensions:

- TOURISM
- HERITAGE AND CULTURE
- GOOD FOR BUSINESS
- QUALITY OF LIFE
- VALUE SYSTEM

DECISION / VISITATION:

To what extent do people follow through and visit the country?

ADVOCACY:

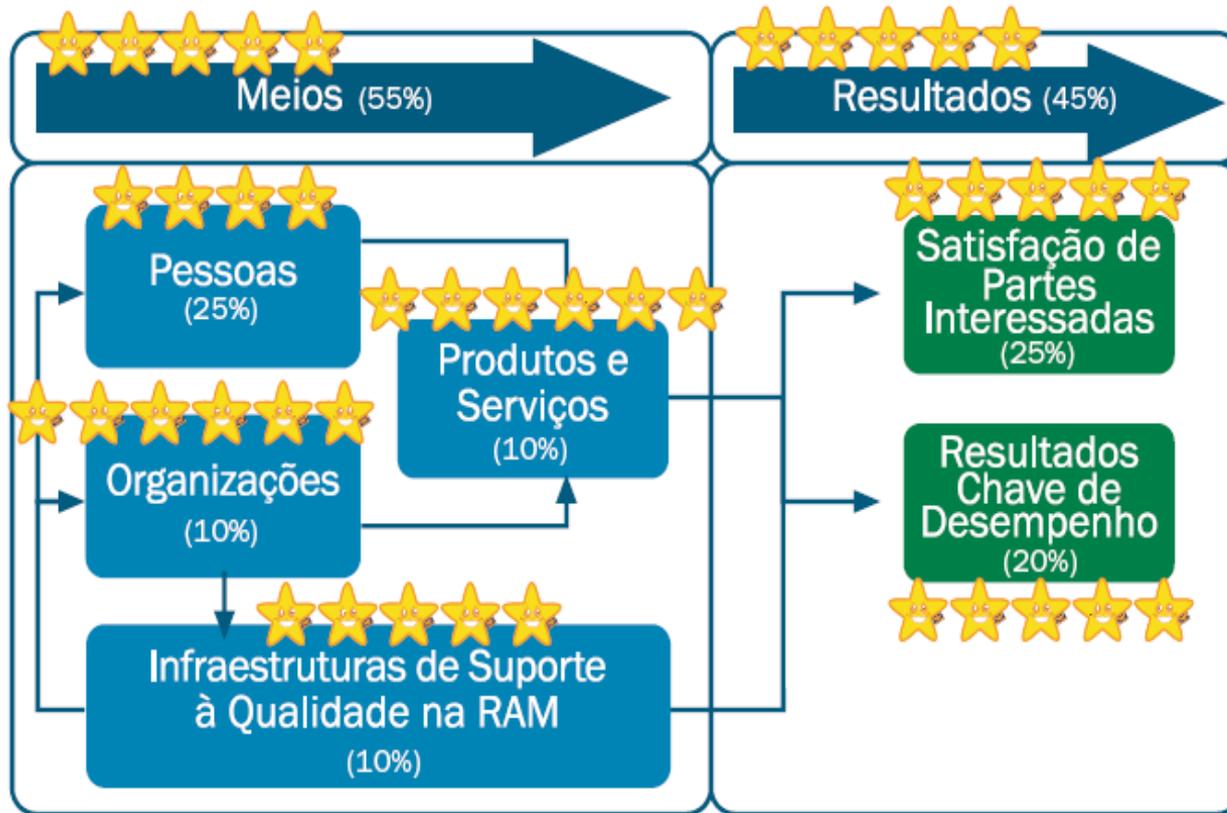
Do visitors recommend the country to family, friends and colleagues?

COUNTRY BRAND INDEX

FULL LIST OF COUNTRIES

1.	CA	Canada	0
2.	CH	Switzerland	▲ 3
3.	NZ	New Zealand	0
4.	JP	Japan	▲ 2
5.	AU	Australla	▼ 3
6.	US	United States	▼ 2
7.	SE	Sweden	▲ 3
8.	FI	Finland	0
9.	FR	France	▼ 2
10.	IT	Italy	▲ 2
11.	DE	Germany	0
12.	NO	Norway	▲ 1
13.	GB	United Kingdom	▼ 4
14.	ES	Spain	0
15.	DK	Denmark	▲ 4
16.	SG	Singapore	▼ 1
17.	AT	Austria	▲ 3
18.	MV	Maldives	▼ 2
19.	IS	Iceland	▲ 5
20.	IE	Ireland	▼ 3
21.	BM	Bermuda	▼ 3
22.	MU	Mauritius	▼ 1
23.	NL	Netherlands	▲ 2
24.	CR	Costa Rica	▲ 3
25.	AE	United Arab Emirates	▲ 3
26.	TH	Thailand	0
27.	GR	Greece	▼ 5
28.	IL	Israel	▲ 2
29.	IN	India	▼ 6
30.	PT	Portugal	▼ 1
31.	BR	Brazil	▲ 10
32.	AR	Argentina	▲ 1
33.	BE	Belgium	▲ 1
34.	CL	Chile	▲ 6
35.	ZA	South Africa	▼ 4
36.	BB	Barbados	▼ 4
37.	NA	Namibia	▼ 1
38.	CZ	Czech Republic	▲ 5
39.	LC	St. Lucia	▼ 4
40.	HR	Croatia	▲ 9
41.	BS	Bahamas	▼ 4
42.	KR	South Korea	▲ 2
43.	MY	Malaysia	▼ 1
44.	PE	Peru	▲ 3
45.	FJ	Fiji	▼ 6
46.	CY	Cyprus	▼ 1
47.	MX	Mexico	▲ 1
48.	TR	Turkey	▲ 7
49.	BZ	Belize	▼ 3
50.	UY	Uruguay	▲ 3
51.	MT	Malta	▲ 13
52.	SI	Slovenia	▲ 2
53.	BW	Botswana	▼ 2
54.	TT	Trinidad & Tobago	▼ 2
55.	DO	Dominican Republic	▼ 17
56.	CU	Cuba	▼ 6
57.	EG	Egypt	▲ 1
58.	OM	Oman	▼ 1
59.	VN	Vietnam	▲ 4
60.	HU	Hungary	▲ 6
61.	NP	Nepal	▼ 2
62.	MA	Morocco	▼ 2
63.	LB	Lebanon	▲ 8
64.	JM	Jamaica	▼ 2
65.	CN	China	▼ 9
66.	EE	Estonia	▲ 23
67.	PA	Panama	0
68.	TZ	Tanzania	▲ 5
69.	SA	Saudi Arabia	0
70.	BG	Bulgaria	▲ 6
71.	JO	Jordan	▲ 4
72.	QA	Qatar	▼ 2
73.	AL	Albania	▼ 12
74.	SK	Slovakia	▲ 5
75.	EC	Ecuador	▼ 1
76.	ID	Indonesia	▼ 4
77.	KE	Kenya	▼ 9
78.	PH	Philippines	▼ 13
79.	PL	Poland	▲ 3
80.	LA	Laos	▲ 8
81.	GT	Guatemala	▲ 5
82.	RU	Russia	▼ 1
83.	KH	Cambodia	▲ 7
84.	VE	Venezuela	▼ 7
85.	DZ	Algeria	▲ 15
86.	SL	Sierra Leone	▲ 8
87.	CM	Cameroon	▲ 10
88.	MZ	Mozambique	▲ 7
89.	CO	Colombia	▼ 4
90.	HN	Honduras	NA
91.	GH	Ghana	▼ 13
92.	SY	Syria	▼ 5
93.	SD	Sudan	▲ 8
94.	BH	Bahrain	▼ 14
95.	ET	Ethiopia	▲ 1
96.	BO	Bolivia	NA
97.	RS	Serbia	▼ 13
98.	TN	Tunisia	▼ 15
99.	UG	Uganda	▼ 8
100.	NI	Nicaragua	▼ 2
101.	RO	Romania	▼ 9
102.	RW	Rwanda	▼ 9
103.	CG	Congo	▲ 4
104.	SN	Senegal	▼ 1
105.	UA	Ukraine	▼ 6
106.	PY	Paraguay	NA
107.	BD	Bangladesh	▼ 5
108.	NG	Nigeria	▼ 2
109.	SV	El Salvador	▼ 4
110.	LY	Libya	▼ 6
111.	IR	Iran	▼ 2
112.	ZW	Zimbabwe	▼ 2
113.	PK	Pakistan	▼ 5

Quality and Statistics (Regional Level) – Regional Excellence Barometer for Madeira



Structural Equation Modeling (SEM) Components

II.1.5.AMBIÇÃO 2020

1	ISO 9001 por habitante	Convergir EU 27	ISO Survey
2	Satisfação Colaborador	Aumentar 10%	A definir
3	Satisfação Cliente	Aumentar 10%	A definir
4	Satisfação do Cidadão	20º em UE27	Eurobarometer
5	<i>Branding</i> do País(*)	A definir	A definir

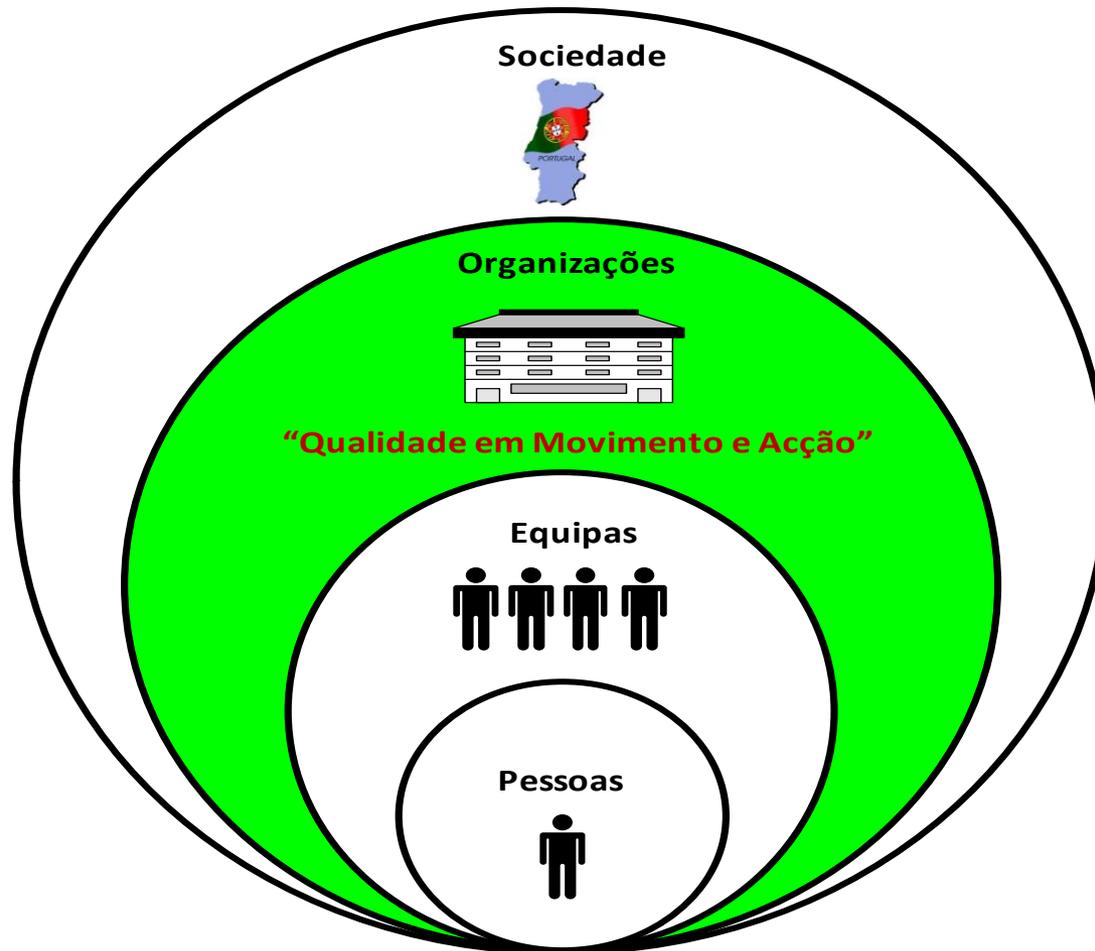
(*) A inclusão desta vertente da ambição carece de validação posterior, dependendo da fiabilidade das metodologias disponíveis para o efeito.

II.1.6. RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para que Portugal esteja preparado para enfrentar os desafios do Futuro da Qualidade, devem ser tidos em conta, em particular, os seguintes aspetos:

- Mais do que questões formais ou de orgânica, de referenciais ou enquadramento, o futuro da qualidade deve assentar pragmaticamente em ações concretas desenvolvidas de modo consistente no terreno, de verdadeira “Qualidade em Movimento e Ação”;
- A qualidade depende, acima de tudo, diretamente da implementação nas organizações, com os restantes elementos a servirem de suporte à sua concretização no mais variado tipo de entidades, sobrepondo-se a outras camadas de intervenção, quer a nível individual, quer a nível nacional.

O Primado da “Qualidade em Movimento e Acção nas Organizações”



O Futuro da Qualidade em Portugal (livro)

Documento consolidado-versão 2

30-10-2012

Factores Críticos de Sucesso:

- A qualidade decorre da consciência e envolvimento de todos os portugueses;
- A credibilidade é central e essencial, podendo estar parcialmente em risco;
- O conceito de qualidade tem de ser devidamente assimilado, sem o que nada acontece;
- Importa implementar com consistência a qualidade nas organizações;
- Os gestores de topo desempenham um papel essencial;
- Urge reforçar o ensino da qualidade, do nível básico ao superior;
- As políticas públicas devem estimular a mobilização e aplicação da Qualidade em Portugal, carecendo de manifesto reforço e revisão;
- Torna-se imperativo reforçar as actividades de IDI centradas na qualidade que são desenvolvidas em Portugal.

O Futuro da Qualidade em Portugal (livro)

II.1.7. RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS

Pugnar pela correcta aplicação efectiva no terreno das ferramentas e referenciais da qualidade (novos ou já existentes) nas organizações (OG2).	351
Deve ser desenhada e adoptada uma nova geração de Políticas Públicas de dinamização da Qualidade em Portugal, à semelhança do que já sucedeu no passado, assumindo-a enquanto verdadeiro desígnio nacional (PP1).	273
Criação e implementação de uma genuína Estratégia da Qualidade em Portugal, assente numa Agenda Nacional da Qualidade, reforçando o envolvimento dos vários agentes relevantes, de modo a que esta seja encarada como alavanca do desenvolvimento económico e social (PP2).	216
Deverá ser fomentada a existência de mecanismos territorialmente desconcentrados de promoção da qualidade, nomeadamente a nível regional, inspirados porventura nas dinâmicas já existentes neste domínio tanto na Região Autónoma da Madeira como na Região Autónoma dos Açores (PP3).	216
Sendo o verdadeiro motor da “Qualidade em Movimento e Acção” deverá, desde logo, aumentar o número de organizações em Portugal que encaram a qualidade como uma real <u>mais valia</u> (OG1).	184
Investimento na sensibilização e interiorização das novas e emergentes tendências associadas à qualidade (visão sistémica, sustentabilidade, gestão do risco, etc.), enquanto elemento de referência difusor das novidades nacionais e internacionais em torno da qualidade, tornadas acessíveis em tempo real junto dos profissionais da qualidade (APQ6).	174
Situar a cúpula do SPQ na dependência directa do Primeiro-Ministro, <u>por forma a dar um sinal inequívoco da importância da qualidade na construção do Futuro de Portugal</u> (SPQ5).	162

Actuar como organismo de interface com o exterior, participando em redes internacionais e assumindo-se enquanto janela de aproximação ao que de relevante se passa no mundo da qualidade (APQ8).	148
Prosseguir com a aplicação da qualidade no Sector Público e continuar a apostar na transversalidade da qualidade e na sua aplicação em novos sectores, nomeadamente o sector social (OG4).	147
Concepção de uma nova estrutura de coordenação e dinamização da Qualidade em Portugal, inspirada nas motivações do extinto Conselho Nacional da Qualidade, mas desenhada e implementada à luz dos novos conceitos e metodologias de trabalho em rede, com forte envolvimento e participação activa de todos os agentes dinamizadores da Qualidade em Portugal (SPQ4).	144
No médio e longo prazo, caminhar no sentido de os princípios e atitudes centrados na qualidade, inovação e <u>empreendedorismo</u> fazerem parte da cartilha de valores e conhecimentos transmitidos em todos os níveis de ensino (IEF1).	135
Concretizar um desdobramento dentro do Sistema Português da Qualidade (SPQ) à escala regional, de forma a envolver a maior diversidade possível de agentes interessados por via de lógicas de proximidade (SPQ1).	135
Enquanto partes integrantes do SPQ, é importante reforçar os sistemas de medição da satisfação dos clientes e colaboradores, como acontece com as bem sucedidas experiências do ECSI Portugal e do Observatório Nacional de Recursos Humanos, bem como criar um Barómetro Nacional da Qualidade (SPQ2).	135
Estabelecimento de linhas específicas de apoio financeiro à condução de actividades de IDI no domínio da qualidade, por parte de diferentes entidades (FCT, Agência de Inovação, INA), com envolvimento activo da APQ, IPQ e outros parceiros (IDI3).	120

O Futuro da Qualidade em Portugal (livro)

Incluir conteúdos relacionados com a qualidade nos programas curriculares do ensino básico e secundário (IEF2).	117
Crescente adopção e aplicação de modelos integrados de gestão da qualidade nos estabelecimentos de ensino, que permitam <u>monitorizar</u> e melhorar o seu desempenho (IEF4).	117
Alargar a base de apoio à qualidade, aumentando o número de pessoas e organizações que a encaram enquanto autêntica <u>mais valia</u> , a interiorizam e a aplicam (APQ5).	117
Reforçar as práticas e oferta de ensino, investigação, desenvolvimento e inovação da qualidade nas instituições de ensino superior (IEF3).	108
Criação de Gala Anual de reconhecimento da qualidade, a múltiplos níveis, com o alto patrocínio e presença dos mais altos representantes do Estado Português e forte visibilidade mediática (SPQ6).	108
A APQ deverá assim contribuir para o desenvolvimento e melhoria da qualidade nas organizações, proporcionando-lhes soluções que as tornem mais sólidas e competitivas (APQ1).	108

“Deverá ser assegurado um verdadeiro e genuíno envolvimento dos gestores de topo com a qualidade (GTO1)”

O Futuro da Qualidade em Portugal (livro)

II.2. EIXO INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

PONTO PRÉVIO

Ainda que na abordagem deste eixo de intervenção se faça uma análise que contemple de forma integrada aspectos associados à investigação, desenvolvimento e inovação (IDI), enquanto vertentes que se encontram cada vez mais interligadas e que ganham com uma abordagem integrada, dá-se um especial destaque a esta última vertente (inovação), por ser consensualmente reconhecido que os estrangulamentos vividos presentemente em Portugal no que se prende com a construção de mais e melhor CRER (Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente) dependem mais de lacunas centradas na inovação do que propriamente nas frentes da investigação e desenvolvimento (I&D), ainda que estas tenham de ser reforçadas, a montante, dado que uma boa parte da inovação mais relevante decorre de excelentes resultados alcançados ao nível de I&D e da criação de conhecimento.

II.2.1.CONCEITO

Adotam-se no que diz respeito à investigação, desenvolvimento e inovação (IDI), os conceitos, definições e terminologia que constam da norma NP 4456.

No atual momento, tais definições são as que constam da versão de 2007 desta mesma norma, NP 4456, “Gestão da Investigação, Desenvolvimento e Inovação (IDI)- Terminologia e definições das actividades de IDI”

Neste contexto, a inovação é entendida do seguinte modo:

4.1.1 Inovação

A Inovação corresponde à implementação de uma nova ou significativamente melhorada solução para a empresa, novo produto, processo, método organizacional ou de marketing, com o objectivo de reforçar a sua posição competitiva, aumentar o desempenho, ou o conhecimento. (adaptado de OCDE, 2005, Op. Cit, pág 34)

De uma forma mais informal, e não normativa, pode dizer-se que:

“A inovação consiste na conversão de ideias em valor económico e/ou social.”

Ainda no contexto da norma NP 4456, importa ter em atenção o seguinte conjunto de definições complementares:

4.1.5 Investigação

Indagação original e planificada que pretende descobrir novos conhecimentos e uma maior compreensão no âmbito científico ou tecnológico.

- a) **investigação fundamental ou básica:** ampliação dos conhecimentos gerais científicos e técnicos não relacionados directamente com produtos ou processos industriais ou comerciais;
- b) **investigação aplicada:** investigação direccionada para adquirir novos conhecimentos com vista à sua exploração no desenvolvimento de novos produtos ou processos, ou para suscitar melhorias importantes de produtos ou processos existentes.

4.1.6 Desenvolvimento

Trabalho sistemático desenvolvido com utilização do conhecimento gerado no trabalho de investigação e na experiência, com o propósito de criar novos ou significativamente melhorados materiais, produtos, processos ou serviços, inovações de *marketing* ou inovações organizacionais.

4.1.4 I&D

Por I&D entende-se “todo o trabalho criativo realizado sistematicamente com o objectivo de aumentar o conhecimento, incluindo o conhecimento do homem, cultura e sociedade, e o uso desse conhecimento para inventar novas aplicações.” (cf. Manual de Frascati, OCDE, 2002: 30)

Ainda que correspondendo a conceitos diferenciados, as atividades de investigação, desenvolvimento e inovação encontram cada vez mais pontos de confluência, pelo que existe uma tendência crescente para se olhar de forma integrada para toda a cadeia de valor centrada em IDI, mais do que alimentar fronteiras artificialmente estanques entre investigação, desenvolvimento e inovação, que tendem a formar um contínuo que só beneficia com a adopção de perspectivas sistémicas, de índole transversal, ainda que com noção clara daquilo que as diferencia conceptualmente.

II.2.2-ABRANGÊNCIA

Nos termos da norma NP 4456, podemos falar de inovação centrada em:

- Produtos
- Processos
- Organizações
- Marketing

Adicionalmente, há ainda quem preconize as seguintes camadas adicionais de contextualização da inovação associada a:

- Modelos de negócio
- Posicionamento estratégico
- Inovação de base tecnológica
- Inovação social

Existem projetos de inovação que podem abranger predominantemente apenas uma destas camadas da inovação, mas igualmente outros que abarcam uma multiplicidade ou mesmo a totalidade das mesmas.

No que diz respeito às quatro camadas de aplicação da inovação referidas na norma NP 4456 é possível acrescentar as correspondentes caracterizações:

Inovação de Produtos (Bens e Serviços)	Definição
	<p><i>“Introdução no mercado de novos ou significativamente melhorados, produtos ou serviços. Inclui alterações significativas nas suas especificações técnicas, componentes, materiais, software incorporado, interface com o utilizador ou outras características funcionais”.</i> (Manual de Oslo, OCDE, 2005: pág 48,156)</p> <p>A inovação do produto/serviço pode utilizar novo conhecimento ou tecnologia ou apenas a combinação de conhecimento ou tecnologia já existente.</p> <p>O <i>design</i> é considerado inovação do produto, no entanto alterações de <i>design</i> que não promovam alterações significativas nas funcionalidades do produto devem ser consideradas inovações de <i>marketing</i>.</p> <p>O desenvolvimento de novas utilizações para o produto, com apenas pequenas alterações nas suas especificações técnicas, é considerado inovação.</p> <p>A inovação do produto nos serviços, pode incluir: melhoramentos significativos na forma como é prestado (por exemplo: rapidez, eficiência), novas funcionalidades ao serviço e a introdução de novos serviços.</p>

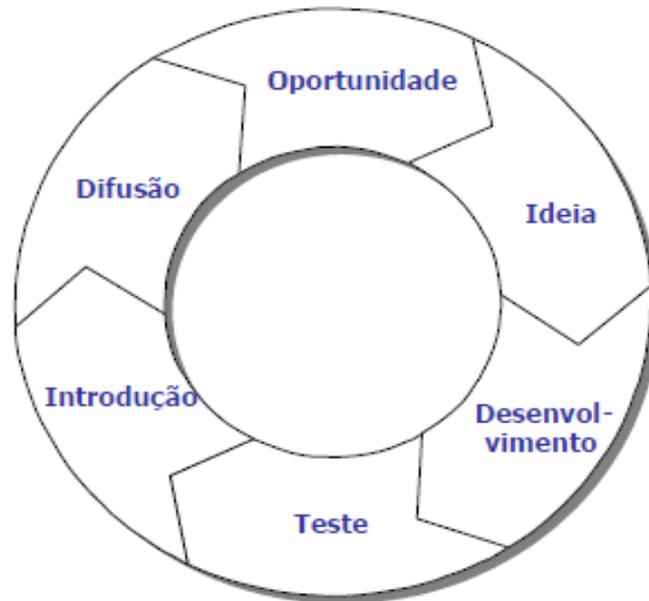
Inovação de Processos	Definição
	<p><i>“É a implementação de novos ou significativamente melhorados, processos de fabrico, logística e distribuição”.</i> (Manual de Oslo, OCDE, 2005: pág 49,163)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métodos novos ou significativamente melhorados no fabrico ou produção de bens ou serviços • Métodos novos ou significativamente melhorados de logística, de entrega ou de distribuição <p>Actividades novas ou significativamente melhoradas de apoio a processos (por exemplo: sistemas de manutenção, sistemas de informação, sistemas de contabilização, etc.).</p>

Inovação Organizacional	Definição
	<p><i>“Implementação de novos métodos organizacionais na prática do negócio, organização do trabalho e /ou relações externas”</i></p> <p>Novos métodos organizacionais:</p> <p>Implementação de novos métodos para organização das actividades de rotina e desenvolvimento de novos procedimentos para desenvolvimento do trabalho.</p> <p>EXEMPLO: Novos processos de gestão de conhecimento, novos processos de formação, avaliação e desenvolvimento de Recursos Humanos, ou gestão da cadeia de valor, reengenharia de negócio, gestão do sistema da qualidade, etc.</p> <p>Organização no trabalho:</p> <p>Implementação de novos métodos para distribuição de responsabilidades, tomada de decisão, novos conceitos para estruturar as actividades, tais como integração de diferentes unidades.</p> <p>EXEMPLO: Implementação de sistemas de <i>“build-to-order”</i>, novos sistemas de tomada de decisão, etc.</p> <p>Relações externas:</p> <p>Implementação de novas formas de relacionamento com outras empresas. Não inclui fusões e aquisições. Estabelecimento de novas formas de colaboração, novos métodos de integração com fornecedores, novas formas de subcontratação ou consultoria.</p>

Inovação de Marketing	Definição
	<p data-bbox="716 175 1638 277"><i>“Implementação de novos métodos de marketing, envolvendo melhorias significativas no design do produto ou embalagem, preço, distribuição e promoção.” (Manual de Oslo, OCDE, 2005: pág 49,149)</i></p> <p data-bbox="716 298 1638 362">A distinção entre outras actividades de <i>marketing</i> tem a ver com o carácter inovador para as empresas.</p> <p data-bbox="716 384 1638 478">O objectivo é aumentar as vendas através da melhor satisfação das necessidades dos mercados, da alteração de posicionamento ou da abertura de novos mercados.</p> <p data-bbox="716 499 1186 532">Inovação de Marketing no Produto:</p> <p data-bbox="716 554 1638 654">Alterações significativas no <i>design</i> do produto, alteração significativa nas suas funcionalidades, alterações significativas na forma e aparência, sabor, fragrância, alterações nas embalagens.</p> <p data-bbox="716 675 1153 708">Inovação de Marketing do Preço:</p> <p data-bbox="716 729 1638 823">Introdução pela primeira vez de novas estratégias de preço, como por exemplo: preços diferenciados, gestão da capacidade, leilões, preços diferenciados por segmento de mercado, descontos, etc.</p> <p data-bbox="716 845 1250 878">Inovações de Marketing na Distribuição:</p> <p data-bbox="716 899 1638 1068">Introdução de novos canais de vendas, entendido como métodos utilizados para venda dos produtos ou serviços e não métodos de logística (ex: utilização de sistemas de <i>franchising</i>, abertura de lojas próprias, novos conceitos de licenciamento, novos conceitos para apresentação dos produtos, etc.).</p> <p data-bbox="716 1089 1211 1122">Inovação de Marketing na Promoção:</p> <p data-bbox="716 1143 1638 1272">Utilização de novos conceitos e técnicas. Primeira utilização de publicidade na TV, marca, alterações de símbolos e da imagem corporativas, introdução de um sistema de informação personalizado, cartões de fidelidade, etc.</p>

O CICLO DA INOVAÇÃO.

- Inicia-se com a deteção de uma oportunidade, segue-se a geração de ideias, desenvolvimento, introdução no mercado e difusão da inovação.
- No final do ciclo, este reinicia-se, dando origem a uma próxima geração de inovação.





The Problems of the Current EU Innovation Policy

Leverage the power of networks and
social innovation

Implement
Community
level actions

Invest strategically
in the future

Open up innovation to
people and creativity

Cope with the future
societal challenges



REINVENT EUROPE

FROM A KNOWLEDGE SOCIETY TO AN INNOVATION SOCIETY

THROUGH INNOVATION

The Challenges for EU Innovation Policy

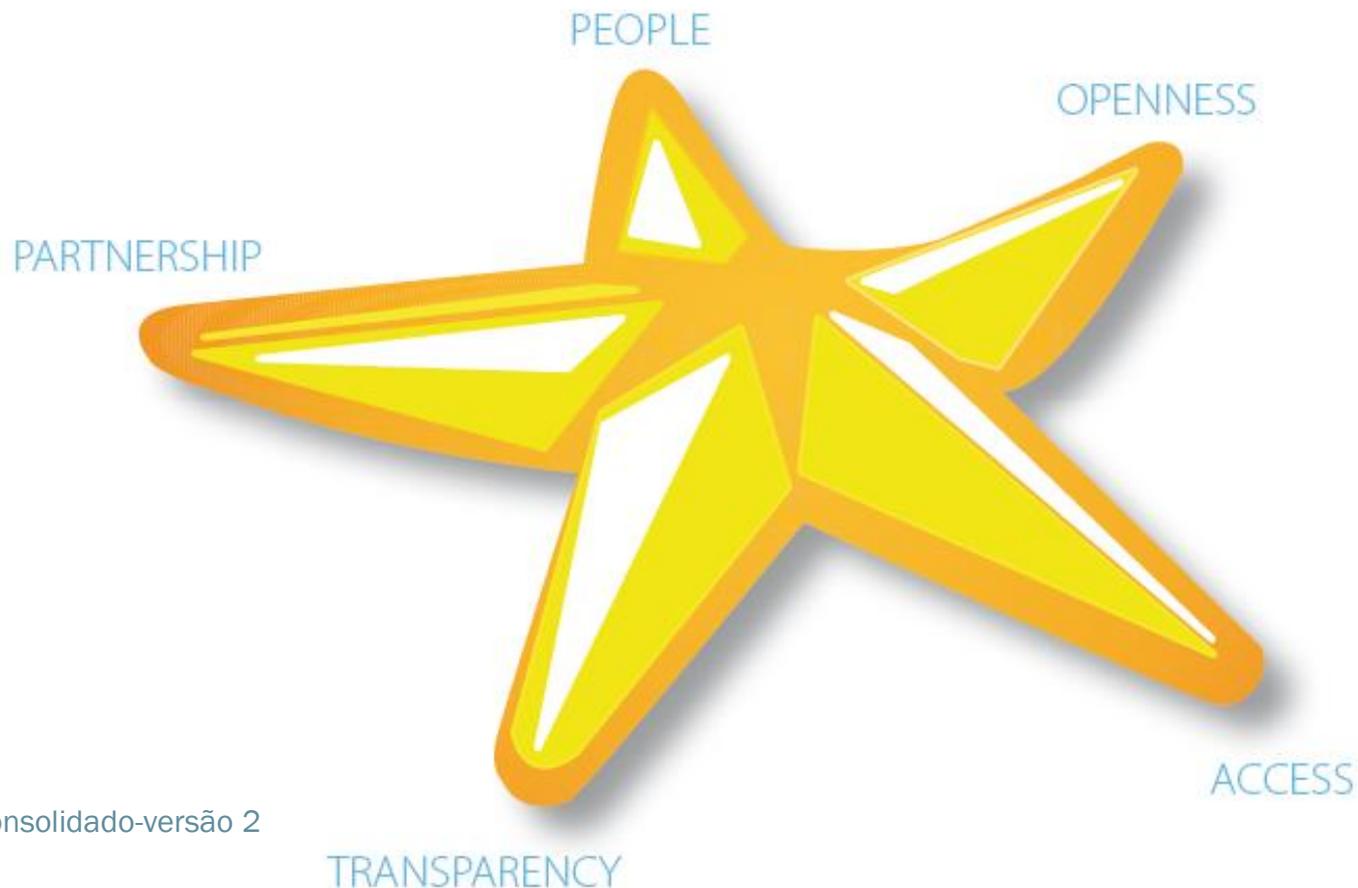




REINVENT EUROPE

FROM A KNOWLEDGE SOCIETY TO AN INNOVATION SOCIETY
THROUGH INNOVATION

The Value Proposition of the Panel's ideas





REINVENT EUROPE

FROM A KNOWLEDGE SOCIETY TO AN INNOVATION SOCIETY
THROUGH INNOVATION

The Ideas of the Panel

Broad Concept of Innovation

Speed and Synchronization

Future Infrastructures

New Types of Collaboration

New Financing Models

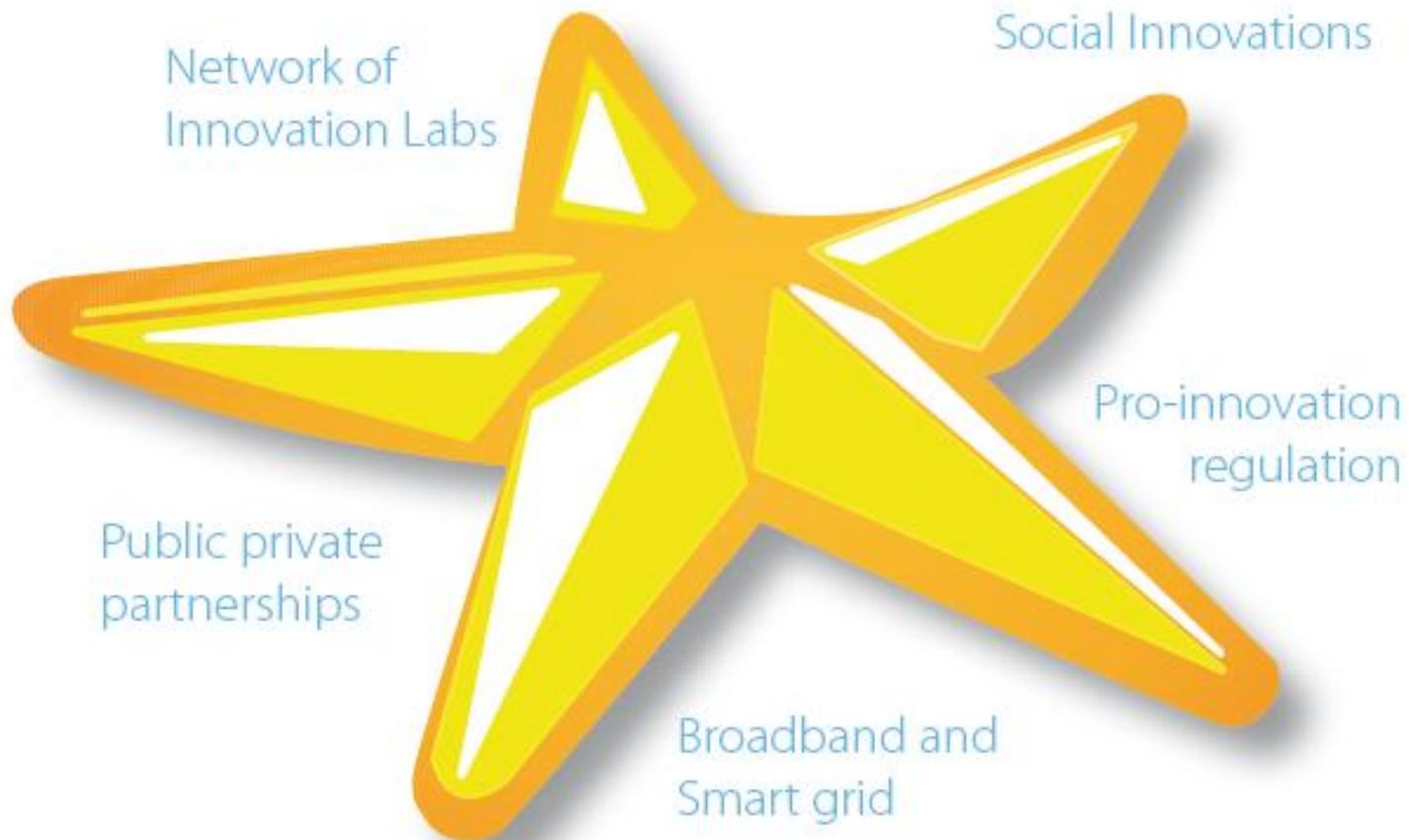


REINVENT EUROPE

FROM A KNOWLEDGE SOCIETY TO AN INNOVATION SOCIETY

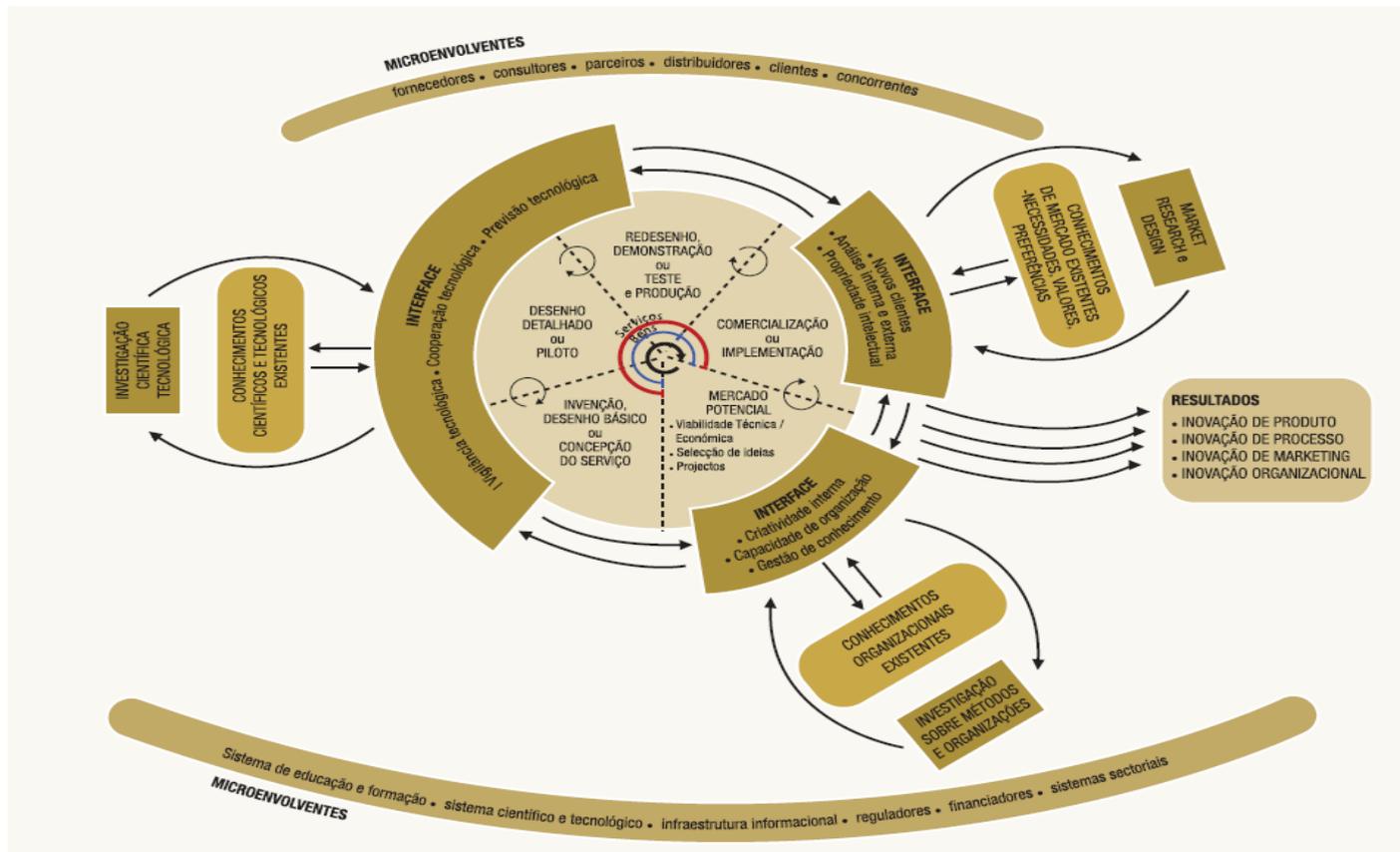
THROUGH INNOVATION

The Impacts of the Panel's ideas

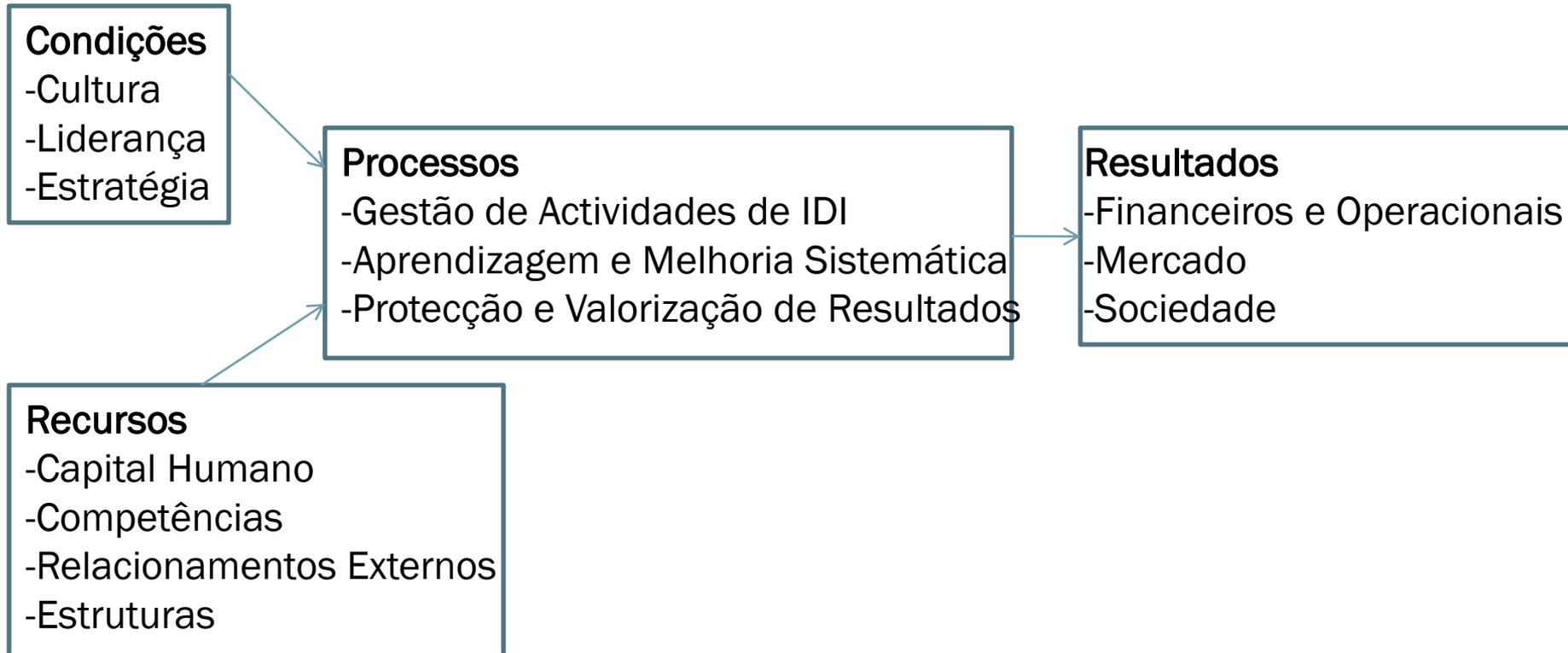


II.2.3. MODELOS CONCEPTUAIS ESQUEMÁTICOS

A norma NP 4456 identifica o seguinte modelo de suporte à gestão da inovação nas organizações, através de um conjunto alargado de interfaces e mecanismos de suporte, contemplando atividades internas a uma organização, mas também as que apenas são possíveis em estreita interação com os meios envolventes e através de parcerias externas.



O Modelo de Avaliação da Inovação Organizacional desenvolvido pela COTEC, que suporta projectos de *Innovation Scoring*, corresponde esquematicamente ao seguinte tipo de estrutura:



Podendo ser depois detalhado, em cada critério, do seguinte modo:



Abordagem				Aplicação				PONDERAÇÃO
Inovatório	Prático	Definido	Integrado	Exceção	Pouco Desenvolvido	Parcial	Muito Desenvolvido	

CONDIÇÕES	CULTURA								20	
	1	Os valores da organização promovem a adaptabilidade, a experimentação, a aprendizagem e a mudança contínua.								
	2	Os valores da organização promovem a abertura internacional.								
	3	A comunicação interna da organização integra perspetivas diversas, recorrendo a mecanismos formais e informais de circulação da informação e de partilha de conhecimento.								
	4	A cultura da organização estimula o empreendedorismo e a capacidade de assumir riscos, sem penalizar os fracassos.								
	LIDERANÇA									
	5	A gestão de topo transmite uma Visão Inovadora, que orienta a definição de objetivos e a estratégia da organização.								
	6	A gestão de topo promove sistematicamente a adaptação das estruturas de liderança, de modo a lidar com a mudança.								
	7	As estruturas de liderança promovem o surgimento de ideias para o desenvolvimento de atividades inovadoras, através da responsabilização e autonomia dos seus colaboradores.								
	8	A gestão de topo empenha-se e assume responsabilidades na gestão da inovação.								
	ESTRATÉGIA									
	9	A organização tem uma estratégia de inovação clara e partilhada, envolvendo os colaboradores na sua definição.								
10	A estratégia de inovação traduz-se num plano de ação com objetivos e metas quantitativas a médio e longo prazo.									
11	A organização tem uma estratégia de marketing que apóia e valoriza a atividade de inovação, consistente com o modelo e os processos de negócio.									
12	A organização dispõe de uma monitorização da envolvente externa, que utiliza na definição e implementação da estratégia.									

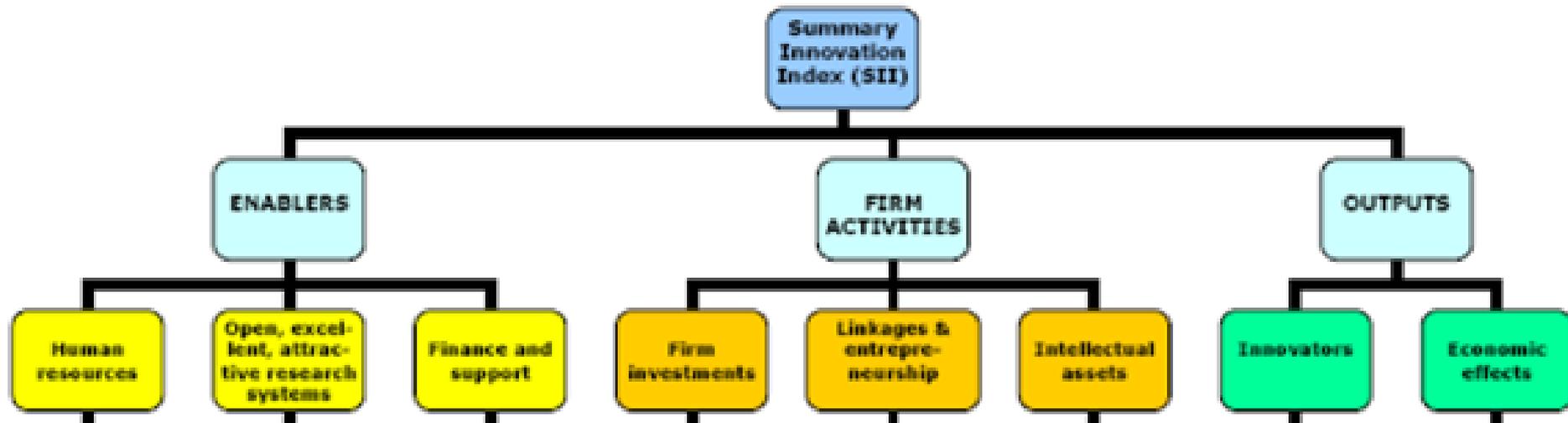
RECURSOS	CAPITAL HUMANO								20	
	13	A organização tem uma política de Capital Humano orientada para a inovação.								
	14	A organização tem uma política de formação dos seus colaboradores orientada para a inovação.								
	15	A organização estimula e apoia a criatividade e a iniciativa inovadora dos seus colaboradores.								
	COMPETÊNCIAS									
	16	A organização procede sistematicamente à identificação, avaliação e planeamento da evolução das suas competências organizacionais.								
	17	A organização dispõe de competências específicas na gestão das atividades de I&D.								
	18	A organização dispõe de competências técnicas adequadas ao desempenho das atividades de I&D.								
	19	A organização dispõe de competências específicas associadas às atividades de produção e/ou de prestação de serviços.								
	20	A organização dispõe de competências específicas associadas ao desempenho das suas atividades de marketing.								
	RELACIONAMENTOS EXTERNOS									
	21	A organização desenvolve ações de cooperação sistemática em inovação com entidades externas.								
22	A organização dinamiza múltiplas formas de networking.									
ESTRUTURAS										
23	A organização dispõe de uma estrutura organizacional dedicada às atividades de I&D.									
24	A organização dispõe de estruturas adequadas de gestão do conhecimento.									
25	A organização dispõe de sistemas de informação e comunicação que potenciam a inovação.									

PROCESSOS	GESTÃO DE ACTIVIDADES DE IDI										
	26	A organização desenvolve processos sistemáticos de planeamento, organização, acompanhamento e controlo dos projectos de IDI.									35
	27	A organização desenvolve processos sistemáticos com vista a compreender as necessidades, expectativas e oportunidades do mercado.									30
	28	A organização dispõe de processos sistemáticos de geração, identificação e selecção de ideias e conceitos de novos produtos, processos, serviços e modelos de negócio e/ou da organização.									30
	29	A organização desenvolve processos sistemáticos de colaboração interdepartamental.									25
	30	A organização tem rotinas bem definidas para a constituição e a definição do mandato das equipas de projecto.									20
	31	A organização dispõe de processos de gestão e avaliação sistemática das actividades de inovação.									25
	32	A organização desenvolve processos sistemáticos de inovação na gestão das actividades da cadeia/sistema de valor.									25
	APRENDIZAGEM E MELHORIA SISTEMÁTICA										
	33	A organização incorpora nas suas actividades as aprendizagens obtidas.									25
	34	A organização dispõe de mecanismos sistemáticos de adopção de boas práticas.									20
	PROTECÇÃO E VALORIZAÇÃO DE RESULTADOS										
	35	A organização tem processos definidos para a avaliação e decisão sobre a protecção e valorização do seu capital intelectual e dos resultados das suas actividades de IDI.									25

RESULTADOS	FINANCEIROS E OPERACIONAIS										
	36	As actividades de IDI têm uma contribuição positiva para o desempenho financeiro da organização.									60
	37	O capital intelectual da organização tem uma contribuição positiva para o seu desempenho financeiro.									25
	MERCADO										
	38	A inovação tem um impacto positivo sobre a quota de mercado da organização e sobre a expansão desta para novos mercados.									60
	39	A evolução do peso de novos produtos e serviços no volume de negócios total tem sido positiva.									40
	40	A contribuição da inovação para a imagem e prestígio da organização e dos seus produtos tem sido positiva.									30
	41	As actividades de inovação da organização têm um impacto positivo no sector da actividade.									30
	SOCIEDADE										
42	A actividade de inovação da organização tem um impacto positivo em termos de criação de emprego qualificado e de geração externalidades.									25	
43	A actividade de inovação da organização tem implicações positivas no âmbito do Desenvolvimento Sustentável.									30	

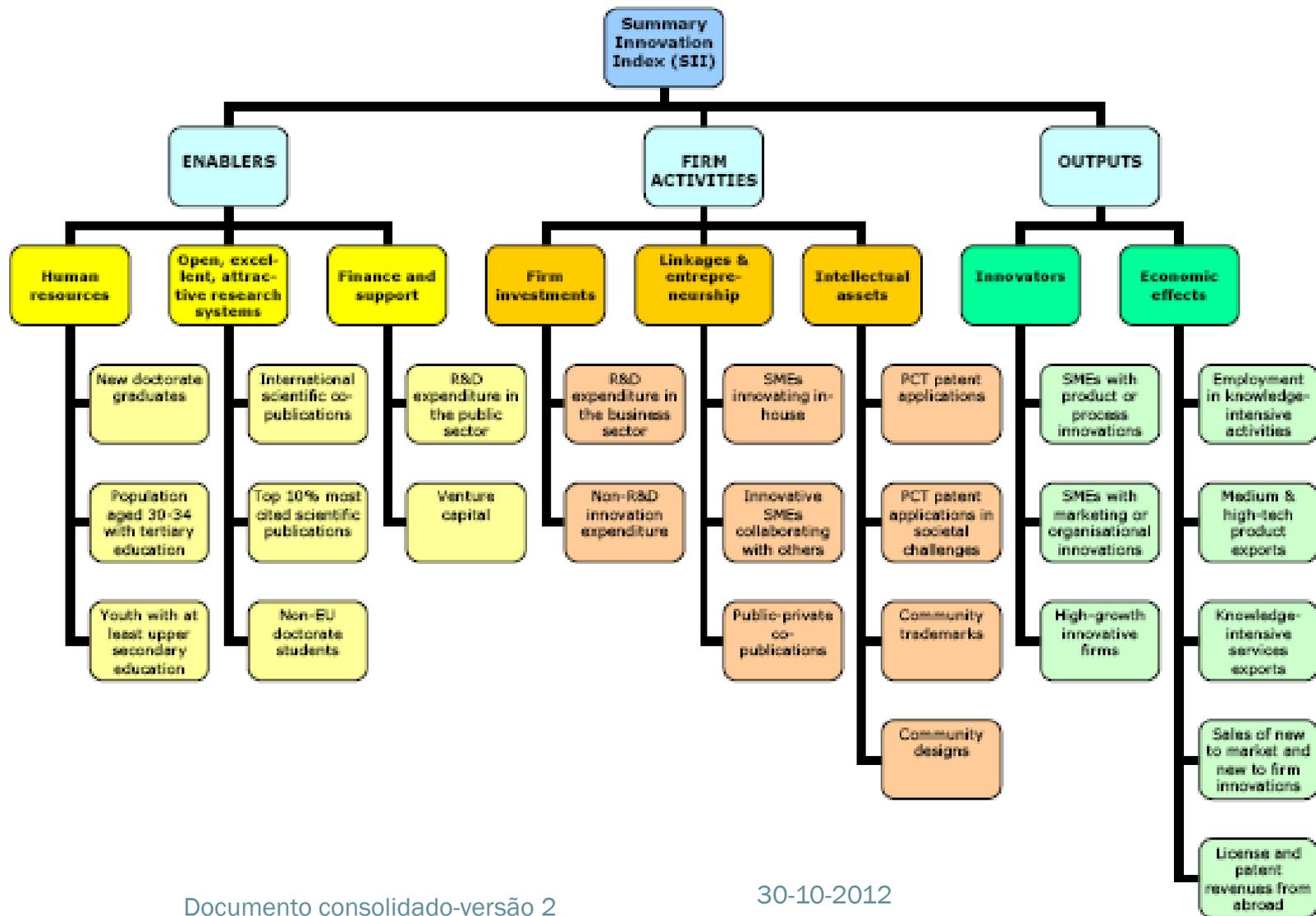
Numa óptica de aferição da Inovação à Escala de um Território, que não de uma Organização,
o Innovation Union Scoreboard (IUS) assenta no seguinte modelo de análise:

Figure 1: Framework of the Innovation Union Scoreboard



Que depois, em cada critério, se desdobram em 25 indicadores, um dos quais se encontra ainda em desenvolvimento pelo EUROSTAT (percentagem de empresas inovadoras com elevado crescimento):

Figure 1: Framework of the Innovation Union Scoreboard



A COTEC desenvolveu igualmente um modelo de avaliação do desempenho de países em matéria de inovação, baseado no seguinte modelo esquemático, desdobrado em diferentes dimensões e pilares:



Janeiro 2012

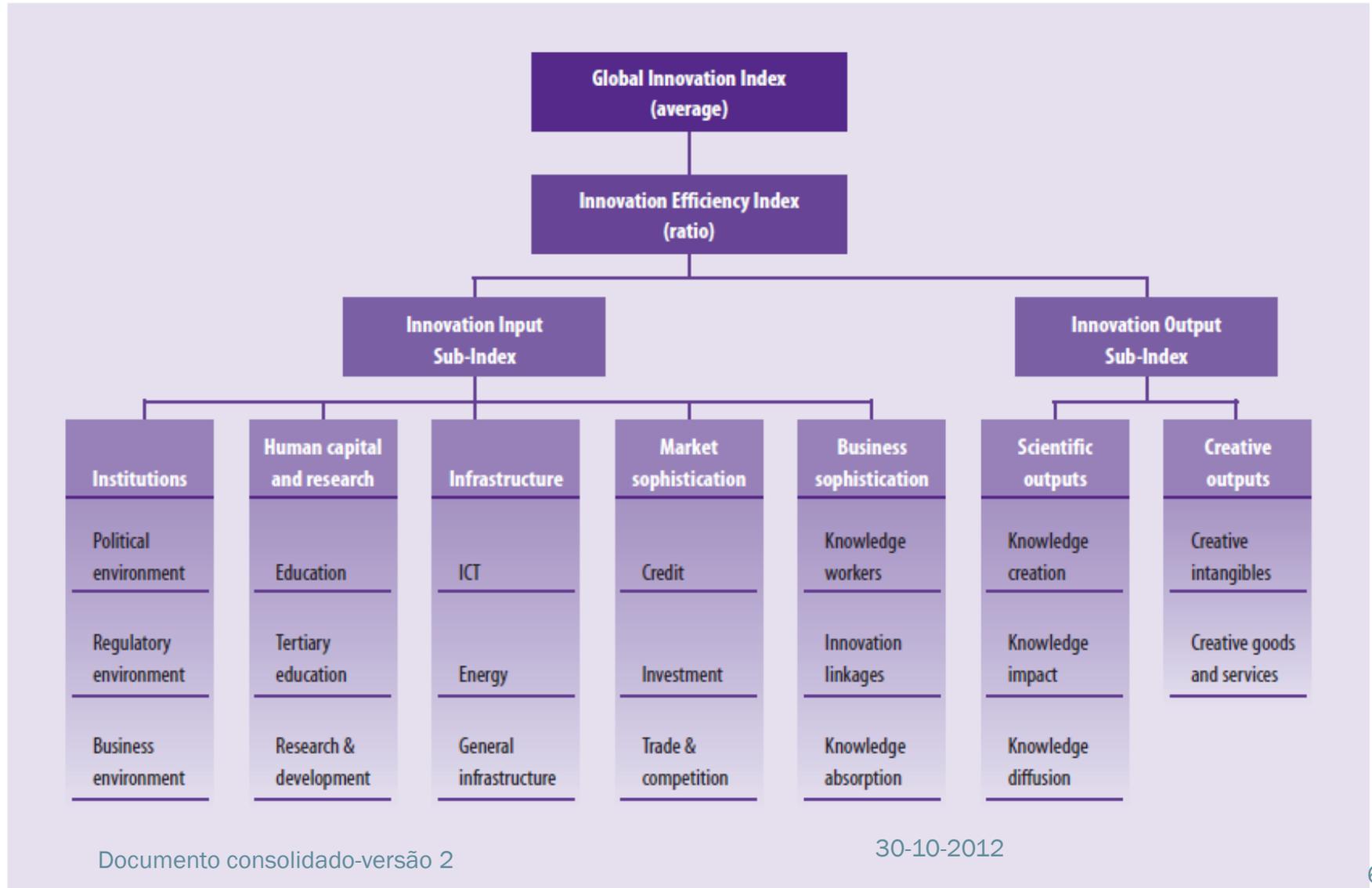


Modelo de Indicadores de IDI
Dimensões e Pilares analisados



GLOBAL INNOVATION INDEX - INSEAD E WIPO

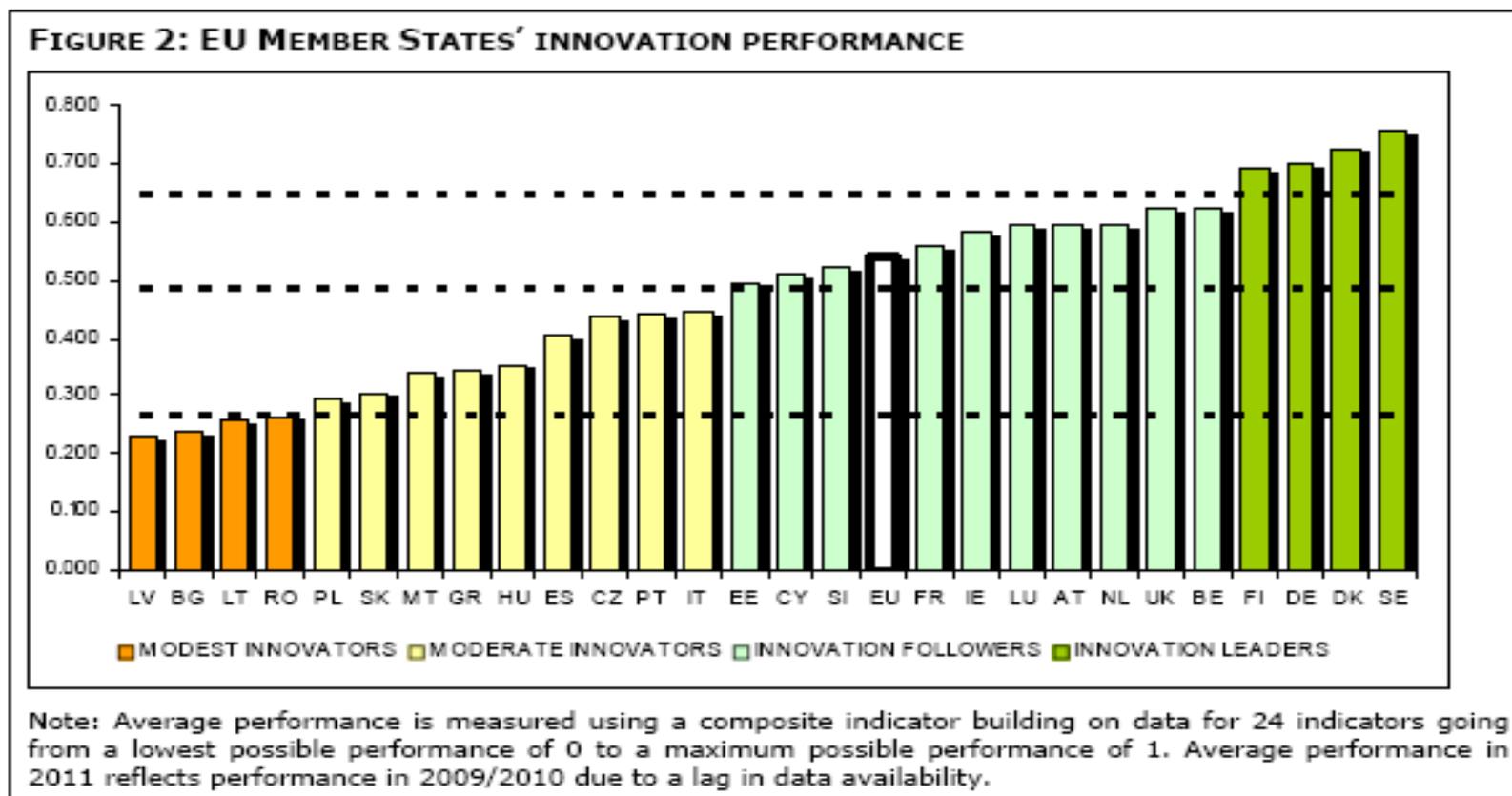
Figure 1: Framework of the Global Innovation Index 2011



II.2.4. POSICIONAMENTO ATUAL DE PORTUGAL

De acordo com os resultados do IUS2011, Portugal ocupa a 16ª posição na UE27, tendo baixado um lugar face a 2010 e fazendo parte da “terceira divisão” de nações neste “campeonato europeu da inovação” (grupo dos “*moderate innovators*”).

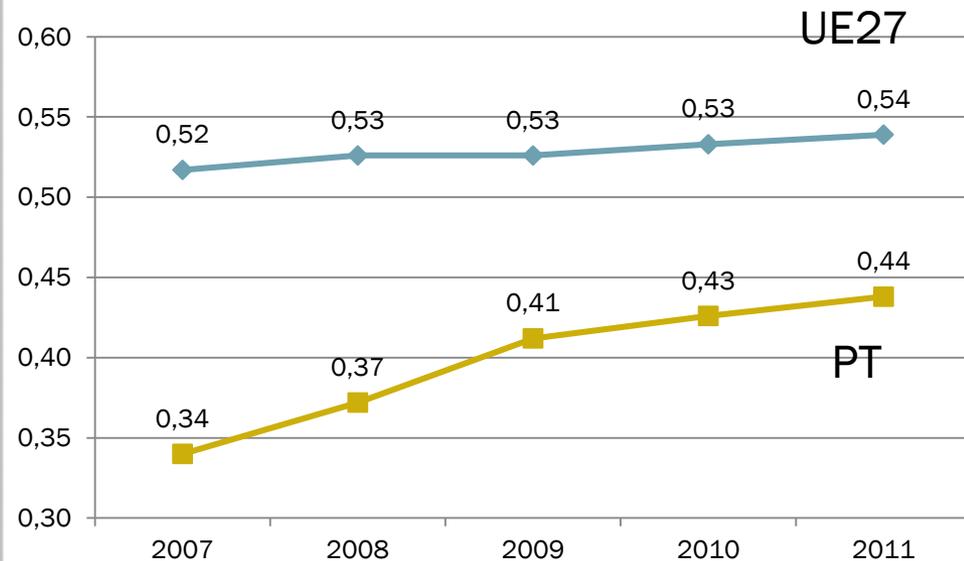
INNOVATION UNION SCOREBOARD 2011



A progressão da UE27 em termos do SII tem sido lenta, sendo que Portugal conseguiu aproximar-se nos últimos anos da média da União Europeia, convergência especialmente vincada em 2008 e 2009, mas com estagnação de convergência a partir de 2010.

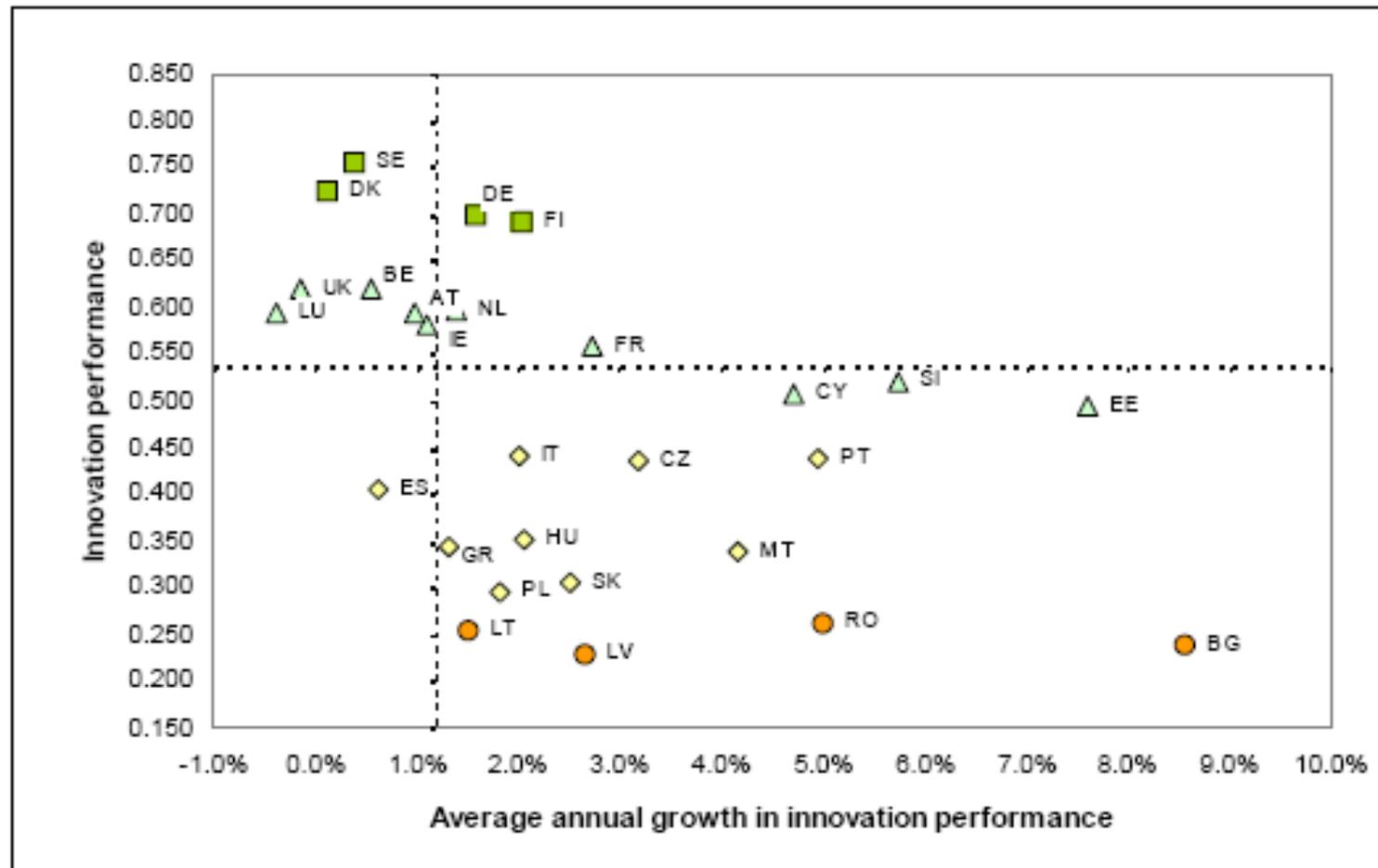
Annex E: Summary Innovation Index (SII) time series

	2007	2008	2009	2010	2011
EU27	0.517	0.526	0.526	0.533	0.539
BE	0.606	0.617	0.604	0.625	0.621
BG	0.173	0.192	0.205	0.216	0.239
CZ	0.397	0.404	0.386	0.400	0.436
DK	0.727	0.718	0.688	0.704	0.724
DE	0.660	0.668	0.693	0.711	0.700
EE	0.395	0.410	0.476	0.492	0.496
IE	0.576	0.597	0.574	0.571	0.582
GR	0.329	0.355	0.343	0.339	0.343
ES	0.397	0.404	0.408	0.410	0.406
FR	0.505	0.515	0.531	0.540	0.558
IT	0.413	0.423	0.424	0.429	0.441
CY	0.418	0.474	0.474	0.483	0.509
LV	0.191	0.205	0.215	0.213	0.230
LT	0.265	0.272	0.242	0.258	0.255
LU	0.610	0.622	0.624	0.651	0.595
HU	0.314	0.316	0.320	0.333	0.352
MT	0.292	0.312	0.345	0.383	0.340
NL	0.570	0.575	0.590	0.595	0.596
AT	0.576	0.593	0.613	0.626	0.595
PL	0.284	0.293	0.292	0.304	0.296
PT	0.340	0.372	0.412	0.426	0.438
RO	0.226	0.242	0.265	0.259	0.263
SI	0.431	0.454	0.485	0.499	0.521
SK	0.295	0.309	0.307	0.322	0.305
FI	0.643	0.642	0.687	0.708	0.691
SE	0.746	0.767	0.753	0.766	0.755
UK	0.620	0.625	0.600	0.599	0.620
HR	0.260	0.269	0.283	0.281	0.310
TR	0.181	0.191	0.200	0.208	0.213
IS	0.543	0.573	0.586	0.616	0.603
NO	0.458	0.471	0.472	0.485	0.478
CH	0.779	0.805	0.821	0.818	0.833
RS	0.252	0.259	0.257	0.284	0.282
MK	0.225	0.224	0.237	0.252	0.252



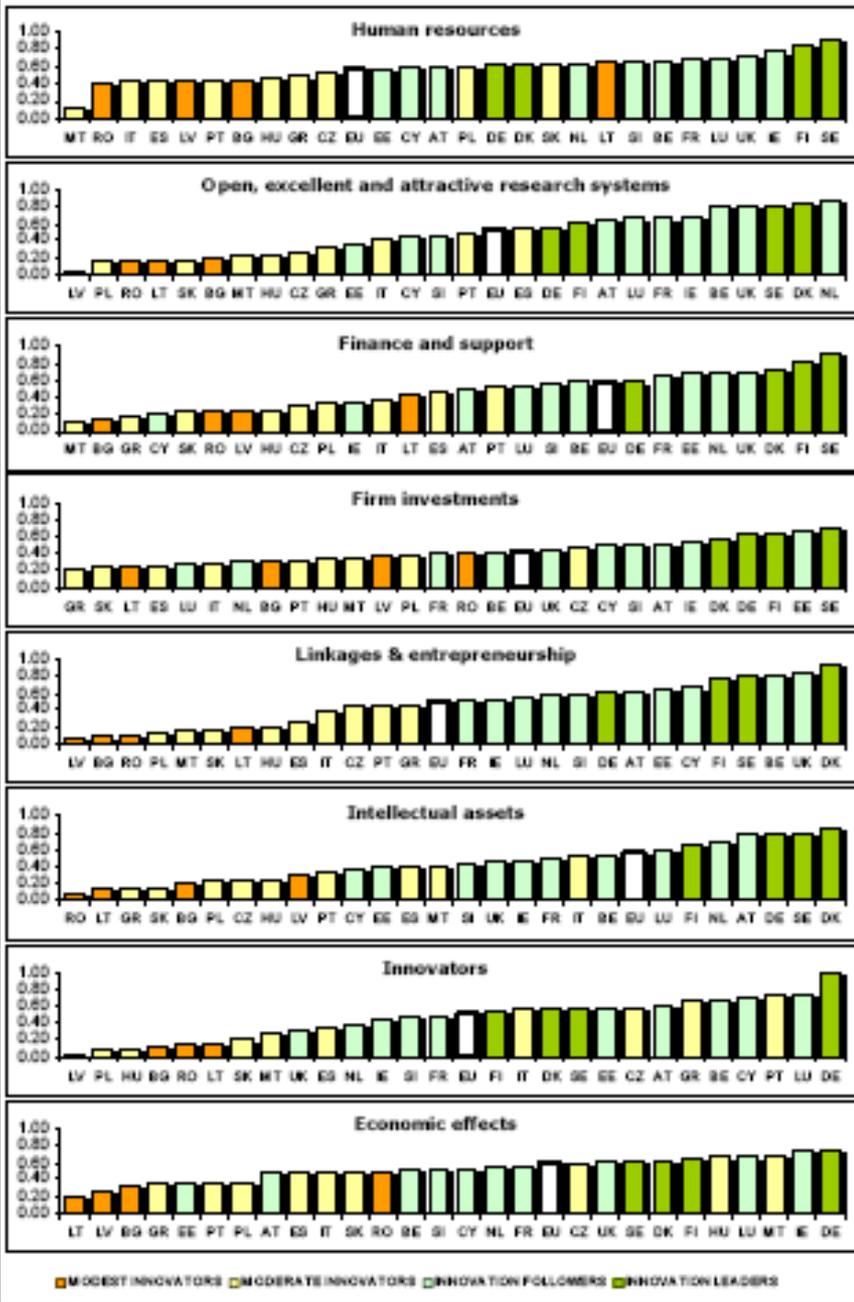
Portugal situa-se portanto abaixo da média mas com um progresso acima do verificado em média na UE27 ao longo dos últimos cinco anos.

FIGURE 5: CONVERGENCE IN INNOVATION PERFORMANCE



Colour coding matches the groups of countries identified in Section 3.1. Average annual growth rates as calculated over a five-year period. Total growth can be derived by multiplying the average annual growth rate by 4. The dotted lines show EU27 performance and growth.

FIGURE 8: MEMBER STATES' INNOVATION PERFORMANCE PER DIMENSION



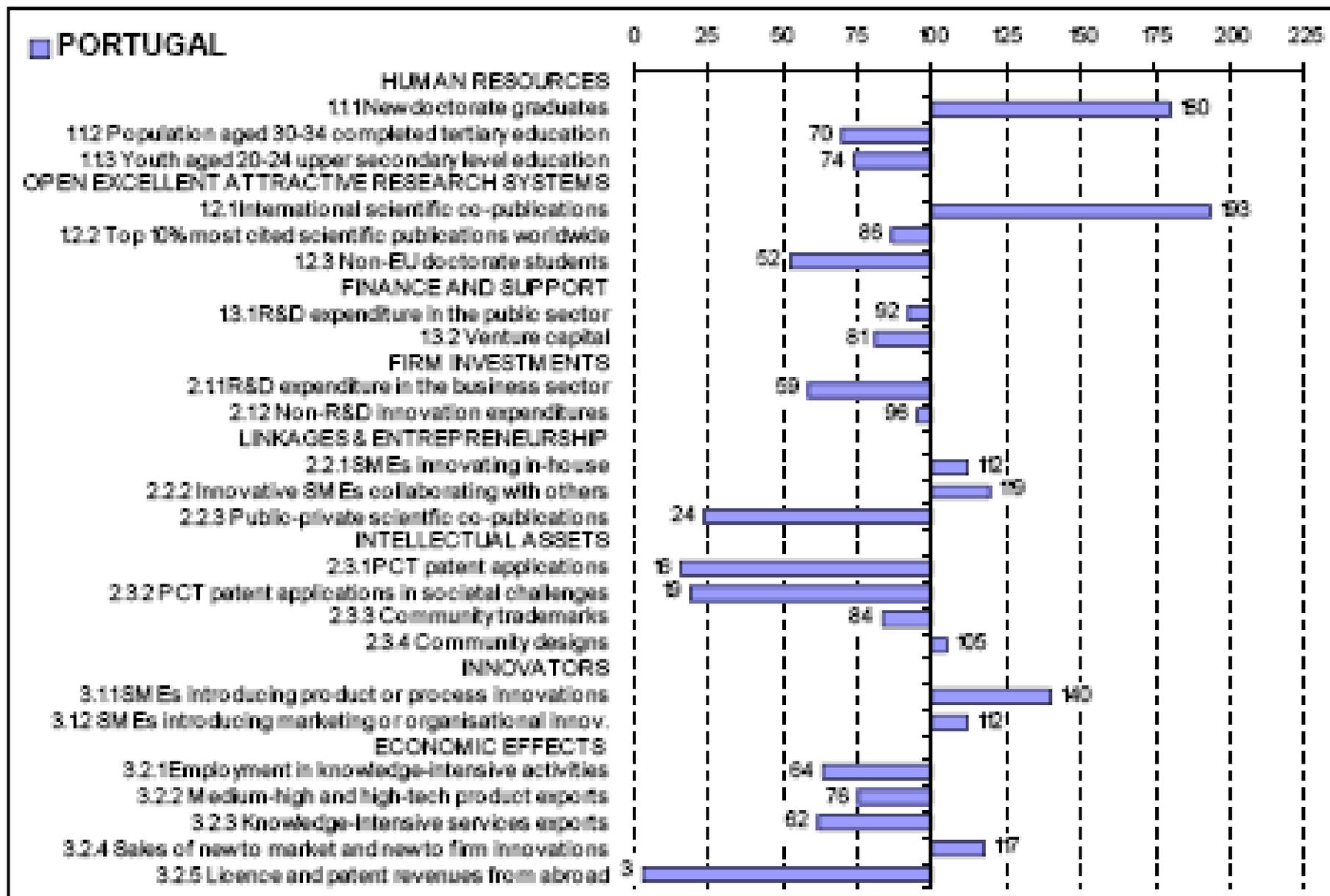
Numa análise mais fina, a posição ocupada por Portugal, nas oito dimensões consideradas, é a seguinte:

Recursos Humanos	22º
Sistemas de Investigação	13º
Financiamento e Apoio	12º
Investimentos de Empresas	19º
Ligações e Empreendedorismo	16º
Activos Intelectuais	18º
Inovadores	3º
Efeitos Económicos	22º

As dimensões mais frágeis são então as seguintes:

- Efeitos Económicos da IDI
- Recursos Humanos
- Investimentos de Empresas
- Activos Intelectuais

Uma análise ainda mais fina, ao nível dos 25 indicadores considerados pelo IUS, mostra o seguinte:



Indicator values relative to the EU27 (EU27=100).

Portugal situa-se abaixo de 75% da média da UE27 nos seguintes indicadores, assinalando-se a **negrito** aqueles com valores inferiores a 25%:

- Percentagem da População com 30-34 anos e curso superior terminado (70)
- Percentagem da População com 20-24 anos e curso secundário terminado (74)
- Percentagem de Alunos de Doutoramento que não são da EU (52)
- Investimento Privado em I&D em Percentagem do PIB (59)
- **Co-publicações entre sector público e sector privado (24)**
- **Patentes Internacionais (PCT) em função do PIB (18)**
- **Patentes Internacionais (PCT) que respeitam a desafios sociais em função do PIB (19)**
- Percentagem de Emprego em Actividades Intensivas em Conhecimento (64)
- Percentagem das Exportações de Serviços que são Intensivos em Conhecimento (62)
- **Receitas Internacionais de Patentes e Licenciamentos de PI em Percentagem do PIB (3)**

Uma vez que os indicadores centrados em Capital Humano serão estudados noutra eixo, importa ter em especial atenção o restante conjunto de indicadores, especialmente aqueles onde o ponto de partida de Portugal apresenta evidentes fragilidades, sendo tal tido em especial consideração mais à frente, no que diz respeito a objectivos a alcançar e acções a desenvolver.

Os Rankings de Instituições de Ensino Superior (IES) são Limitados mas Dizem Bastante, evidenciando que deste ponto de vista há ainda um longo progresso a efectuar!

Ranking Times Higher Education

Universidade	2005	2006	2007	2008	2009	2010
UC	452	266	319	387	366	
UNL	340	277	341	401-500	401-500	
UCP	391	338	401-500	401-500	501-600	
UP	-	-	-	500+	501-600	

2011

Aveiro em 301-350

Porto em 301-350

Coimbra em 351-400

UNL em 351-400

Ranking QS

Universidade	2005	2006	2007	2008	2009	2010
UC	452	266	319	387	366	396
UNL	340	277	341	401-500	401-500	384
UCP	391	338	401-500	401-500	501-600	501-550
UP	-	-	-	500+	501-600	451-500

2011

394

401-450

-

401-450

Ranking Xangai

IES	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
UL	351-400	404-502	401-500	-	403-510	403-510	402-501	400-500
UP					403-510	403-510	402-501	400-500

2011

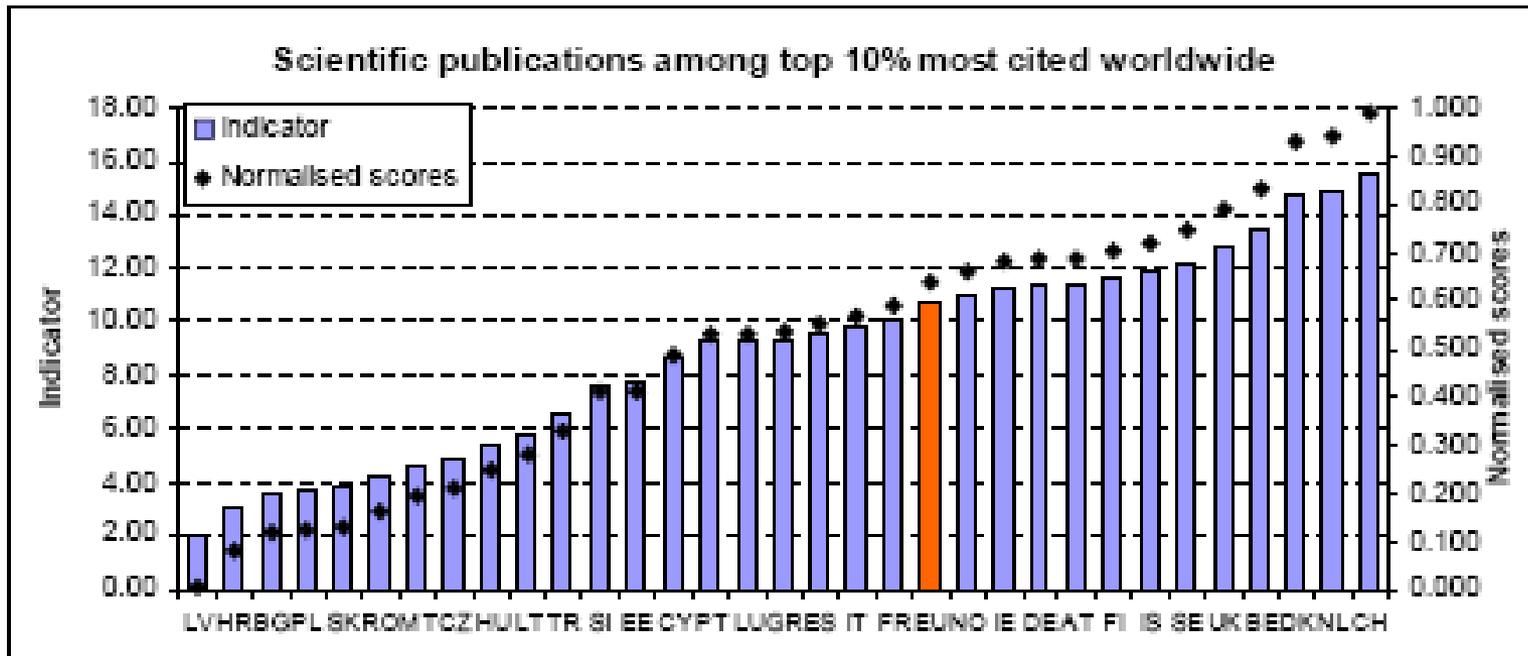
401-500

301-400

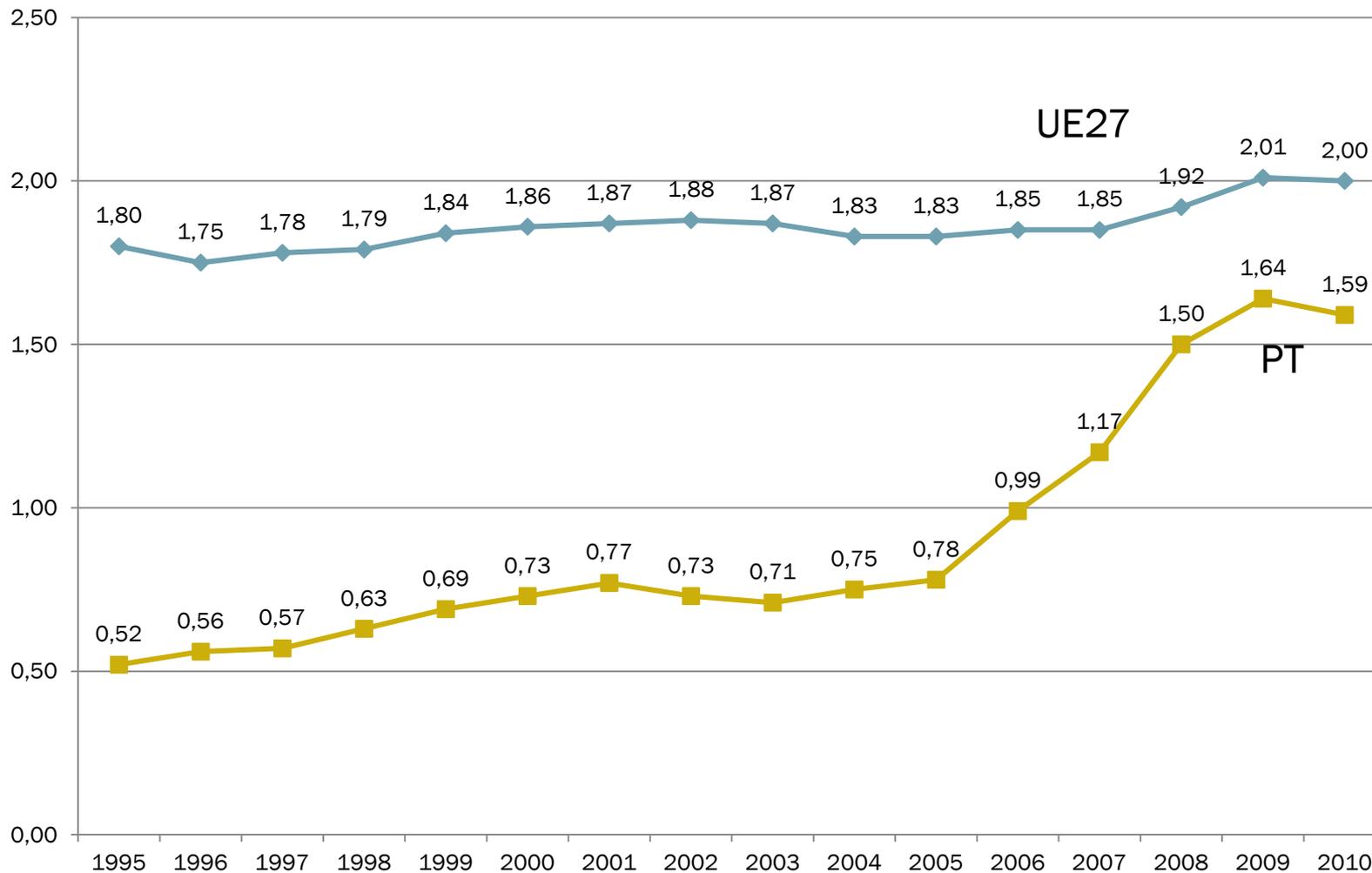
Ao contrário de muitos outros países, Portugal não tem qualquer IES em nenhum dos principais rankings internacionais, entre as 200 melhores do mundo.

Portugal Próximo da Média da UE27

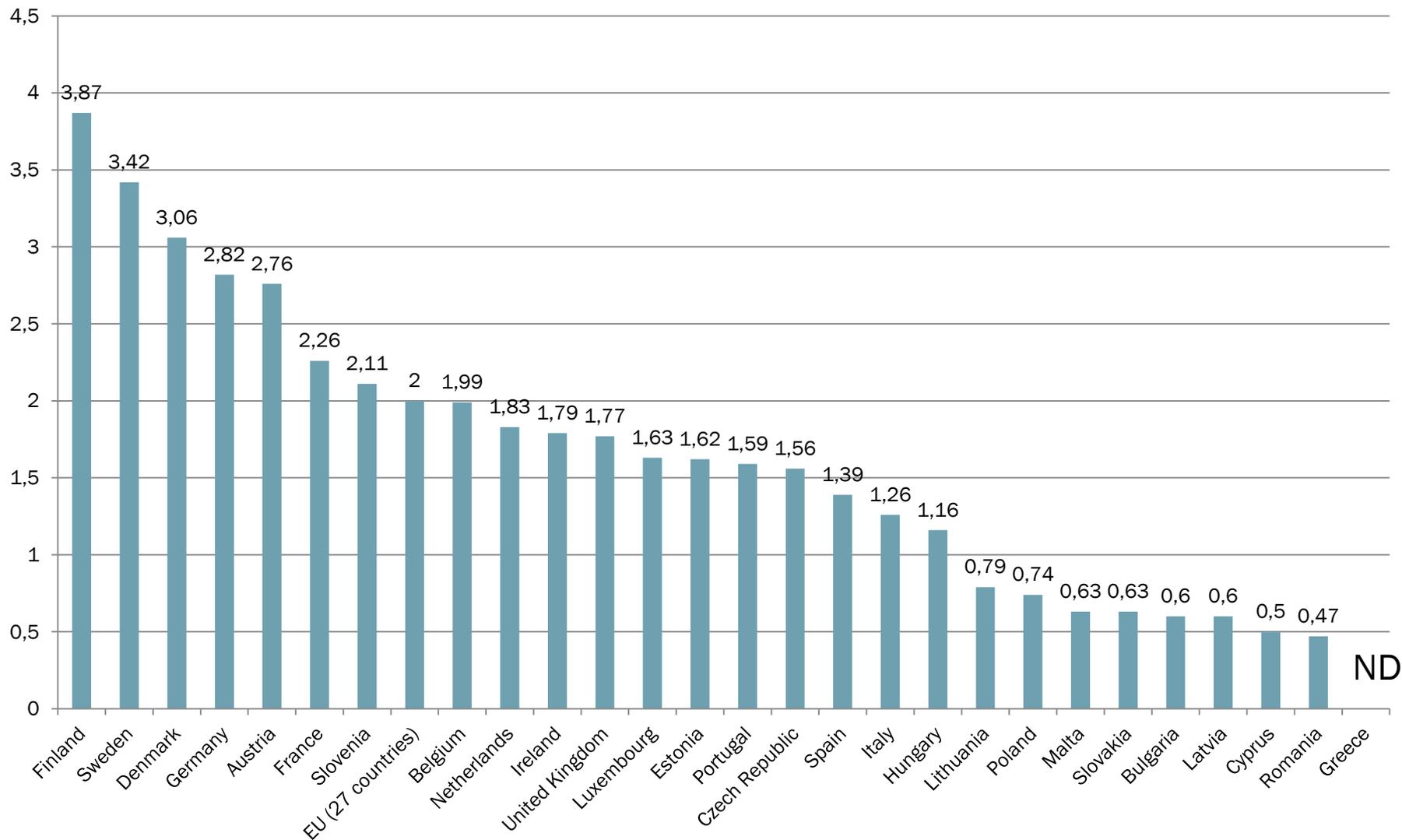
1.2.2 Scientific publications among the top-10% most cited publications worldwide as % of total scientific publications of the country



Despesas em I&D como Percentagem do PIB (dados EUROSTAT a 27 Fev 2012)



Despesas em I&D como Percentagem do PIB em 2010 (dados EUROSTAT a 27 Fev 2012)

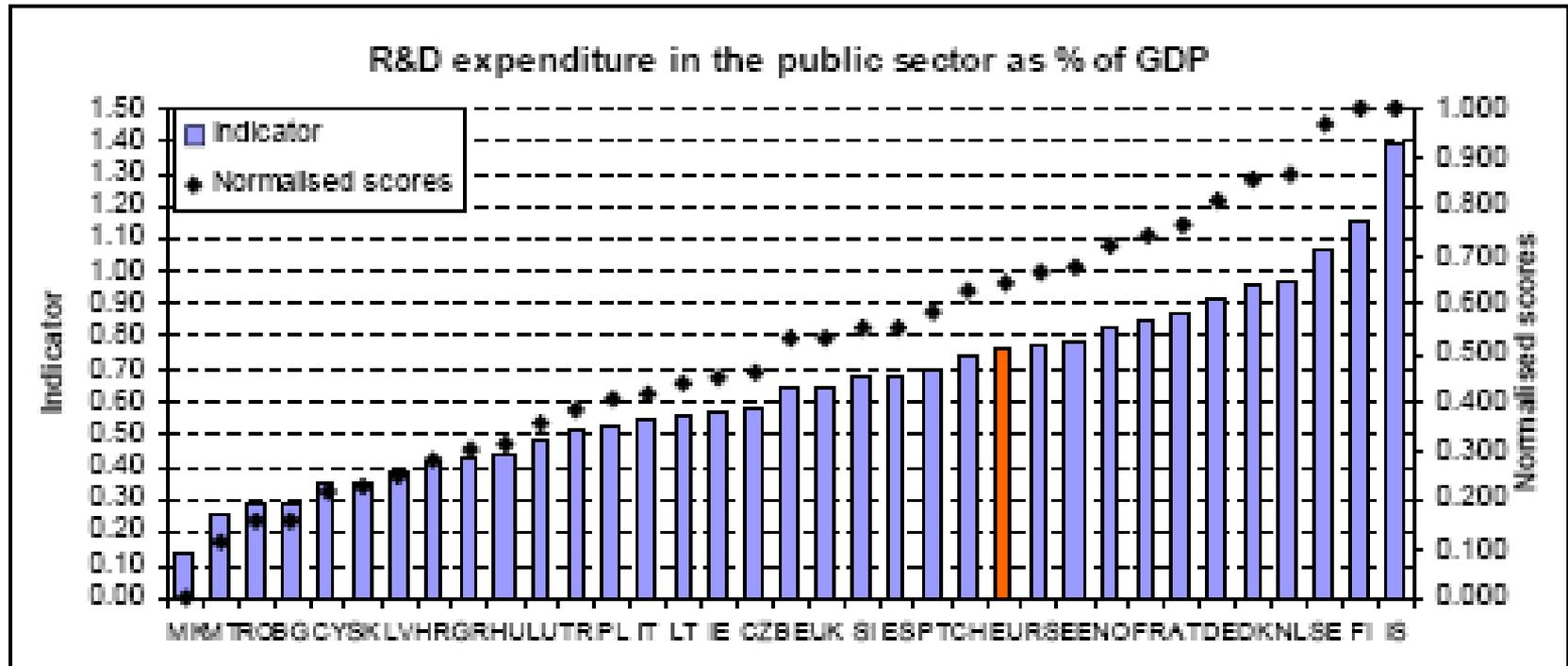


30-10-2012

I&D

Portugal Próximo da Média da UE27

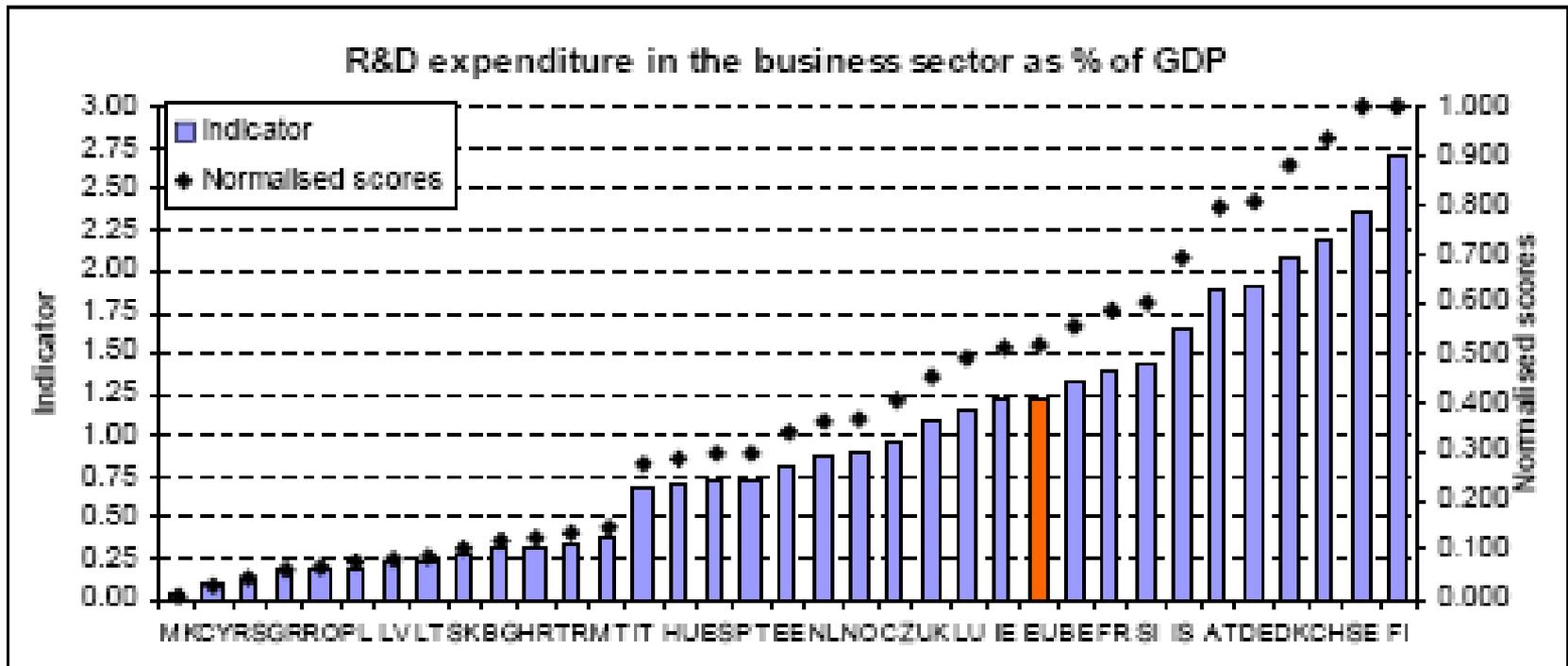
1.3.1 R&D expenditure in the public sector as % of GDP



I&D

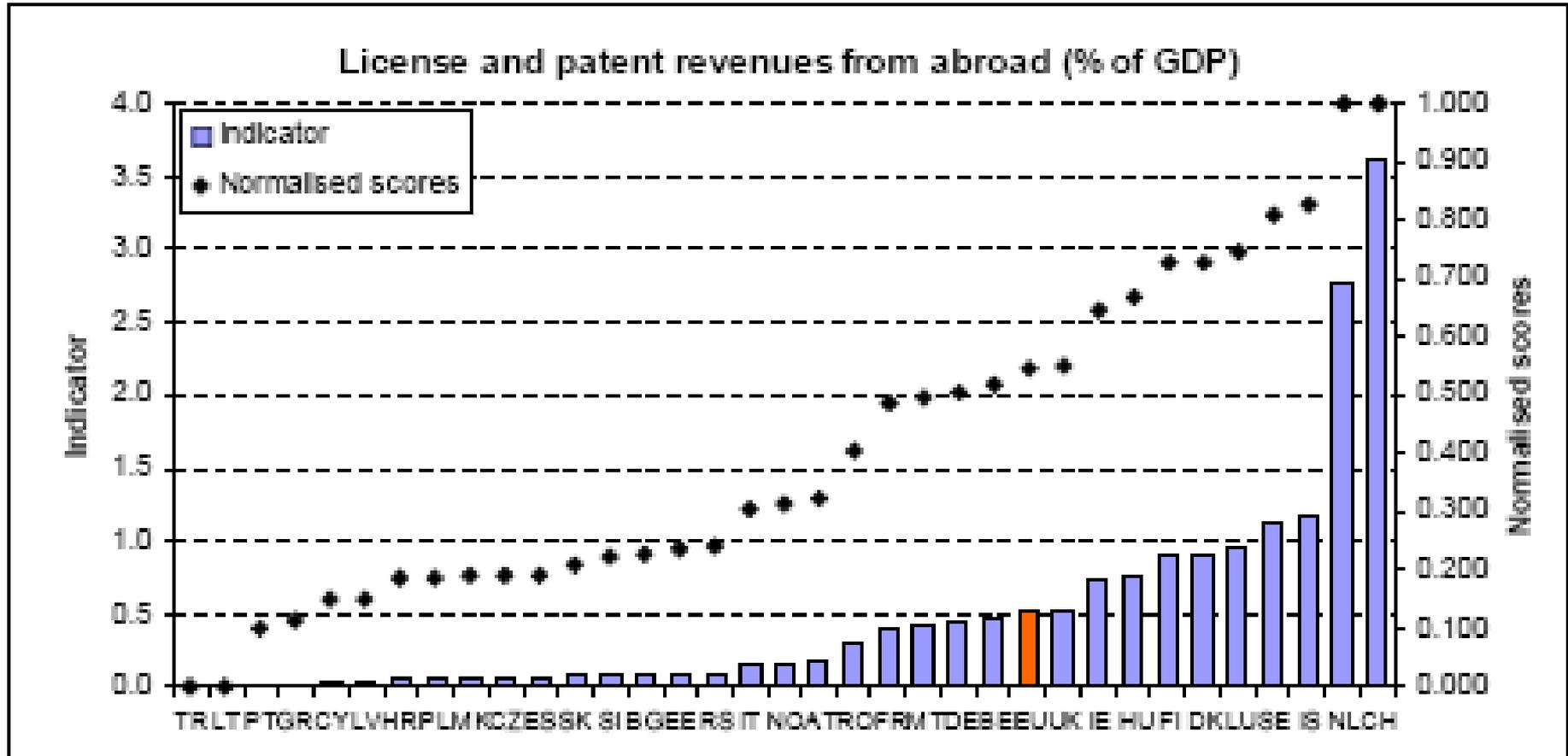
Portugal a 60% da Média da UE27

2.1.1 R&D expenditure in the business sector as % of GDP



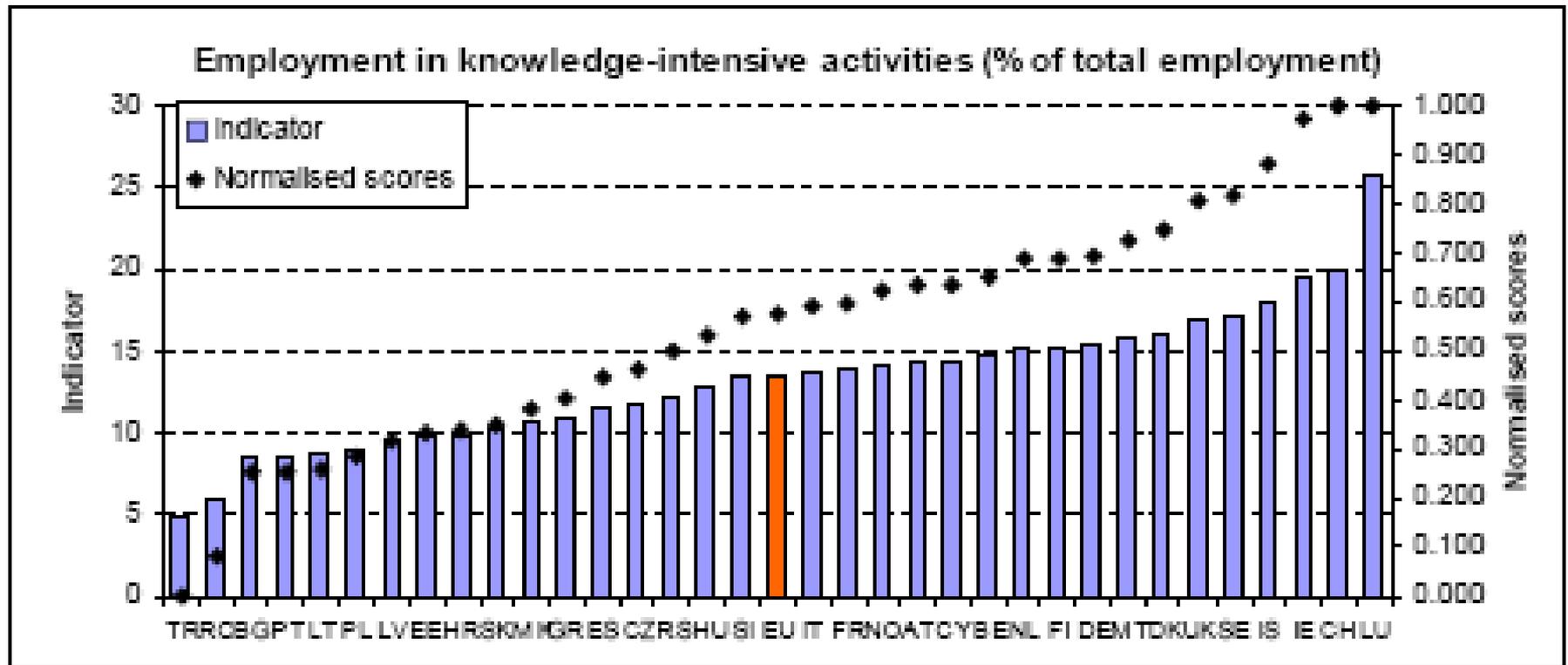
26º lugar na EU 27

3.2.5 License and patent revenues from abroad as % of GDP



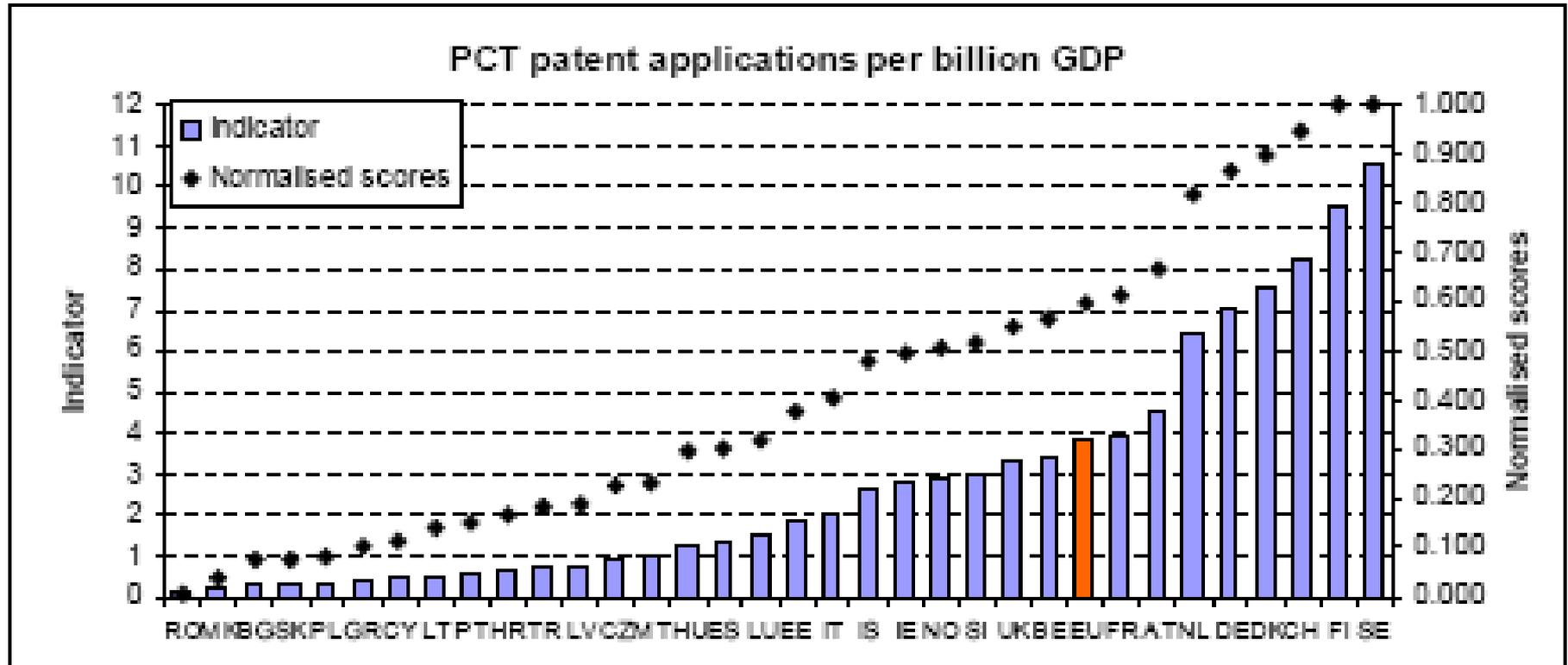
25º lugar na UE27

3.2.1 Employment in knowledge-intensive activities as % of total employment

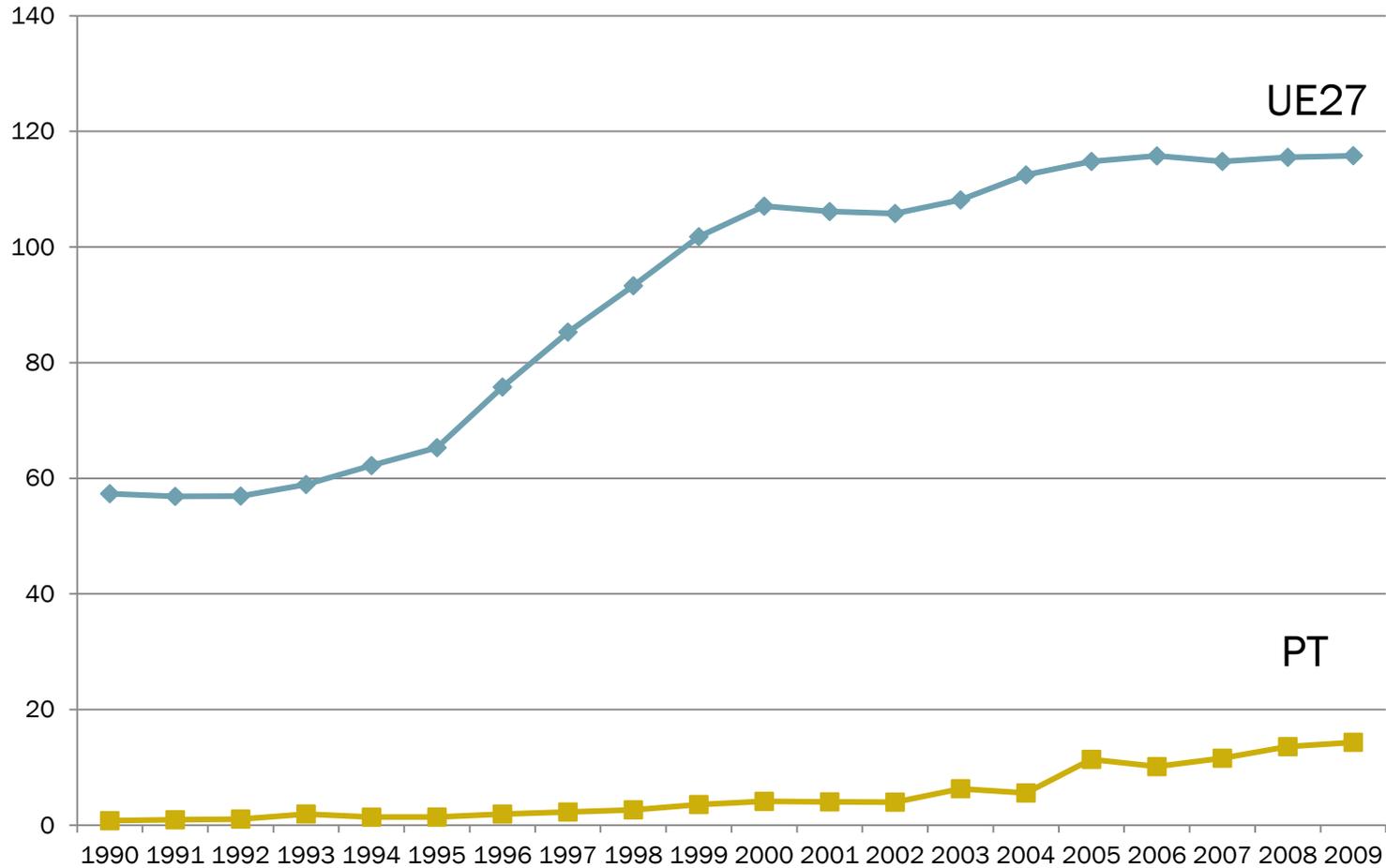


20º lugar na UE27

2.3.1 PCT patent applications per billion GDP (in PPP€)



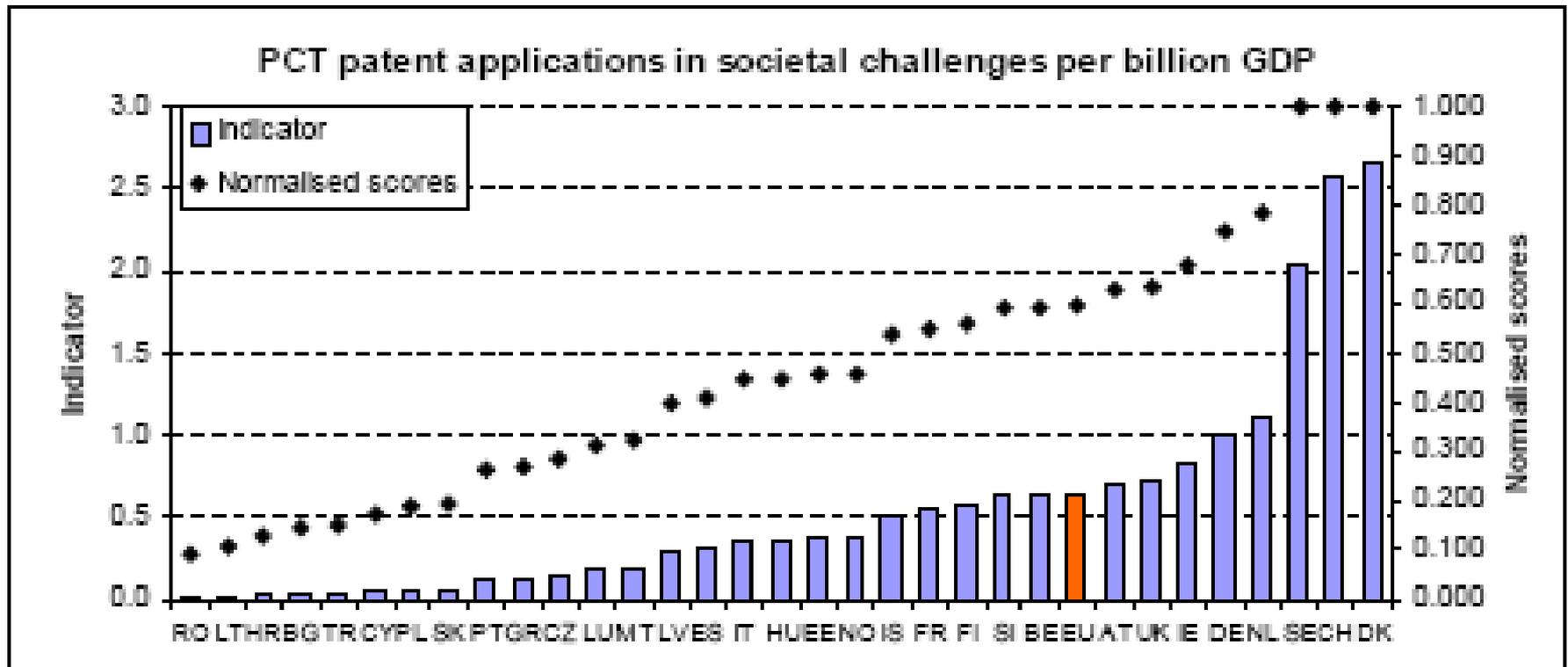
Pedidos de Patente no EPO por Milhão de Habitantes



Fonte: EUROSTAT (23 Março 2012)

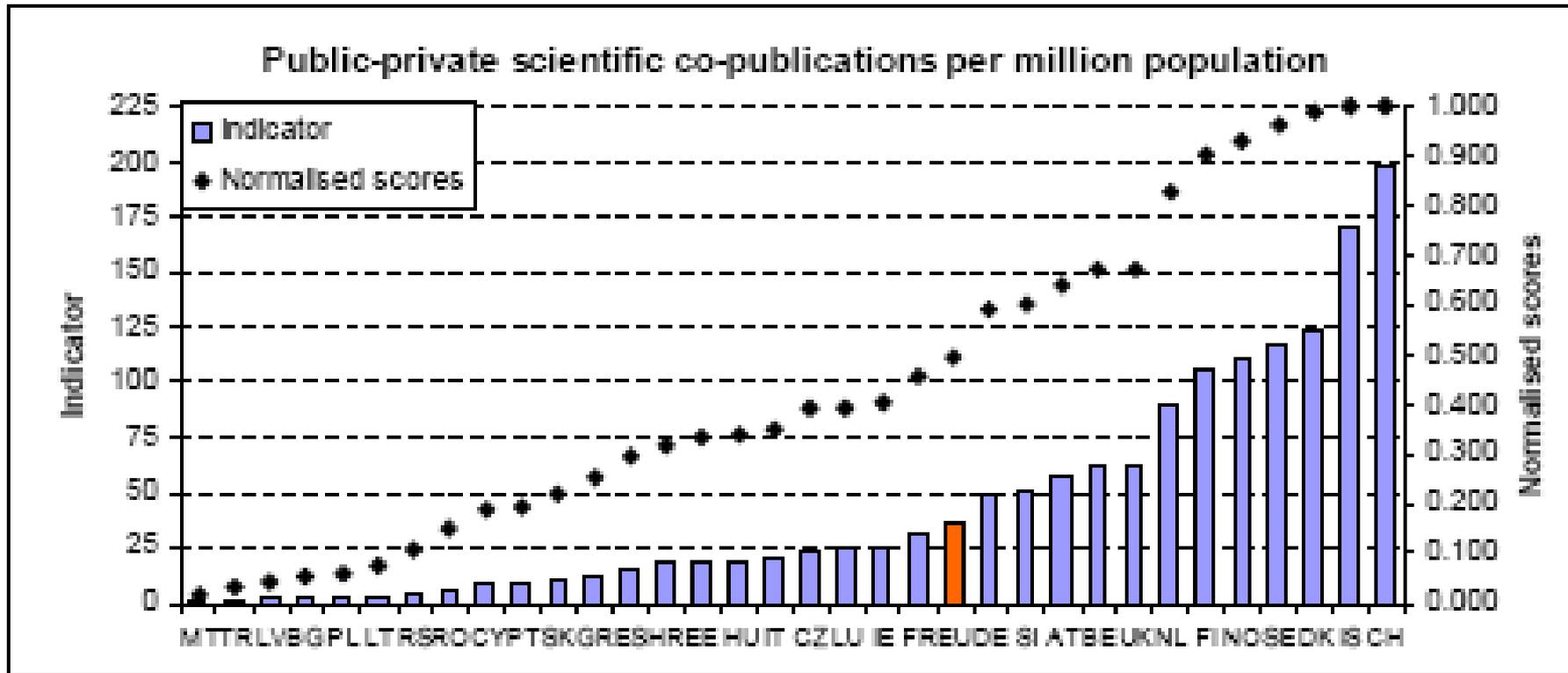
20º lugar na UE27

2.3.2 PCT patent applications in societal challenges per billion GDP (in PPPE)

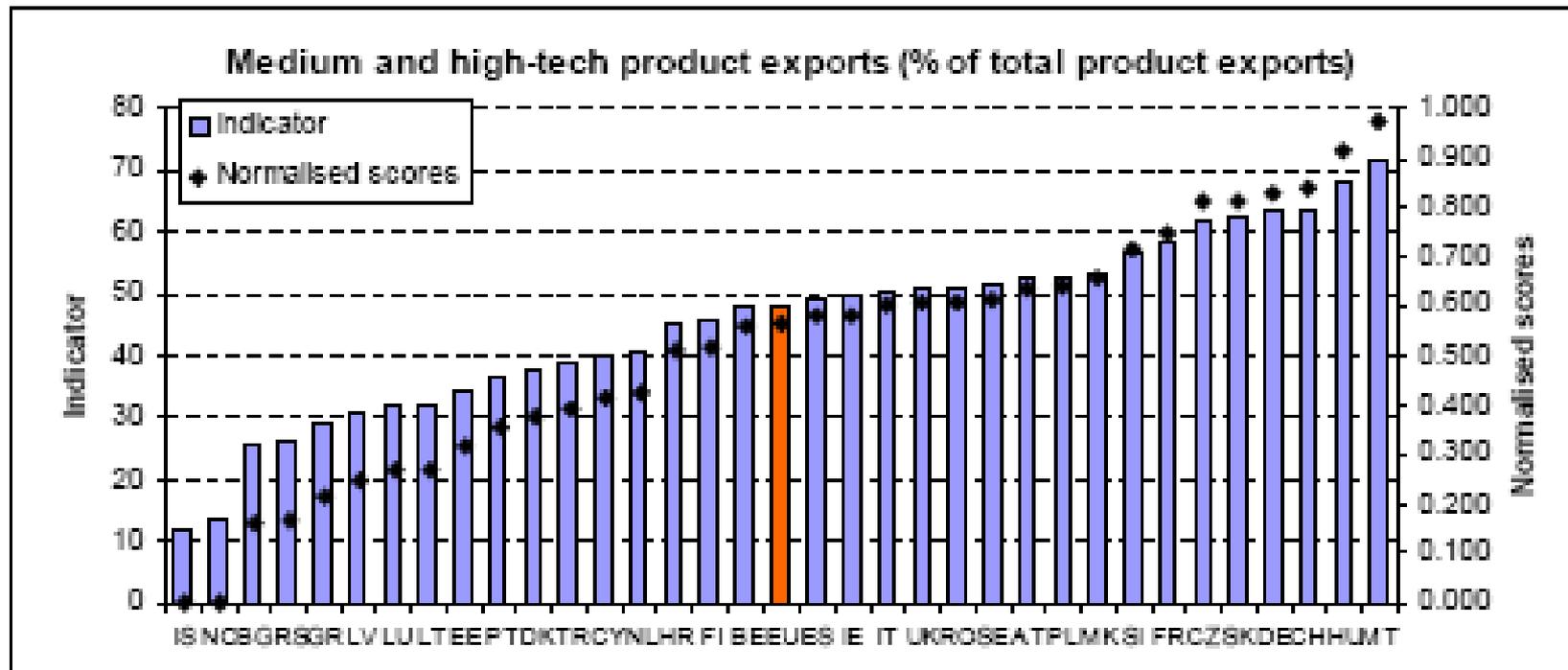


20º lugar na UE27

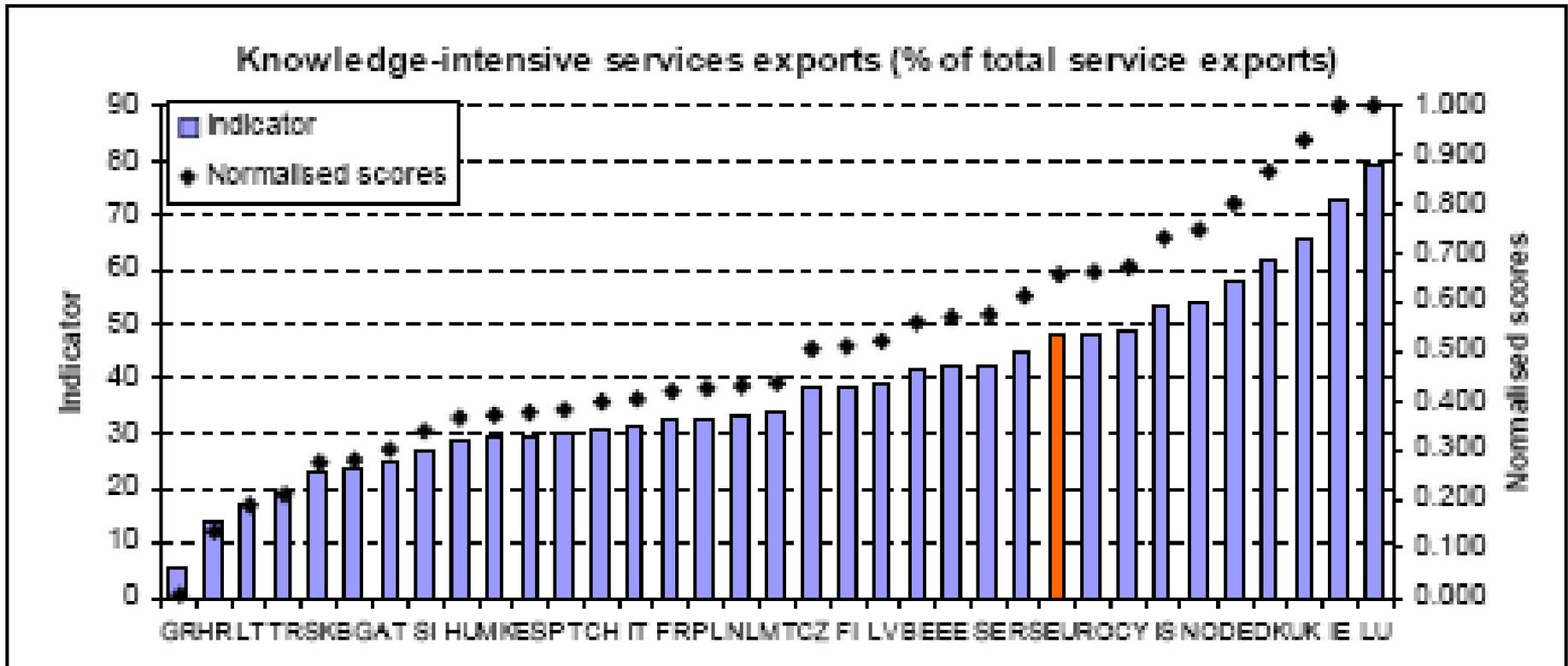
2.2.3 Public-private scientific co-publications per million population



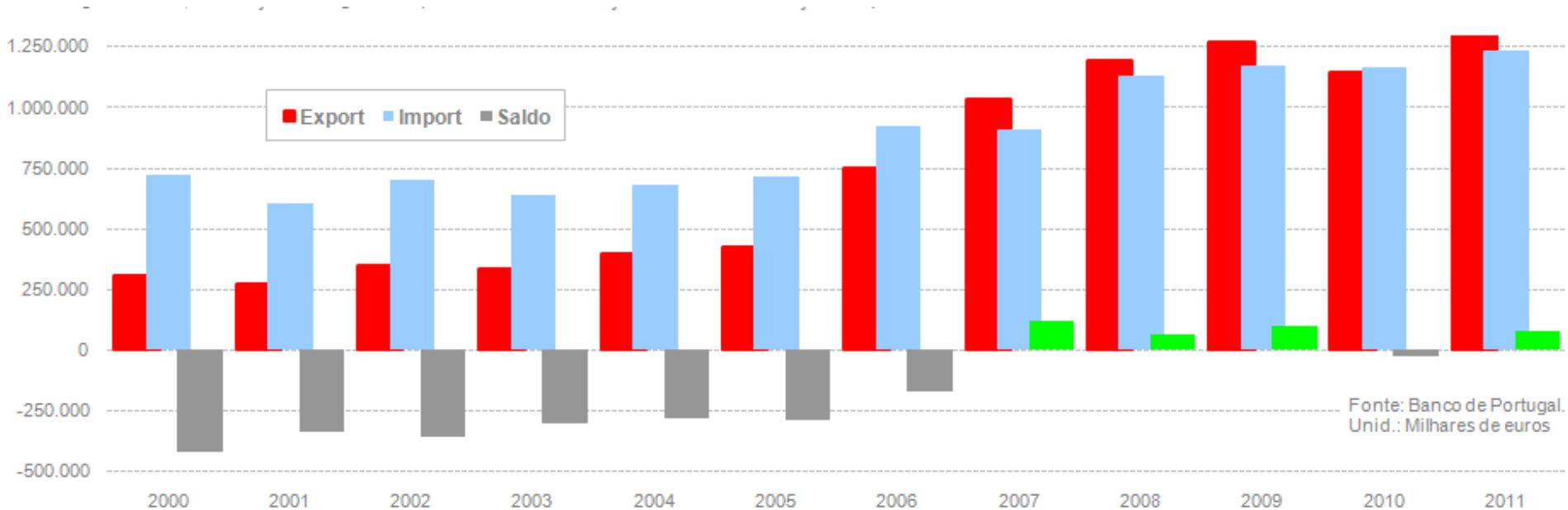
3.2.2 Medium and high-technology product exports as % of total product exports



3.2.3 Knowledge-intensive services exports as % of total services exports

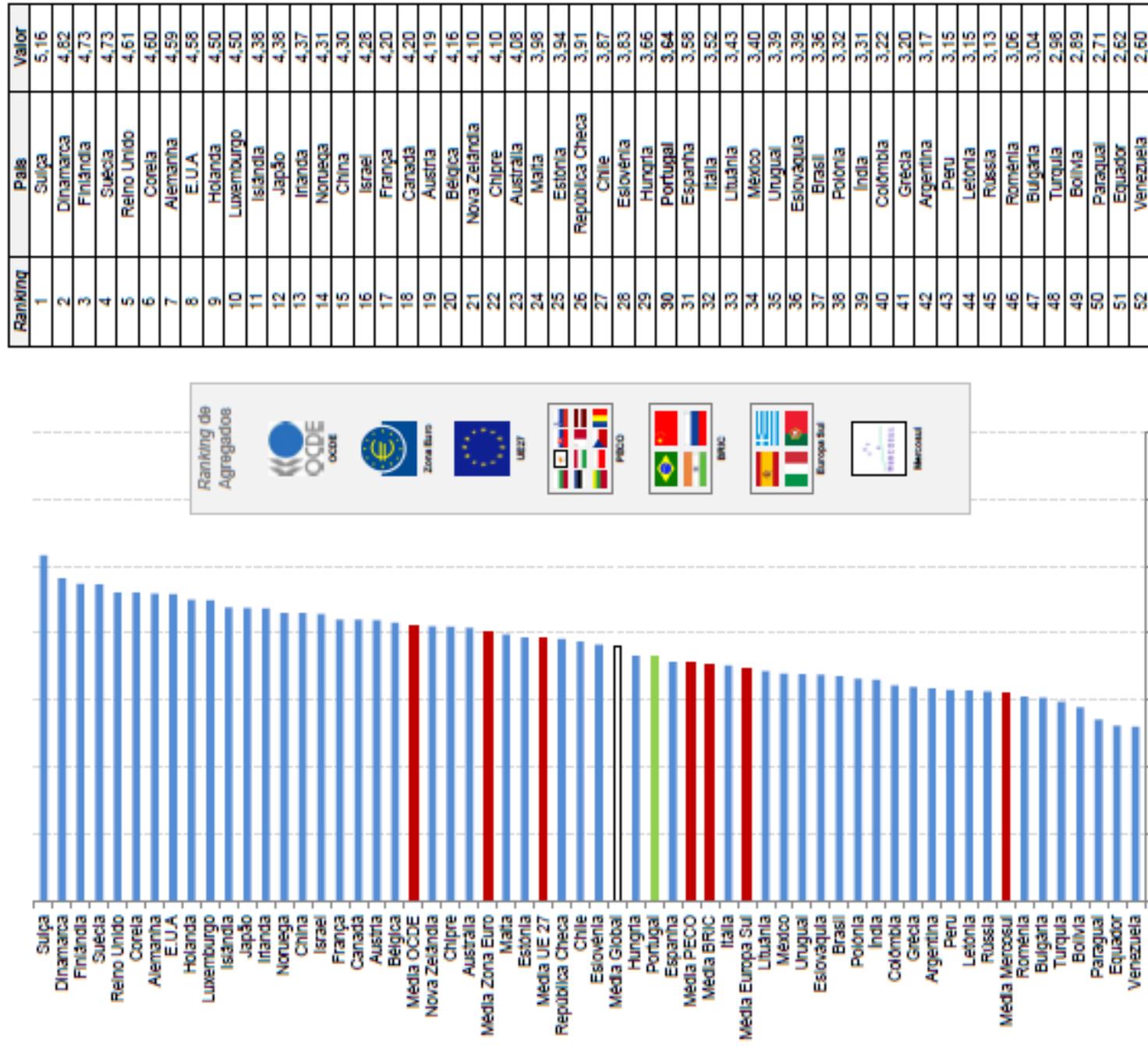


Evolução da Balança Tecnológica de Portugal



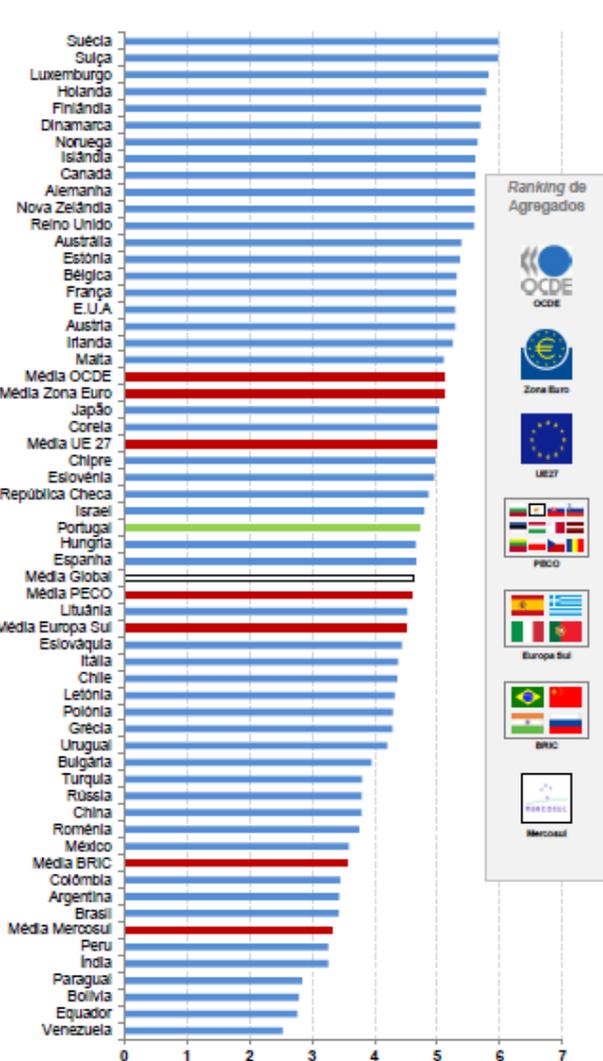
Fonte: AICEP, a 4 de Março de 2012

Indicadores de Posicionamento relativo de Portugal Posicionamento Global



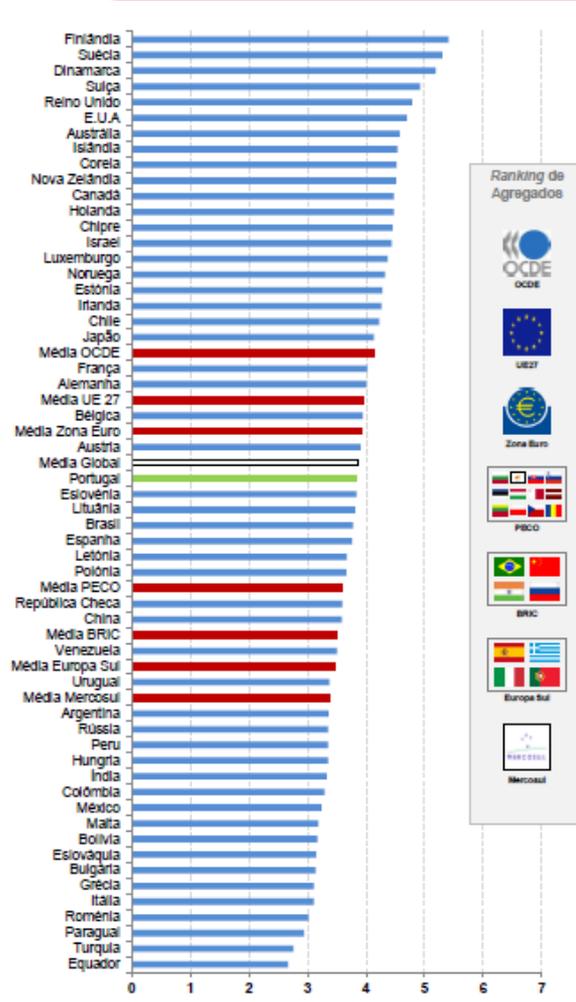
* Globalmente, Portugal encontra-se na 30ª posição de entre 52 países analisados, tendo caído uma posição relativamente a 2010. Contudo, o valor de índices global subiu 0,12 pontos para 3,64, mantendo-se muito próximo da média global dos países analisados (3,81).

Indicadores de Posicionamento relativo de Portugal
Posicionamento Global – Dimensão Condições



Ranking	País	Valor
1	Suécia	5,98
2	Suíça	5,97
3	Luxemburgo	5,82
4	Holanda	5,79
5	Finlândia	5,70
6	Dinamarca	5,70
7	Noruega	5,65
8	Islândia	5,61
9	Canadá	5,60
10	Alemanha	5,60
11	Nova Zelândia	5,60
12	Reino Unido	5,60
13	Austrália	5,38
14	Estónia	5,36
15	Bélgica	5,31
16	França	5,31
17	E.U.A	5,29
18	Áustria	5,28
19	Irlanda	5,25
20	Malta	5,10
21	Japão	5,03
22	Coreia	5,01
23	Chipre	4,97
24	Eslóvenia	4,95
25	República Checa	4,86
26	Israel	4,80
27	Portugal	4,72
28	Hungria	4,66
29	Espanha	4,64
30	Lituânia	4,52
31	Eslóvaquia	4,43
32	Itália	4,37
33	Chile	4,36
34	Letónia	4,32
35	Polónia	4,30
36	Grécia	4,28
37	Uruguai	4,20
38	Bulgária	3,95
39	Turquia	3,80
40	Rússia	3,79
41	China	3,79
42	Roménia	3,75
43	México	3,59
44	Colômbia	3,45
45	Argentina	3,43
46	Brasil	3,42
47	Peru	3,26
48	Índia	3,26
49	Paraguai	2,84
50	Bolívia	2,79
51	Equador	2,77
52	Venezuela	2,53

Indicadores de Posicionamento relativo de Portugal
Posicionamento Global – Dimensão Recursos



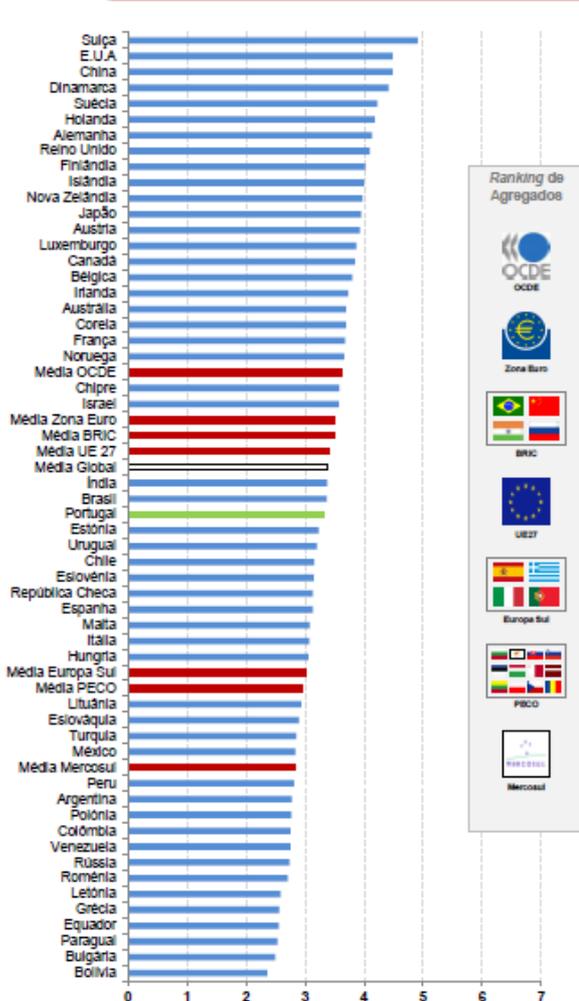
Ranking	País	Valor
1	Finlândia	5,41
2	Suécia	5,30
3	Dinamarca	5,19
4	Suíça	4,92
5	Reino Unido	4,79
6	E.U.A	4,69
7	Austrália	4,57
8	Islândia	4,54
9	Coreia	4,52
10	Nova Zelândia	4,51
11	Canadá	4,47
12	Holanda	4,47
13	Chipre	4,45
14	Israel	4,44
15	Luxemburgo	4,37
16	Noruega	4,33
17	Estónia	4,28
18	Irlanda	4,26
19	Chile	4,23
20	Japão	4,14
21	França	4,02
22	Alemanha	4,00
23	Bélgica	3,95
24	Áustria	3,91
25	Portugal	3,84
26	Eslóvenia	3,84
27	Lituânia	3,81
28	Brasil	3,78
29	Espanha	3,76
30	Letónia	3,67
31	Polónia	3,66
32	República Checa	3,59
33	China	3,59
34	Venezuela	3,50
35	Uruguai	3,38
36	Argentina	3,36
37	Rússia	3,35
38	Peru	3,35
39	Hungria	3,35
40	Índia	3,33
41	Colômbia	3,29
42	México	3,24
43	Malta	3,19
44	Bolívia	3,17
45	Eslóvaquia	3,15
46	Bulgária	3,13
47	Grécia	3,11
48	Itália	3,11
49	Roménia	3,01
50	Paraguai	2,94
51	Turquia	2,76
52	Equador	2,67

• Face aos resultados obtidos para o ano transacto, Portugal apresenta uma subida de 2 posições no ranking de países para a dimensão Condições, tendo subido em valores absolutos de 4,50 para 4,72. Desta subida resultou um maior distanciamento positivo face a Média Global (4,61), apresentando agora Portugal o valor mais elevado para os países da Europa do Sul.

• No que concerne a dimensão Recursos, Portugal registou um aumento no seu índice de 3,61 para 3,84, o que originou a subida de uma posição no ranking desta dimensão face a 2010. Tal como no ano passado, Portugal continua abaixo da Média Global, de 3,88, apresentando no entanto um valor muito próximo da mesma. Relativamente a agrupamentos de países, Portugal encontra-se apenas 3 posições abaixo da média da Zona Euro, e apresenta-se novamente como líder dos países da Europa do Sul.

Também aqui a posição mais frágil se situa na Dimensão Resultados

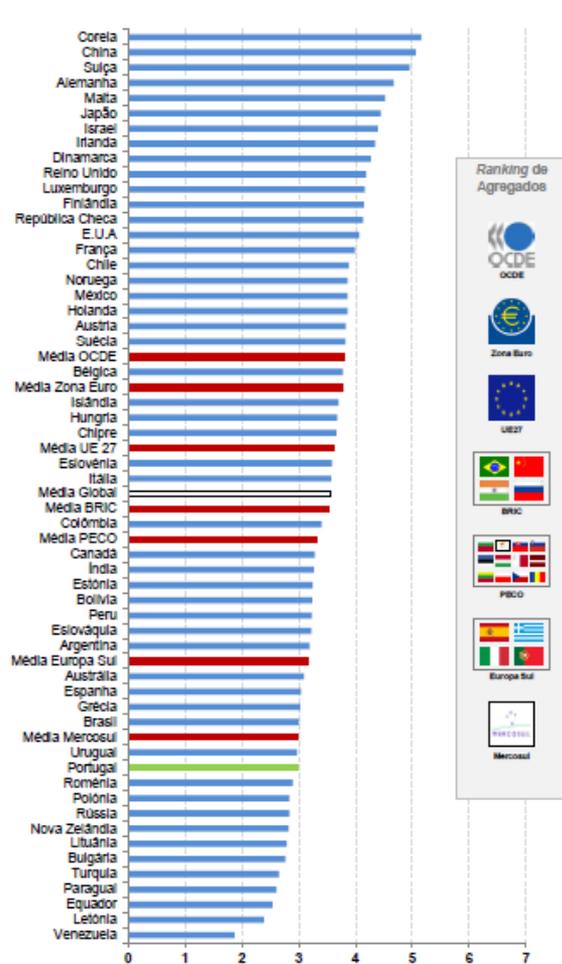
Indicadores de Posicionamento relativo de Portugal Posicionamento Global – Dimensão Processos



Ranking	País	Valor
1	Suíça	4,91
2	E.U.A	4,48
3	China	4,48
4	Dinamarca	4,41
5	Suécia	4,22
6	Holanda	4,18
7	Alemanha	4,14
8	Reino Unido	4,10
9	Finlândia	4,02
10	Islândia	4,00
11	Nova Zelândia	3,98
12	Japão	3,96
13	Austria	3,93
14	Luxemburgo	3,87
15	Canadá	3,85
16	Bélgica	3,80
17	Irlanda	3,73
18	Austrália	3,70
19	Coreia	3,69
20	França	3,68
21	Noruega	3,66
22	Chipe	3,58
23	Israel	3,58
24	Índia	3,38
25	Brasil	3,36
26	Portugal	3,33
27	Estónia	3,23
28	Uruguai	3,20
29	Chile	3,16
30	Eslovénia	3,15
31	República Checa	3,13
32	Espanha	3,13
33	Malta	3,08
34	Itália	3,07
35	Hungria	3,05
36	Lituânia	2,93
37	Eslováquia	2,89
38	Turquia	2,85
39	México	2,83
40	Peru	2,81
41	Argentina	2,77
42	Polónia	2,77
43	Colômbia	2,75
44	Venezuela	2,75
45	Rússia	2,73
46	Roménia	2,70
47	Letónia	2,58
48	Grécia	2,56
49	Equador	2,55
50	Paraguai	2,53
51	Bulgária	2,50
52	Bolívia	2,35

• Também na dimensão Processos Portugal evidencia uma melhoria face ao ano de 2010. Com um índice de 3,33, Portugal subiu 2 posições no ranking, tendo passado da 28ª (3,16) para a 26ª posição. Apesar de se encontrar ainda ligeiramente abaixo da Média Global, e de notar a posição cimeira de Portugal face aos restantes países da Europa do Sul.

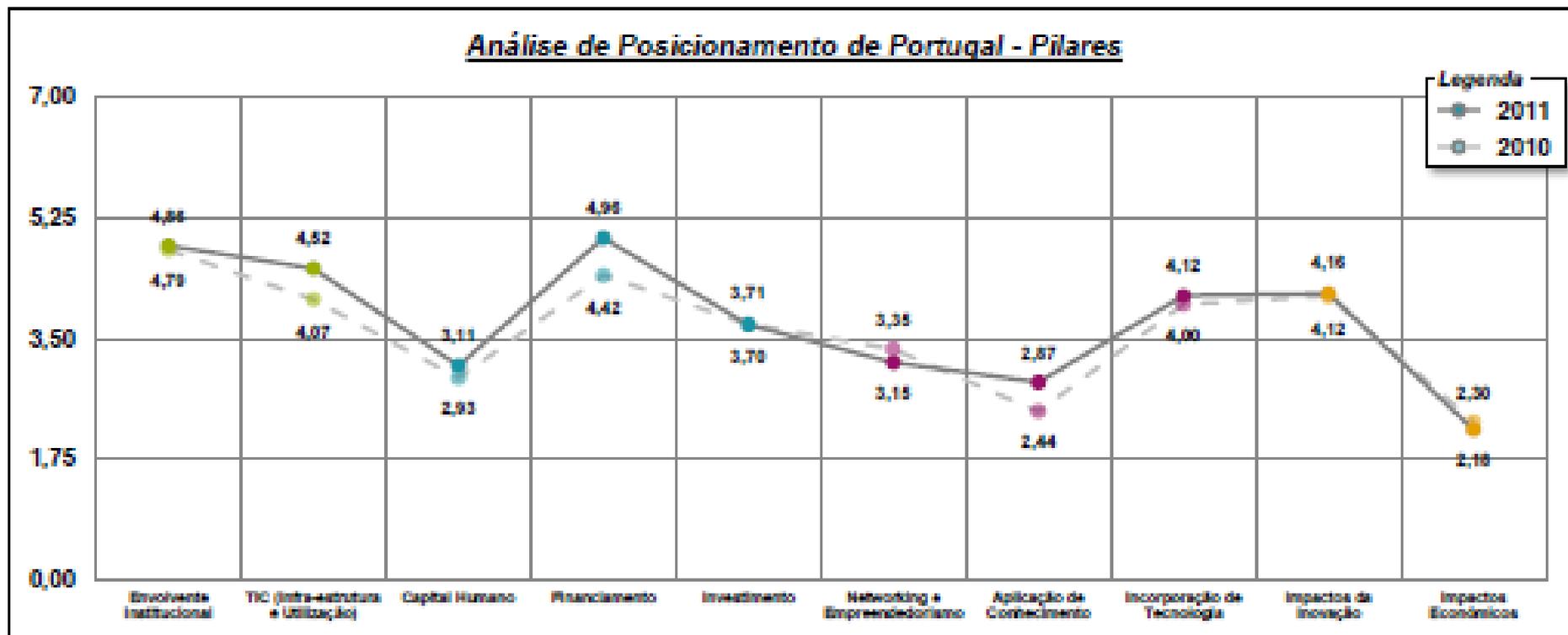
Indicadores de Posicionamento relativo de Portugal Posicionamento Global – Dimensão Resultados



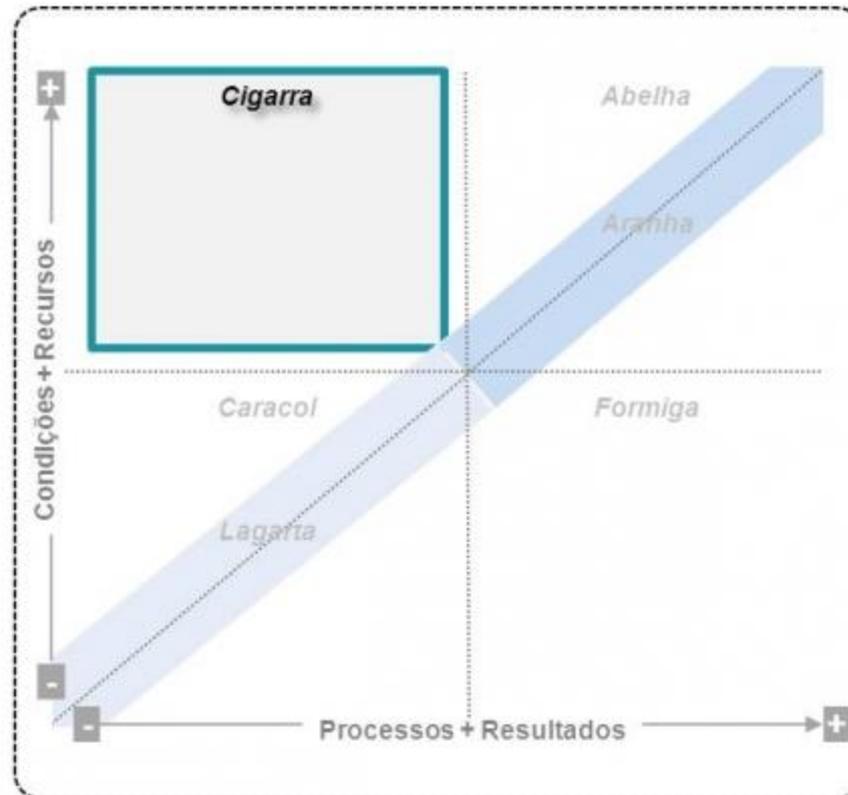
Ranking	País	Valor
1	Coreia	5,16
2	China	5,06
3	Suíça	4,95
4	Alemanha	4,67
5	Malta	4,52
6	Japão	4,45
7	Israel	4,40
8	Irlanda	4,35
9	Dinamarca	4,27
10	Reino Unido	4,19
11	Luxemburgo	4,16
12	Finlândia	4,14
13	República Checa	4,13
14	E.U.A	4,07
15	França	3,99
16	Chile	3,88
17	Noruega	3,86
18	México	3,86
19	Holanda	3,86
20	Austria	3,83
21	Suécia	3,82
22	Bélgica	3,78
23	Islândia	3,70
24	Hungria	3,68
25	Chipe	3,66
26	Eslovénia	3,58
27	Índia	3,57
28	Colômbia	3,41
29	Canadá	3,28
30	Índia	3,26
31	Estónia	3,24
32	Bolívia	3,24
33	Peru	3,23
34	Eslováquia	3,22
35	Argentina	3,20
36	Austrália	3,10
37	Espanha	3,04
38	Grécia	3,02
39	Brasil	3,00
40	Uruguai	2,97
41	Portugal	2,97
42	Roménia	2,89
43	Polónia	2,83
44	Rússia	2,83
45	Nova Zelândia	2,82
46	Lituânia	2,79
47	Bulgária	2,77
48	Turquia	2,65
49	Paraguai	2,61
50	Equador	2,54
51	Letónia	2,39
52	Venezuela	1,87

• Esta é a dimensão onde Portugal apresenta a maior queda no ranking face ao ano de 2010. Com um índice de 2,97, Portugal desceu 11 posições, tendo passado da 30ª para a 41ª posição, afastando-se um pouco mais da média dos países da Europa do Sul (3,15). Esta queda é sustentada pelo seu desempenho nos pilares Impactos da Inovação e Impactos Económicos, como se poderá verificar de seguida.

Os pilares mais frágeis são Capital Humano, Networking e Empreendedorismo, Aplicação de Conhecimento e Impactos Económicos, de acordo com Barómetro COTEC



De acordo com o Barómetro COTEC, Portugal possui nesta matéria perfil de Cigarra



Países com Perfil Cigarra



GLOBAL INNOVATION INDEX - INSEAD E WIPO

Rank	Country	Score
1	Switzerland	63.82
2	Sweden	62.12
3	Singapore	59.64
4	Hong Kong (SAR), China	58.8
5	Finland	57.5
6	Denmark	56.96
7	United States of America	56.57
8	Canada	56.33
9	Netherlands	56.31
10	United Kingdom	55.96
11	Iceland	55.1
12	Germany	54.89
13	Ireland	54.1
14	Israel	54.03
15	New Zealand	53.79
16	Korea (Republic of)	53.68
17	Luxembourg	52.65
18	Norway	52.6
19	Austria	50.75
20	Japan	50.32
21	Australia	49.85
22	France	49.25
23	Estonia	49.18
24	Belgium	49.05
25	Hungary	48.12
26	Qatar	47.74
27	Czech Republic	47.3
28	Cyprus	46.45
29	China	46.43
30	Slovenia	45.07
31	Malaysia	44.05
32	Spain	43.81
33	Portugal	42.4
34	United Arab Emirates	41.99
35	Italy	40.69
36	Latvia	39.8
37	Slovakia	39.05
38	Chile	38.84
39	Moldova (Republic of)	38.66

40	Lithuania	38.49
41	Jordan	38.43
42	Bulgaria	38.42
43	Poland	38.02
44	Croatia	37.98
45	Costa Rica	37.91
46	Bahrain	37.8
47	Brazil	37.75
48	Thailand	37.63
49	Lebanon	37.11
50	Romania	36.83
51	Viet Nam	36.71
52	Kuwait	36.64
53	Mauritius	36.47
54	Saudi Arabia	36.44
55	Serbia	36.31
56	Russian Federation	35.85
57	Oman	35.51
58	Argentina	35.36
59	South Africa	35.22
60	Ukraine	35.01
61	Guyana	34.83
62	India	34.52
63	Greece	34.18
64	Uruguay	34.18
65	Turkey	34.11
66	Tunisia	33.89
67	Macedonia (FYR)	33.47
68	Mongolia	33.4
69	Armenia	33
70	Ghana	32.48
71	Colombia	32.32
72	Trinidad and Tobago	32.17
73	Georgia	31.87
74	Paraguay	31.17
75	Brunei Darussalam	30.93
76	Bosnia and Herzegovina	30.84
77	Panama	30.77
78	Namibia	30.74



Portugal

Key indicators

Population (millions)	10.7
GDP per capita, PPP (current international \$)	24,569.4
GDP (US\$ billions)	232.9

	Score 0–100	Rank
Global Innovation Index	42.4	33
Innovation Output Sub-Index	34.5	36
Innovation Input Sub-Index	50.3	34
Innovation Efficiency Index	0.7	67
Global Innovation Index 2010		34
Global Innovation Index 2009		40

1	Institutions	80.4	28
1.1	Political environment	82.2	21
1.1.1	Political stability*	74.5	29
1.1.2	Government effectiveness*	85.2	24
1.1.3	Press freedom*	86.9	37
1.2	Regulatory environment	73.7	39
1.2.1	Regulatory quality*	80.5	30
1.2.2	Rule of law*	83.5	27
1.2.3	Rigidity of employment*	57.0	102
1.3	Business environment	85.3	36
1.3.1	Time to start a business, days	95.2	13
1.3.2	Cost to start a business, % income/cap	94.9	53
1.3.3	Total tax rate, % profits	65.8	75

2	Human capital & research	52.5	23
2.1	Education	73.7	11
2.1.1	Education expenditure, % GNI	59.3	29
2.1.2	Public expenditure/pupil, % GDP/cap	50.1	8
2.1.3	School life expectancy, years	70.5	20
2.1.4	PISA scales in reading, maths, & science	65.4	27
2.1.5	Pupil-teacher ratio, secondary	100.0	1
2.2	Tertiary education	40.8	30
2.2.1	Tertiary enrolment, % gross	61.2	28
2.2.2	Graduates in science, %	42.7	25
2.2.3	Graduates in engineering, %	54.0	16
2.2.4	Tertiary inbound mobility, %	6.9	50
2.2.5	Tertiary outbound mobility, %	22.9	66
2.2.6	Gross tertiary outbound enrolment, %	22.0	40
2.3	Research & development (R&D)	43.0	29
2.3.1	Researchers headcount/million pop.	36.6	17
2.3.2	Gross expenditure on R&D, % GDP	30.7	22
2.3.3	Quality research institutions [†]	61.7	27

3	Infrastructure	34.7	36
3.1	Info & comm. technologies (ICT)	45.1	33
3.1.1	ICT access*	66.4	31
3.1.2	ICT use*	35.9	30
3.1.3	Government's Online Service*	38.7	48
3.1.4	E-Participation*	27.1	44
3.2	Energy	25.2	39
3.2.1	Electricity output, kWh/cap	24.0	46
3.2.2	Electricity consumption, kWh/capita	19.9	42
3.2.3	GDP/unit of energy use, PPP\$/kg oil eq.	40.6	28
3.2.4	Share of renewables in energy use, %	13.0	45
3.3	General infrastructure	33.9	75
3.3.1	Quality of trade & transport infrastructure*	54.3	34
3.3.2	Gross capital formation, % GDP	22.0	75
3.3.3	Ecological footprint & biocapacity, ha/cap	25.4	99

4	Market sophistication	46.3	42
4.1	Credit	56.7	28
4.1.1	Strength of legal rights for credit*	30.0	97
4.1.2	Depth of credit information*	83.3	25
4.1.3	Domestic credit to private sector, % GDP	n/a	n/a
4.1.4	Microfinance gross loans, % GDP	n/a	n/a
4.2	Investment	31.3	54
4.2.1	Strength of investor protection*	60.0	34
4.2.2	Market capitalization, % GDP	17.4	42
4.2.3	Total value of stocks traded, % GDP	11.2	40
4.2.4	Venture capital deals/tr GDP PPP\$	41.7	51
4.3	Trade & competition	51.1	62
4.3.1	Applied tariff rate weighted mean, %	94.3	12
4.3.2	Market access trade restrictiveness*, %	n/a	n/a
4.3.3	Imports of goods & services, % GDP	19.5	71
4.3.4	Exports of goods & services, % GDP	21.0	81
4.3.5	Intensity local competition†	69.6	42
5	Business sophistication	37.6	57
5.1	Knowledge workers	45.4	52
5.1.1	Knowledge-intensive employment, %	45.2	49
5.1.2	Firms offering formal training, % firms	33.9	52
5.1.3	R&D performed by business, %	58.9	34
5.1.4	R&D financed by business, %	55.3	28
5.2	Innovation linkages	34.1	57
5.2.1	University/industry collaboration†	58.0	29
5.2.2	State of cluster development†	43.7	55
5.2.3	R&D financed by abroad, %	19.1	45
5.2.4	JV/strategic alliance deals/tr GDP PPP\$	7.7	57
5.2.5	PCT patent filings with foreign inventor, %	21.4	44
5.3	Knowledge absorption	33.3	63
5.3.1	Royalty & license fees payments, % GDP	22.4	44
5.3.2	High-tech imports less re-imports, %	17.6	69
5.3.3	Computer & comm. service imports, %	52.3	35
5.3.4	FDI net inflows, % GDP	40.9	93

6	Scientific outputs	24.8	59
6.1	Knowledge creation	16.0	47
6.1.1	Domestic resident patent ap/bn GDP PPP\$	9.0	59
6.1.2	PCT resident patent ap/bn GDP PPP\$	6.0	37
6.1.3	Domestic res utility model ap/bn GDP PPP\$	2.2	36
6.1.4	Scientific & technical articles/bn GDP PPP\$	39.8	28
6.2	Knowledge impact	32.7	59
6.2.1	Growth rate of GDP PPP\$/worker, %	33.1	90
6.2.2	New businesses/1,000 pop. 15–64 yrs	30.5	26
6.2.3	Computer software spending, % GDP	36.1	21
6.3	Knowledge diffusion	25.9	66
6.3.1	Royalty & license fees receipts, % GDP	8.5	42
6.3.2	High-tech exports less re-exports, %	7.8	51
6.3.3	Computer & comm service exports, %	38.3	56
6.3.4	FDI net outflows, % GDP	48.8	54

7	Creative outputs	44.1	19
7.1	Creative intangibles	54.5	28
7.1.1	Domestic res trademark ap/bn GDP PPP\$	43.9	16
7.1.2	Madrid resident trademark ap/bn GDP PPP\$	16.8	31
7.1.3	ICT & business models†	73.9	16
7.1.4	ICT & organizational models†	64.6	26
7.2	Creative goods & services	33.7	25
7.2.1	Recreation & culture consumption, %	49.7	38
7.2.2	National feature films/mn pop.	41.2	22
7.2.3	Daily newspapers/1,000 literate pop.	n/a	n/a
7.2.4	Creative goods exports, %	24.5	36
7.2.5	Creative services exports, %	31.2	23

Relativamente a este ranking, importa reter em particular o seguinte:

- Portugal tem vindo a evoluir positivamente, ocupando em 2011 o 33º lugar, que nos posiciona atrás de vários países da Europa oriental, incluindo Estónia, Hungria, República Checa, Chipre e Eslovénia);
- As posições menos favoráveis, onde a nossa posição é inferior ao 60º lugar, e em aspetos diretamente relevantes para o presente âmbito de CRER, correspondem aos seguintes elementos, onde Portugal apresenta desempenhos menos favoráveis

Eficiência da Inovação

Mobilidade Internacional de Estudantes do Ensino Superior

Saldo da Balança Comercial no que Respeita a Alta Tecnologia

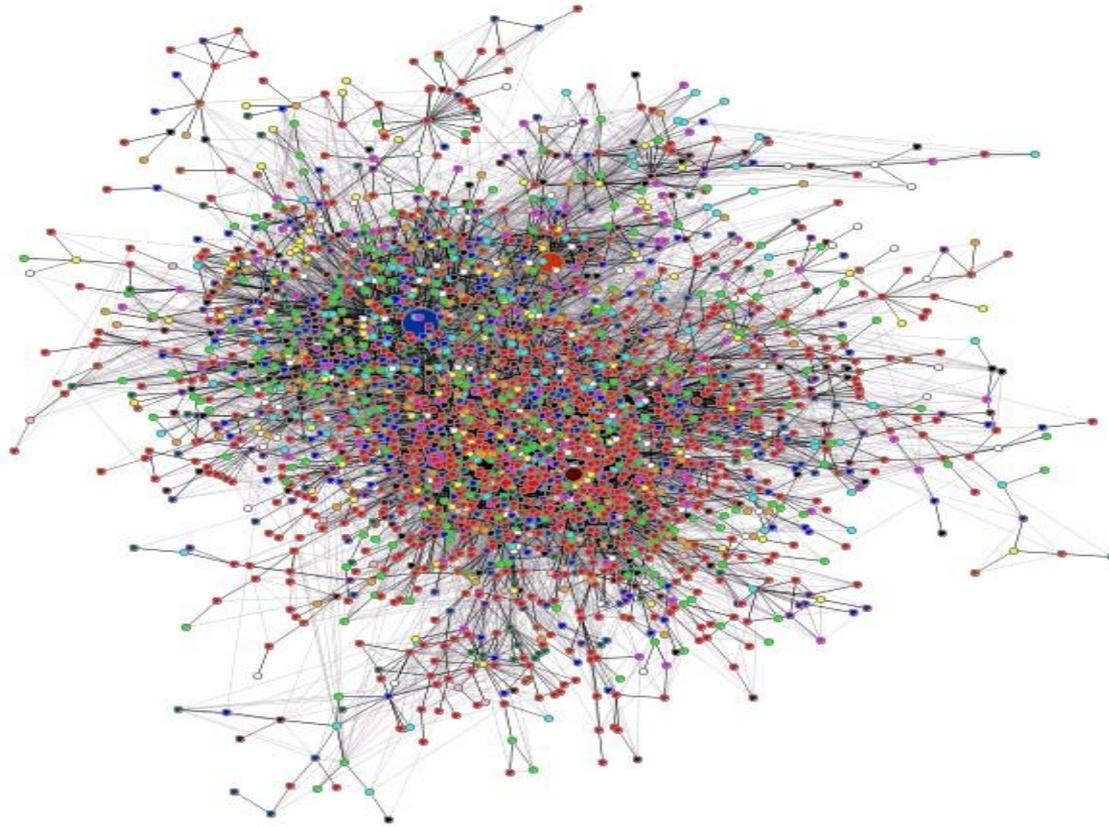
II.2.5.AMBIÇÃO 2020

1	SII – Summary Innovation Index	Convergir UE27	IUS
2	I&D em % do PIB	Alcançar 3%	EUROPA 2020
3	Patentes PCT (em Função do PIB)	30% da UE27	IUS
4	Pedidos de Patentes no EPO (por milhão habitantes)	30% da UE27	EUROSTAT
5	Receitas Internacionais de Patentes (em Função do PIB)	15% da UE27	IUS
6	Co-Publicações Público-Privadas	35% da UE27	IUS
7	Percentagem Emprego Intensivo Conhecimento	75% da UE27	IUS
8	% Exportações Produtos de Média/Alta Tecnologia	Convergir UE27	IUS
9	% Exportações Serviços Intensivos Conhecimento	80% da UE27	IUS
10	Posicionamento de IES em Rankings Internacionais	Top 200 Mundial	THE/QS/Xangai

II.2.6. RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para que Portugal esteja preparado para enfrentar os desafios do Futuro no que diz respeito à criação de valor através da IDI, devem ser tidos em conta, em particular, os seguintes aspectos:

- A sensibilização das pessoas e capacitação das organizações, tanto do sector público como do sector privado, incluindo as PME e as IES, para a abrangência universal, conceptual e aplicabilidade da inovação é decisiva, pois ela diz respeito a todo o tipo de organizações;
- Mais do que noutros domínios, a construção da inovação assenta na capacidade de estabelecer interfaces/parcerias e trabalhar em redes colaborativas;
- Importa ter em clara atenção que a inovação vai muito para além de questões de índole estritamente científica ou tecnológica, mas perceber igualmente que a boa inovação de base tecnológica quase sempre tem na sua génese investigação de excelente qualidade.



O primado da “focalização de todos os agentes relevantes em torno de um correto entendimento e reforço de aplicação, através de trabalho em rede, das múltiplas vertentes da inovação, enquanto motor de desenvolvimento da sociedade, tanto à microescala como à macro escala”.

Factores Críticos de Sucesso:

- A inovação decorre da consciência e envolvimento de todos os portugueses e entidades nacionais;
- Importa que as organizações saibam tirar partido do potencial de inovação existente nos seus colaboradores, clientes/utentes e parceiros;
- O conceito de inovação tem de ser devidamente assimilado, sem o que nada acontece, evidenciando a sua universalidade potencial de aplicação;
- Importa implementar com consistência a inovação nas organizações e na sociedade, incluindo também a administração pública e vertentes de inovação social;
- Os gestores de topo desempenham um papel essencial;
- Urge reforçar o ensino da inovação, do nível básico ao superior;
- As políticas públicas devem estimular a mobilização e aplicação da inovação em Portugal, sobretudo nos domínios em que o país ainda é mais frágil;
- Torna-se imperativo reforçar as actividades de IDI centradas na inovação que são desenvolvidas em Portugal;
- Dar continuidade aos níveis de excelência de produção científica, conseguindo ter algumas das nossas IES entre as 200 melhores do mundo;
- Importa implementar sistemas de estímulo, reconhecimento e recompensa que, a múltiplos níveis, contribuam para reforçar as práticas de inovação.

II.2.7. RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS

Criar sistemas Simplificados de Apoio ao Desenvolvimento de Novos Produtos/Serviços por parte das PME.

Ao nível de carreiras docentes, avaliação de desempenho e financiamento das IES contribuir para que nelas a inovação seja de facto assumida como uma verdadeira terceira missão, nas suas múltiplas vertentes de contribuição para o desenvolvimento regional e nacional.

Estabelecer Orgânicas/Mecanismos Integrados e Transversais de Gestão das Políticas Públicas de IDI, removendo fronteiras departamentais ou sectoriais que evitem tal tipo de interligação.

Implementar Sistemas de Forte Incentivo à Comercialização de Tecnologias, e em Particular a Receitas Internacionais Decorrentes do Licenciamento de Propriedade Industrial, incluindo fundos de investimento especificamente vocacionados para promover essa mesma comercialização.

Estimular o Registo de Patentes Internacionais com Potencial de Comercialização.

Nos Financiamentos de Unidades de I&D, Investigadores e Projetos de I&D Majorar e Valorizar a existência de Publicações em Co-Autoria com Empresas ou Outras Entidades

Manter e Consolidar Sistemas Fiscais que Fomentem o Reforço de Investimento em Atividades de IDI, especialmente por parte das PME.

Dinamizar em Escala Alargada a Criação de Microestruturas de Dinamização da Inovação dentro das PME e do Sector Público

Alargar de Forma Significativa a Disponibilização de Vales de IDI, vocacionados para promover parcerias e projectos conjuntos entre PME e entidades do SCTN

Atribuição de Cheques de Formação Direcctionados para que Gestores de Topo de PME Adquiram Conhecimentos Básicos de Gestão da Qualidade e Inovação

Apoiar a Consolidação das IES, tendo como ambição que algumas delas possam vir a situar-se entre as 200 melhores do mundo de acordo com principais rankings internacionais

Estimular o Recrutamento Qualificado de Pessoas, em Particular sempre que uma PME incorpore, pela primeira vez, um licenciado, mestre ou doutorado

Criar Mecanismos Atractivos de Promoção da Mobilidade Temporária ou Permanente entre Quadros de Empresas ou do Sector Público e Instituições de Ensino Superior

Consolidar as Estruturas de Transferência de Tecnologia Existentes nas Instituições de Ensino Superior e outras entidades do SCTN

Focalizar Parcerias Internacionais com IES e outras entidades de referência, a nível mundial, na promoção e difusão da inovação Incluir conteúdos relacionados com a criatividade e inovação nos programas curriculares do ensino básico e secundário

Reforçar Linhas Específicas de Apoio à Condução de Projectos de IDI Centrados na Inovação Implementar, a Nível Nacional e Regional, Estruturas de Gestão em Rede de Ecosistemas da Inovação e Empreendedorismo

Consolidar Apoios a Projectos de IDI Apresentados por PME, IPSS e Sector Público

Majorar a Avaliação de Projectos de IDI sempre que envolvam verdadeiras parcerias entre entidades do SCTN e outras organizações

Apoiar de Forma Segmentada projectos com diferentes valências e ambições dentro do contínuo de IDI, especialmente aqueles de natureza disruptiva e interdisciplinar, bem como adaptados às diferentes fases de evolução dos investigadores ao longo da vida, ou ainda às contextualizações sócio-económicas respectivas, bem como de diferentes dimensões/durações

Promover o aparecimento e funcionamento de modelos de "tripla hélice", apoiando projectos que decorram de um envolvimento concertado de Empresas, Autarquias e IES, incluindo espaços e momentos de geração da inovação e criatividade

Criação de Gala Anual de reconhecimento da IDI, a múltiplos níveis, com o alto patrocínio dos mais altos representantes do Estado Português e forte visibilidade mediática

Enquanto complemento a apoios na generalidade das áreas dos saberes definir e assumir um número reduzido de sectores e nichos de aposta prioritária, onde deve ser ambicionado que em matéria de IDI Portugal seja uma referência a nível internacional

Desburocratizar e flexibilizar todos os aspectos administrativos associados à condução de projectos de IDI, concentrando recursos agilizados em torno da criação e transferência de conhecimento

Reforçar a componente de realização de projectos de doutoramento em ambiente empresarial, assim como na administração pública, ao mesmo tempo que se asseguram programas de forte incentivo ao recrutamento de doutorados no sector privado e na administração pública

Consolidar significativamente a presença e participação nacional em projectos de IDI financiados directamente pela Comissão Europeia, ambicionando ainda que Portugal venha a possuir pelo menos uma infraestrutura de I&D que seja integrante da rede de grandes equipamentos científicos da União Europeia (ESFRI)

Em todo o tipo de projectos de captação de IDE, incorporar a instalação de valências fortes de IDI em Portugal enquanto parte do correspondente processo negocial e decisório

Formalização de rede de entidades especialmente vocacionadas para a condução de projectos de inovação, com incentivos públicos indexados aos resultados alcançados pelas mesmas

Estabelecer mecanismos através dos quais a Administração Pública dinamiza, enquanto cliente, processos e a procura de soluções inovadoras e de qualidade, não sendo portanto o critério isolado do preço o único a predominar nas opções de compras públicas;

Criação e dinamização de lógicas participativas de “open innovation”, com o envolvimento alargado de pessoas e organizações;

Reforço das actividades desenvolvidas no campo da inovação social, mobilizando para esse fim igualmente todo o tipo de entidades sem fins lucrativos e do terceiro sector;

Implementar programas especificamente direccionados para o estímulo e reconhecimento da inovação praticada por microempresas, actividades tradicionais ou de artesanato, valorização de recursos endógenos, bem assim como apostas inovadoras desenvolvidas especificamente em territórios de baixa densidade, promovendo portanto também desse modo a coesão territorial

Dinamizar crescente envolvimento de entidades nacionais em programas internacionais de apoio e estímulo a projectos e actividades de IDI

Criar mecanismos que ajudem a fomentar a existência de donativos e mecenato no apoio a entidades que integram o SCTN

Reforçar Mecanismos de Estímulo à Exportação ou Substituição de Importações, com Majorações Associadas à Incorporação de Elevado Valor Acrescentado Nacional

Fomentar práticas de simbiose, através das quais Grandes Organizações estimulem PME ou outras entidades de menor dimensão a assumir um crescente envolvimento em actividades de IDI

“Deverá ser assegurado um verdadeiro e genuíno envolvimento dos gestores de topo com a inovação”

II.3. EIXO EMPREENDEDORISMO

II.3.1.CONCEITO

Contrariamente ao que sucede quanto aos conceitos de “Qualidade” ou de “IDI”, não existe nenhuma definição legal, regulamentar ou normativa da terminologia ligada ao empreendedorismo, pelo que se remete para o que diversos autores apresentam enquanto contributos para uma eventual definição do empreendedorismo.

- Empreendedorismo é a capacidade de conjugar os recursos necessários para tirar partido de novas oportunidades de negócio (Fundação Kauffman).
- “Processo dinâmico realizado pelo indivíduo que, por iniciativa ou vontade própria, procura identificar, analisar, planear e implementar produtos ou serviços comercializáveis de base tecnológica, considerados como oportunidades de negócio” (Dicionário Porto Editora).

II.3.1.CONCEITO

- Empreendedorismo existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza. (Dolabela, 2006);
- Historicamente, o empreendedorismo tem sido definido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando a diminuição de custos e melhoria de resultados (José Dornelas, 2005);
- O empreendedorismo é principalmente a atividade de começar um negócio, individualmente ou em conjunto com outros, e de o gerir nos primeiros tempos da sua existência. (Sociedade Portuguesa de Empreendedorismo).

II.3.1.CONCEITO

- Empreendedorismo é a habilidade de se conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada. Neste conceito é enfatizada a grande importância do trabalho. (Barreto 1998);
- O Empreendedorismo é acima de tudo uma atitude mental que engloba a motivação e a capacidade de um indivíduo, isolado ou integrado numa organização, para identificar uma oportunidade e para concretizar com o objetivo de produzir um determinado valor ou resultado económico. (Comissão Europeia, Livro Verde sobre o Espírito Empresarial, 2003);
- Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal. (Robert Hirsch);
- Empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos. (GEM, 2005).

II.3.1. CONCEITO

Definição sugerida pela OCDE:

- **Entrepreneurs** are those persons (business owners) who seek to generate value, through the creation or expansion of economic activity, by identifying and exploiting new products, processes or markets.
- **Entrepreneurial activity** is the enterprising human action in pursuit of the generation of value, through the creation or expansion of economic activity, by identifying and exploiting new products, processes or markets.
- **Entrepreneurship** is the phenomenon associated with entrepreneurial activity.

II.3.1. CONCEITO

Atendendo à atual abrangência do conceito, bem como ao seu enquadramento no presente contexto, adota-se então a seguinte proposta de definição de empreendedorismo:

“Conjunto articulado de aspetos culturais, atitudes, metodologias, mecanismos de estímulo, ferramentas e metodologias que visam promover de forma integrada a concretização de ciclos de sonho, conceção, implementação e aceleração de novas realidades organizacionais, geradoras de valor acrescentado”.

De uma forma simplificada, poderemos então assumir que:

“O empreendedorismo corresponde ao sonho, conceção, implementação e aceleração de novas realidades organizacionais, geradoras de valor”.

II.3.2. ABRANGÊNCIA

Geralmente envolve as seguintes contribuições:

- uma oportunidade;
- um ou mais indivíduos pró-ativos;
- um contexto organizacional;
- risco;
- inovação, adaptação, antecipação e mudança;
- recursos.

E pode produzir os seguintes resultados:

- uma nova realidade organizacional;
- valor;
- criação de postos de trabalho;
- desenvolvimento económico e/ou social.

II.3.2. ABRANGÊNCIA

Nos tempos actuais, deve-se ter uma visão alargada do empreendedorismo, que vai muito para além da visão mais tradicional, ligada estritamente à criação de empresas, importando em particular, além desta vertente, ter em consideração as seguintes vias de afirmação e aplicação do empreendedorismo, atentas as respectivas especificidades:

Empreendedorismo de Base Tecnológica

Empreendedorismo Social

Empreendedorismo Cultural

Microempreendedorismo

Empreendedorismo Jovem

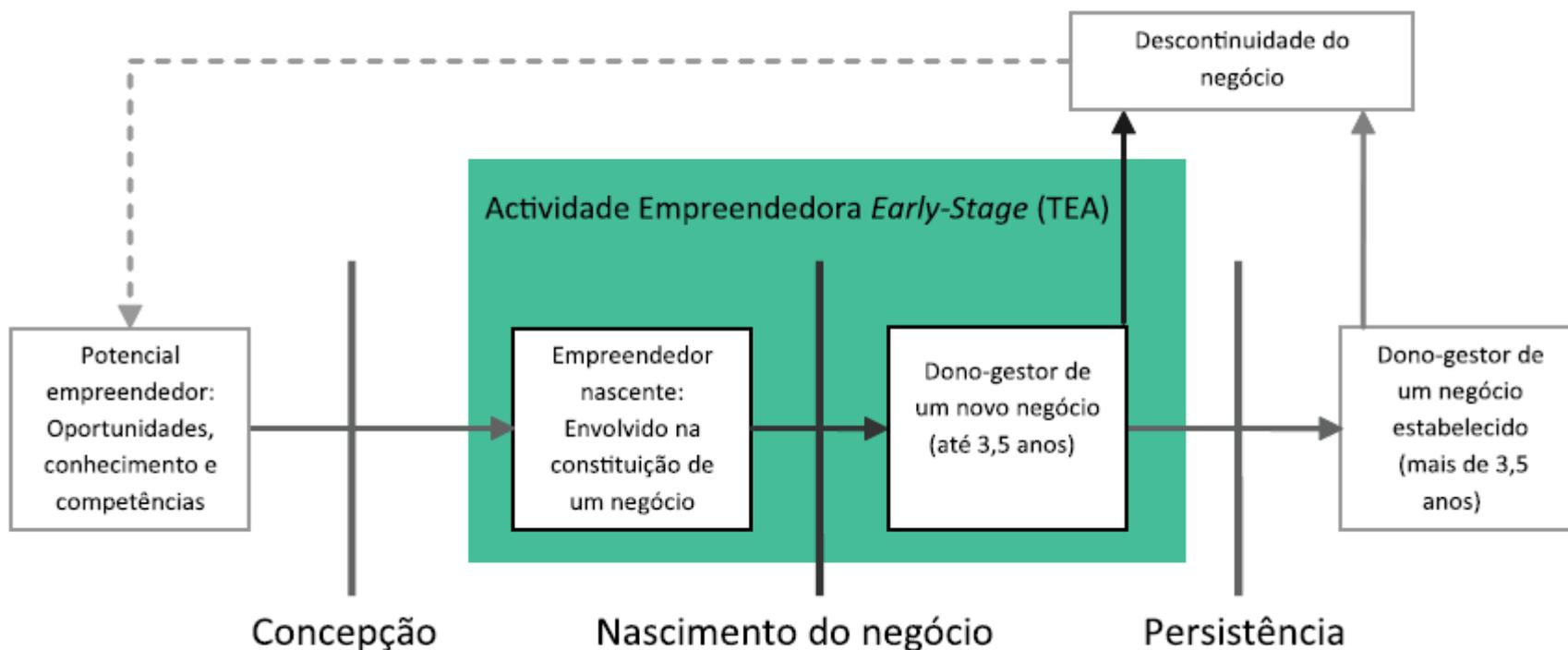
Bioempreendedorismo

“Impreendedorismo” (criação de novas realidades organizacionais dentro de uma organização já existente)

II.3.3. MODELOS CONCEPTUAIS ESQUEMÁTICOS

GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)

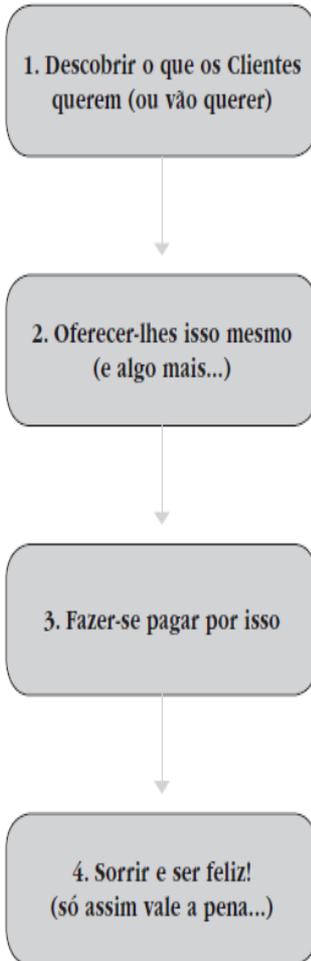
• Iniciativa conjunta do *Babson College* e da *London Business School*



O processo empreendedor e as definições operacionais do GEM

No que diz respeito à vertente mais tradicional do termo, que se prende com a criação de uma nova empresa a partir de necessidades dos seus potenciais clientes, o empreendedorismo pode ser visto como um processo de conversão, abaixo retratado, e que pode ser acompanhado de diferentes formas de apresentação ou documentação do novo projecto empreendedor:

Da ideia...



... ao negócio.

Documento consolidado-versão 2

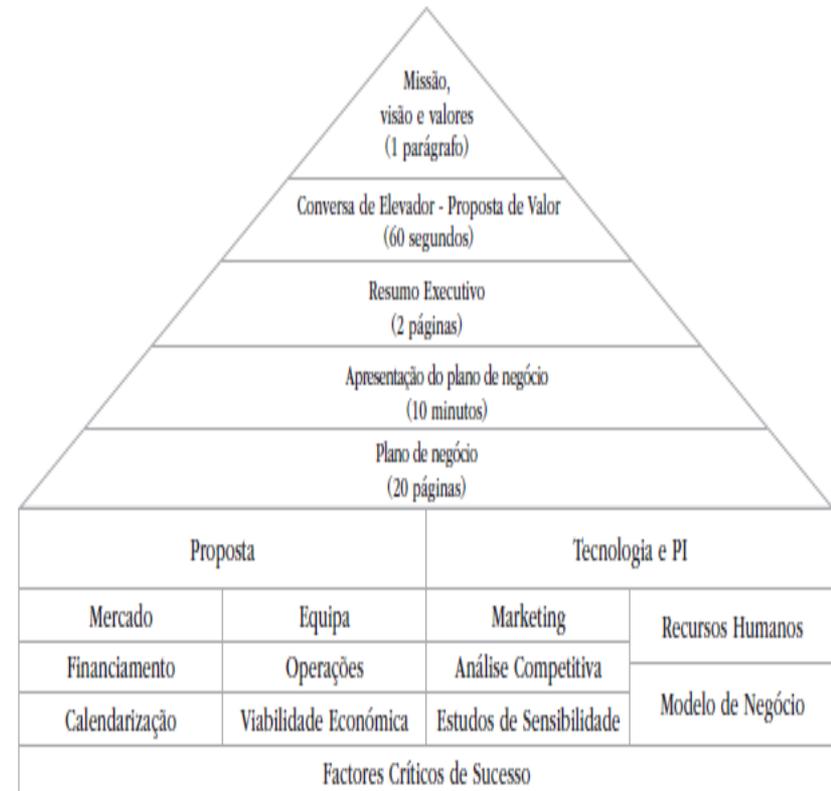
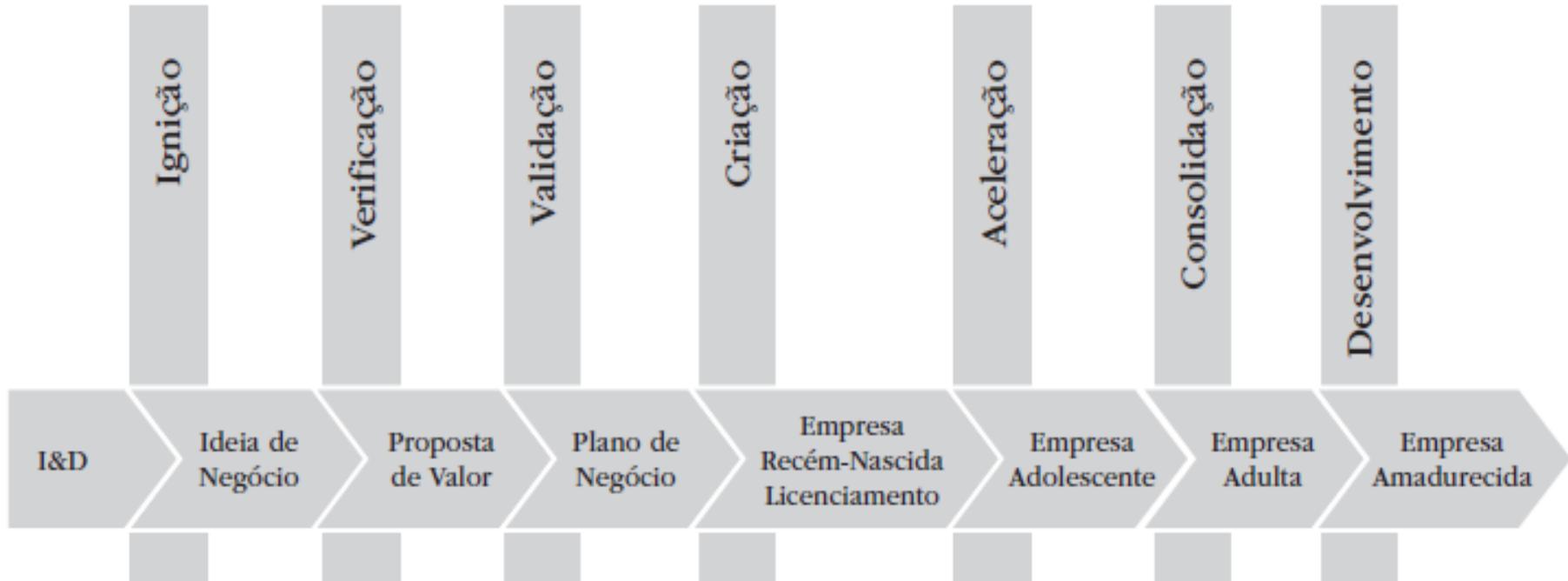


Figura 3.2 - Pirâmide de análise/consolidação/comunicação de um projecto empreendedor.

Quando se trata essencialmente de empreendedorismo de base tecnológica, enquanto contraponto ao chamado modelo do “vale da morte” é possível falar de um modelo de “microvales da vida”, retratado num conjunto de etapas que importa vencer, ao longo de uma conduta que importa gerir de forma integrada, de conversão do conhecimento em valor económico, podendo conduzir ao aparecimento de novas realidades organizacionais:



A implementação de um ecossistema de promoção e dinamização do empreendedorismo numa determinada base territorial, e em particular do empreendedorismo de base tecnológica, pode passar pela construção de um conjunto de iniciativas, projectos e parcerias que seguidamente se ilustram:

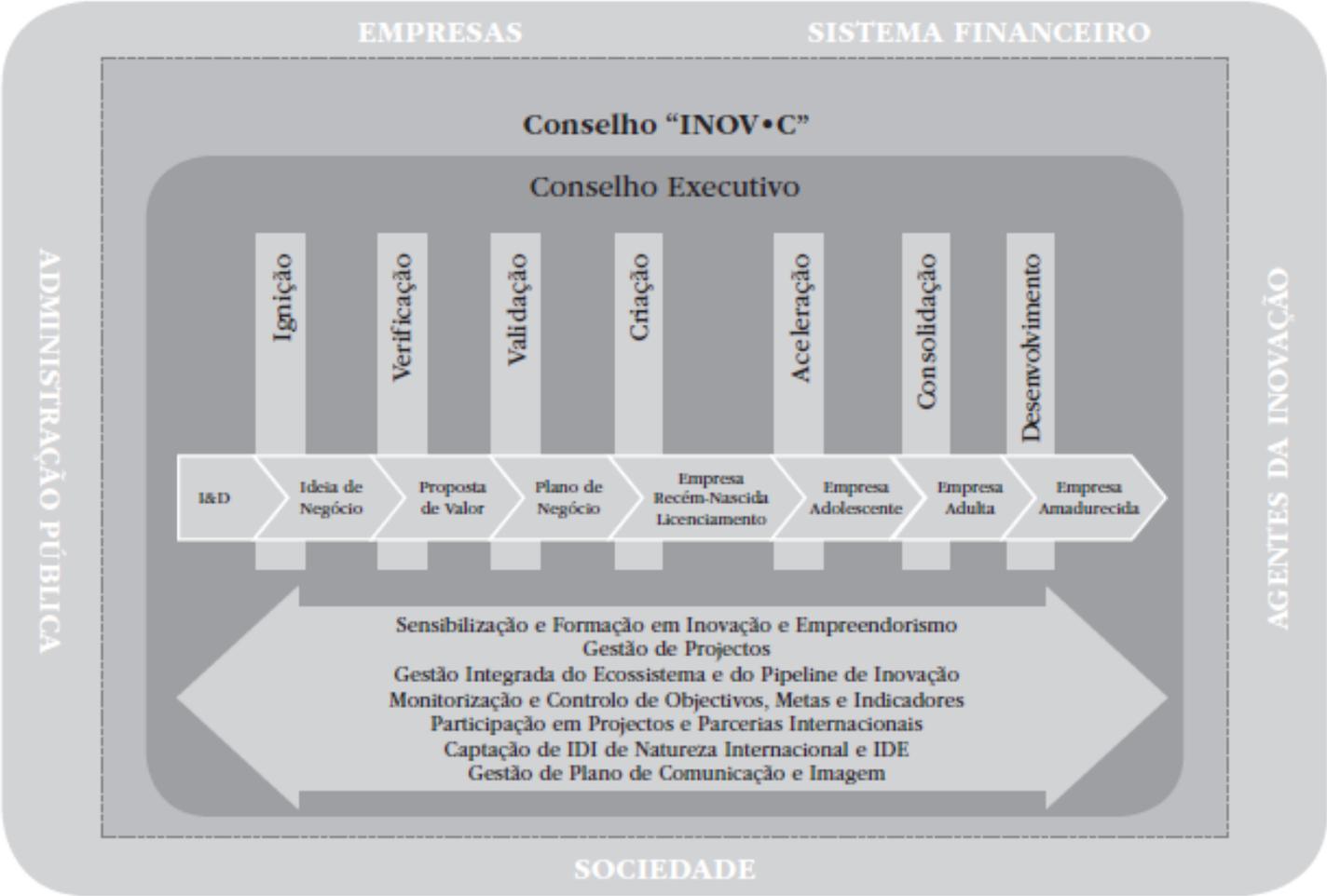
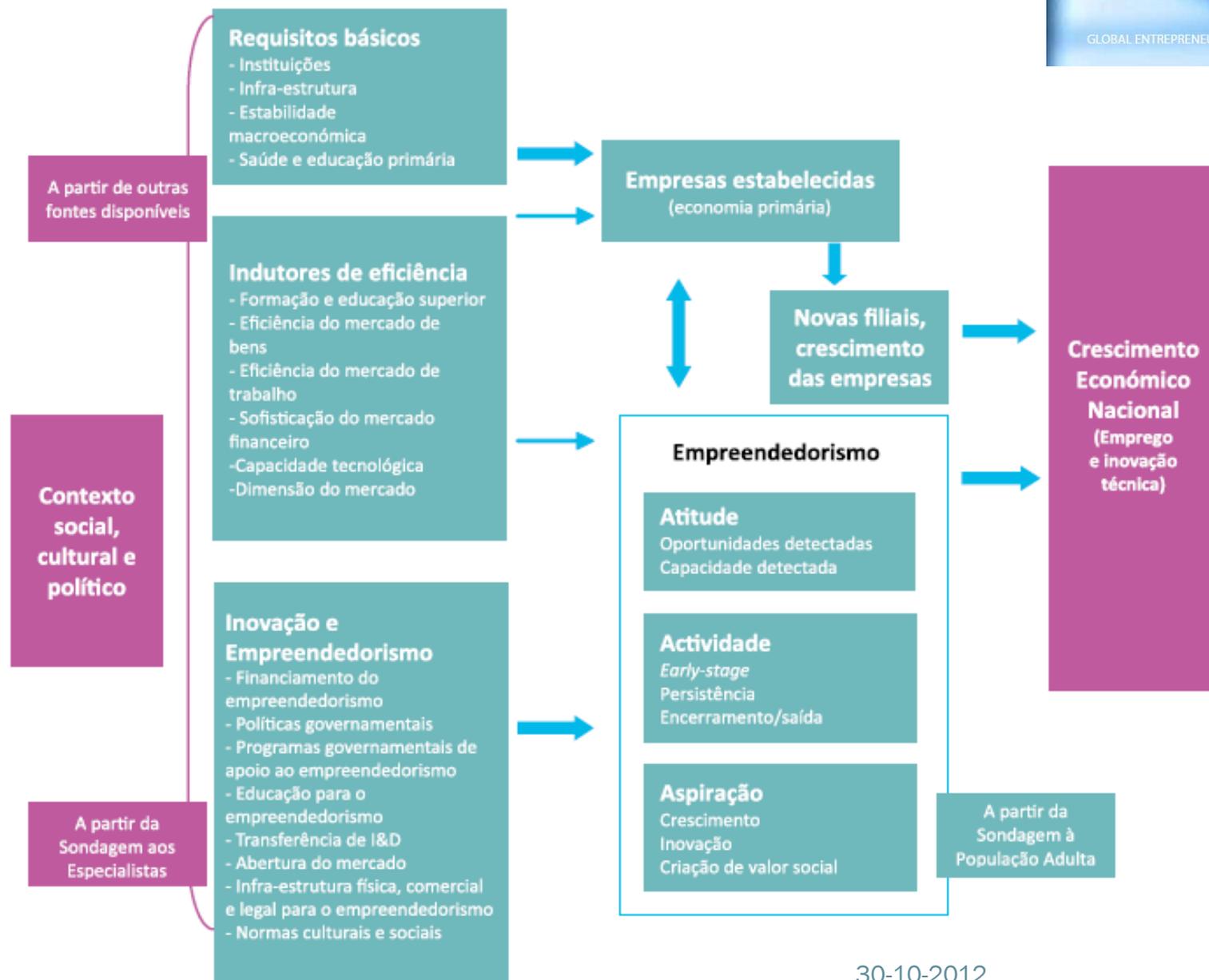


Figura 4.10 – Síntese esquemática do ecossistema de I&E assumido no contexto do projecto INOV•C. 30-10-2012

O modelo assumido por Singapura, nas suas apostas delineadas até 2015, ajusta-se bastante bem dentro deste mesmo tipo de abordagem:



O modelo que serve de suporte ao estudo GEM, de caracterização do empreendedorismo ao nível dos diferentes países, é aquele que seguidamente se ilustra:



30-10-2012

Measuring Entrepreneurship

The OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme

Determinants			Entrepreneurial performance	Impact
Regulatory framework	Knowledge creation and diffusion	Entrepreneurial capabilities	Enterprise birth, death, survival and growth rates	Job creation
Culture	Access to finance	Market conditions	Ownership rates, average size of firm after 3 and 5 years	Economic growth
			Productivity, innovation, export of young firms	Poverty reduction

II.3.4. POSICIONAMENTO ATUAL DE PORTUGAL

Determinants						Entrepreneurial performance	Impact
<i>Regulatory framework</i>	<i>Market conditions</i>	<i>Access to finance</i>	<i>Knowledge creation and diffusion</i>	<i>Entrepreneurial capabilities</i>	<i>Culture</i>	Firm based	Job creation
Administrative burdens for entry	Anti-trust laws	Access to debt financing	R&D investment	Training and experience of entrepreneurs	Risk attitude in society	Employment based	Economic growth
Administrative burdens for growth	Competition	Business angels	University/industry interface	Business and entrepreneurship education (skills)	Attitudes towards entrepreneurs	Wealth	Poverty reduction
Bankruptcy regulations	Access to the domestic market	Access to VC	Technological co-operation between firms	Entrepreneurship infrastructure	Desire for business ownership		Formalising the informal sector
Safety, health and environmental regulations	Access to foreign markets	Access to other types of equity	Technology diffusion	Immigration	Entrepreneurship education (mindset)		
Product regulation	Degree of public involvement	Stock markets	Broadband access				
Labour market regulation	Public procurement						
Court and legal framework							
Social and health security							
Income taxes; wealth/bequest taxes							
Business and capital taxes	Patent system; standards						

<i>Firms</i>	<i>Employment</i>	<i>Wealth</i>
Employer enterprise birth rates	Share of high growth firms (by employment)	Share of high growth firms (by turnover)
Employer enterprise death rates	Share of gazelles (employment)	Share of gazelles (by turnover)
Business churn	Ownership rate start-ups	Value added, young or small firms
Net business population growth	Ownership rates business population	Productivity contribution, young or small firms
Survival rates at 3 and 5 years	Employment in 3 and 5 year old firms	Innovation performance, young or small firms
Proportion of 3 and 5 year old firms	Average firm size after 3 and 5 years	Export performance, young or small firms

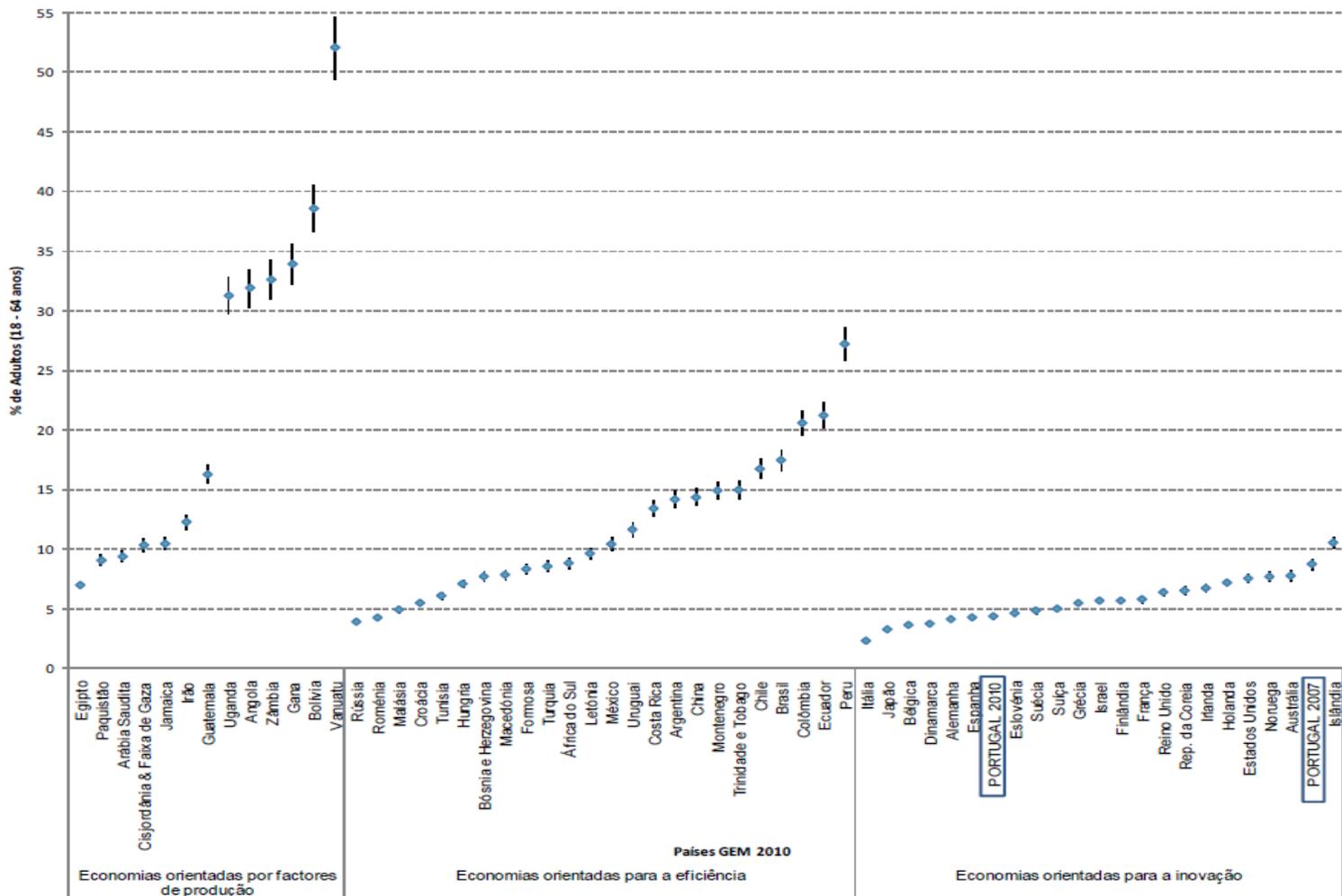


Entrepreneurship at a Glance 2011

1. Enterprises by size class
2. Employment by size class
3. Value added by size class
4. Exports by size class
5. Birth rate of employer enterprises
6. Death rate of employer enterprises
7. Churn rate of employer enterprises
8. Survival rate of employer enterprises
9. Employment creation and destruction by employer enterprise births and deaths
10. Employment creation and destruction in surviving enterprises
11. High-growth enterprises rate
12. Gazelles rate
13. Distribution of enterprises by growth rate
14. Number of new enterprises
15. Distribution of new enterprises by industrial activity
16. Number of bankruptcies
17. Entrepreneurial activity by gender
18. Obstacles to entrepreneurship by gender
19. Share of foreign enterprise owners
20. Regulatory framework: Starting a business
21. Access to finance: Venture capital
22. Culture: The image of entrepreneurs



Taxa de atividade empreendedora *Early-Stage* (TEA)



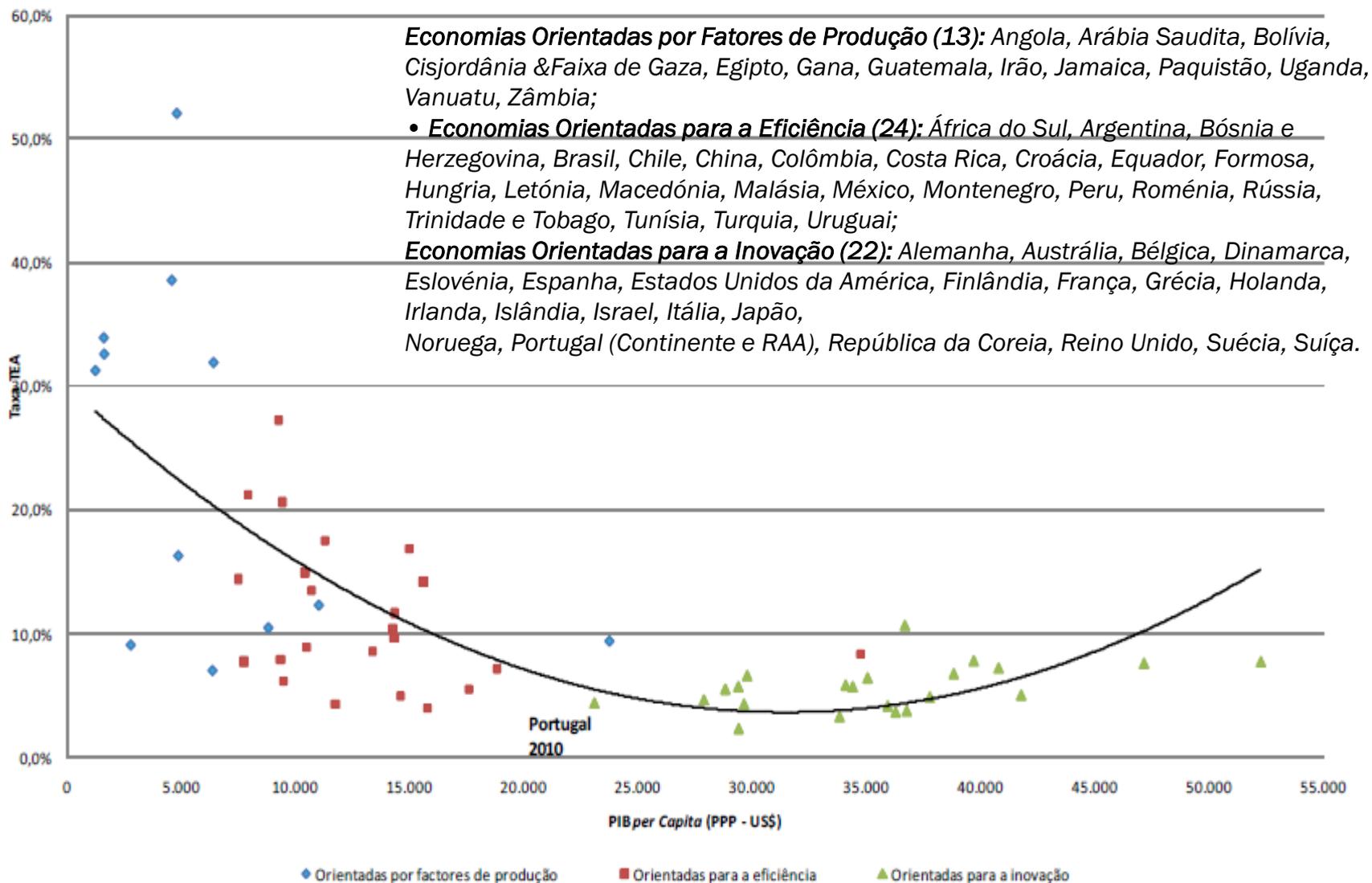
Portugal 2010
Taxa TEA 4,5%,
9º mais baixo

Portugal 2007
Taxa TEA 8,8%
Dobro de 2010

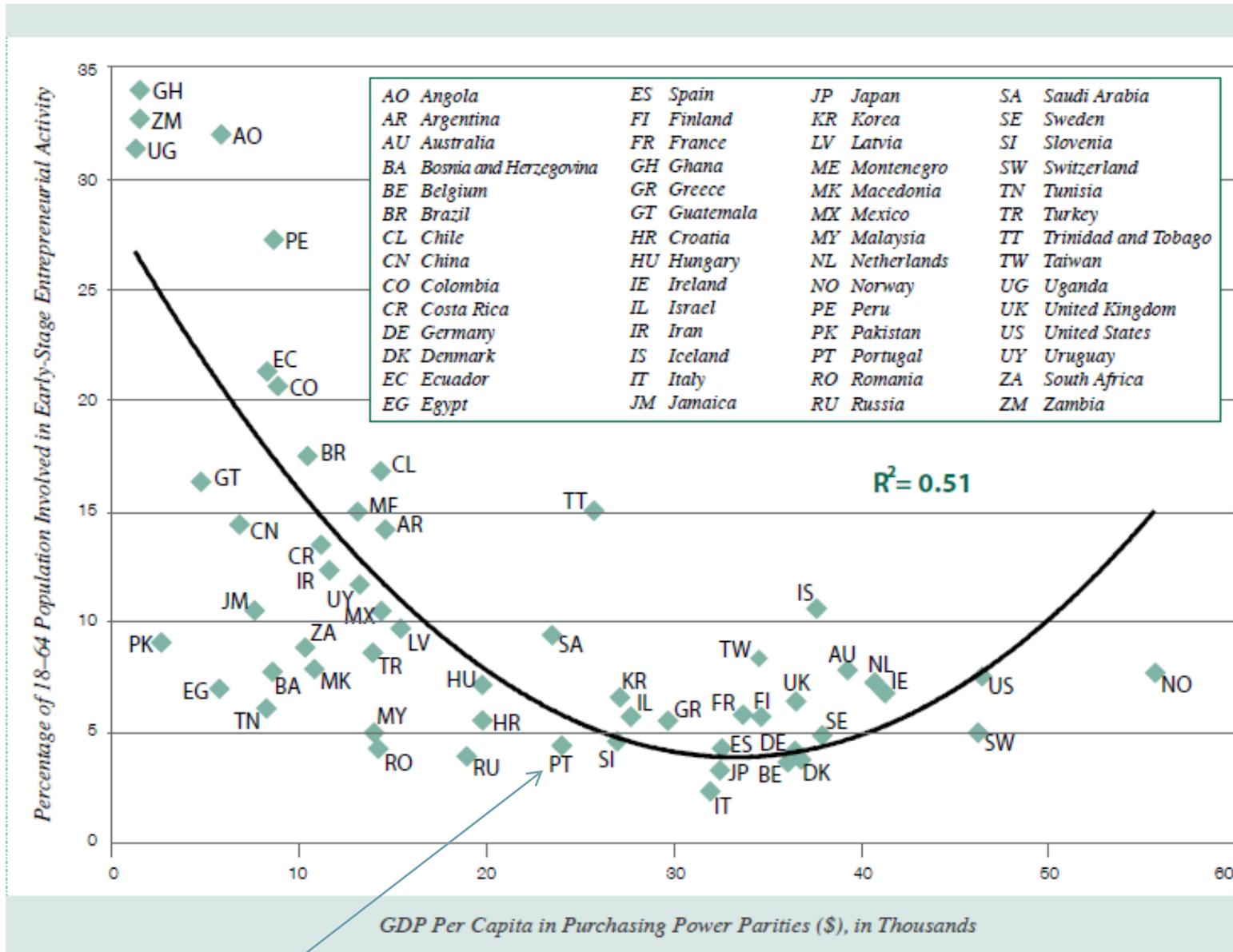
Ranking de Empreendedorismo nas Nações Orientadas para a Inovação (GEM 2010)

1	Islândia
2	Austrália
3	Noruega
4	EUA
5	Holanda
6	Irlanda
7	Coreia do Sul
8	Reino Unido
9	França
10	Finlândia
11	Israel
12	Grécia
13	Suíça
14	Suécia
15	Eslovénia
16	Portugal
17	Espanha
18	Alemanha
19	Dinamarca
20	Bélgica
21	Japão
22	Itália

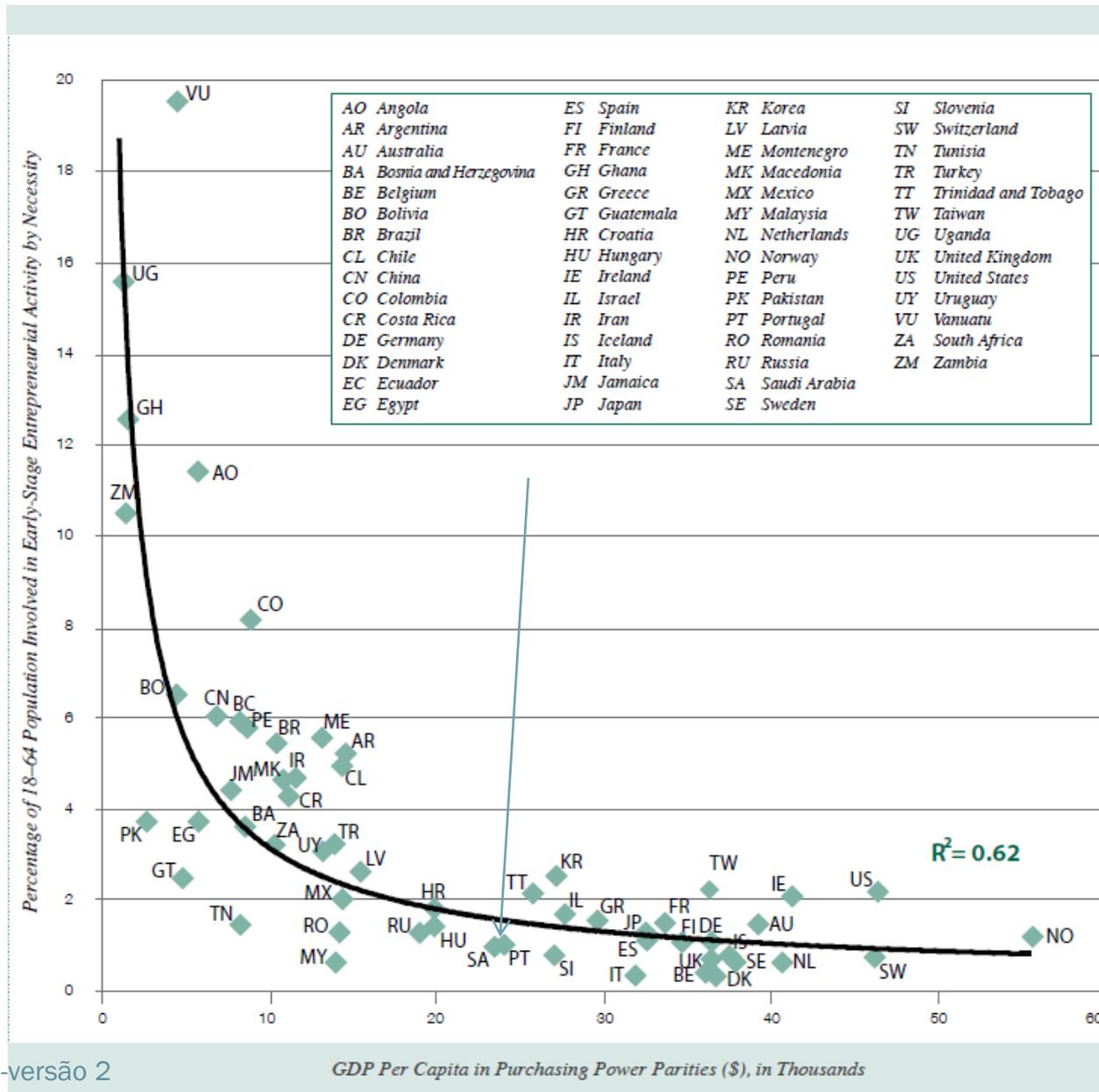
Relação entre a Taxa TEA e o PIB per capita

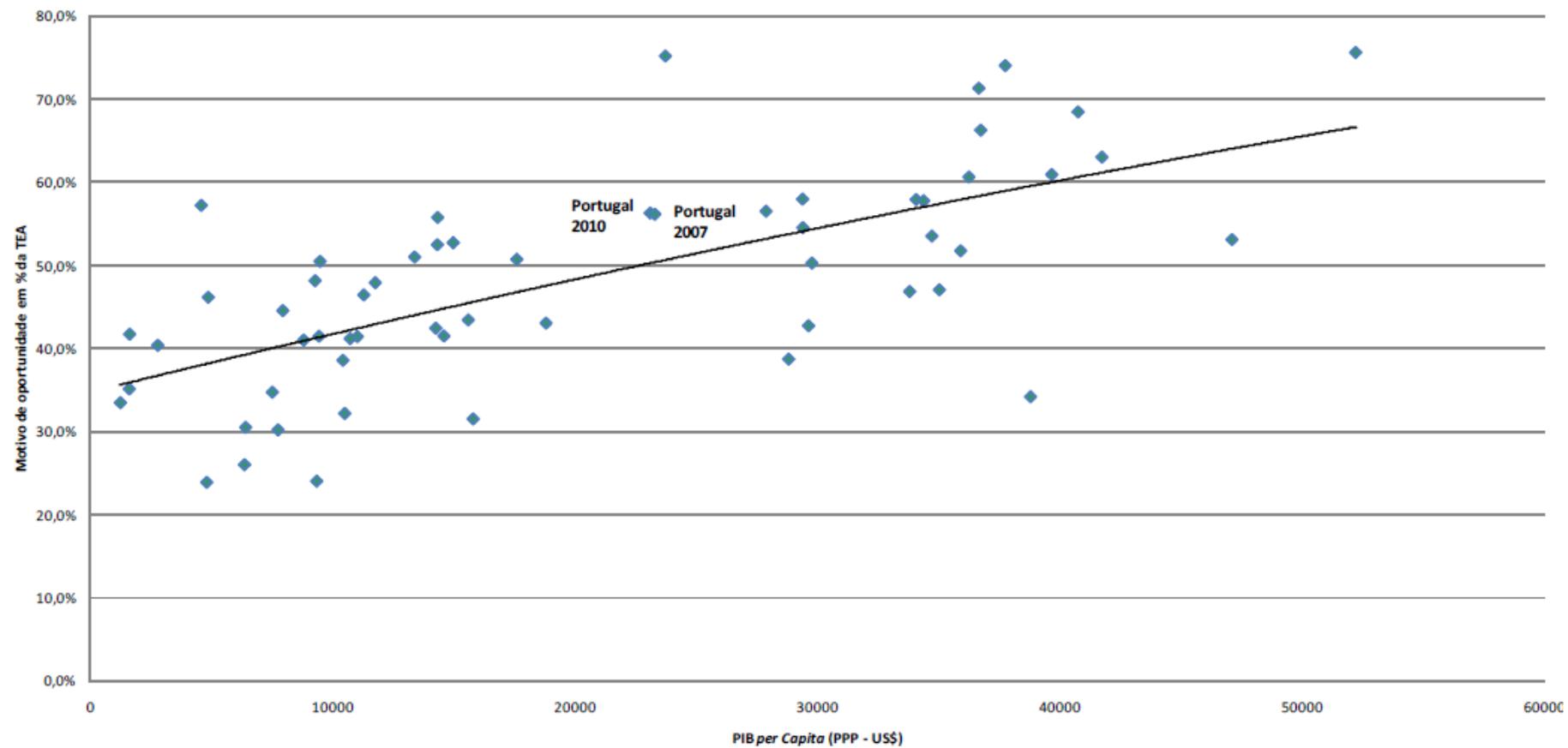


A Parábola de Actividade Empreendedora em Função do Desenvolvimento

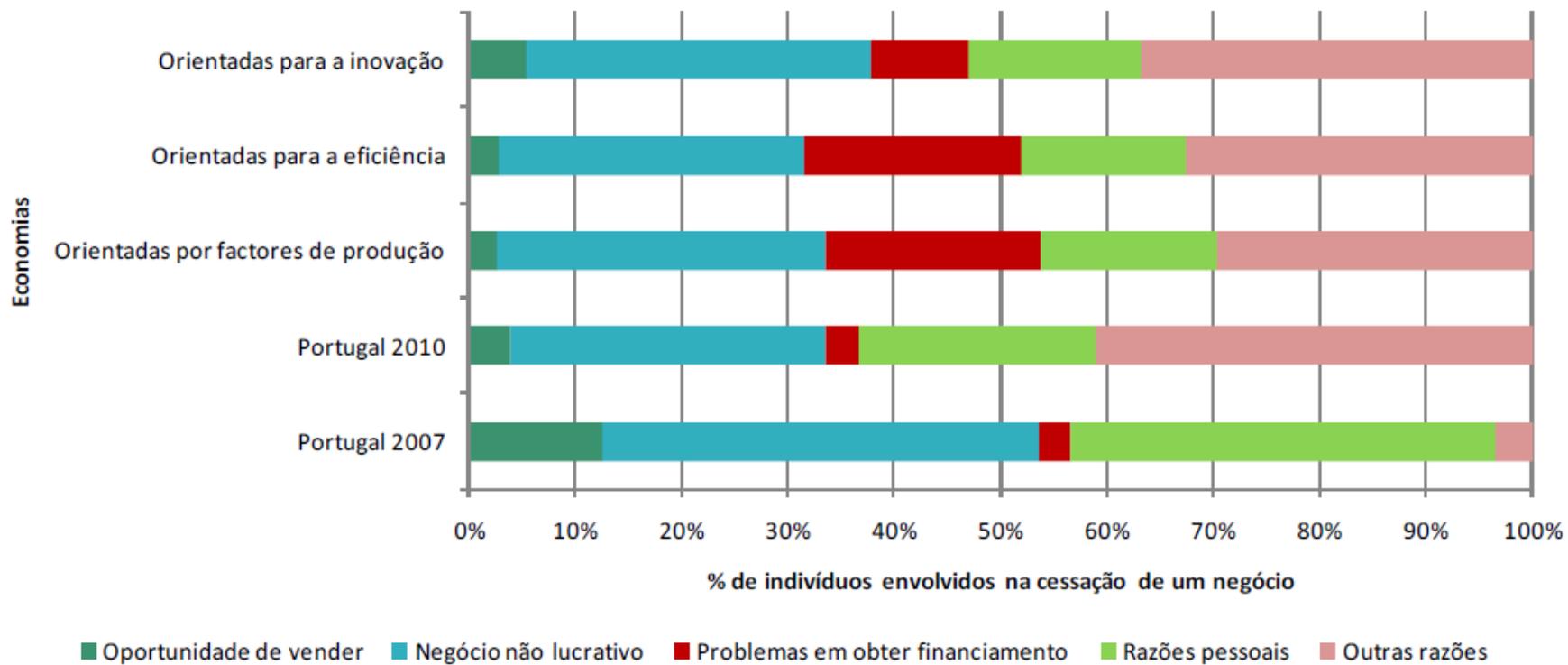


Do Empreendedorismo de Necessidade ao Empreendedorismo de Convicção

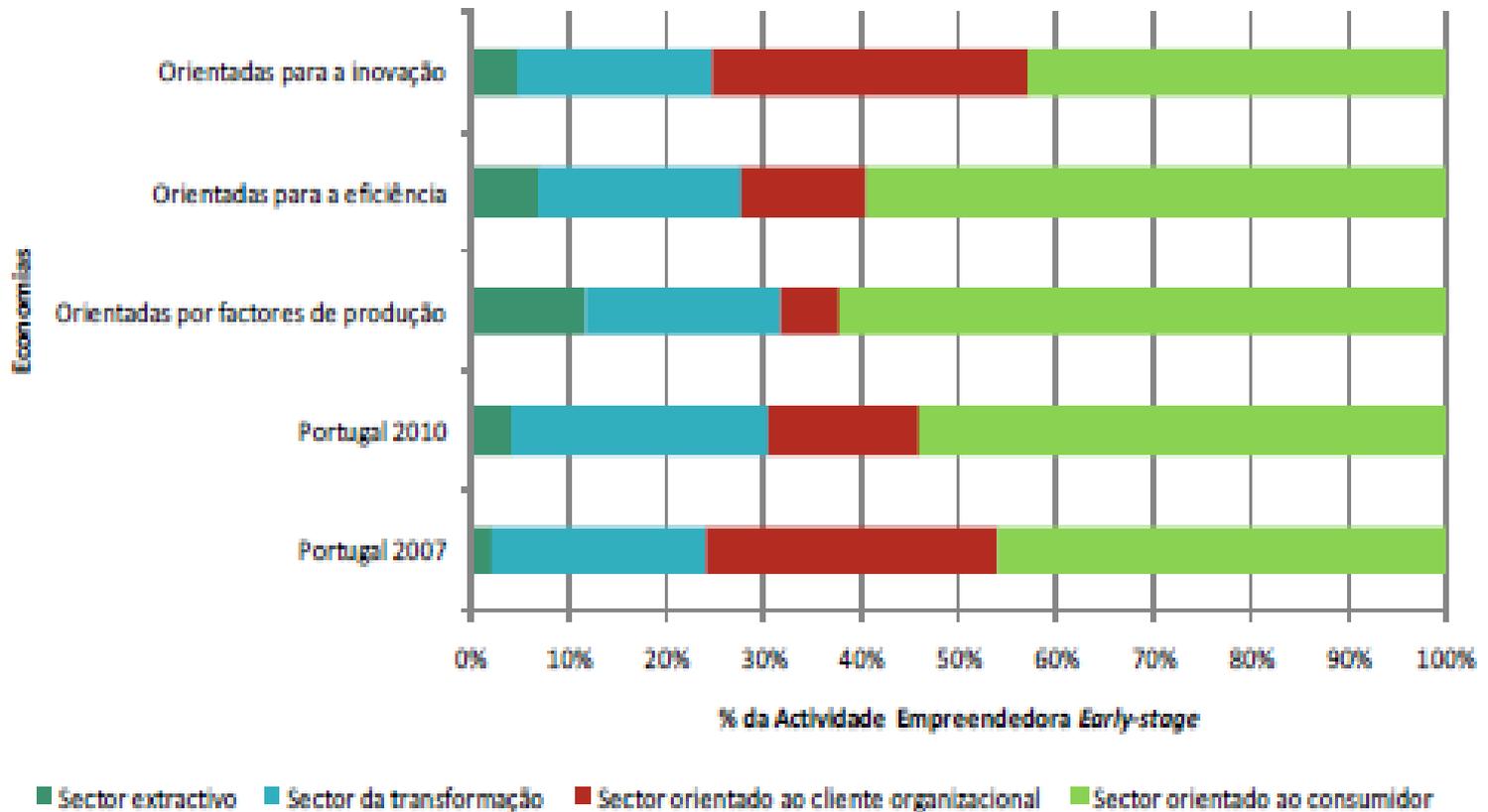




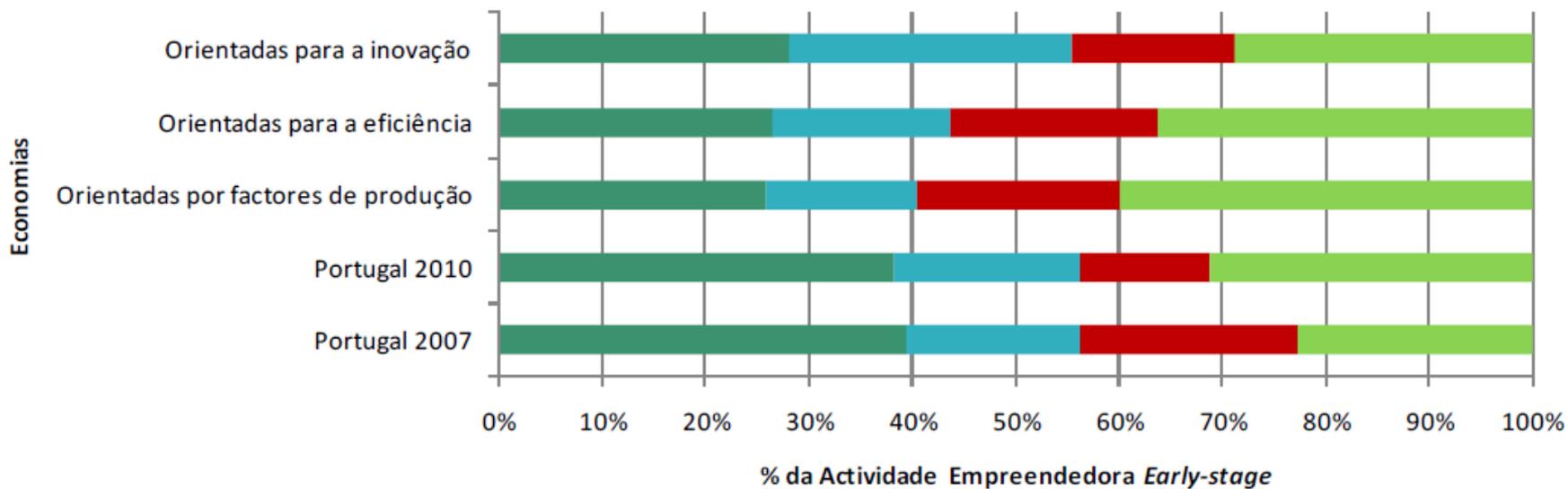
-
- Número de empreendedores do **sexo masculino** cerca do dobro do sexo feminino;
 - Faixa etária entre os **25 e os 34 anos** é onde se regista a maior Taxa TEA;
 - 56,3% dos empreendedores criam um **negócio motivados pela oportunidade**, 31,1% motivados pela necessidade ;
 - Relativamente à **concorrência**, 60,0% dos empreendedores consideram existirem muitos outros negócios que oferecem produtos/serviços semelhantes;
 - Existe maior propensão para o uso de **tecnologias disponíveis há menos de 5 anos** (31,9% de empreendedores) do que, em média, nas economias orientadas para a inovação e na UE;
 - 62,4% dos negócios empreendedores apresentam **clientes internacionais**, percentagem superior à registada, em média, nas economias orientadas para a inovação e na EU;
 - Verifica-se que 1,5% da população adulta **desistiu de um negócio** nos 12 meses anteriores à realização da Sondagem à População Adulta.



Distribuição da Taxa TEA por setores



Maior percentagem de empreendedores em Portugal no sector orientado ao consumidor seguido do sector da transformação e por último do sector orientado ao cliente organizacional.



- Motivo de oportunidade: aumento do rendimento
- Motivo de oportunidade: independência
- Mistura de motivos
- Motivo de não-oportunidade: necessidade/manutenção do rendimento



P Portugal 2010

P Portugal 2007

F Economias orientadas por factores de produção

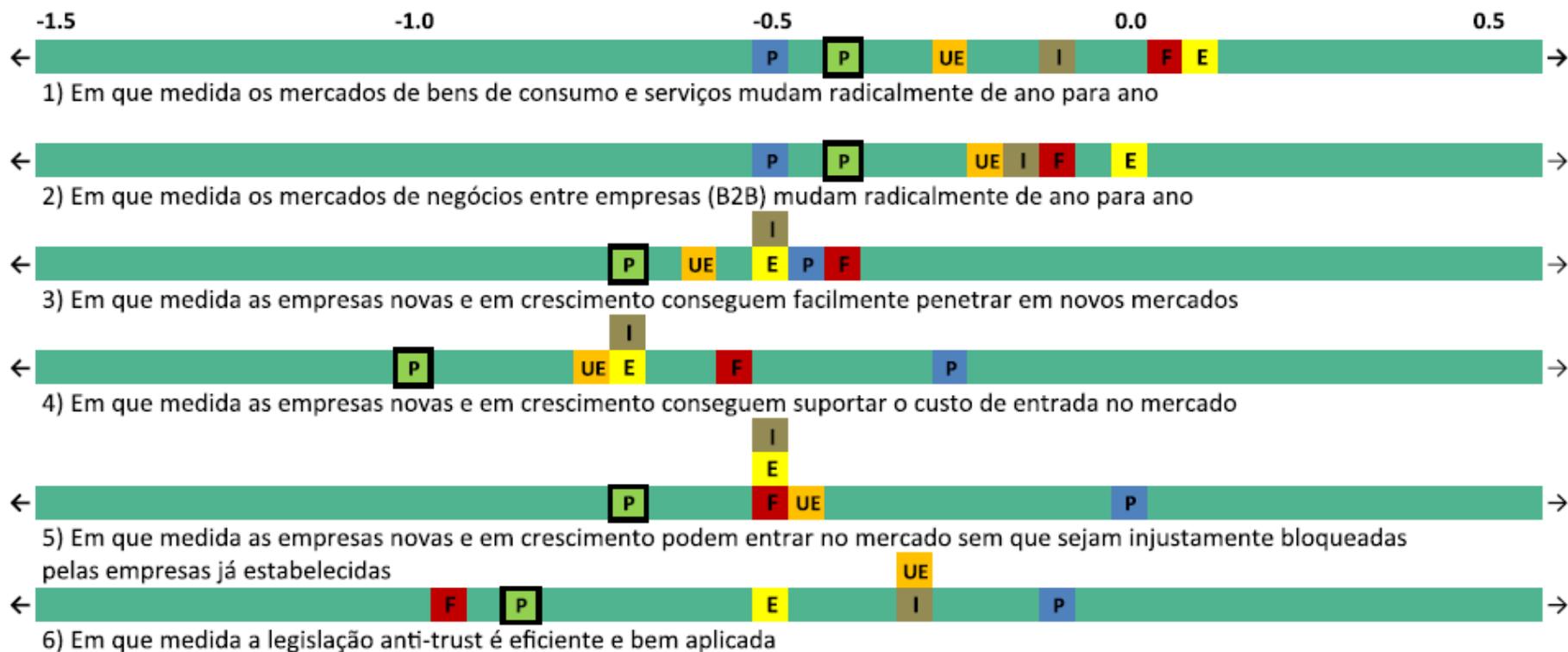
E Economias orientadas para a eficiência

I Economias orientadas para a inovação

UE União Europeia

Parcialmente insuficiente

Nem suficiente nem insuficiente



P Portugal 2010

P Portugal 2007

F Economias orientadas por factores de produção

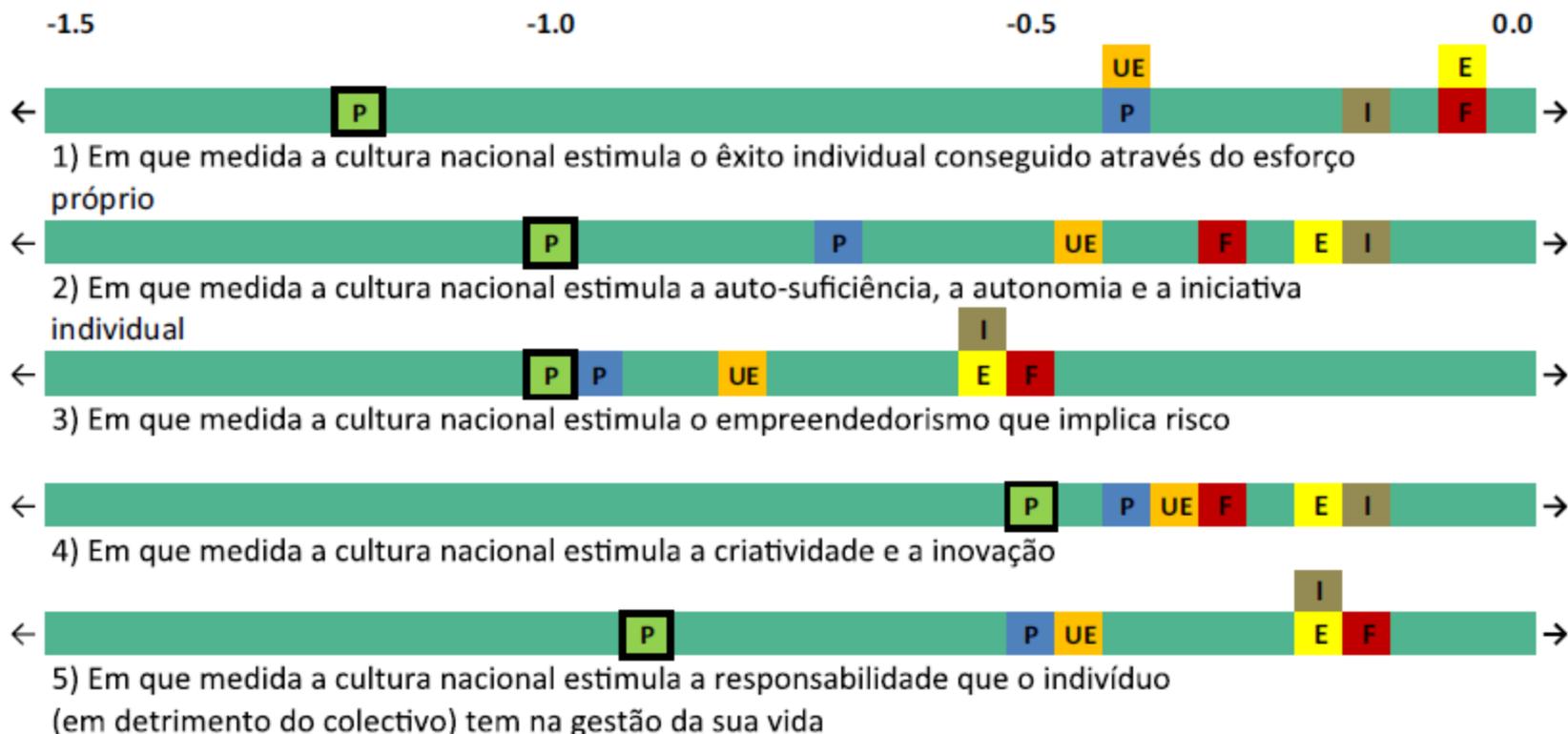
E Economias orientadas para a eficiência

I Economias orientadas para a inovação

UE União Europeia

Parcialmente insuficiente

Nem suficiente nem insuficiente



P Portugal 2010

P Portugal 2007

F Economias orientadas por factores de produção

E Economias orientadas para a eficiência

I Economias orientadas para a inovação

UE União Europeia

Condições estruturais empreendedorismo

1. Apoio Financeiro
2. Políticas Governamentais
3. Programas Governamentais
4. Educação e Formação
5. Transferência de Investigação e Desenvolvimento (I&D)
6. Infraestrutura Comercial e Profissional
7. Abertura do Mercado/Barreiras à Entrada
8. Acesso a Infraestruturas Físicas
9. Normas Sociais e Culturais
10. Proteção de Direitos de Propriedade Intelectual

Condições estruturais mais favoráveis PORTUGAL

8. Acesso a Infraestruturas Físicas - qualidade do apoio que as infraestruturas físicas proporcionam às indústrias;

6. Infraestrutura Comercial e Profissional - quantidade existente de fornecedores de serviços e de consultores para apoiar empresas novas e em crescimento;

Condições estruturais menos favoráveis PORTUGAL

9. Normas Sociais e Culturais - falta de estímulo, por parte da cultura nacional, ao êxito individual, através do esforço próprio;

2. Políticas Governamentais - existência de um excesso de burocracia (obtenção de autorizações e licenças) e de carga fiscal.

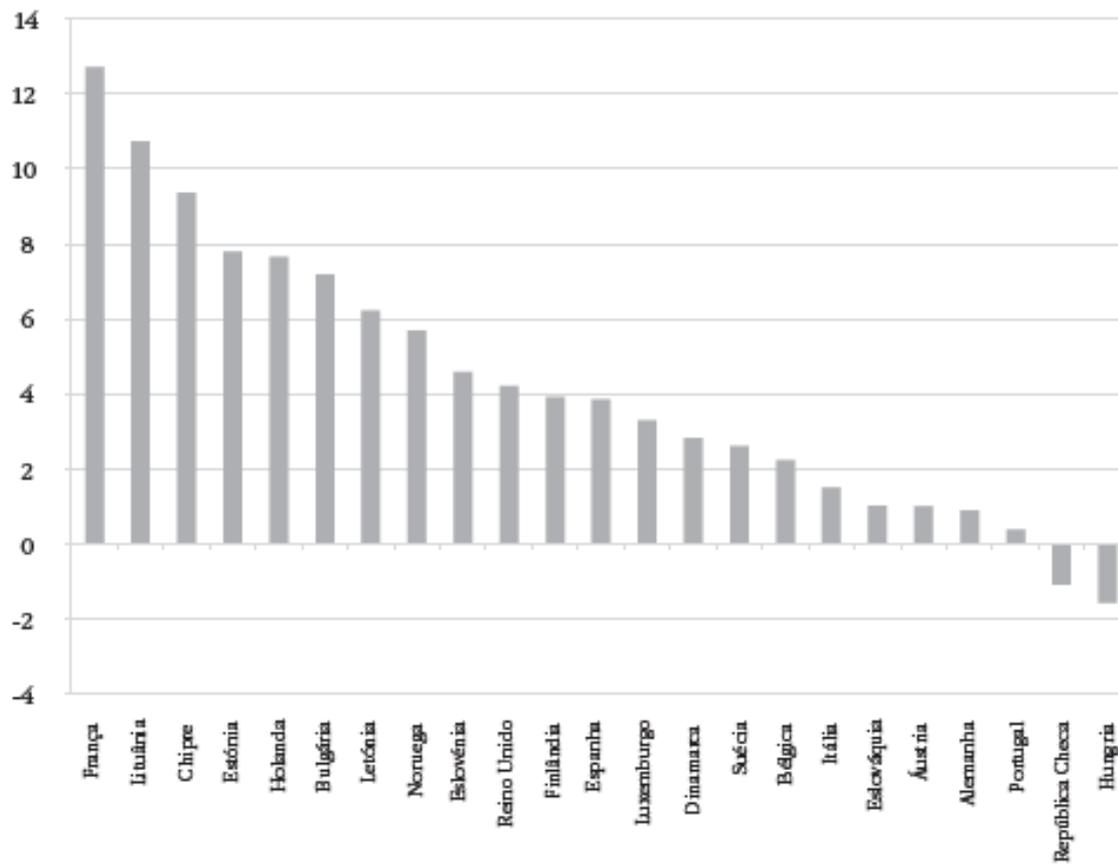
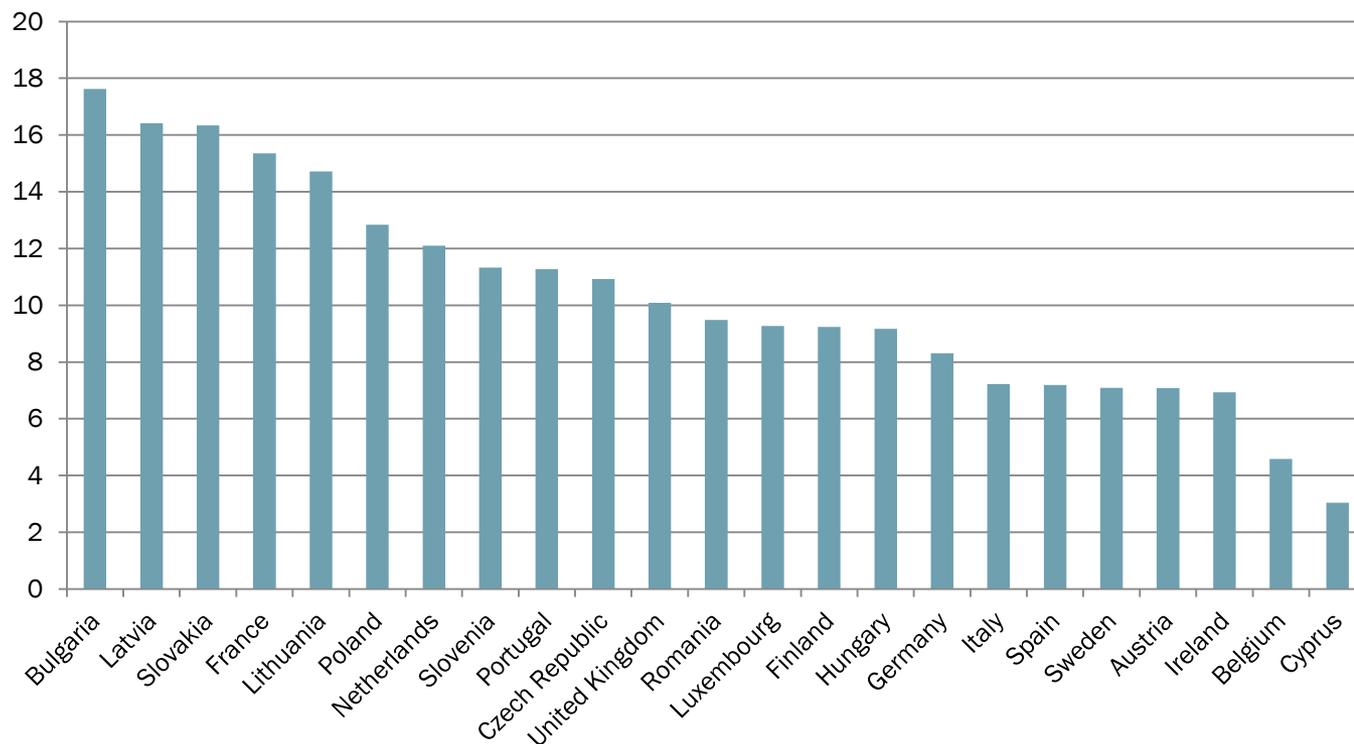


Figura 2.2 – Criação líquida percentual de novas empresas na União Europeia (dados EUROSTAT, relativos a 2007).

Taxa de Nascimento de Novas Empresas (valores relativos a 2009)



Fonte: EUROSTAT (16 de Março de 2012)

Indicadores de Empreendedorismo para Portugal, Espanha, EU, OCDE

País	Ano	Total de Empresas Registradas	Taxa de Crescimento	Novas Empresas Registradas	Taxa de Crescimento	Densidade Empresarial	Densidade Empresarial Novas Empresas Registradas	Tx. de Criação de Novas Empresas
Unidade		Milhares	%	Milhares	%	Nº Empresas / mil trabalhadores	Nº Novas Empresas / mil trabalhadores	%
Portugal	2000	267,2		18,7		38,6	2,7	7,0
	2001	308,7	15,5	41,6	122,1	44,5	6,0	13,5
	2002	312,0	1,1	20,1	-51,6	44,9	2,9	6,5
	2003	347,7	11,4	21,0	4,2	49,9	3,0	6,0
	2004	363,4	4,5	24,8	18,1	52,0	3,5	6,8
	2005	404,2	11,2	25,8	4,1	57,7	3,7	6,4
	2006	416,4	3,0	28,3	9,7	59,2	4,0	6,8
	2007	423,7	1,8	30,9	9,4	60,1	4,4	7,3
Espanha	2000	1481,8		115,9		54,2	4,2	7,8
	2001	1606,1	8,4	111,6	-3,6	58,8	4,1	7,0
	2002	1725,0	7,4	118,0	5,7	63,1	4,3	6,8
	2003	1851,4	7,3	123,6	4,7	67,7	4,5	6,7
	2004	1985,4	7,2	132,2	6,9	72,5	4,8	6,7
	2005	2126,9	7,1	138,3	4,7	77,5	5,0	6,5
	2006	2286,5	7,5	148,6	7,5	83,4	5,4	6,5
	2007	2435,7	6,5	145,6	-2,1	88,8	5,3	6,0
União Europeia	2000	418,6		38,5		30,8	2,9	8,5
	2001	364,4	-13,0	34,6	-10,3	33,5	3,2	8,3
	2002	393,9	8,1	37,3	7,9	35,3	3,1	8,5
	2003	414,4	5,2	41,0	9,8	36,5	3,2	8,7
	2004	441,3	6,5	47,2	15,2	38,5	3,8	9,4
	2005	487,0	10,3	48,5	2,7	41,9	4,2	9,6
	2006	524,5	7,7	52,6	8,6	40,0	4,3	10,1
	2007	571,3	8,9	62,9	19,5	45,4	5,4	11,4
OCDE	2000	508,2		49,0		34,5	4,2	9,9
	2001	440,9	-13,25	43,7	-10,93	39,0	4,5	9,6
	2002	567,9	28,80	46,9	7,36	41,4	4,4	9,2
	2003	750,0	32,07	71,9	53,37	42,7	4,4	8,9
	2004	780,1	4,01	80,9	12,47	44,7	5,0	9,9
	2005	957,0	22,68	92,2	14,05	48,8	5,3	9,8
	2006	622,1	-35,00	68,5	-25,76	49,6	6,0	10,5
	2007	728,4	17,09	82,1	19,90	57,5	7,5	11,1

Fonte: Cálculos próprios com base nos dados disponíveis no *World Bank Entrepreneurship Survey* (WBGES) do Banco Mundial.

Taxa de criação de empresas, para os países da UE

Eurostat ,WBGES, INE

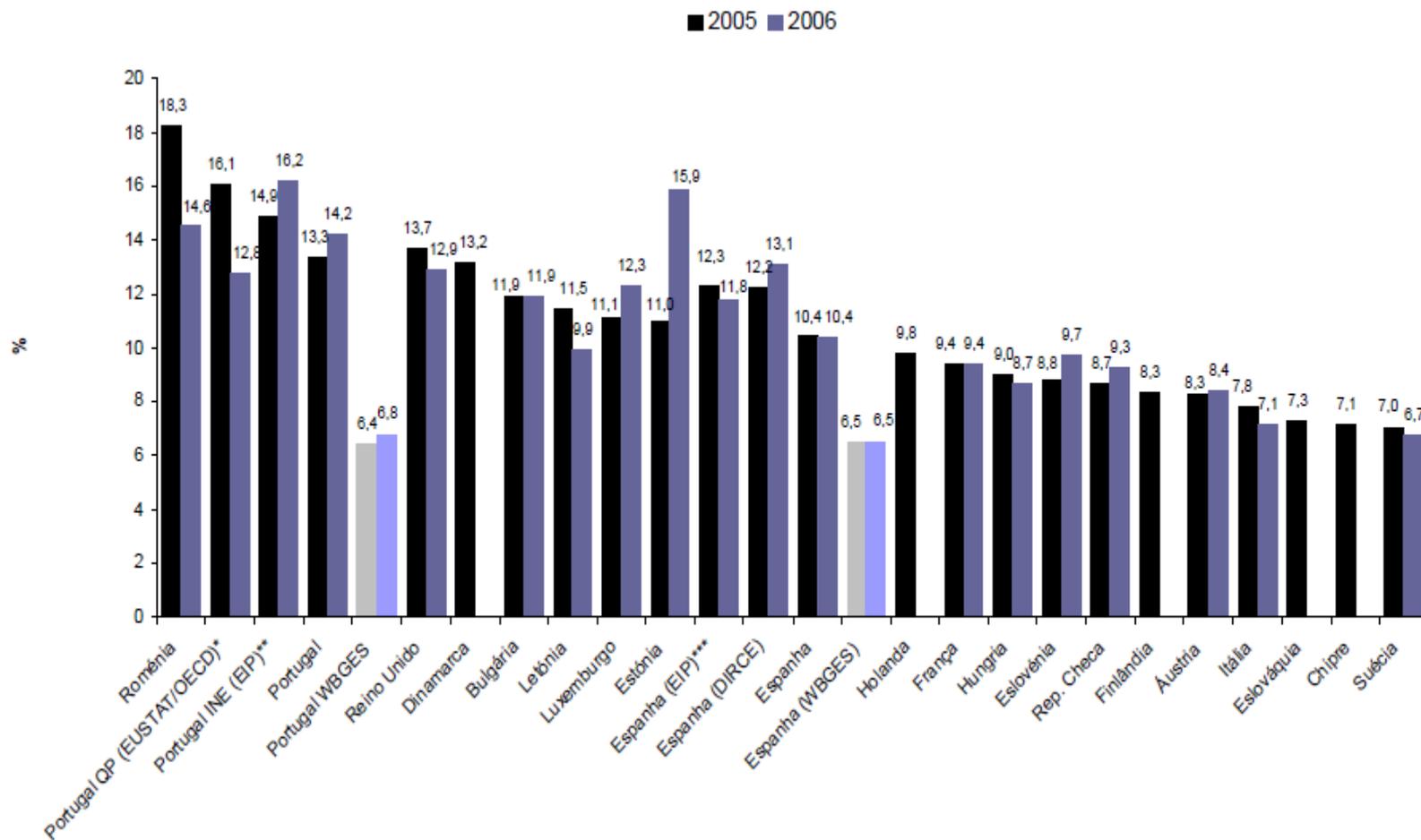
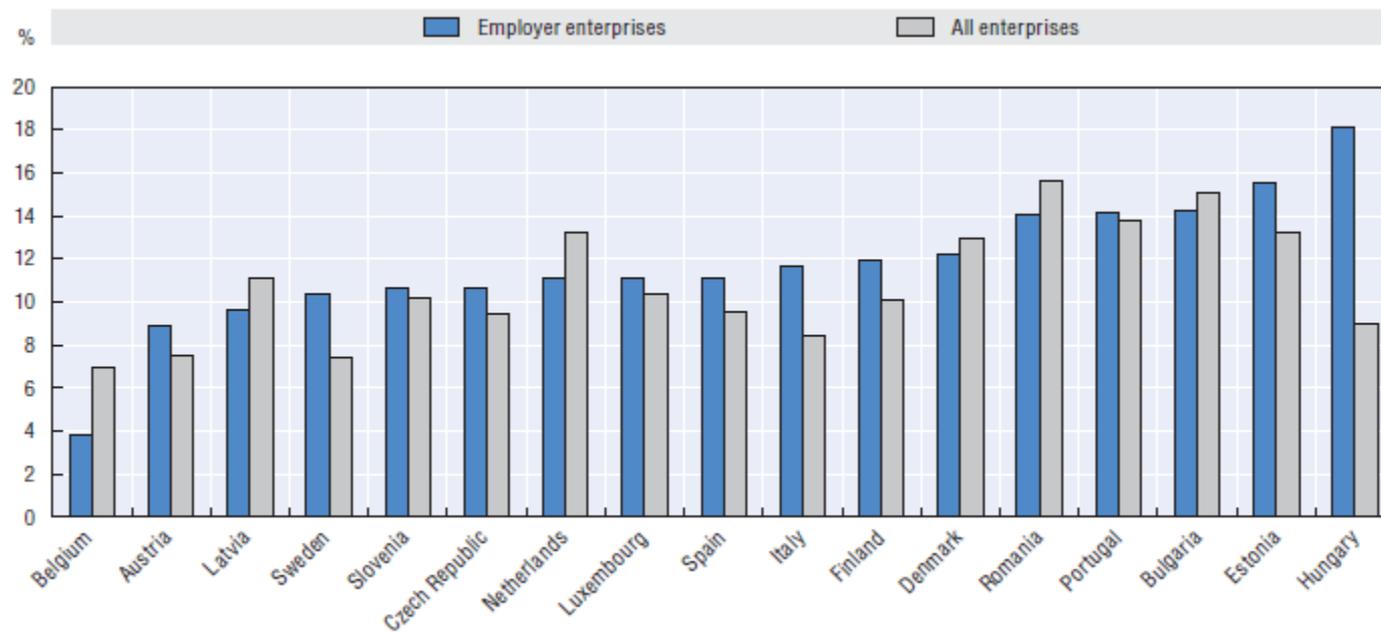




Figure 1.1. Employer enterprise birth rates and enterprise birth rates

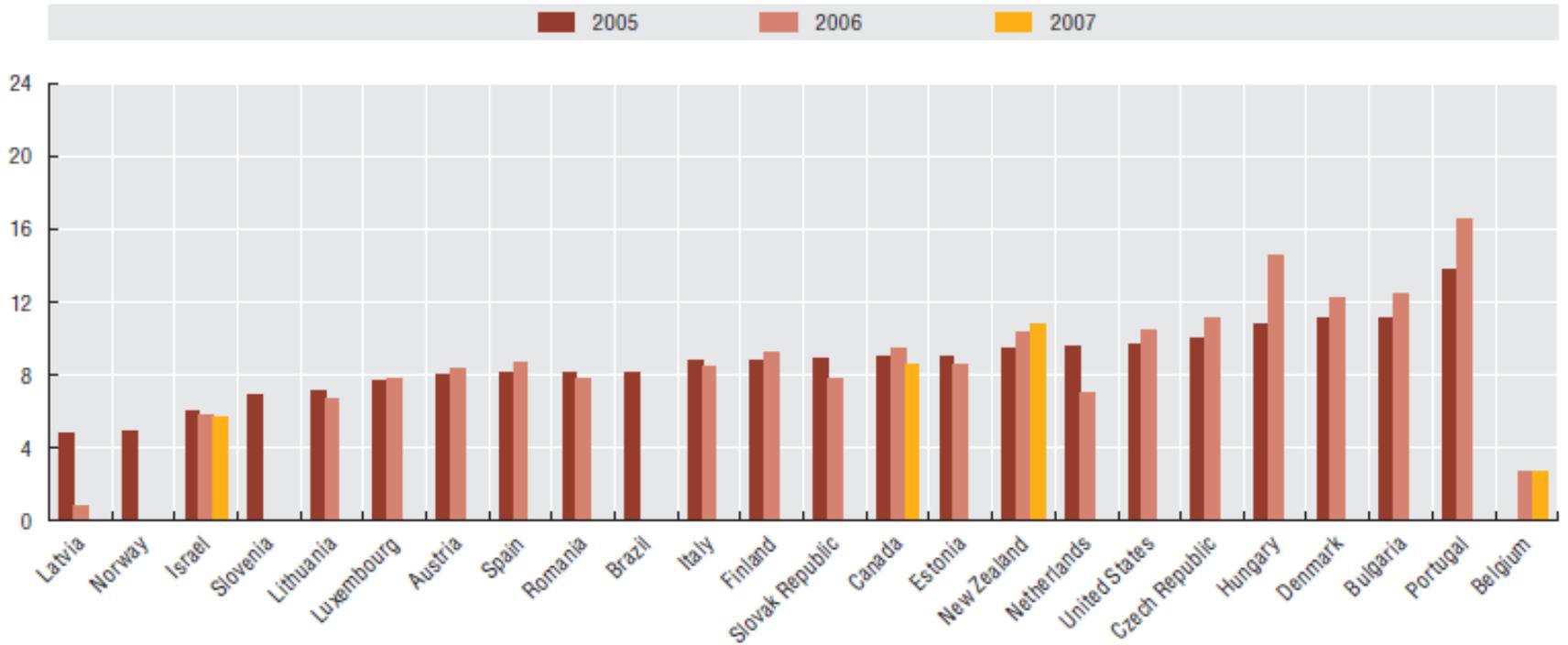


Source: Eurostat (2010a).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384173>



Figure 6.1. Employer enterprise death rates in all industries, 2005 to 2007



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384496>

As empresas recém-nascidas acarretam consigo doses apreciáveis de risco. São especialmente frágeis. As taxas de mortalidade infantil são por isso extremamente elevadas, conforme evidenciado nos valores seguintes, registados em Portugal:

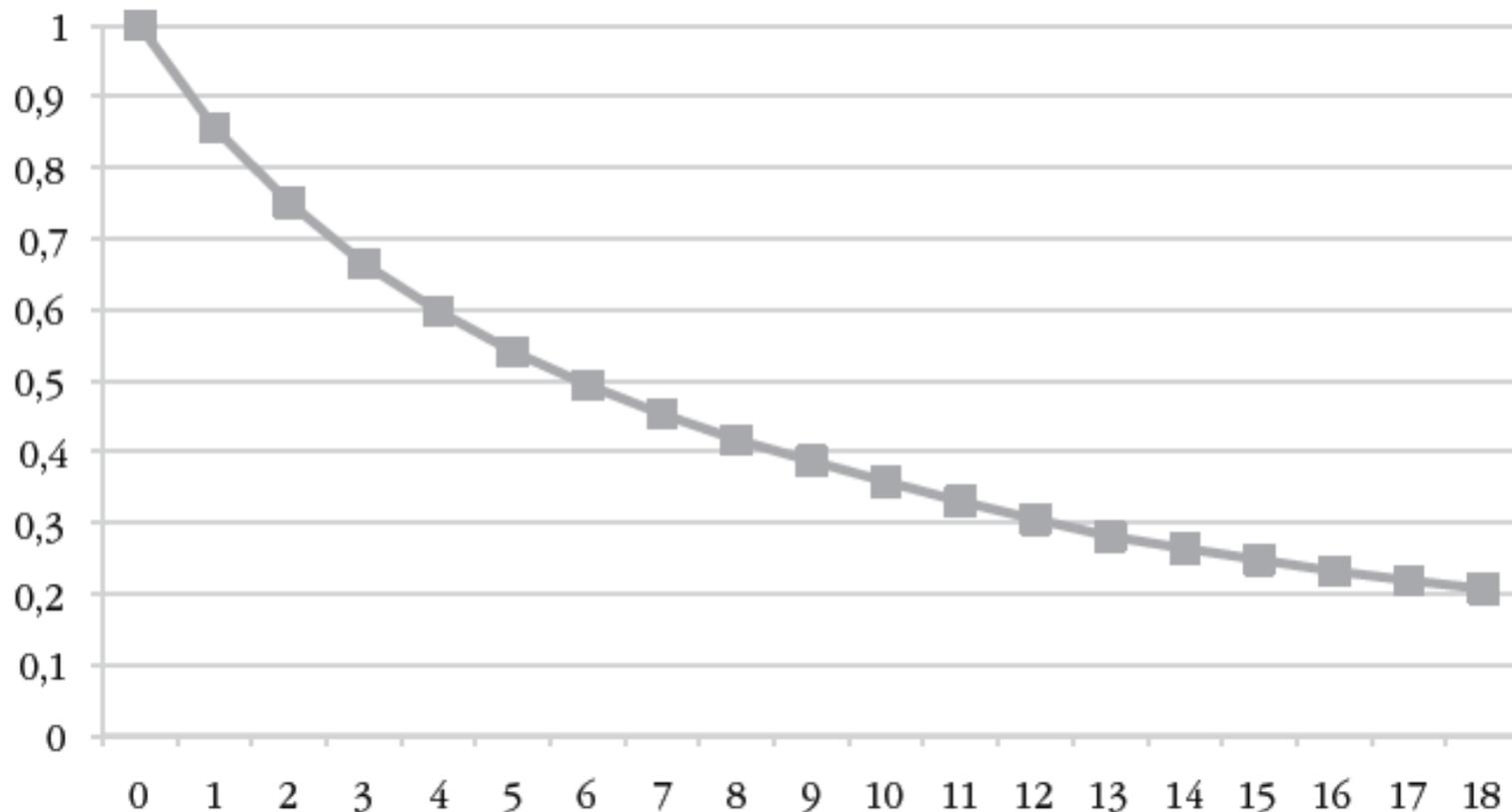
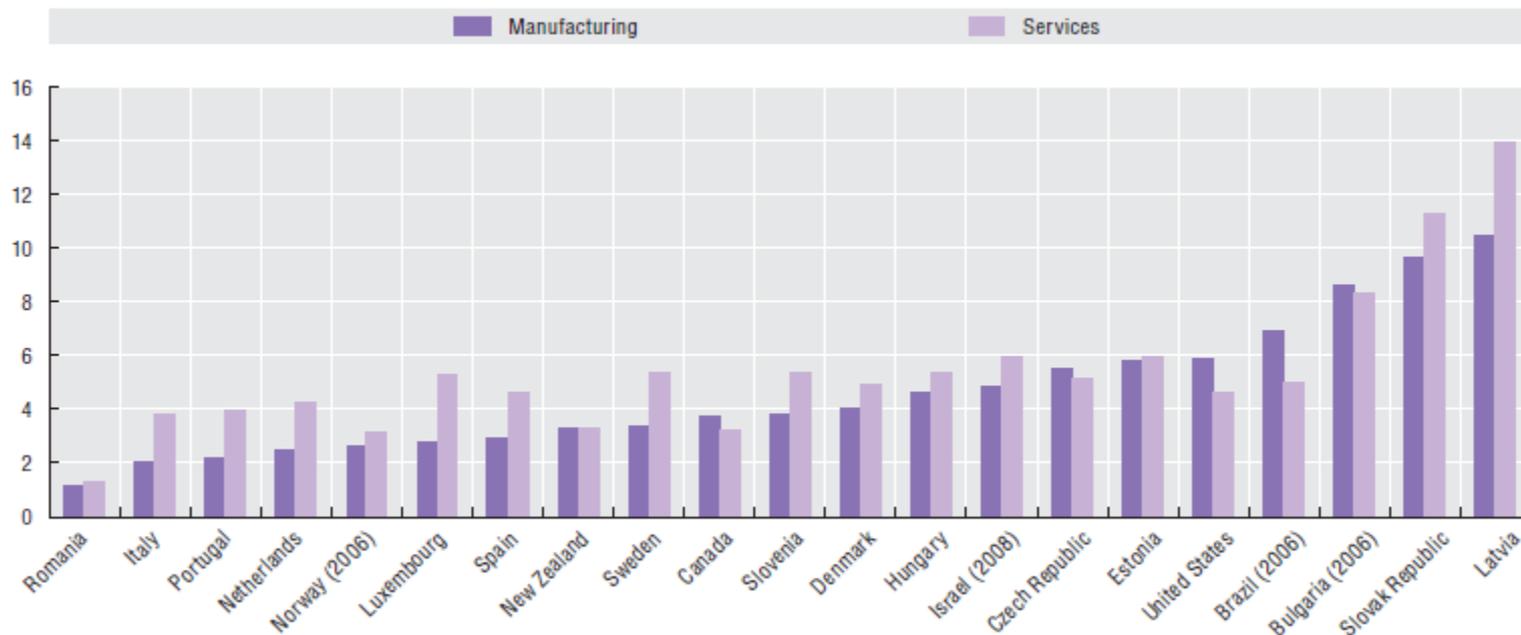


Figura 3.10 – Probabilidade de sobrevivência das organizações acima de um determinado número de anos de longevidade.

Share of high-growth enterprises (employment definition) in 2007



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384800>

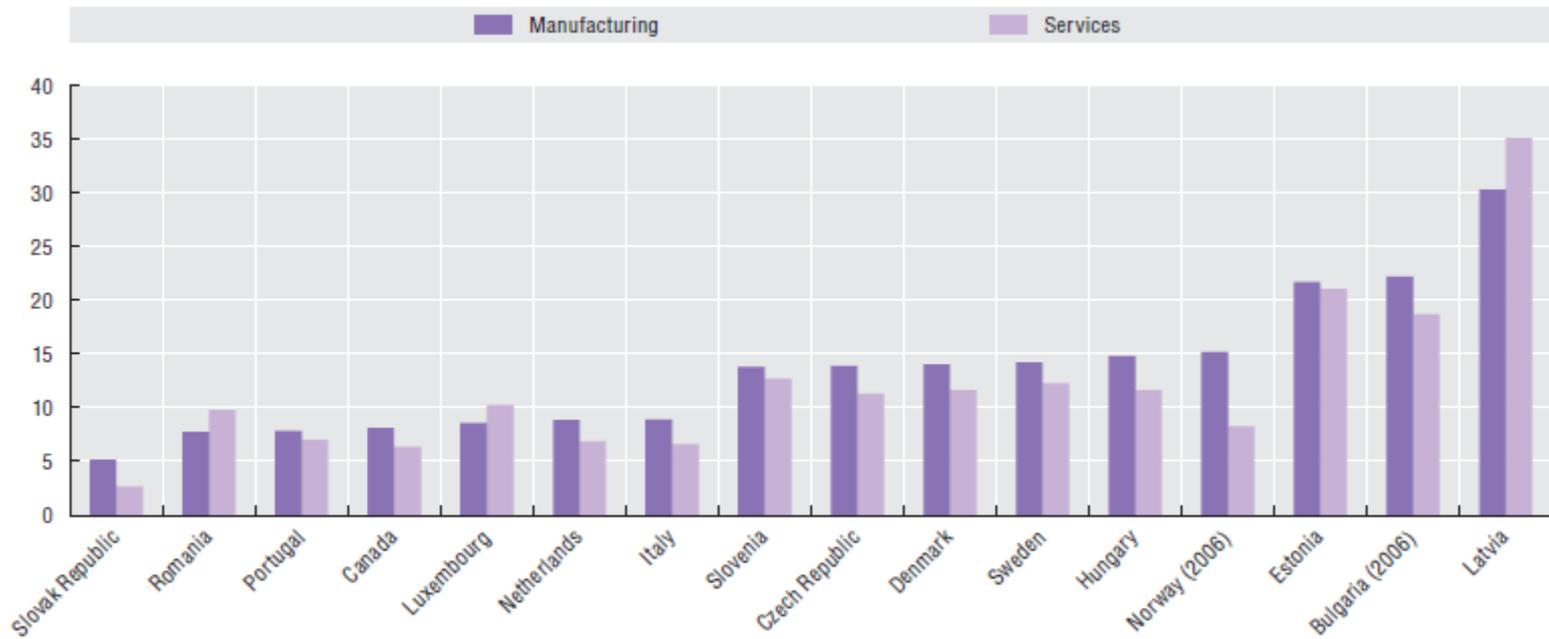
Definition

High-growth enterprises, as measured by employment (or by turnover), are enterprises with average annualised growth in employees (or in turnover) greater than 20% a year, over a three-year period, and with ten or more employees at the beginning of the observation period.

The *share of high-growth enterprises* is compiled as the number of high-growth enterprises as a percentage of the population of enterprises with ten or more employees.

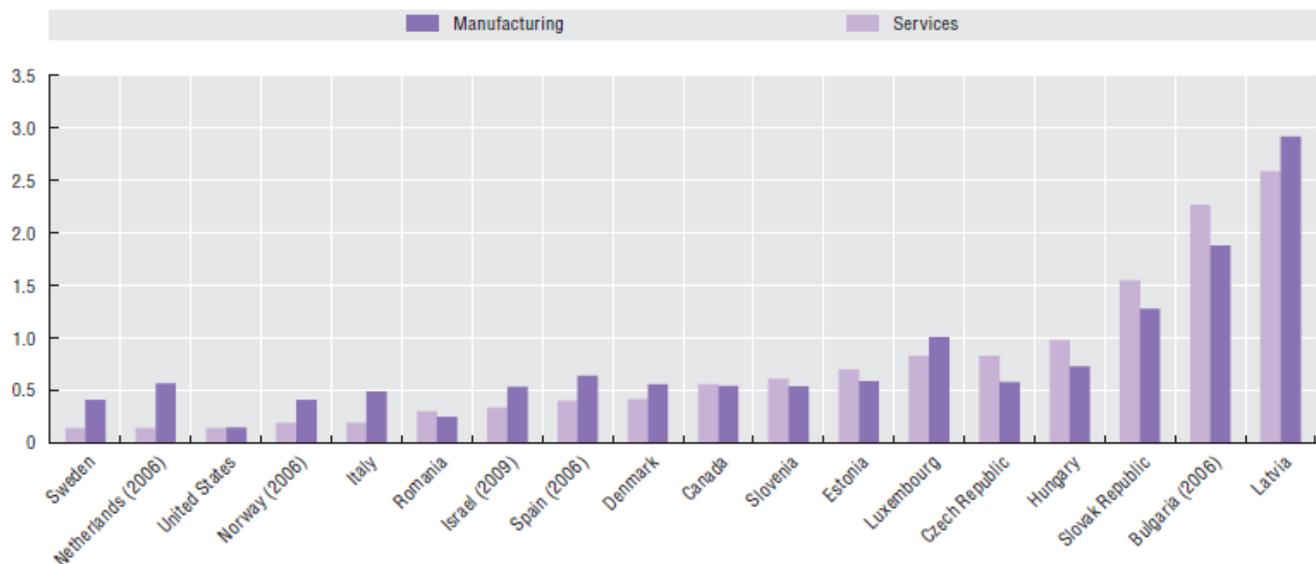


Figure 11.2. Share of high-growth enterprises (turnover definition) in 2007



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384819>

Figure 12.1. Share of gazelles (employment definition) in 2007



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384838>

Definition

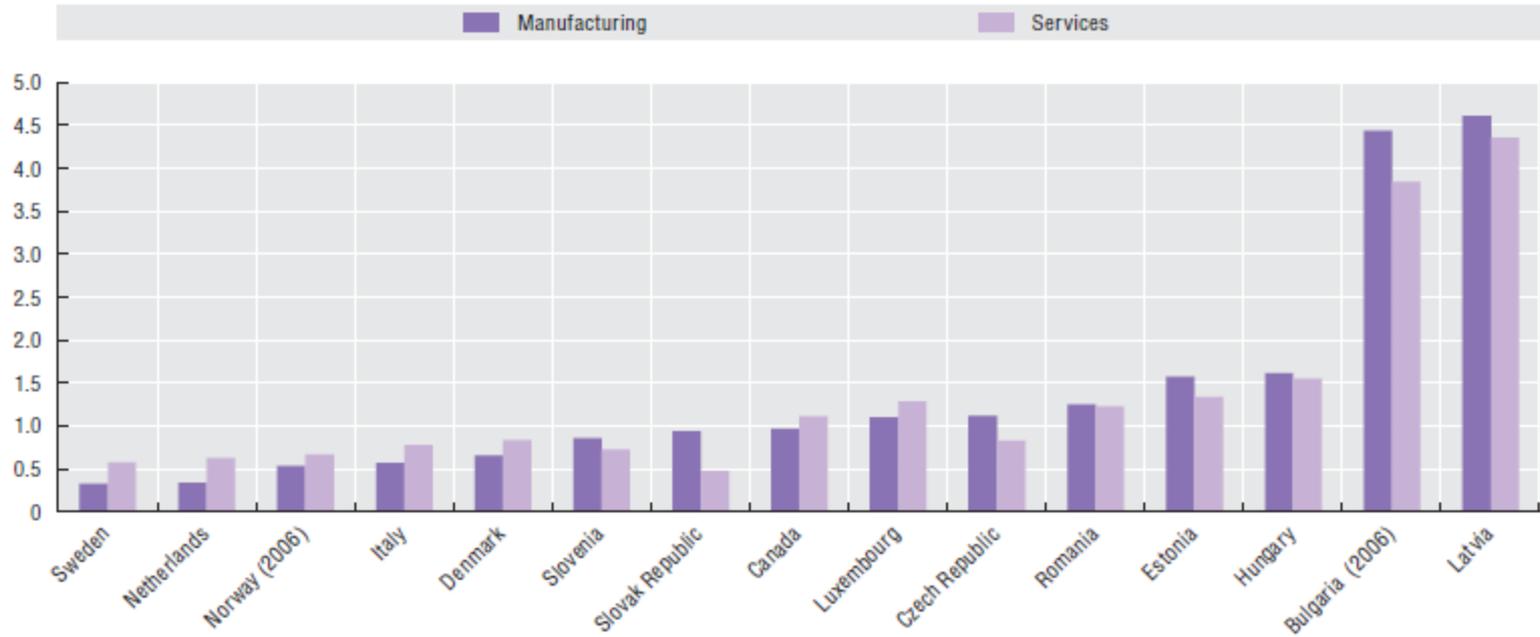
Gazelles form a subset of the group of high-growth enterprises; they are high-growth enterprises born five years or less before the end of the three-year observation period.

Measured in terms of employment (or turnover), gazelles are enterprises which have been employers for a period of up to five years, with average annualised growth in employees (or in turnover) greater than 20% a year over a three-year period and with ten or more employees at the beginning of the observation period.

The *share of gazelles* is expressed as a percentage of the population of enterprises with ten or more employees.



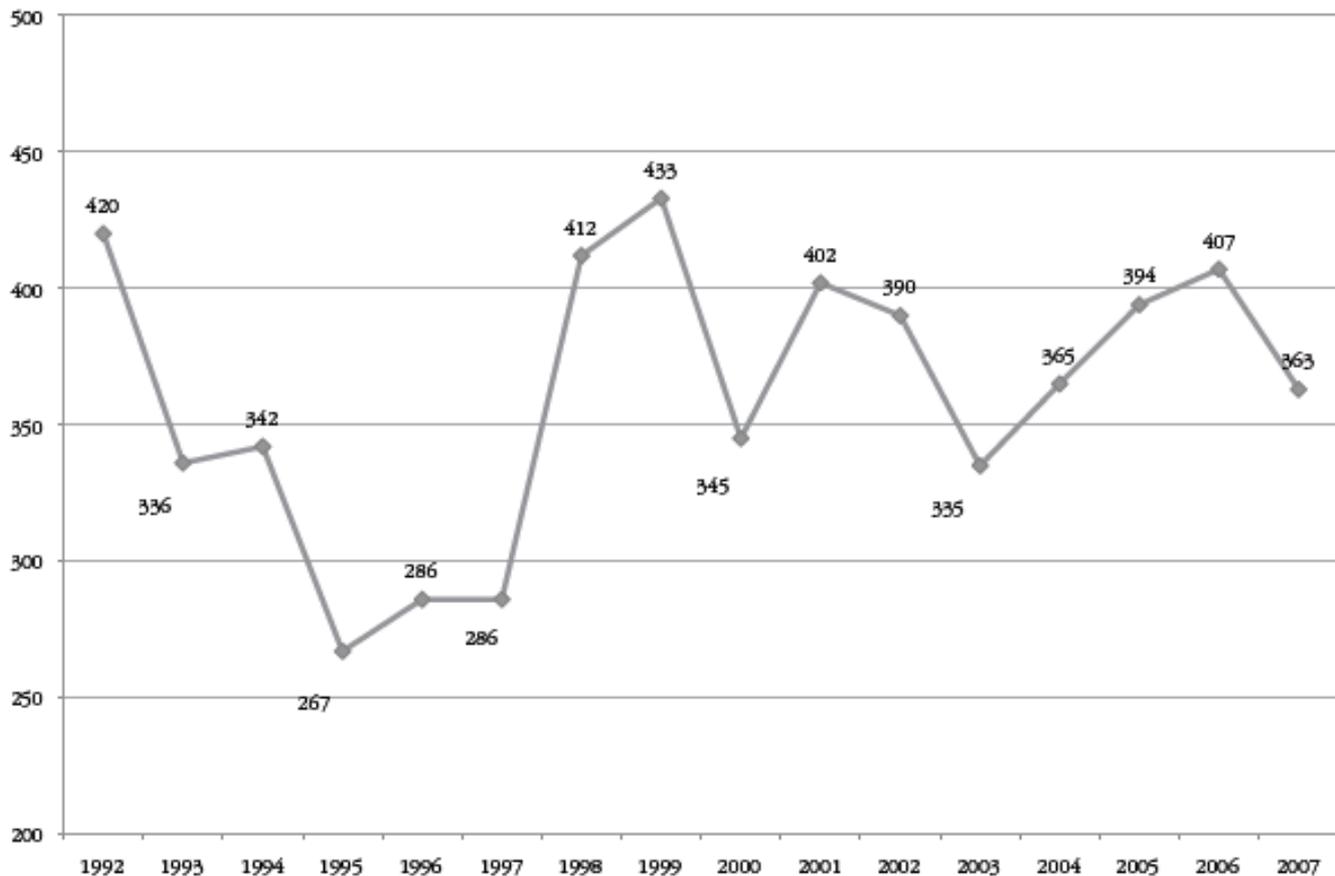
Figure 12.2. Share of gazelles (turnover definition) in 2007



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932384857>

Conversão de Conhecimento em Valor (Empreendedorismo de Base Tecnológica)

Número de Empresas Gazela em Portugal (<5anos; 3 anos >20% ao ano em emprego)



Emergence related to European countries

Country	Gazelles in %
Lithuania	22.3
Latvia	21.0
Bulgaria	20.3
Romania	18.2
Slovakia	12.4
Estonia	12.2
Slovenia	10.9
Hungary	8.2
Italy	7.0
Portugal	6.2
Spain	6.1
Norway	5.4
Germany	3.9
Belgium	3.8
Czech Republic	3.1
Greece	1.7

Gazelle distribution by European countries
(share of Gazelles in European countries in %)

Based on the CIS IV data, the countries with
the highest share of Gazelles are:

- Lithuania (LT): 22.3%
- Latvia (LV): 21.0 %
- Bulgaria (BG): 20.3%
- Romania (RO): 18.2%

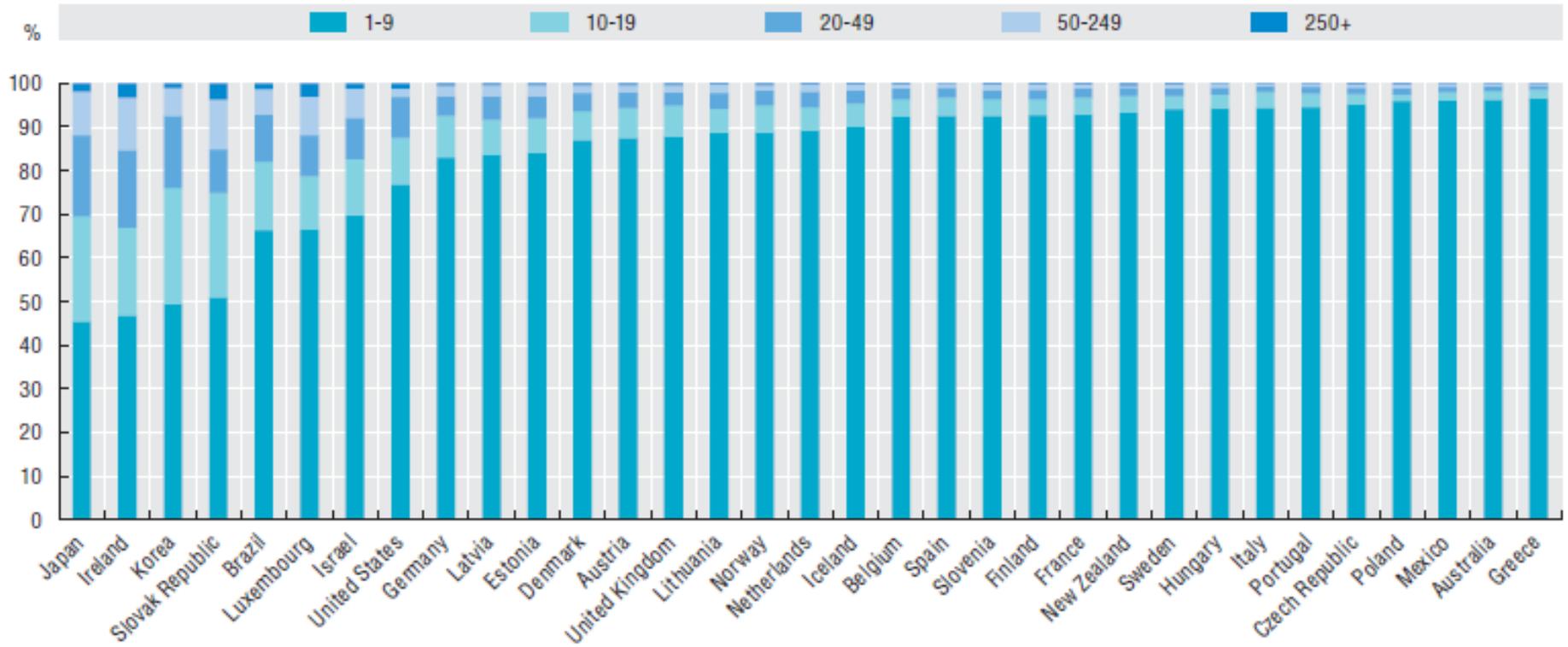
Bulgaria, Romania, Lithuania and Latvia:

We examine that most of the Gazelles are
recorded for the new member states.

30-10-2012



Figure 1.1. Enterprises by size class in 2007



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932384306>



Financing High-Growth Firms

THE ROLE OF ANGEL INVESTORS

Table 1.1. Equity investors at the seed, early and later stage of firm growth

Informal investors		Formal investors	
Founders, friends and family	Angel investors Typical investment size: USD 25 000-500 000	Venture capital funds Typical investment size: USD 3-5 million	
<i>Seed stage investments</i>	<i>Early stage investments</i>	<i>Later stage investments</i>	



Financing gap



Figure 2.17. Business angel network and venture capital seed investments in Europe, 2005-09

EUR millions

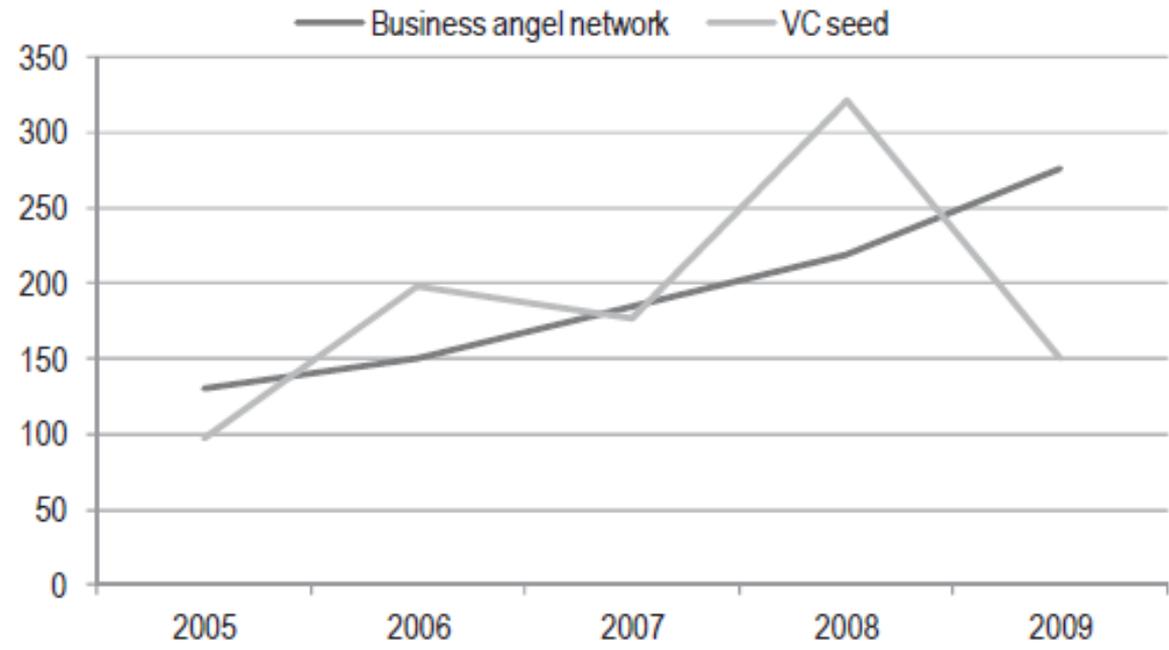
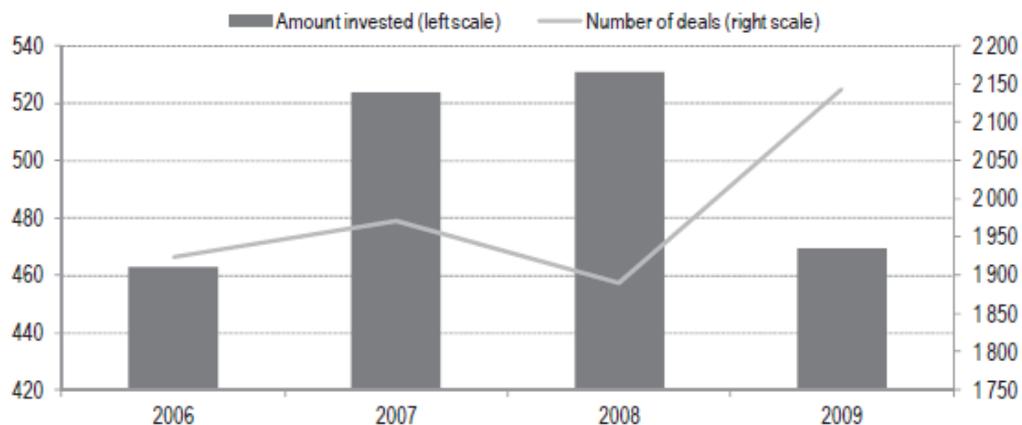




Figure 2.7. Investments by business angel groups in the United States, 2006-09

Amount invested in USD millions

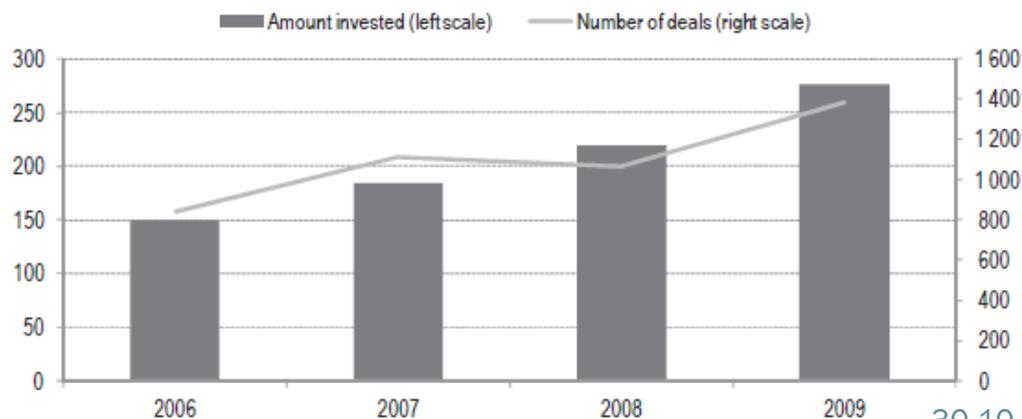


Note: Number of deals estimated based on number provided by ACA (Angel Capital Association).

Source: OECD based on ACA (Angel Capital Association).

Figure 2.8. Investments by business angel networks in Europe, 2006-09

Amount invested in EUR millions



Source: OECD based on networks surveyed by EBAN (The European Trade Association for Business Angels, Seed Funds, and other Early Stage Market Players).



Financing High-Growth Firms

THE ROLE OF ANGEL INVESTORS

OCDE

Estadísticas sobre Business angels, 2007

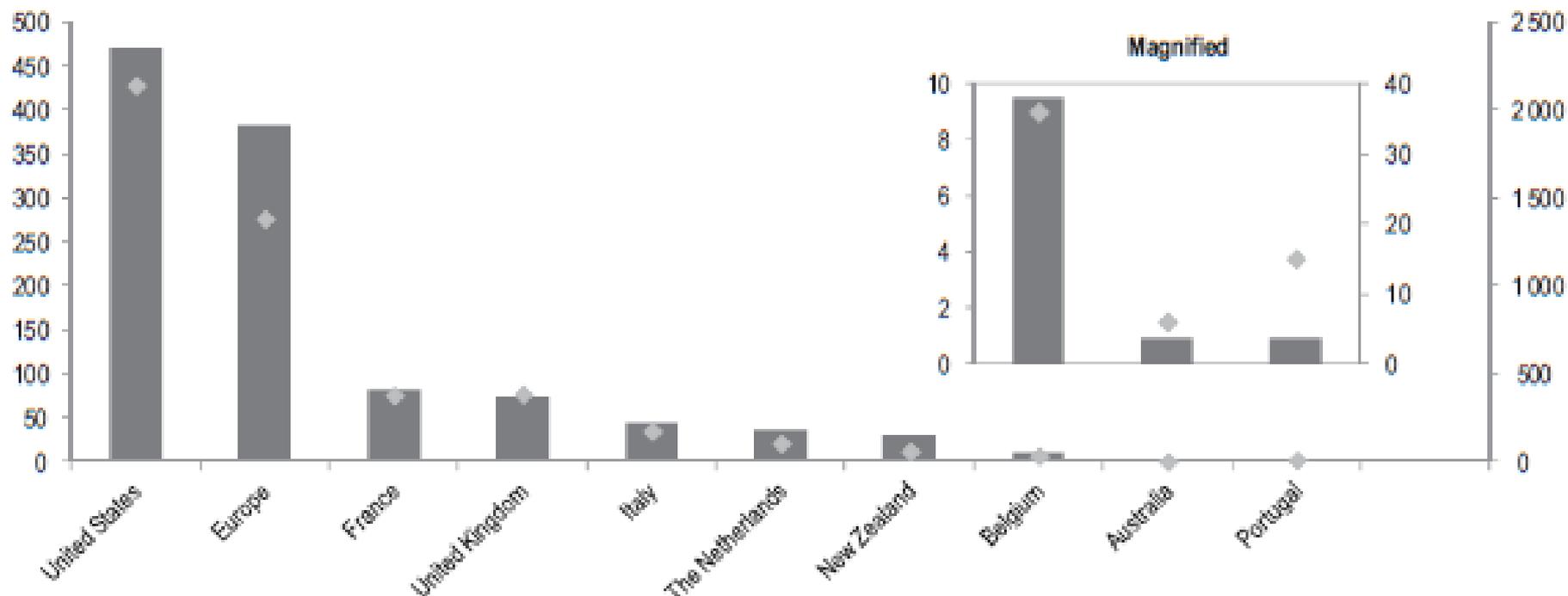
	N° associações	N° deals	Investimentos milhões Euros
Bélgica	3	35	7.0
Finlândia	1	10	5.0
França	54	214	37.0
Itália	-	102	19.5
Catalunha	9	11	2.5
Suécia	22	99	15.0
Holanda	8	75	6.2
Portugal	9	11	1.6
Reino Unido	22	388	22.6
Escócia	18	21	20.5

Fonte: European Business Angel Network

Figure 2.10. “Visible” investments by business angel networks/groups in selected countries, 2009

Amount invested in USD millions

■ Amount invested (left scale) ◆ Number of deals (right scale)



Uma Visão Internacional da Relevância do Capital de Risco nas Economias

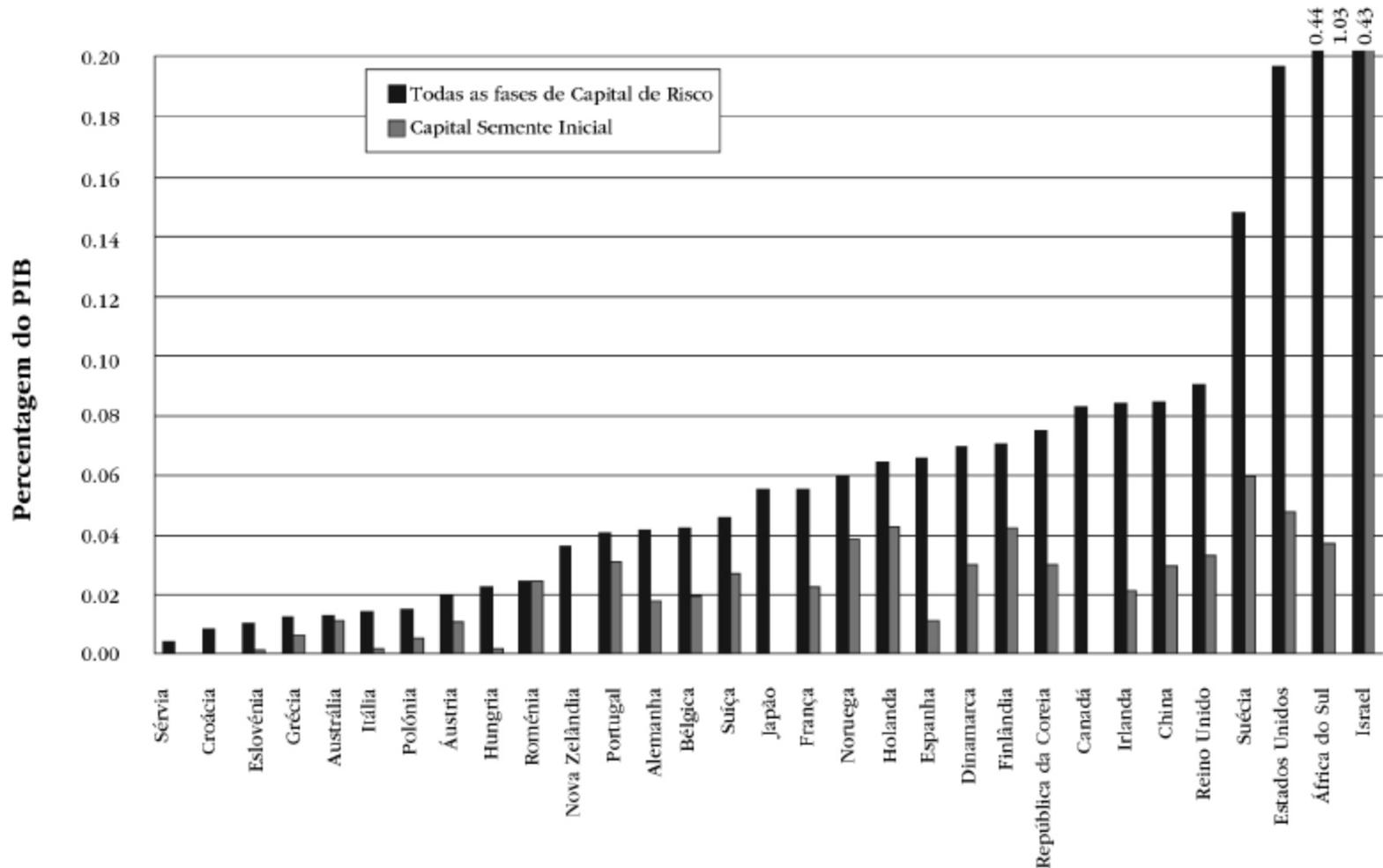
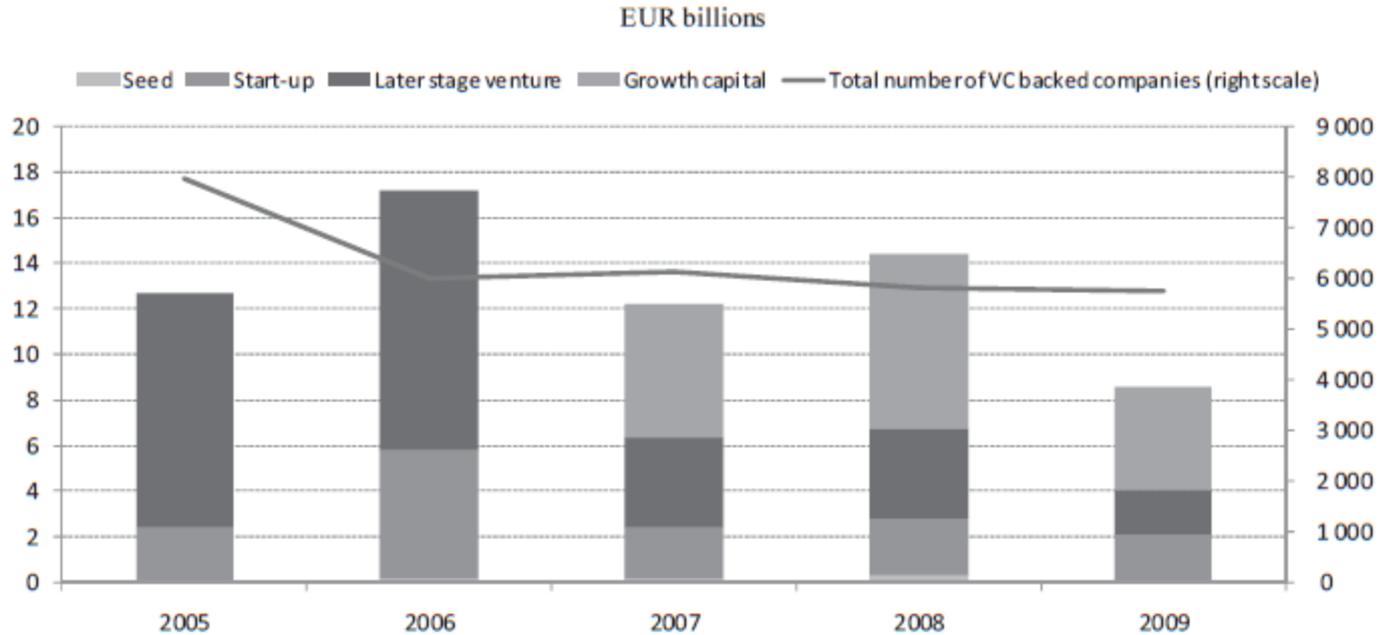


Figura 1.4 – Valores do investimento de capital de risco no ano de 2008, expressos em percentagem do PIB, nos diferentes países, tanto globalmente, como no que diz respeito ao apoio inicial dado a novos projectos empreendedores.



Figure 2.16. Venture capital investments in Europe, 2005-09

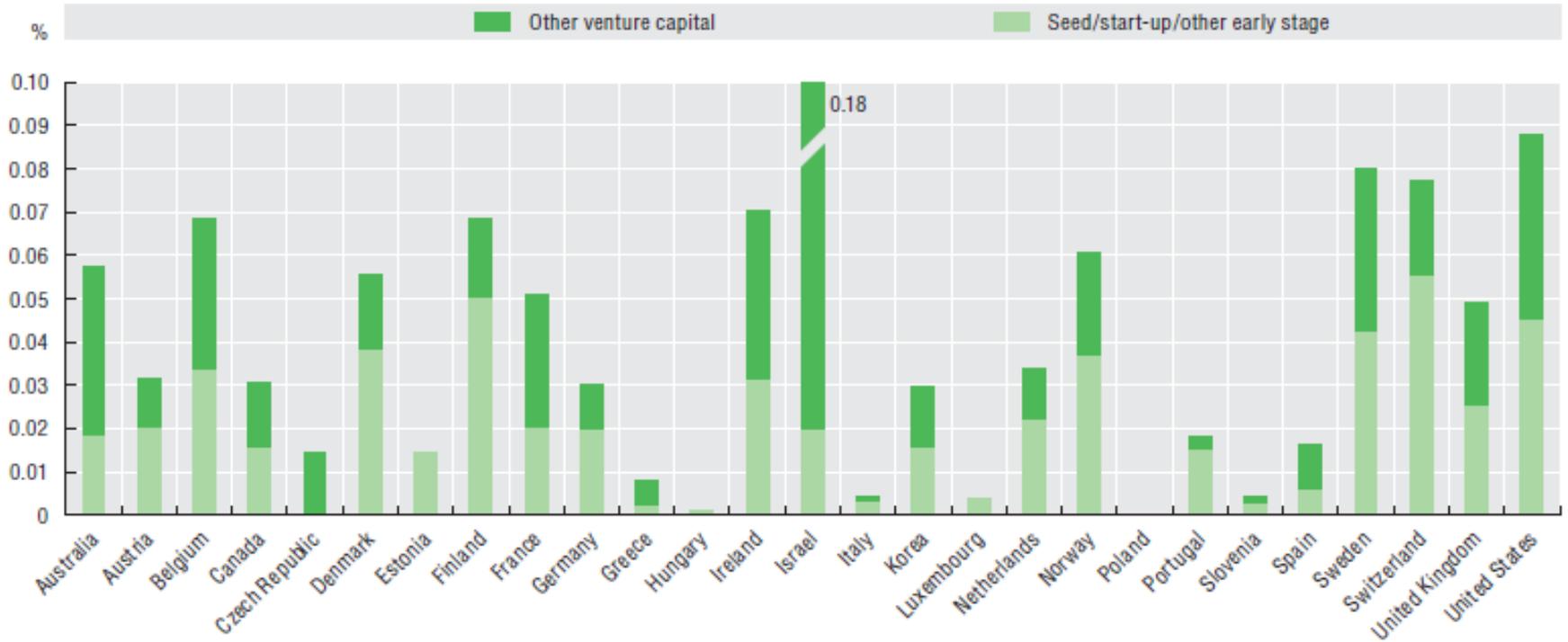


Note: "Later stage venture" in 2005 and 2006 includes "growth capital".

Source: OECD based on industry statistics by EVCA/PEREP Analytics for 2007-2009; EVCA/Thomson Reuters/PwC for previous years.

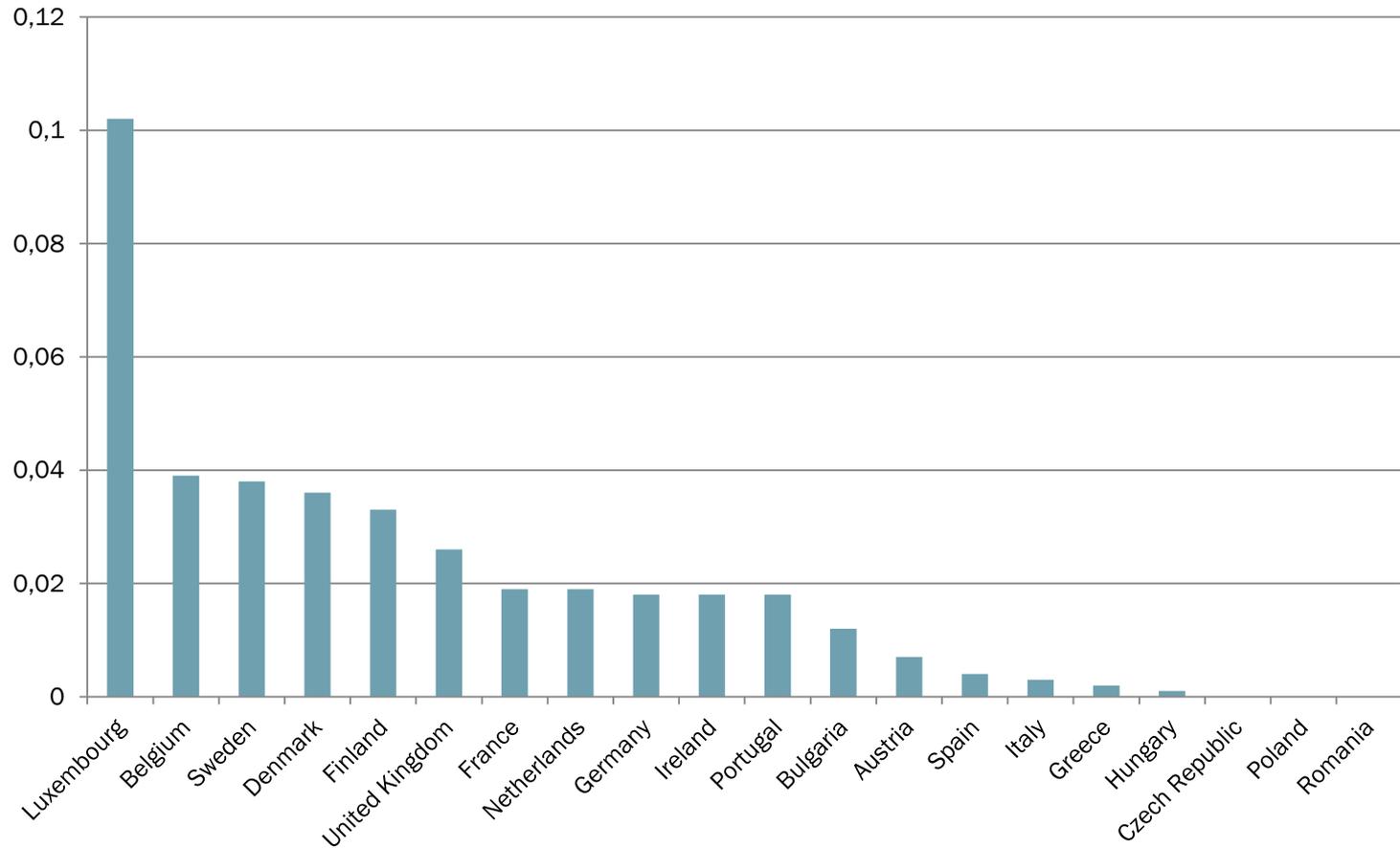


Figure 21.1. Venture capital as a percentage of GDP, 2009



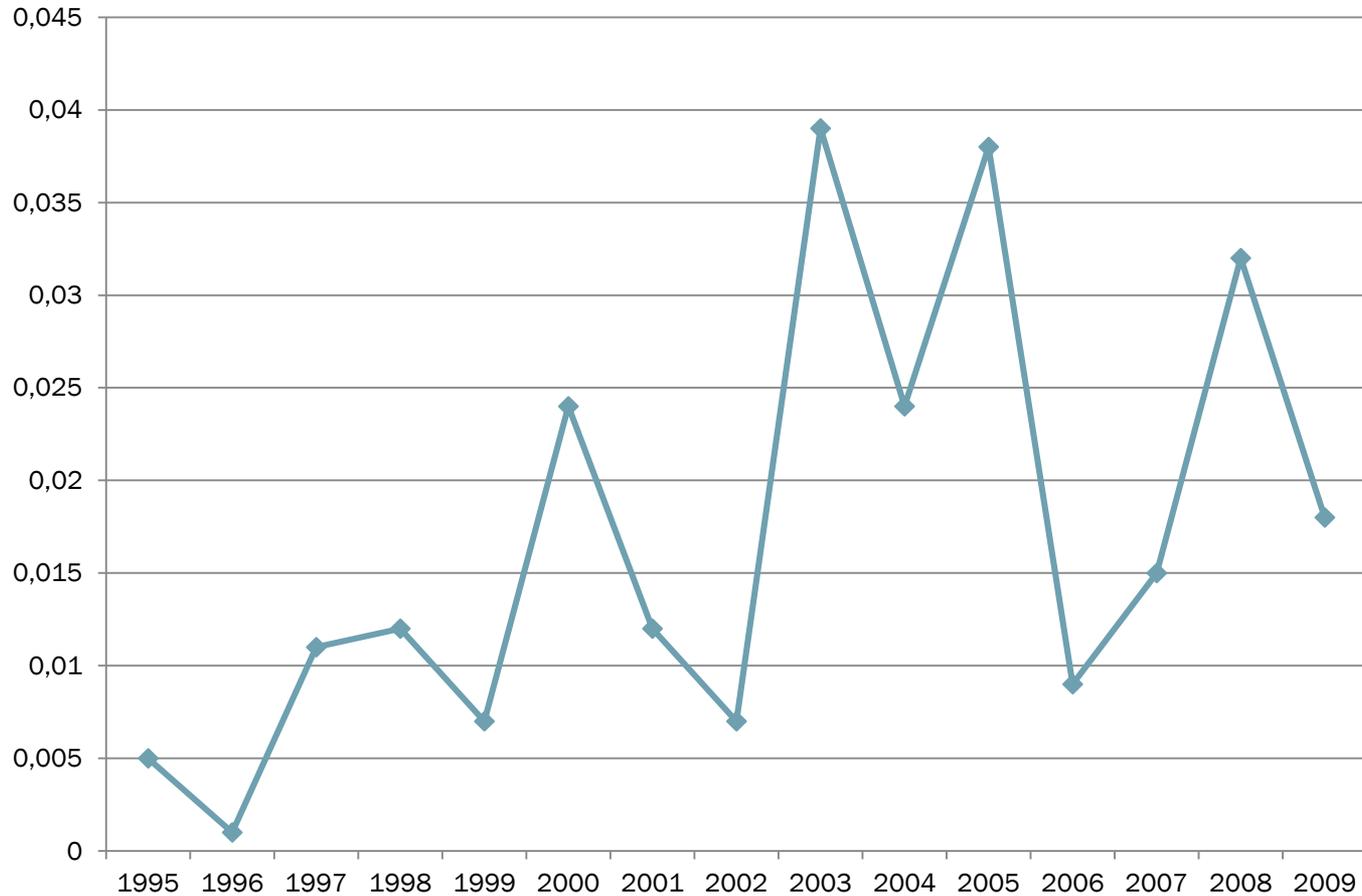
StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932385104>

Early-Stage Venture Capital em % do PIB (2009)



Fonte: EUROSTAT (13 Março 2012)

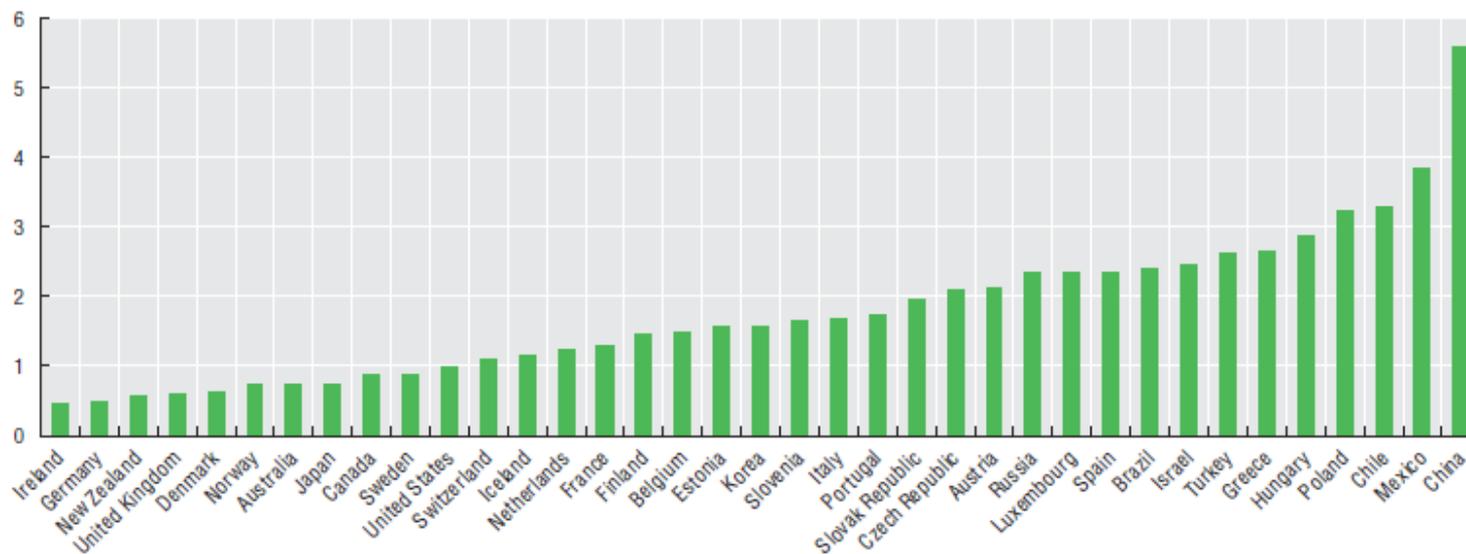
Early-Stage Venture Capital em % do PIB para Portugal



Fonte: EUROSTAT (13 Março 2012)

Figure 20.1. **Administrative burdens on start-ups, 2008**

Scale from 0 to 6 from least to most restrictive



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932385066>

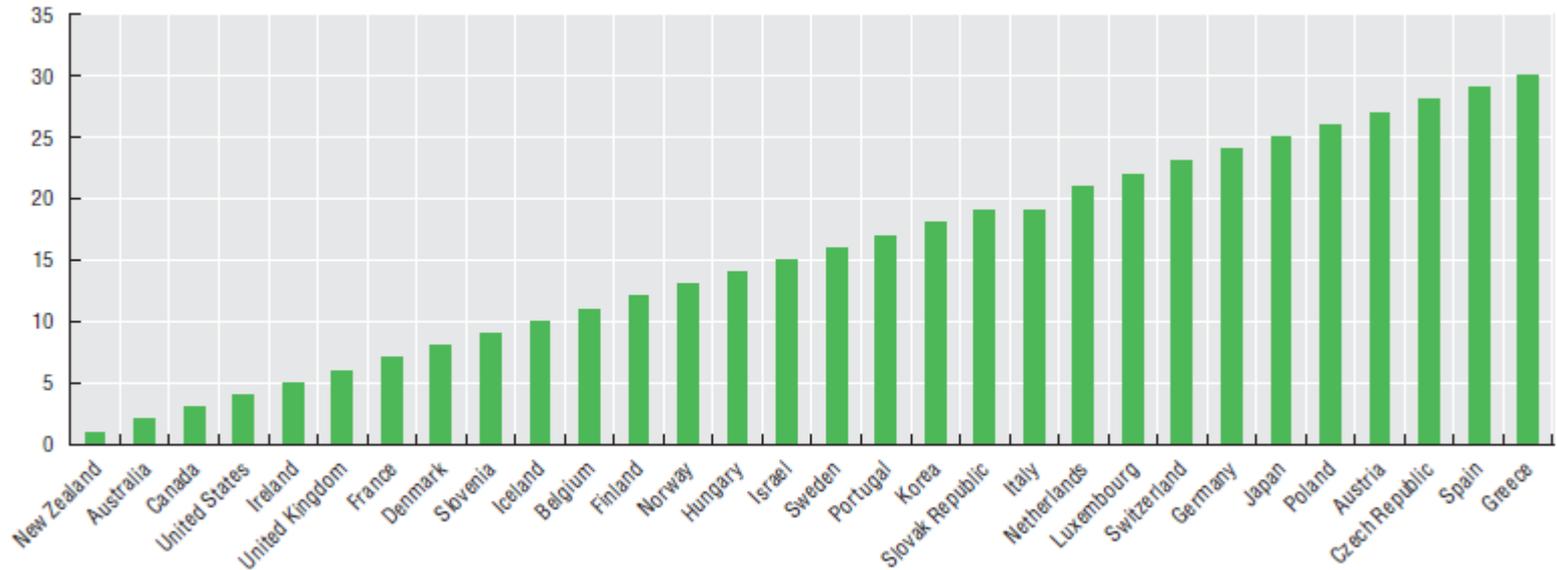
Definitions

The indicator *administrative burdens on start-ups* measures the burdens of creating a new enterprise. It is a composite indicator resulting from the aggregation of three low level indicators: administrative burdens for corporations, administrative burdens for sole proprietor firms, and sector-specific administrative burdens.

The indicator *starting a business* is a composite indicator measuring the procedures, time and costs necessary to incorporate and register a new firm with up to 50 employees and start-up capital of 10 times the economy's per-capita gross national income.

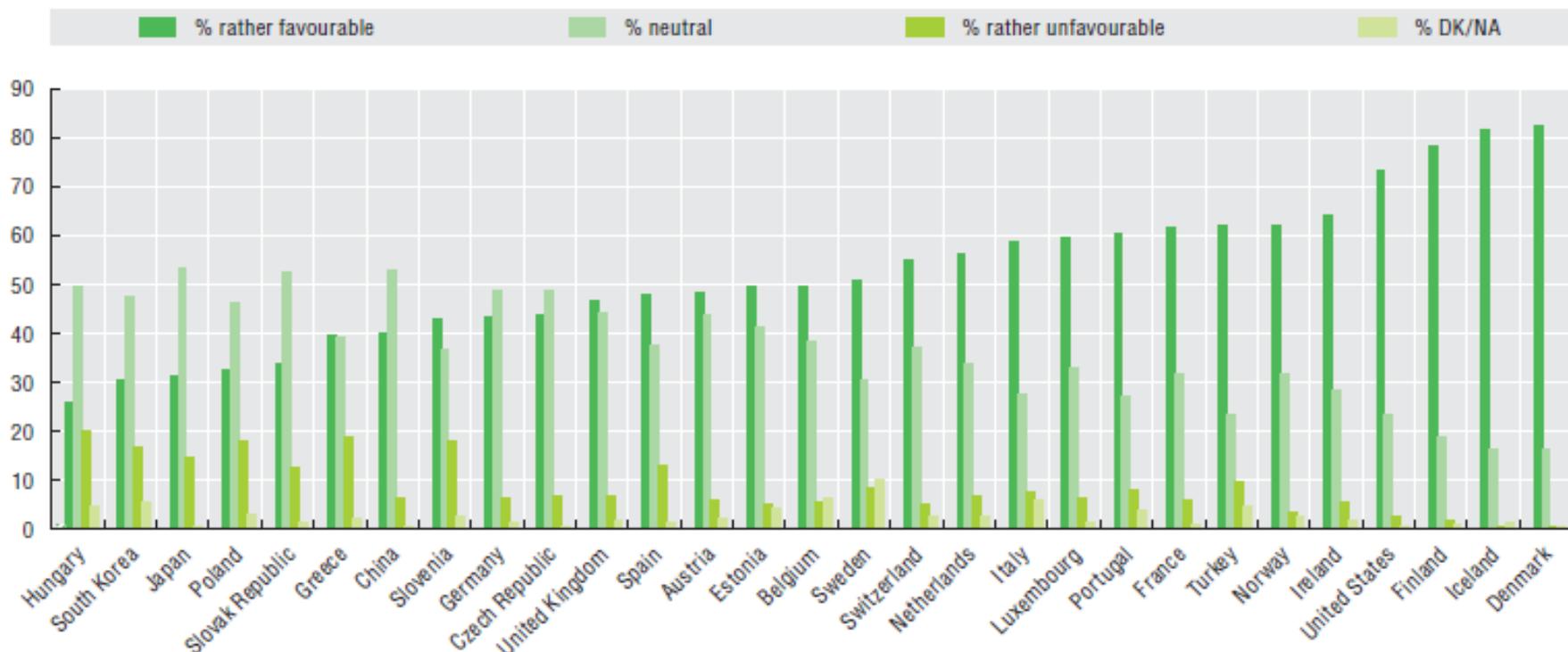


Figure 20.2. **Starting a business, 2010**
Ranking of countries from least to more restrictive



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932385085>

Figure 22.1. Image of entrepreneurs, 2010



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932385142>

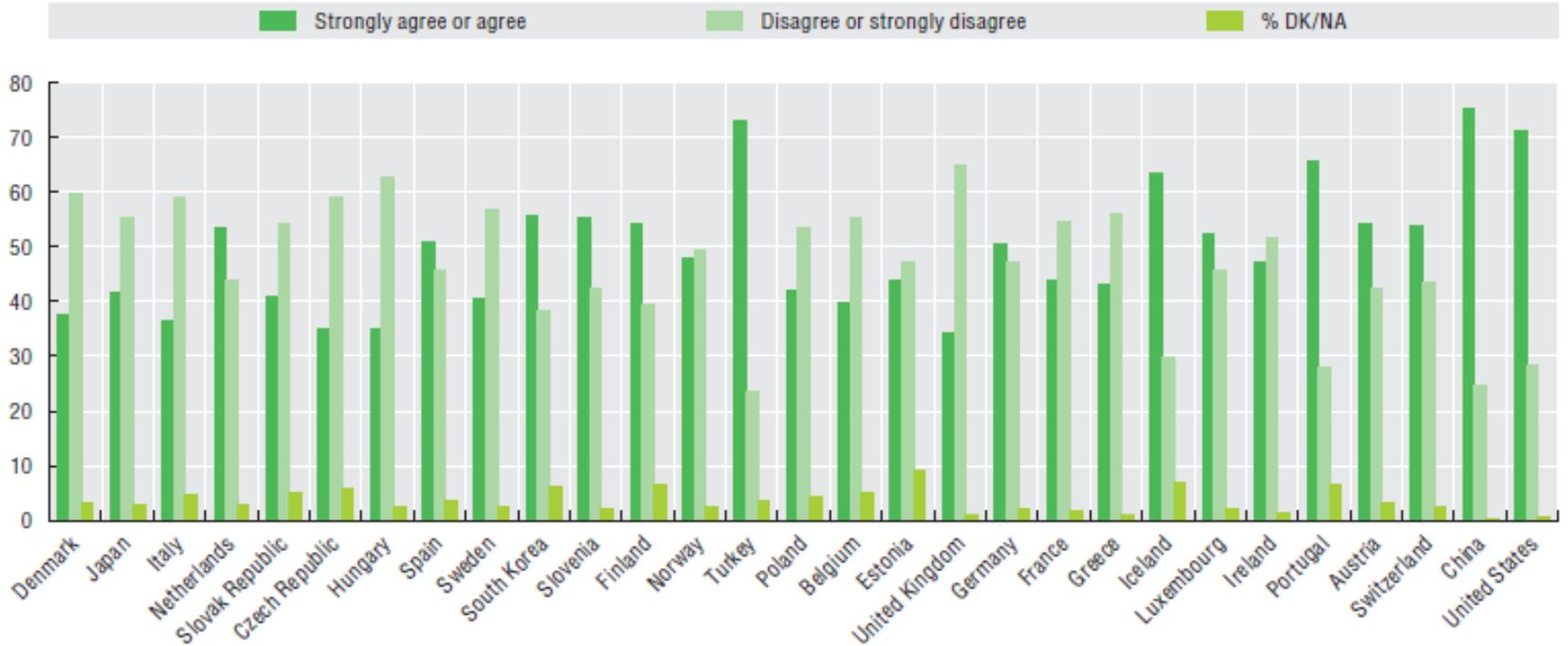
Definitions

The indicators for the image of entrepreneurs correspond to the following two questions:

- “What is your opinion about entrepreneurs (self-employed, business owners)”, where respondents choose among rather favourable, neutral or rather unfavourable; and
- “My school education helped me to better understand the role of entrepreneurs in society”, where respondents indicate whether they strongly agree, agree, disagree or strongly disagree with the statement.



Figure 22.2. School helped in understanding the role of entrepreneurs, 2010



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932385161>

II.3.5.AMBIÇÃO 2020

1	Taxa Actividade Empreendedora (Nações Inovação)	Top 10	GEM
2	Taxa Nascimento Novas Empresas	12%	EUROSTAT
3	Tempo de Meia Vida na Sobrevivência Empresas	10 anos	MEE
4	% Empresas Elevado Crescimento (Trabalho/Vendas)	5%/10%	OCDE
5	Número de Empresas Gazela	1000	MEE
6	High Growth Innovative Firms	Duplicar	EUROSTAT
7	Investimento Anual de Business Angels	6 M€	OCDE
8	Venture Capital Anual (% PIB) em Early-Stages	0,05	OCDE
9	Administrative Burdens on Start-Ups	Top 10	OCDE
10	Starting a Business	Top 10	OCDE
11	Imagem dos Empreendedores	Top 6	OCDE
12	Volume Anual de Microcrédito Concedido	5 M€	APB ?
13	Bolsas Anuais de Ignição Concedidas em IES	100	IES
14	Criação Anual Empresas (Territórios Baixa Densidade)	Aumento 20%	INE

II.3.6. RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para que Portugal possa reforçar a concretização de mais e melhor empreendedorismo, importa levar em consideração, em particular, os seguintes aspectos:

- Significativos ganhos de eficácia serão obtidos a partir do momento em que muitas iniciativas meritórias, mas actualmente algo “desgarradas”, possam vir a ser devidamente sistematizadas, enquadradas e articuladas de forma sistémica;
- Tal sistematização obriga a um correcto entendimento dos mecanismos subjacentes, mas sobretudo ao estabelecimento de lógicas de funcionamento em redes cooperativas, onde cada um dá o seu melhor para o resultado colectivo;
- Torna-se essencial prosseguir um trabalho intenso de mudança de mentalidades, de forma a criar atitudes mais empreendedoras junto dos portugueses, bem como a reforçar os graus de reconhecimento e estima que a sociedade tem face aos seus empreendedores;

De facto, em Portugal “falhar não se considera uma etapa essencial do aprender, e uma sociedade assim é avessa à inovação, embora seja lesta em apreciações superficiais” (Assembleia da República, 2010).



Figura 4.9 – Diversos tipos de intervenientes que acrescentam valor na criação de um verdadeiro ecossistema de I&E.

O primado de uma “sociedade com uma maior cultura empreendedora, incluindo admiração e respeito pelos empreendedores, maior vontade de arriscar, capacidade de aceitação e compreensão do fracasso, dotada de mecanismos que dinamizem e estimulem a concepção e implementação de novos projectos empreendedores, nassuas múltiplas vertentes, etapas e características, mobilizando todos os agentes.”

Factores Críticos de Sucesso:

- Mantendo os apoios ao empreendedorismo determinado sobretudo pela “necessidade”, apostar porém de forma cada vez mais intensa no empreendedorismo de “convicção” e “oportunidade”;
- Apostar não somente na criação de novas entidades, mas também no apoio ao subsequente crescimento e consolidação das mesmas, bem como no combate à respectiva mortalidade;
- Reforçar fortemente as contribuições do sistema de ensino para o fomento do empreendedorismo, tanto no sistema educativo formal como através da aprendizagem ao longo da vida;
- Combater todo o tipo de barreiras de entrada ao início da actividade de novas empresas;
- Estabelecer mecanismos e programas diferenciados, de forma segmentada, em função das diferentes vertentes do empreendedorismo e dos respectivos empreendedores;
- Prestar especial atenção ao empreendedorismo associado a novas entidades com elevado potencial de crescimento e internacionalização;
- Apoiar de forma reforçada novos projectos empreendedores que contribuam para o desenvolvimento e criação de postos de trabalho em territórios de baixa densidade;
- As políticas públicas devem estimular a mobilização e aplicação do empreendedorismo em Portugal, sobretudo nos domínios em que o país ainda é mais frágil;
- Tem de se compatibilizar uma aposta crescente no empreendedorismo de base tecnológica com o apoio a novos projectos situados dentro de actividades de índole mais tradicional;
- Importa implementar sistemas de estímulo, reconhecimento e recompensa que, a múltiplos níveis, contribuam para reforçar as práticas de empreendedorismo;

II.3.7. RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS

Estabelecer programas de sensibilização dos gestores de topo, tanto do sector público como do sector privado para as vantagens e benefícios do fomento do “impreendedorismo” nas respetivas organizações.

Criar rede de mentores, sistemas de apoio e mecanismos de acompanhamento de empresas recém nascidas (com menos de cinco anos de vida), por forma a combater as elevadas taxas de mortalidade registadas em Portugal.

Estabelecer sistema nacional, desdobrado ao nível das diferentes entidades do SCTN, de atribuição de apoio à fase de ignição (conversão de conhecimento em ideia de negócio) associada a novos projectos empreendedores de base tecnológica.

Estabelecer sistema nacional, desdobrado ao nível das diferentes entidades do SCTN, de atribuição de apoio à fase de verificação (conversão de ideia de negócio em proposta de valor) associada a novos projetos empreendedores de base tecnológica.

Criação de uma rede nacional de promoção da aceleração de novas empresas já existentes, com potencial de rápido crescimento, fomentando a respectiva internacionalização.

Definir estatuto próprio, inventariar, estimular e reconhecer, com fortes incentivos, as empresas gazela existentes em Portugal, bem como novos projectos que tenham potencial para dar origem a este tipo de organização.

Consolidar as actividades de “business angel” existentes em Portugal, através de linhas de incentivos ao fomento este tipo de actividade.

Apostar em investimentos que sejam genuinamente de capital de risco, em particular no que diz respeito a operações “early-stage”, de apoio a novas organizações.

Estabelecer conjunto de parcerias internacionais que permitam alavancar as participações nacionais de capital de risco com operadores internacionais do sector, em particular no que se refere à aceleração, consolidação e desenvolvimento de novas empresas já existentes, com forte potencial de crescimento e internacionalização das actividades.

Reforçar mecanismos disponíveis de nanocrédito e microcrédito, incluindo modalidades de “crowdfunding”, bem como mecanismos inovadores de financiamento do Empreendedorismo e do empreendedorismo social.

Reduzir fortemente todo o tipo de barreiras administrativas ou de outra índole que se colocam ao início da actividade de novas organizações em Portugal, tornando o país competitivo internacionalmente enquanto ambiente propício à concretização de novos Projectos empreendedores.

Desafiar as autarquias a desempenhar um papel crescentemente relevante na construção de abordagens estruturadas de fomento do empreendedorismo de base local, recorrendo sempre que adequado a parcerias e a modelos de colaboração de “tripla hélice”.

Estabelecer mecanismos específicos, devidamente segmentados e estratificados, de modo a poder apoiar de forma eficaz diferentes tipos de necessidades, nomeadamente naquilo que se prende com os seguintes aspectos associados a novos projectos empreendedores: dimensão (da microempresa ao grande investimento), âmbito (do empreendedorismo social ao arranque de empresas com fim lucrativo), natureza (da actividade tradicional ao empreendedorismo de base tecnológica), localização (dos territórios rurais de baixa densidade populacional aos grandes centros urbanos), perfil dos promotores (tendo em atenção por exemplo as respectivas qualificações e idades) ou respectivas motivações (necessidade versus oportunidade).

Definir sistemas específicos de fomento do empreendedorismo jovem em Portugal.

Implementar de forma articulada conjunto de iniciativas, com vários tipos de público-alvo, direccionadas para reforçar as percepções positivas em torno dos empreendedores e respetivos projectos.

Desenvolver campanha de comunicação e sensibilização alargada, dirigida a diferentes destinatários, com o objectivo de reforçar as atitudes favoráveis à qualidade, IDI e empreendedorismo em Portugal.

Ao nível de carreiras docentes, avaliação de desempenho e financiamento das IES contribuir para que nelas o empreendedorismo seja de facto assumido como uma parte central da sua terceira missão, nas suas múltiplas vertentes de contribuição para o desenvolvimento regional e nacional

Estabelecer Orgânicas/Mecanismos Integrados e Transversais de Gestão das Políticas Públicas de qualidade e empreendedorismo, removendo fronteiras departamentais ou sectoriais que evitem tal tipo de interligação

Nos Financiamentos de Unidades de I&D valorizar os resultados alcançados por estas no domínio do empreendedorismo.

Focalizar Parcerias Internacionais com IES e outras entidades de referência, a nível mundial, na promoção e difusão do empreendedorismo.

Incluir conteúdos relacionados com o empreendedorismo nos programas curriculares do ensino básico e secundário, de cobertura obrigatória

Na acreditação de cursos do ensino superior levar em consideração o modo como estes contemplam aprendizagens centradas nas temáticas da qualidade, inovação e Empreendedorismo.

Reforçar Linhas Específicas de Apoio à Condução de Projectos de IDI Centrados no Empreendedorismo

Implementar, a Nível Nacional e Regional, Estruturas de Gestão em Rede de Ecossistemas da Inovação e Empreendedorismo

Fomentar o intercâmbio de experiências entre empreendedores nacionais e internacionais, Incluindo estadias fora de Portugal enquanto veículo de aprendizagem, benchmarking e construção de apostas de internacionalização.

Criação de Gala Anual de reconhecimento do Empreendedorismo, a múltiplos níveis, com o alto patrocínio dos mais altos representantes do Estado Português e forte visibilidade mediática.

Reforço das actividades desenvolvidas no campo do empreendedorismo social, mobilizando para esse fim igualmente todo o tipo de entidades sem fins lucrativos e do terceiro sector;

Implementar programas especificamente direccionados para o estímulo e reconhecimento do microempreendedorismo, do empreendedorismo associado a actividades tradicionais ou de artesanato, bem assim como de valorização de recursos endógenos, bem assim como apostas desenvolvidas especificamente em territórios de baixa densidade, promovendo portanto também desse modo a coesão territorial.

Criar mecanismos que ajudem a fomentar a existência de donativos, mecenato e patrocínio de actividades de promoção do empreendedorismo, cujo mérito seja devidamente reconhecido.

Reforço de rede de pontos de atendimento, físico e virtual, com filosofia de “balcão único”, onde os promotores de novos projectos empreendedores possam aceder a toda a informação relevante, de forma integrada e altamente profissional.

Tendo como ponto de partida as múltiplas iniciativas já existentes, estabelecer sistema nacional integrado de concursos destinados a premiar novos projectos empreendedores, levando em consideração os diferentes estágios de amadurecimento em que estes se possam encontrar (conhecimento, ideia, proposta de valor, plano de negócio, Empresa recém-nascida, empresa adolescente, empresa recentemente adulta, Empresa recentemente amadurecida), projectos de inovação e práticas da qualidade.

Estabelecer sistema permanente de identificação de boas práticas nacionais e internacionais no que diz respeito a políticas públicas de promoção da qualidade, IDI e empreendedorismo.

Estabelecer sistema permanente de monitorização dos resultados nacionais alcançados nos domínios da qualidade, IDI, empreendedorismo e competitividade.

Criar sistemas de “geminção”, através dos quais grandes empresas ajudam novas empresas a acelerar o respectivo desenvolvimento, bem como a entrar em mercados Internacionais.

Construir um quadro legal que não penalize o fracasso bem intencionado por parte de empreendedores cujos projectos não tenham tido sucesso, retirando-lhes responsabilidades desproporcionadas face a eventuais insolvências e disponibilizando-lhes apoios sociais nos momentos subsequentes a um eventual desaire ocorrido.

Dinamizar a construção de um único portal congregador de informação relevante bem como os contactos de todos os agentes relevantes em Portugal, e a nível internacional, enquanto entidades que podem apoiar projectos no domínio da qualidade, inovação e Empreendedorismo.

Fomento de aprendizagens centradas nas temáticas da qualidade, inovação e Empreendedorismo na aprendizagem ao longo da vida, bem como junto de potenciais Pessoas que se encontrem desempregadas.

Desenvolver abordagens de financiamento de novos projectos no domínio da Qualidade, inovação e empreendedorismo onde a afectação de recursos públicos É efectuada através de uma lógica de “matching funding” face ao envolvimento Concomitante de recursos privados no apoio aos referidos projectos.

Fomentar o espaço lusófono enquanto ambiente de fomento de uma partilha de Experiências e consolidação de projectos nos domínios da qualidade, inovação e empreendedorismo.

Potenciar o recurso à diáspora nacional enquanto rede de fomento de uma partilha de Experiências e consolidação de projectos nos domínios da qualidade, inovação e empreendedorismo.

Captar para Portugal novos projectos empreendedores que possam nomeadamente aproveitar o nosso país enquanto alavanca para alcançar mercados europeus ou de língua portuguesa.

Reconhecer e apoiar a implementação de estratégias estruturantes assumidas pelas Entidades do SCTN de aposta na inovação e no empreendedorismo, de modos fortemente Indexados aos resultados práticos efectivamente alcançados.

“Deverá ser assegurado um verdadeiro e genuíno envolvimento dos gestores de topo com o empreendedorismo e o empreendedorismo”

Descomplicar do ponto de vista dos promotores os mecanismos de acesso a apoios públicos destinados a apoiar novos projectos empreendedores, ao mesmo tempo que se flexibiliza a análise de mérito dos mesmos, devidamente contextualizada, e se possível em articulação com avaliações efectuadas igualmente por outro tipo de entidades, simplificando todo o processo e indexando os apoios concedidos aos resultados efectivamente alcançados.

Identificar e apostar em novos mecanismos de financiamento do empreendedorismo, acelerando a sua disponibilização em Portugal, como Sucede actualmente com a emergência do “crowdfunding” e de modelos de financiamento que são “revenue Based”.

Consolidar rede nacional de estruturas de promoção de transferência de tecnologia, incubação de empresas de base tecnológica, aceleração de empresas, parques de Ciência e tecnologia.

Estabelecer o estatuto de organizações “spin-off”, surgidas a partir de conhecimento gerado em entidades do SCTN, associando-lhes um leque de incentivos, nomeadamente no que diz respeito à afectação de recursos humanos por parte das referidas entidades, fortemente indexados aos resultados alcançados.

“Deverá ser assegurado um verdadeiro e genuíno envolvimento dos gestores de topo com o empreendedorismo e o empreendedorismo”

II.4. EIXO CAPITAL HUMANO

II.4.1.CONCEITO

Agora, mais do que nunca, num mundo globalizado e no qual a afirmação de Portugal tem de assentar cada vez mais em abordagens da competitividade que não assentam predominantemente no custo dos factores de produção, existe uma absoluta centralidade do capital humano para que se possa CRER em Portugal.

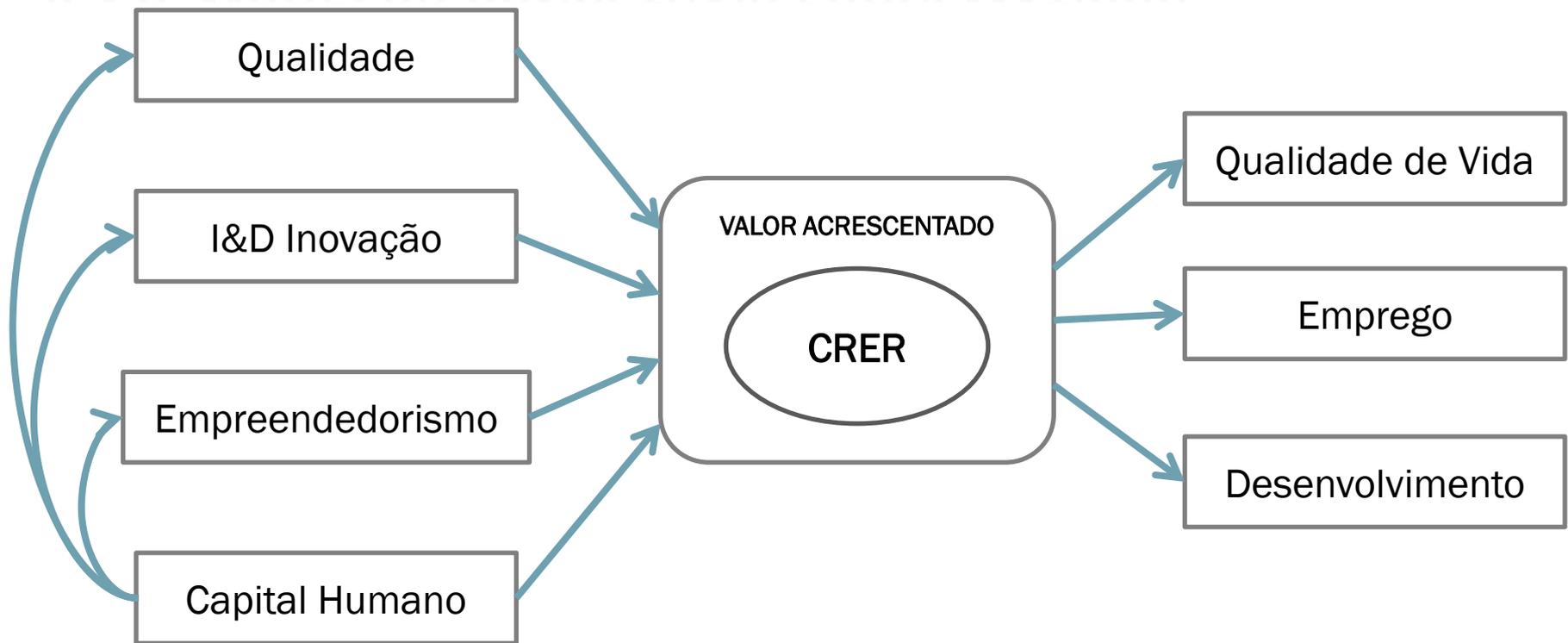
II.4.2. ABRANGÊNCIA

Importa contemplar a relevância do capital humano entendido de forma ampla, desde o nascimento até ao final da vida, e contemplando múltiplas vertentes de aprendizagem, nomeadamente:

- Ensino Pré-Escolar
- Ensino Escolar Obrigatório
- Ensino Superior
- Formação Profissional
- Aprendizagem ao Longo da Vida
- Espaços Complementares de Aprendizagem
- Espaços Informais de Aprendizagem
- Espaços Individuais e Colectivos de Aprendizagem
- Aprendizagem em Contexto Familiar

Além da aquisição de conhecimentos, importa ter em atenção, no que diz respeito à formação de capital humano, não somente a aquisição de conhecimentos, mas ainda a criação de competências, bem como o cultivo de um determinado conjunto de valores.

II.4.3. MODELOS CONCEITUAIS ESQUEMÁTICOS



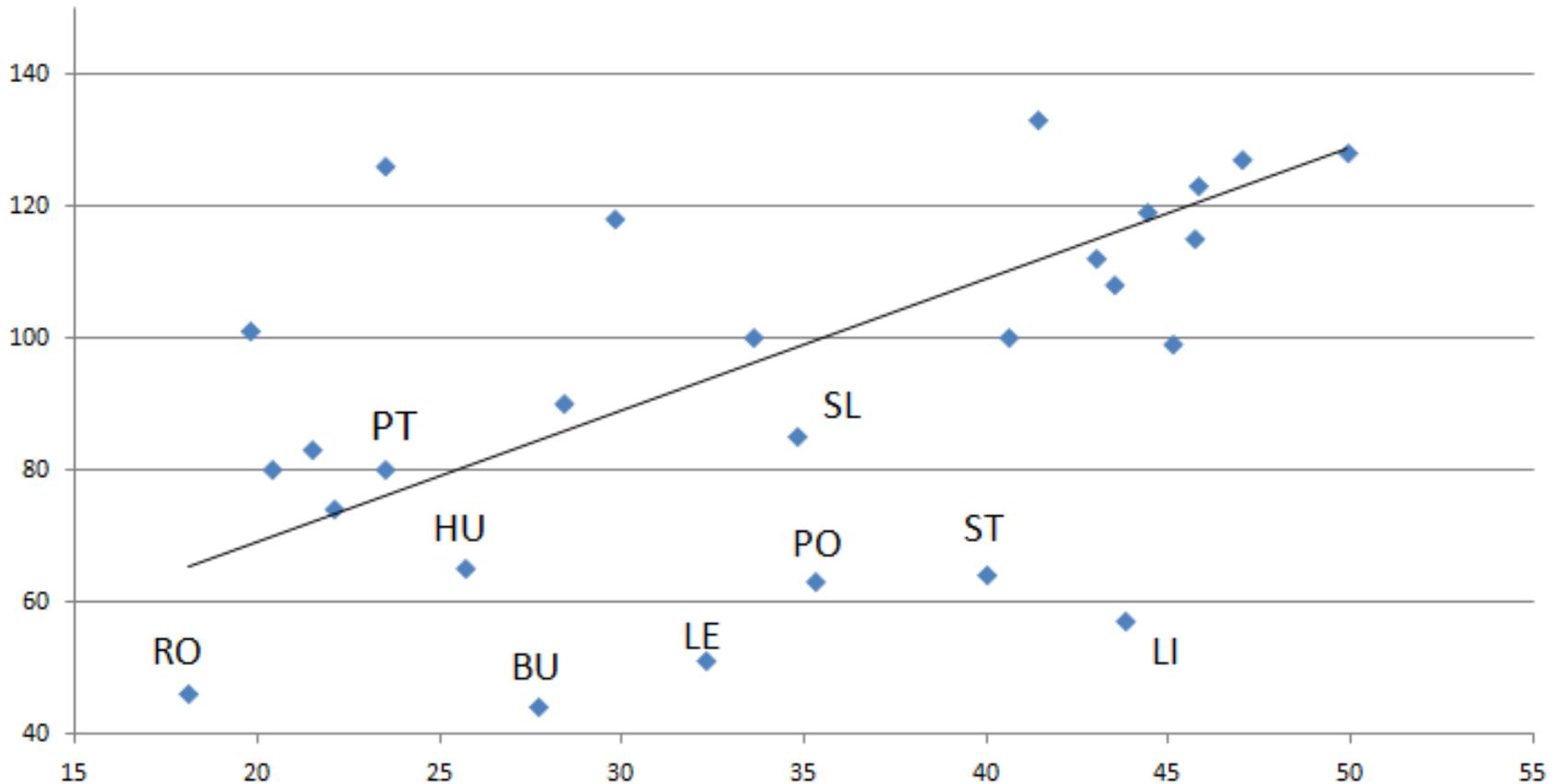
Esquema conceptual CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente

Adopta-se o modelo conceptual CRER, onde a centralidade do Capital Humano é bem reflectida no modo como impacta sobre as diversas dimensões que o integram, sendo Essencial na desejada geração de valor acrescentado que se ambiciona alcançar, através do reforço verificado ao nível da Qualidade, IDI e Empreendedorismo.

É estritamente dentro deste contexto específico que se fará a presente análise no que diz Respeito ao Capital Humano.

Esta centralidade fica bem evidenciada através de uma simples análise onde se confrontam as capacidades de criação de riqueza dos países da UE com os valores correspondentes de qualificação superior da população jovem.

PIBpc Relativo versus % População 30-34 Anos com Formação Superior (2010)



Fonte: EUROSTAT (2 de Junho de 2012)

II.4.4. POSICIONAMENTO ATUAL DE PORTUGAL

Resultados dos testes PISA 2009 (conduzidos pela OCDE junto de jovens com 15 anos) 27°

Figure 1.2. Comparing performance in reading

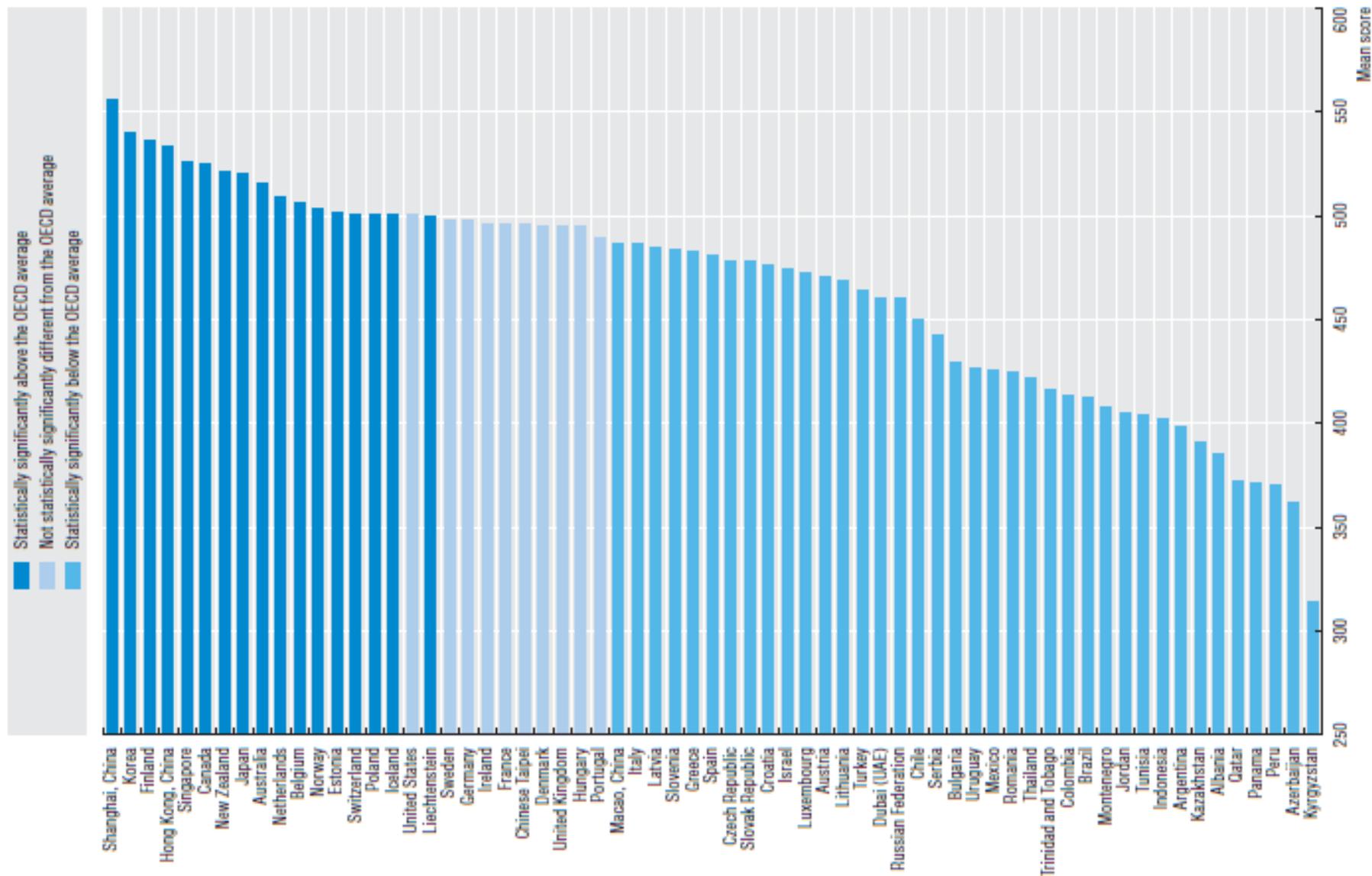


Figure 1.8. Comparing performance in science

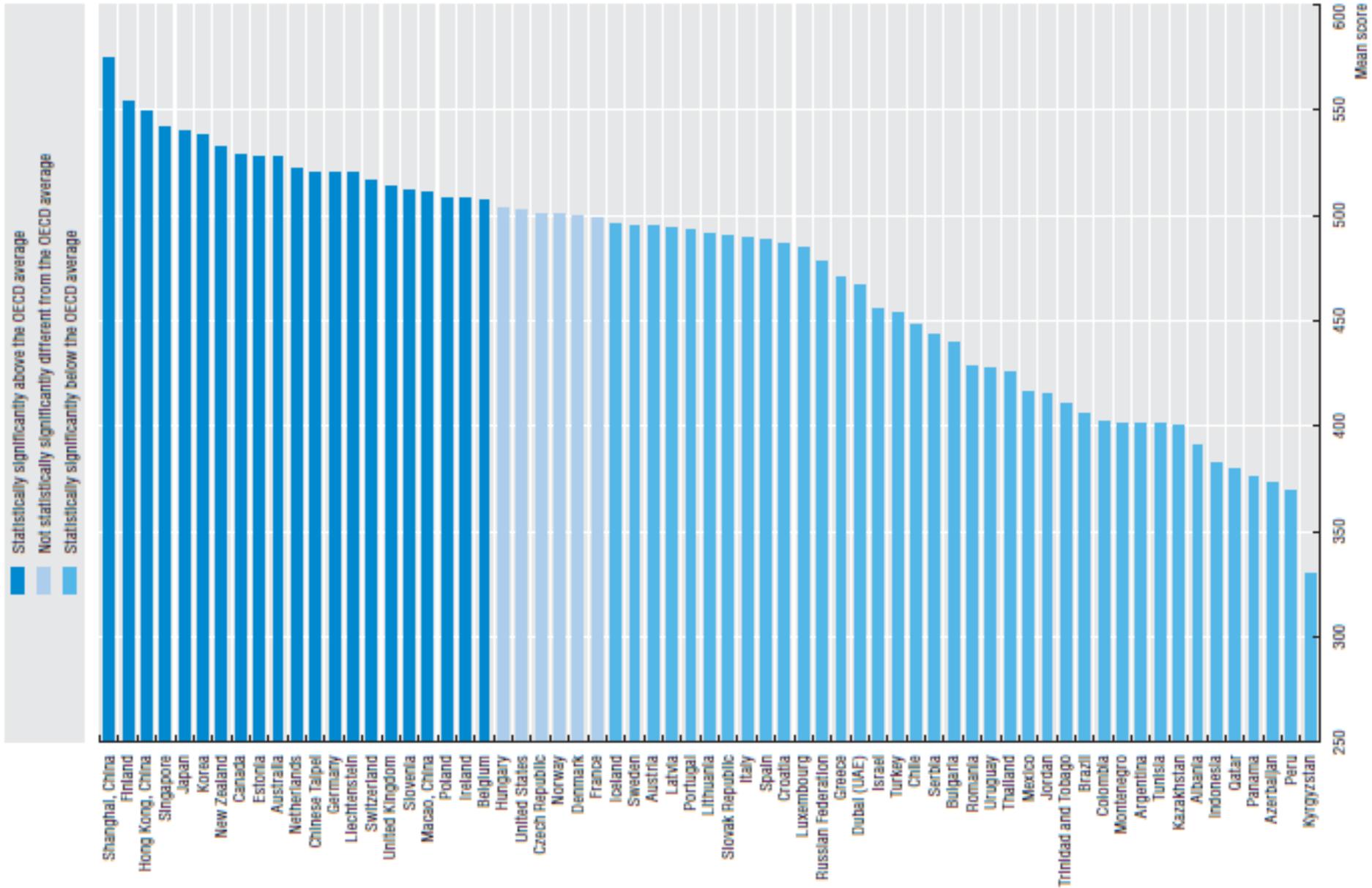
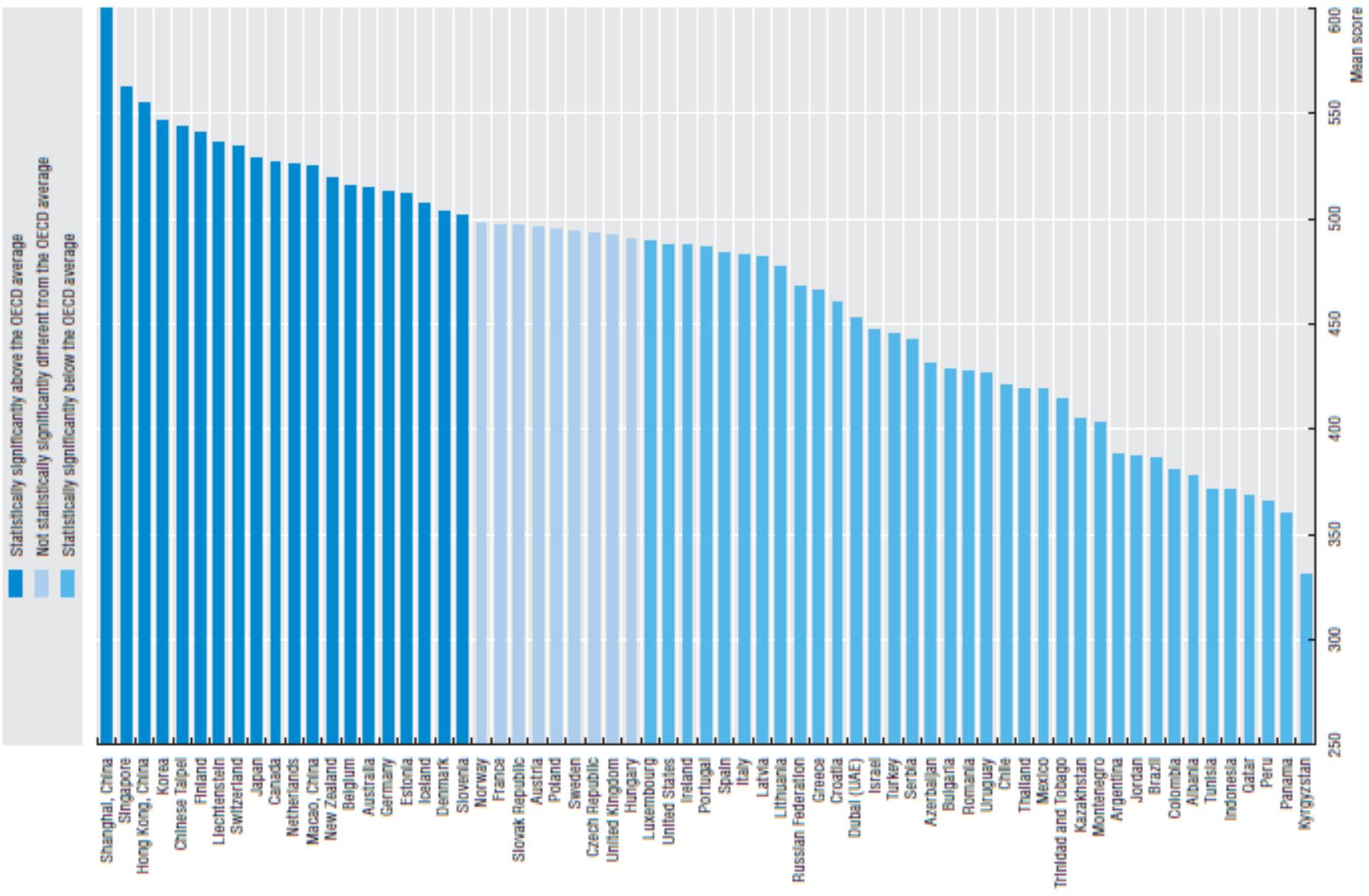
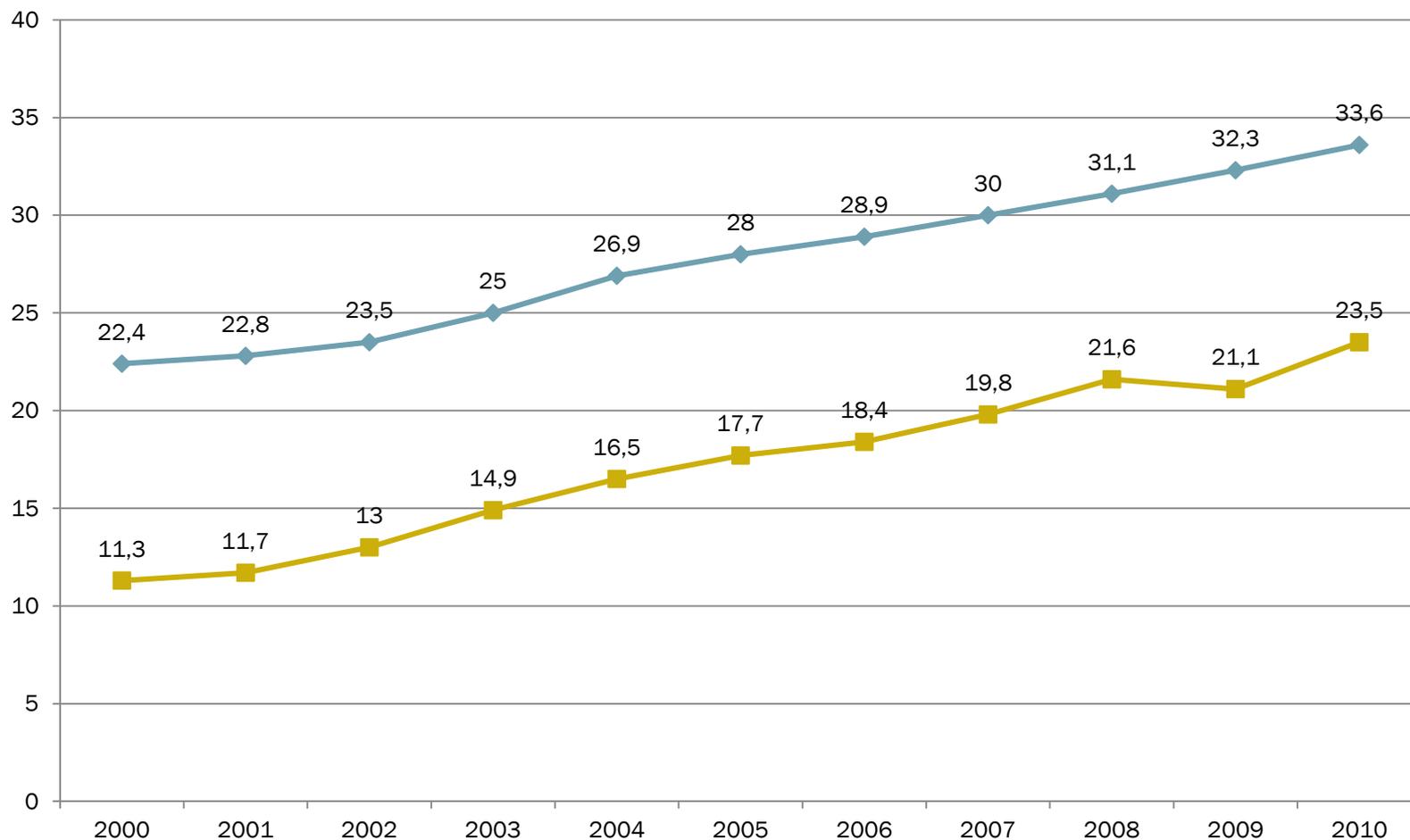


Figure 1.5. Comparing performance in mathematics



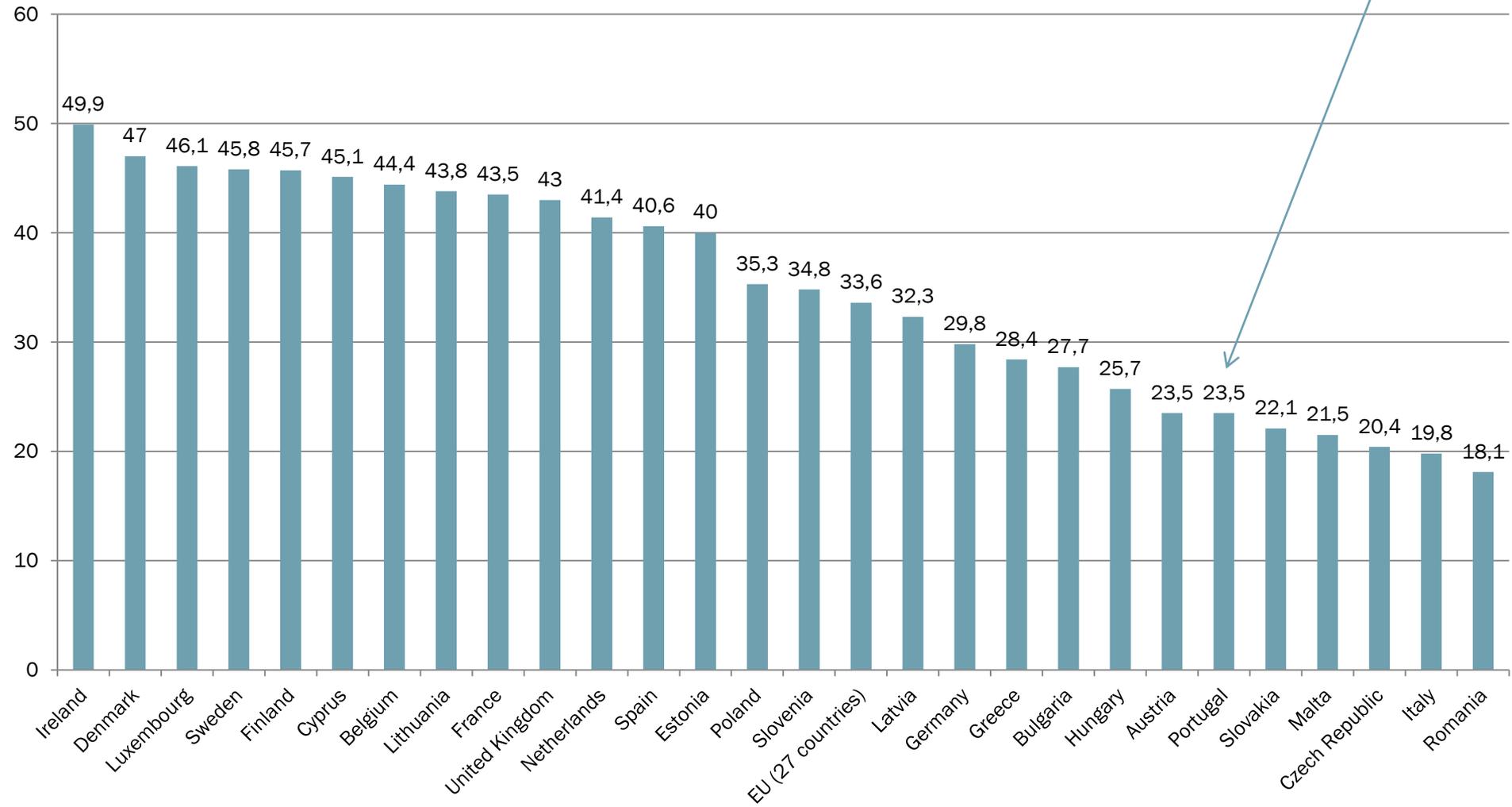
Percentagem da População entre os 30-34 anos com Formação Superior (objectivo para 2020: 40%)



Fonte: EUROSTAT (28 de Maio de 2012)

Dados EUROSTAT (EUROPA 2020): valores relativos a 2010

Tertiary educational attainment age group 30-34

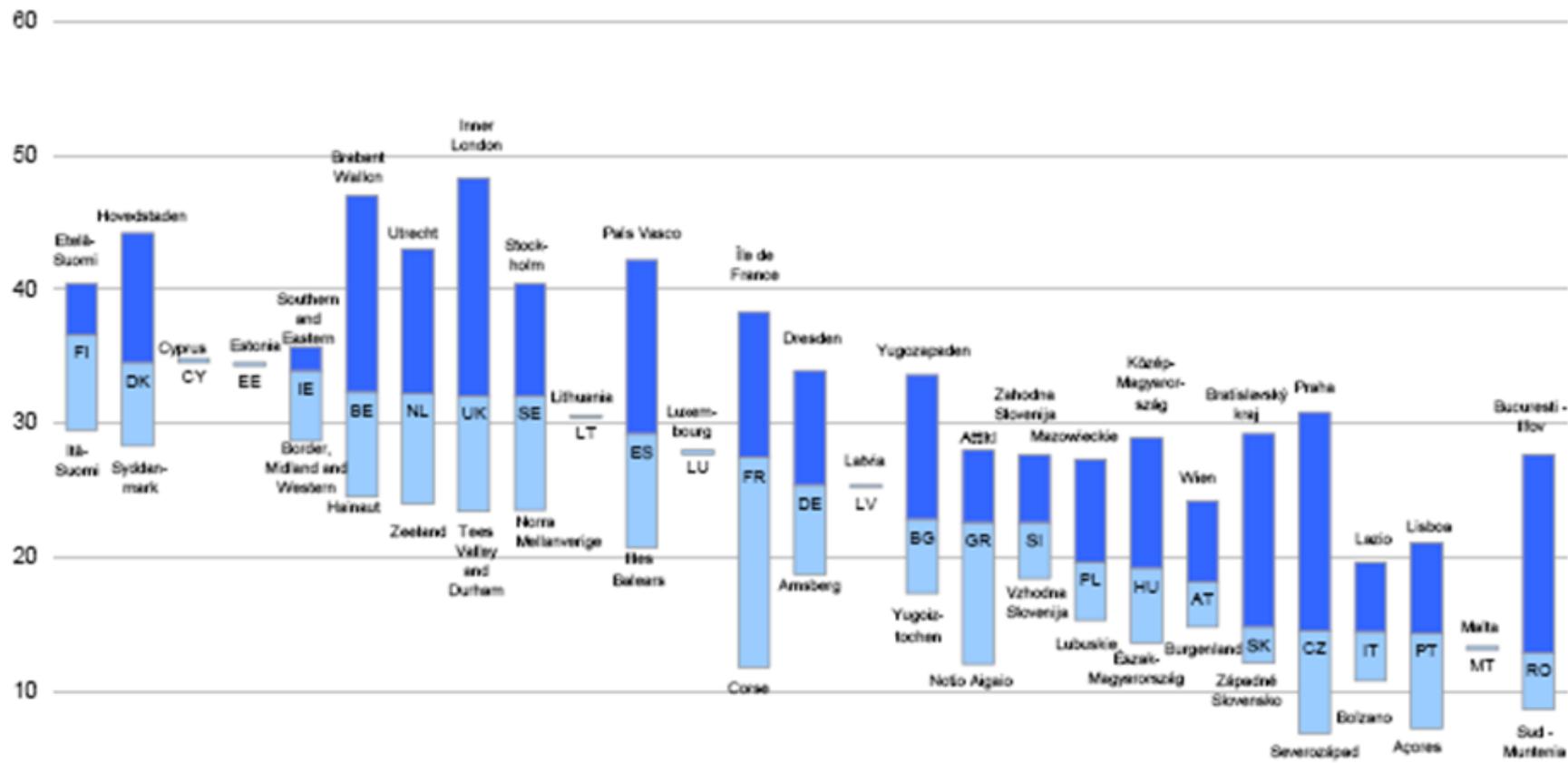


Quinto Relatório sobre Política de Coesão na EU (2010)

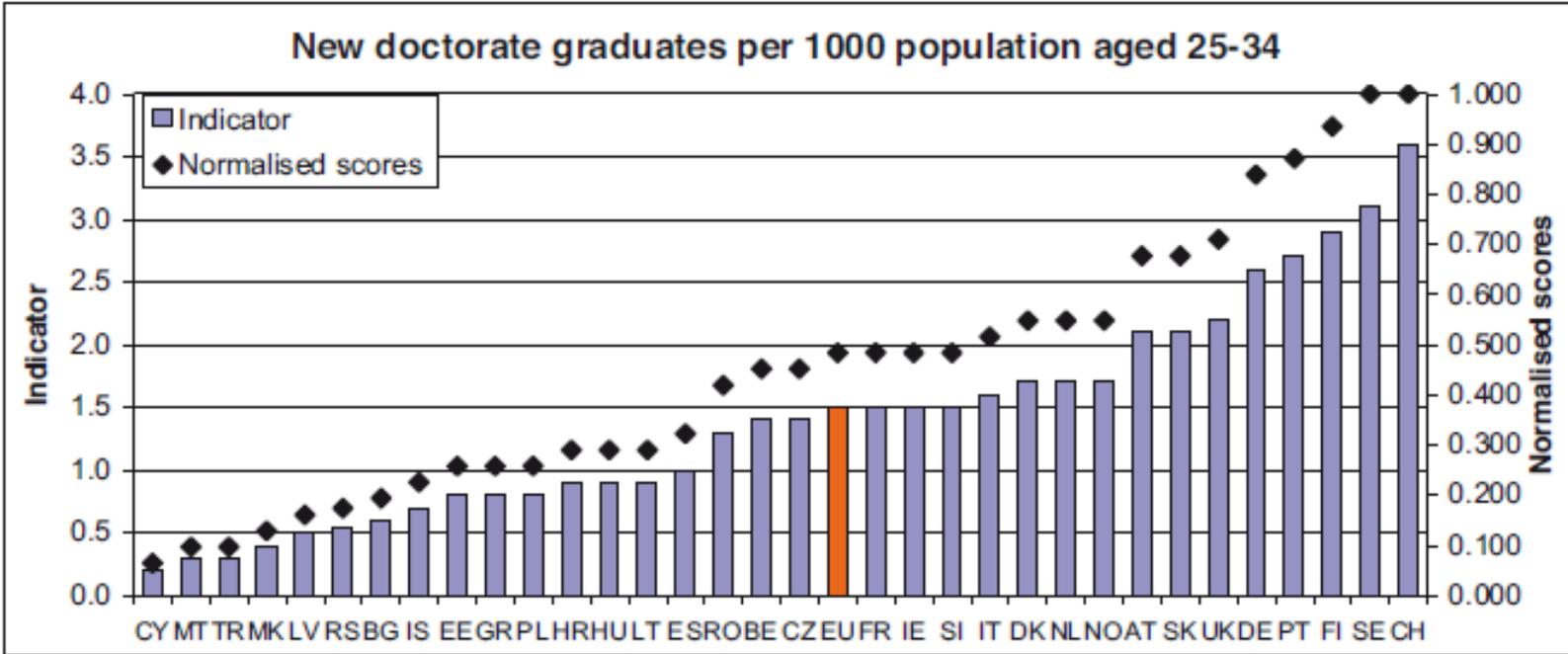
Figure 1- 13

High education rate by country and regional extremes, 2008

% of population 24-64 years

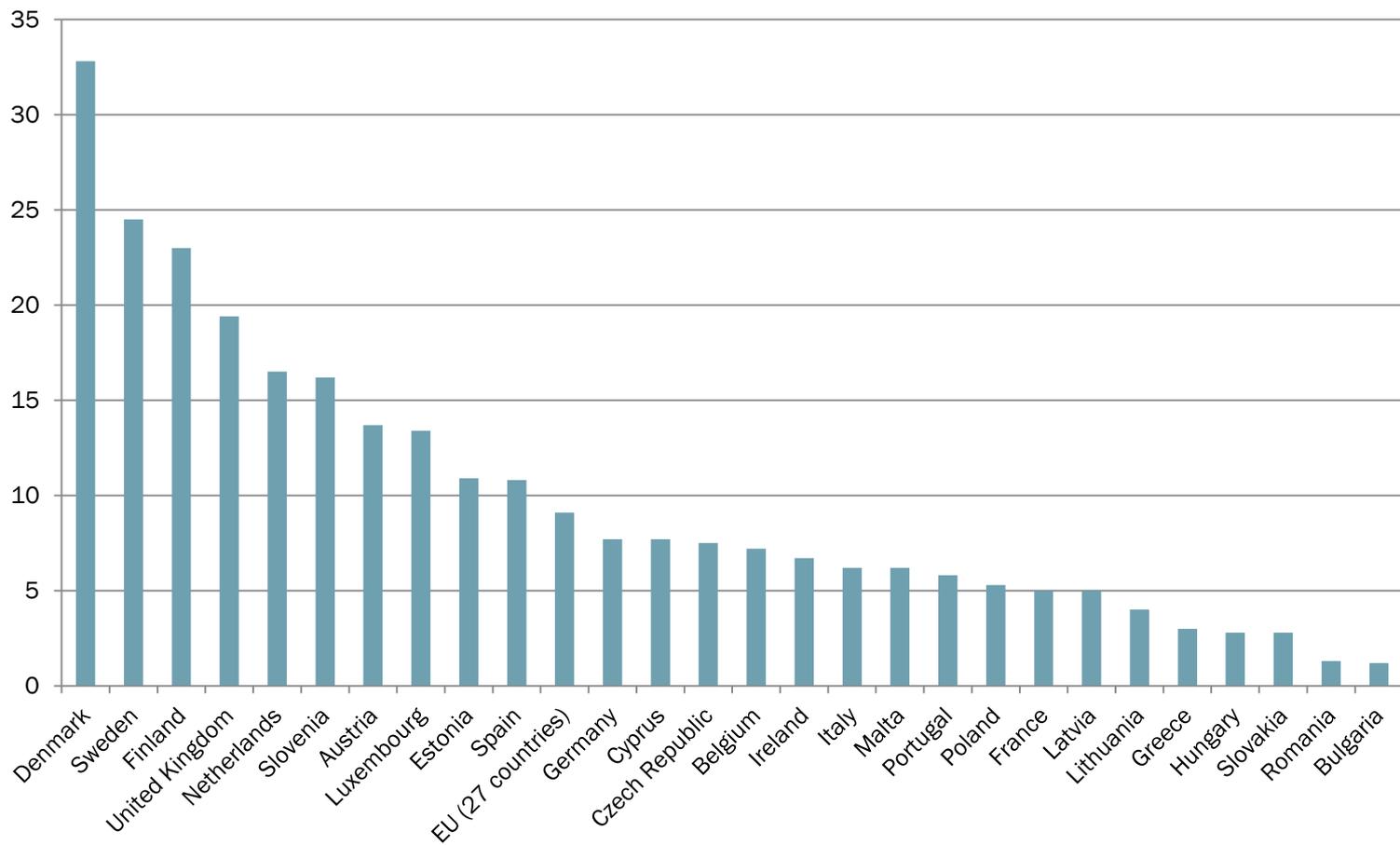


1.1.1 New doctorate graduates (ISCED6) per 1000 population aged 25-34



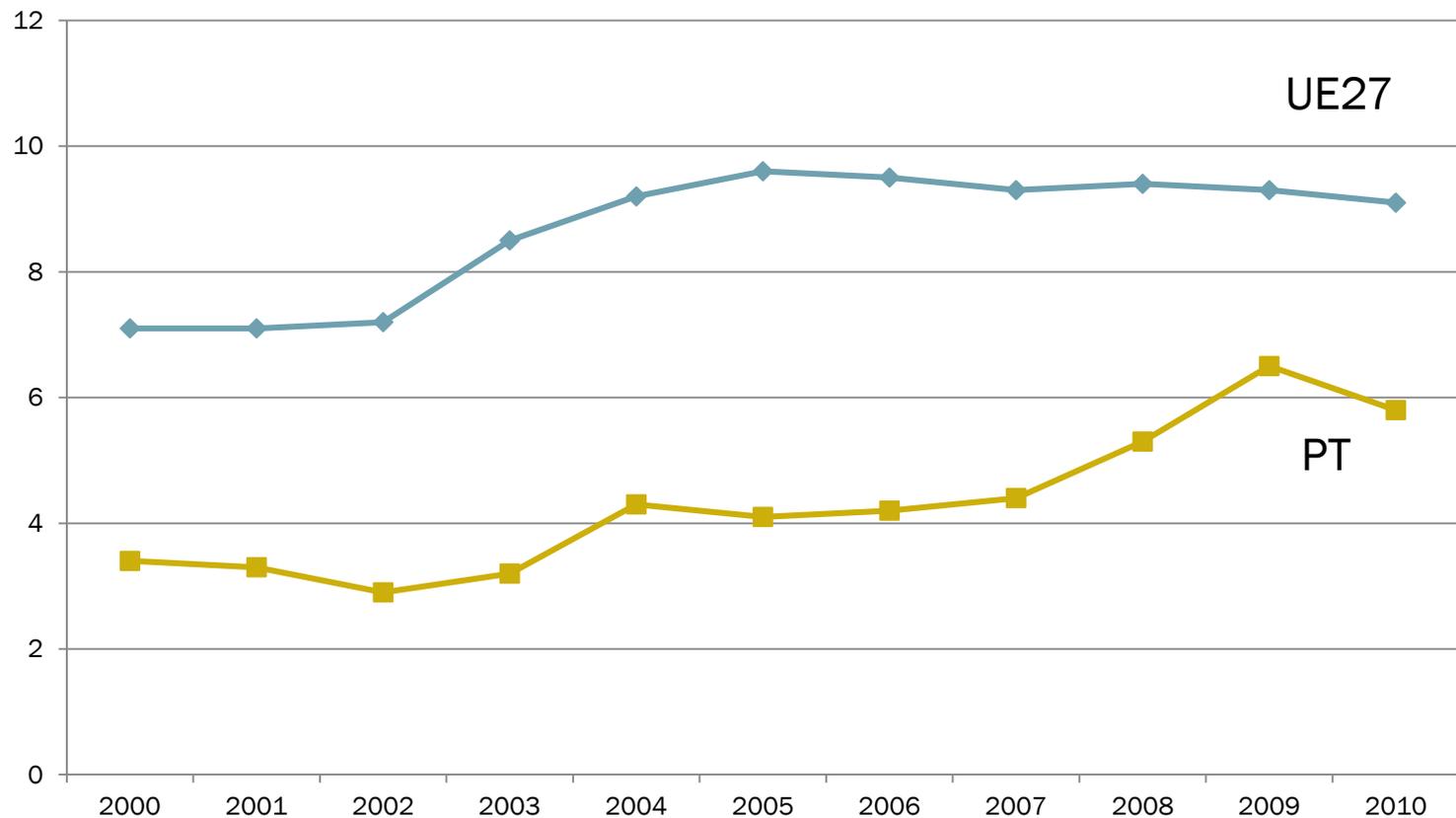
No data for Luxembourg. Statistical outlier: Switzerland

% População entre 25 e 64 anos que participa em actividades de formação (2010)



Fonte: EUROSTAT (23 Março 2012)

% População entre 25 e 64 anos que participa em actividades de formação (2010)



Fonte: EUROSTAT (23 Março 2012)

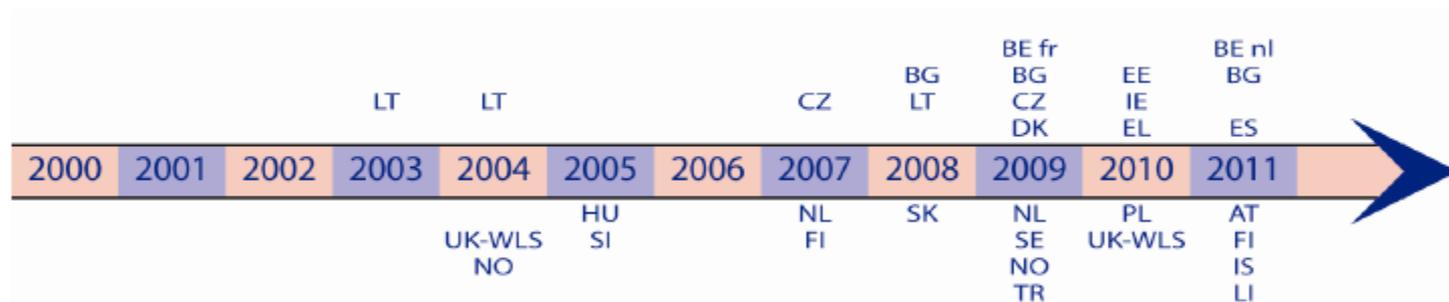


Entrepreneurship Education at School in Europe

**National Strategies,
Curricula and
Learning Outcomes**



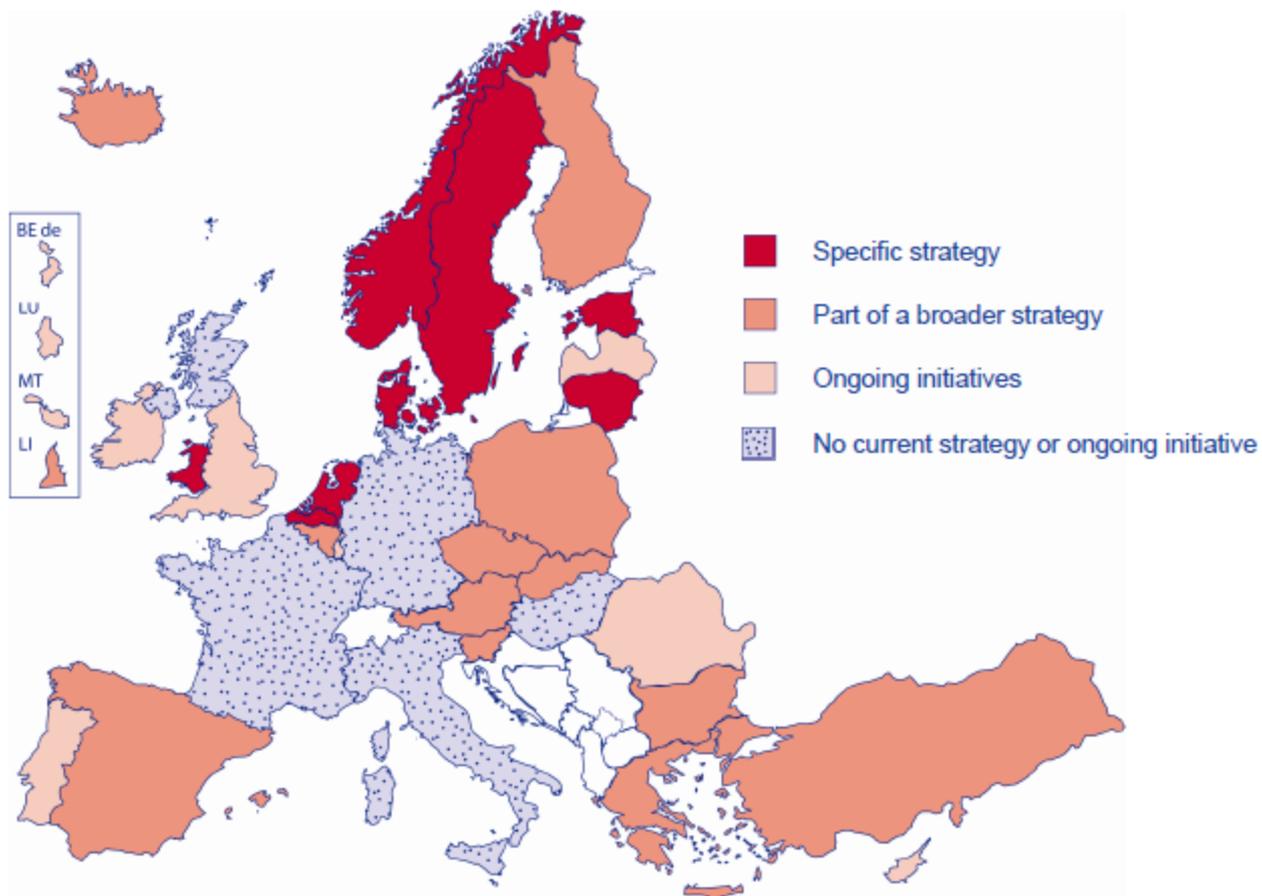
◆ ◆ ◆ Figure 1.1: Launch of national entrepreneurship education strategies for general education (ISCED 1-3) between 2000 and 2011



Source: Eurydice.



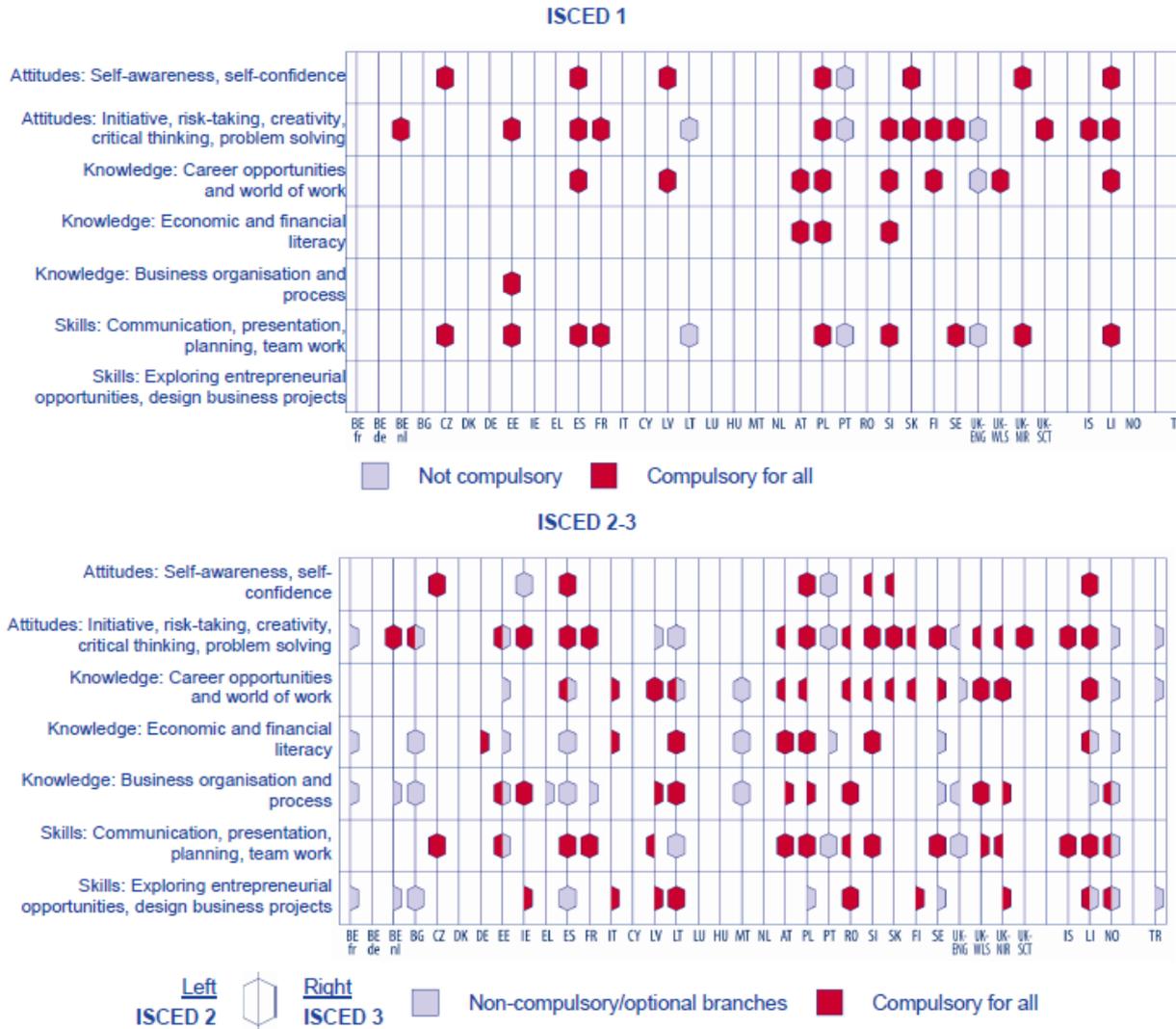
◆◆◆ Figure 1.2: National/regional strategies and initiatives to the implementation of entrepreneurship education into general education (ISCED 1-3), 2011/12



Source: Eurydice.



◆◆◆ Figure 3.2: Specific learning outcomes for entrepreneurship education in primary (ISCED 1) and general secondary education (ISCED 2-3), according to central steering documents, 2011/12



Source: Eurydice.

Country specific note

United Kingdom (UK-ENG): Enterprise Education is taught as part of Personal, Social and Health (and Economic) Education. This subject is not itself compulsory for schools to teach, but is taught in most schools and is then compulsory for pupils.



II.4.5. AMBIÇÃO 2020

1	Posicionamento nos Resultados PISA	Top 20	OCDE
2	% População 30-34 anos com Formação Superior	40%	EUROPA 2020
3	Ranking da UE Participação em Actividades Formação	Top 12	EUROSTAT

II.4.5. AMBIÇÃO 2020

Ponto de Partida e Respectivo Ano de Referência

1	Posicionamento nos Resultados PISA	27° a 33°	2009
2	% População 30-34 anos com Formação Superior	23,5%	2010
3	Ranking na UE Participação em Actividades Formação	18°	EUROSTAT

II.4.6. RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para que Portugal possa desenvolver capital humano direccionado para enfrentar os desafios colectivos do futuro alinhados com a CRER, importa levar em consideração, em particular, os seguintes aspectos:

- A importância da qualificação e desenvolvimento pessoal tem de ser colectivamente assumida, de forma genuína, por toda a sociedade, incluindo famílias, gestores de topo das organizações, jovens e adultos, enquanto prioridade para o sucesso individual mas também para alcançar o sucessivo colectivo de uma qualquer organização, pública, privada ou do terceiro sector;
- As apostas de criação de capital humano devem contemplar vertentes essencialmente centradas na aquisição de conhecimentos, mas igualmente outras vertentes centradas no desenvolvimento de competências, bem assim como na assimilação de um conjunto de valores colectivos, indutores de alterações profundas nas nossas funções de preferência social, nomeadamente no que corresponde a uma evolução como a que foi caracterizada pelo Prof. Ernâni Lopes, ou do conceito simbólico de Educar para COMPETIR, que seguidamente se ilustram:

Figura 2

A via útil para o futuro (desejável) a partir das circunstâncias presentes (verificáveis)

Onde está	↔	Pôr
Facilitismo		Exigência
Vulgaridade		Excelência
Moleza		Dureza
Golpada	↔	Seriiedade
Videirismo		Honra
Ignorância		Conhecimento
Mandriice		Trabalho
Aldrabice		Honestidade

Educar para COMPETIR:

C- Confiança e Criatividade;

O- Optimismo e Ousadia

M- Mundo e Mudança

P- Planeamento e Persistência

E- Empreendedorismo e Ética

T- Trabalho e Trabalho em Rede/Equipa/Parceria

I- Inovação, Intervenção e Incerteza

R- Reconhecimento e Rigor



II.4.6. RECOMENDAÇÕES GERAIS

Factores Críticos de Sucesso:

- Interiorizar a relevância do desenvolvimento pessoal enquanto objectivo central, que tem de ser encarada por todos os agentes relevantes com enorme seriedade, consistência, e com a correspondente afectação de recursos;
- Cultivar aprendizagens onde a criatividade, gestão do risco, entendimento do fracasso enquanto oportunidade e capacidade para enfrentar vários tipos de incertezas sejam devidamente promovidos e tidos em consideração;
- Estabelecer mecanismos e programas diferenciados, de forma segmentada, em função das diferentes vertentes das aprendizagens e dos respectivos destinatários, mas sempre pautados por elevados graus de exigência, eficiência e eficácia

II.4.6. RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS (TOP+1)

Apoiar as famílias e os jovens que pretendam reforçar os respectivos níveis de qualificação formal.

Estabelecer programas específicos de sensibilização e desenvolvimento dos gestores de topo, tanto do sector público como do sector privado, acompanhados de sistema nacional de créditos, com especial enfoque nos domínios da qualidade, IDI e Empreendedorismo.

Tornar obrigatória a cobertura curricular universal, em todos os graus de ensino, desde o básico até ao ensino superior, de temas relacionados com a qualidade, criatividade, inovação e empreendedorismo.

Reforçar as actividades, curriculares e extracurriculares, de sensibilização dos jovens para a ciência e a tecnologia, as artes e a cultura.

Criar sistema direccionado para captação, a nível internacional, de talento que possa ajudar a dinamizar projectos em Portugal criadores de valor assente na qualidade, inovação e Empreendedorismo, com especial enfoque na diáspora nacional.

Fomentar iniciativas de aprendizagem, reconhecimento e recompensa direccionadas para estimular os contributos, individuais e de equipas, para a melhoria, mudança e progresso das organizações a que pertencem e do país.

Incentivar, quer por parte dos colaboradores respectivos, quer das respectivas organizações, uma crescente participação dos mesmos em actividades de formação, devidamente qualificadas, e em particular quando incidam nas temáticas da qualidade, inovação e empreendedorismo.

Alguns Exemplos...

Home

Industries

Jobs

Live and work

Moving to Scotland

Success stories

News

Events

Workers

"Scotland is a small country on the map, but a big country in the mind."

Larry Hirst, Chief Executive, IBM Scotland

Talent attraction

Life sciences



Electronic technologies



Financial services



Energy



Graduate Placement Programme

- Find out about graduate opportunities in Scotland
- Learn about our graduate training programme
- View our current graduate vacancies



The **French American** accelerator for innovative startups



“The Young Entrepreneurs Initiative is an amazing catalyst for businesses wanting to create or expand their operations in France.”

Thibaut Scolash/ Sebastien Payen, Founders of Fruition Sciences, YEI'08 winners.



Why France?

France provides a wide range of support regarding innovation and entrepreneurship (incubators, tax credits, grants, investors network...) Our first class scientific labs and our cheap operating costs put France in a very interesting position for



Sobre Nós

Não se nasce empreendedor. Aprende-se.

O empreendedorismo é uma atitude de vida que precisa de ser construída e desenvolvida.



Destinatários:

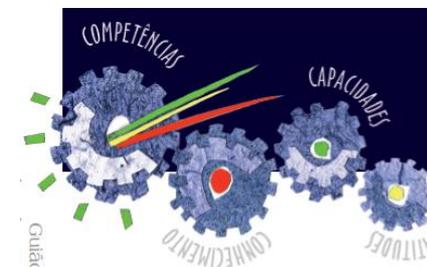
- 1º Ciclo do Ensino Básico ⇒ **MAX, O EMPREENDEDOR**
- 2º e 3º Ciclos do Ensino Básico ⇒ **HEPTATLO EMPREENDEDOR**
- Ensino Secundário, Profissional e Superior ⇒ **EMPREENDER NÃO É SECUNDÁRIO**



Educação
para o
empreendedorismo



Guião para
Escolas dos Ensinos
Básico e Secundário



II.5. EIXO COMPETITIVIDADE

NOTA PRÉVIA

Não se pretende fazer aqui uma análise exaustiva da competitividade em geral, mas sobretudo focalizar em torno, dos aspectos mais directamente relevantes no contexto do modelo conceptual e do tipo de competitividade que norteiam as actividades do grupo de trabalho, conforme seguidamente de recapitula.

CRER

COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL, ESTRUTURANTE E RESILIENTE

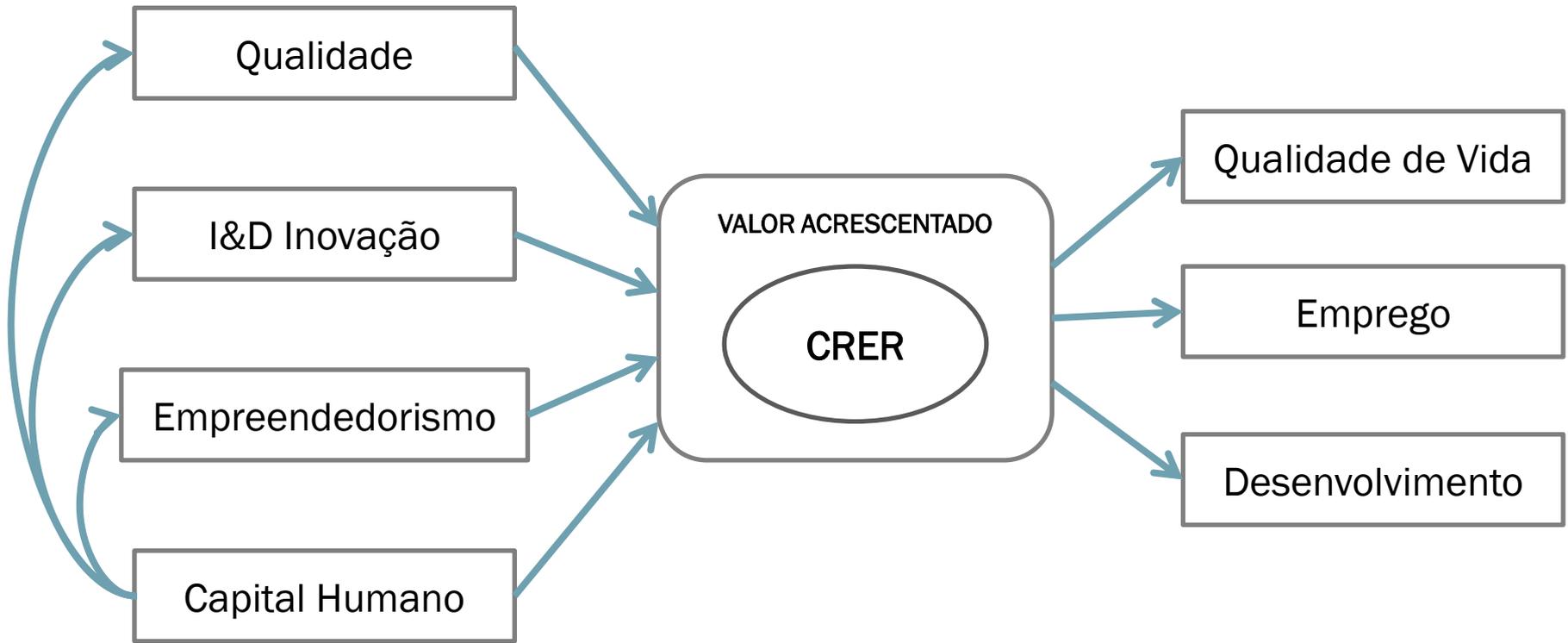
CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente.

- **Responsável** no sentido de respeitar aspetos ambientais, relacionados com os direitos humanos e a qualidade de vida dos portugueses, bem como de responsabilidade social e de evolução harmoniosa da sociedade;
- **Estruturante** no sentido de corresponder a pilares duradouros e sustentáveis de construção da competitividade de Portugal no mundo contemporâneo (isto é uma visão que se enquadra com o passado e que é capaz de proporcionar um futuro estável), com uma ótica também de médio prazo e com base em valor acrescentado;
- **Resiliente** no sentido de ser robusta face a oscilações de contexto, traçando um rumo de evolução positiva que seja capaz de resistir a diferentes tipos de imprevistos que possam surgir a nível nacional e internacional, assim como aos momentos bons e menos bons da economia.

CRER - COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL, ESTRUTURANTE E RESILIENTE

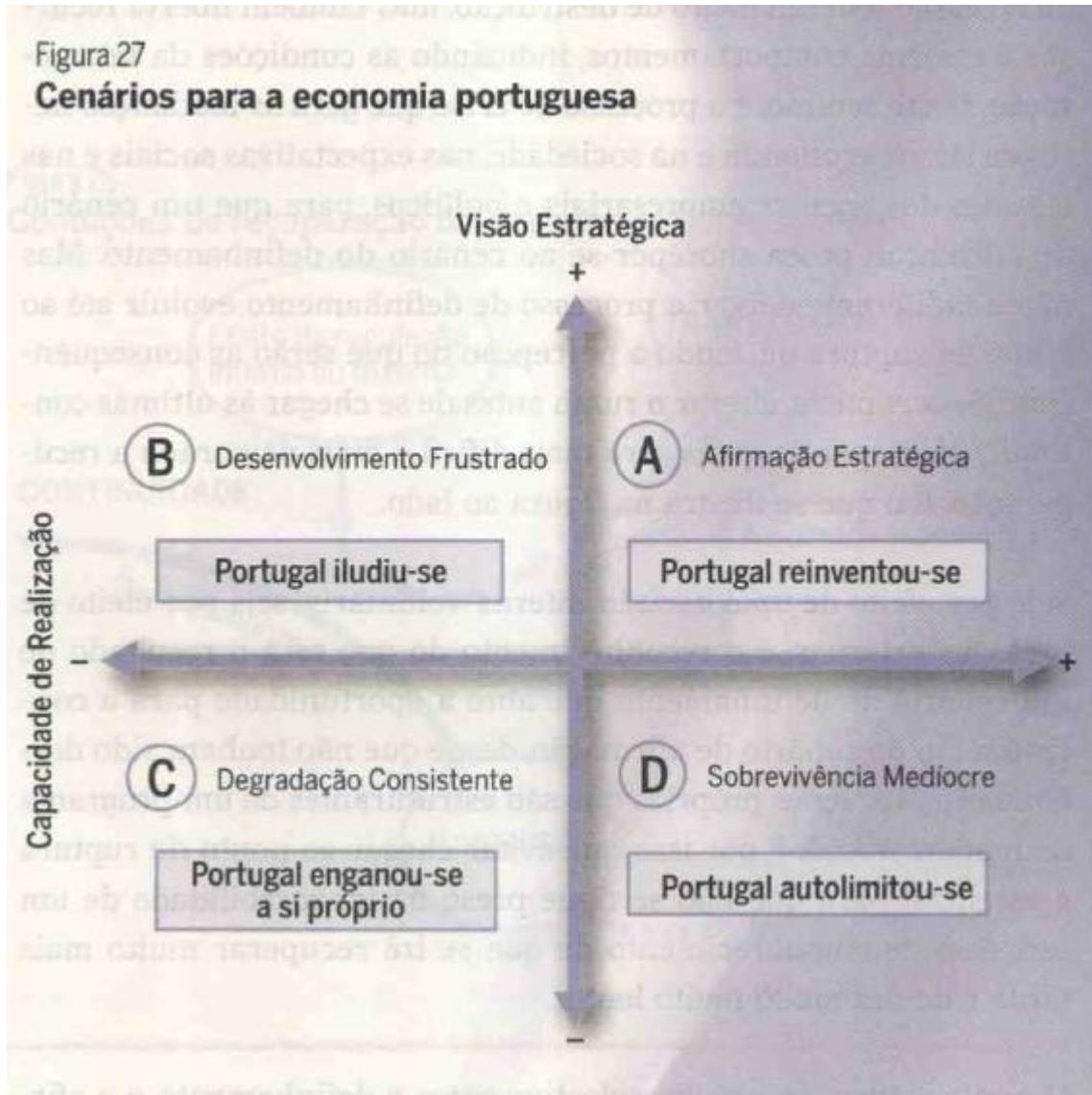
- Enquanto fatores indutores da CRER, consideram-se os quatro eixos seguintes :
 - Qualidade,
 - IDI (Investigação, Desenvolvimento e Inovação),
 - Empreendedorismo
 - Capital Humano (articulado com os restantes eixos).
- A competitividade assente nestes quatro eixos deve contribuir para a

**A CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO, A QUALIDADE DE VIDA, O EMPREGO
E O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÓMICO**



Esquema conceptual CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente

Aposta centrada no cenário de “Afirmção Estratégica” (Ernâni Lopes)



II.5.1.CONCEITO

- **PORTER**

Competitividade é a habilidade ou talento resultantes de conhecimentos adquiridos capazes de criar e sustentar um **desempenho superior** ao desenvolvido pela concorrência;

- **COMISSÃO EUROPEIA**

Competitividade geral é a capacidade de um país para fazer **crescer** o nível de vida num contexto de abertura internacional e mantendo os equilíbrios macroeconómicos fundamentais. Não envolve fundamentalmente um conceito de concorrência com outros países: a abertura pode beneficiar todos. Depende muito da evolução da **produtividade** real interna e, em grau dependente da dimensão do país e do ajustamento viável à abertura internacional;

- **OCDE**

Capacidade de um país, em condições de concorrência, vender os bens e serviços que produz nos mercados internacionais e ainda garantir um **crescimento** sustentado do rendimento real da sua população;

- **CONSELHO EUROPEU**

Competitividade como a **capacidade** de uma economia em prover, numa base sustentável, a sua população com elevados e crescentes níveis de vida e com elevadas taxas de emprego – está no coração dos objetivos ambiciosos estabelecidos para a União Europeia;

- **DICIONÁRIO DA PORTO EDITORA**

Competitividade é a capacidade de um produto, de uma empresa ou economia para manter ou aumentar as suas **quotas de mercado**.

II.5.2. ABRANGÊNCIA

PRINCÍPIOS NUCLEARES DE COMPETITIVIDADE

- Produtividade;
- Desempenho superior;
- Crescimento;
- Concorrência;
- Rentabilidade;
- Quota de mercado;
- Diferenciação;
- Capacidade;
- Eficiência;
- Eficácia.

A capacidade para aumentar o nível de vida da população é o traço comum às diferentes abordagens ao conceito de competitividade de uma economia.

-
- A aposta em **atividades de investigação e desenvolvimento** proporciona a criação de **processos inovadores**.
 - Tais processos permitem o desenvolvimento de **produtos ou serviços diferenciados**, que se podem distinguir dos restantes por apresentarem preços mais baixos ou melhores padrões de qualidade.
 - A aquisição dos produtos inovadores irá aumentar os níveis de **satisfação dos clientes**.
 - A satisfação dos clientes irá proporcionar a repetição do negócio e a credibilidade da indústria ou empresa que os produz, gerando um **negócio crescente e rentável**.
 - A rentabilidade do negócio disponibilizará fundos que poderão proporcionar **novos investimentos em atividades de investigação e desenvolvimento**, criando um ciclo de melhoria constante.

-
- A análise da competitividade exige o recurso de indicadores de síntese. Envolve **aspectos quantitativos** (associados à maior ou menor capacidade de “fazer”) e **aspectos qualitativos** (associados ao “saber fazer”);
 - A competitividade pode ser referida a diferentes **níveis** ou a diferentes áreas de diagnóstico: **o País, a região, o setor, a empresa, a indústria.**
A construção rigorosa deste conceito obriga a considerar as variáveis mais adequadas para tratar quer os diferentes objetivos, quer os diferentes processos de concorrência;
 - A competitividade é uma noção **relativa, comparativa, dinâmica**, que remete para um tratamento relativamente exigente do “tempo”;
 - A competitividade constitui uma **variável pluridimensional** resultante de processos económicos, sociais e políticos complexos, não podendo, por isso mesmo, ser adequadamente evidenciada por indicadores simplificados ou parcelares.

II.5.3. MODELOS CONCEPTUAIS ESQUEMÁTICOS

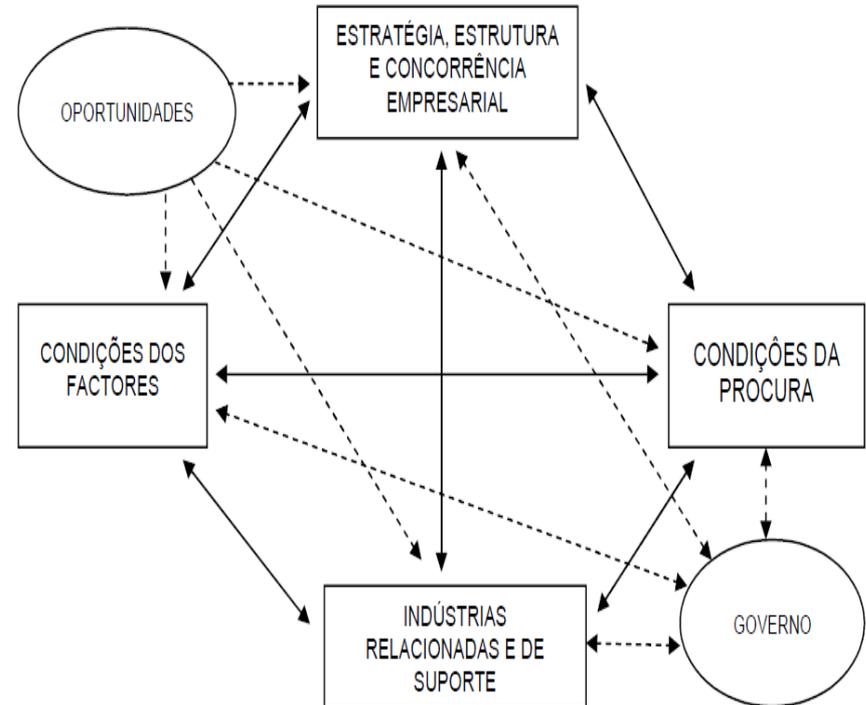
Quatro determinantes principais:

- **Condições dos factores.** Disponibilidade de recursos básicos, avançados, gerais e especializados necessários ao desenvolvimento das indústrias (recursos humanos, tecnologia, recursos naturais e capital).
- **Condições de procura.** A natureza da procura interna para os produtos ou serviços da indústria.
- **Indústrias relacionadas e de suporte.** A presença ou ausência, no país, de indústrias abastecedoras e indústrias relacionadas que sejam internacionalmente competitivas.
- **Estratégia, estrutura e concorrência empresarial.** Tipo de gestão e organização das empresas existentes e tipo de competição entra as várias empresas dessa indústria.

Dois determinantes secundários:

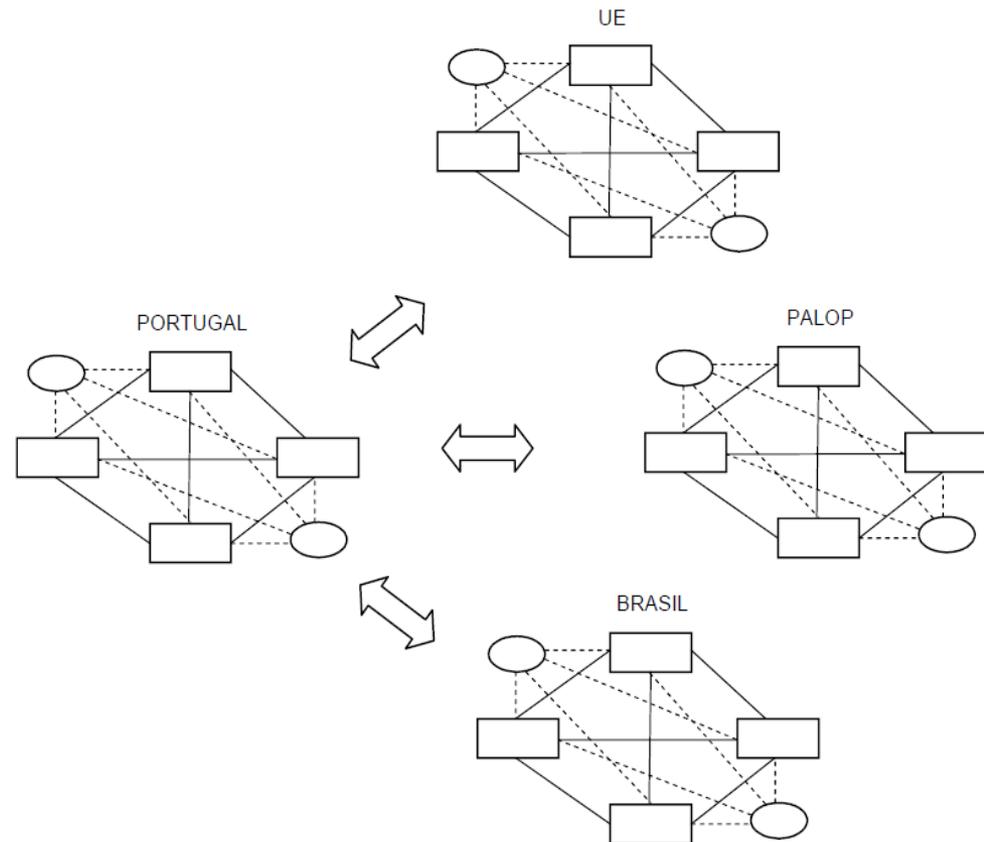
- **Oportunidades.** Acontecimentos fora do controle das empresas, como as invenções puras, descobertas em tecnologias básicas, guerras, acontecimentos políticos externos e grandes mudanças na procura do mercado externo.
- **Governo.** Pode melhorar ou piorar a vantagem nacional, dependendo como as políticas governamentais podem influenciar cada um dos determinantes.

“O DIAMANTE” de Porter



“DIAMANTE múltiplo” de Catwright

- Modelo composto pelo diamante principal interligado a vários diamantes.
- Avalia as relações do país de origem com os restantes países que têm influência na competitividade das empresas na indústria em estudo.



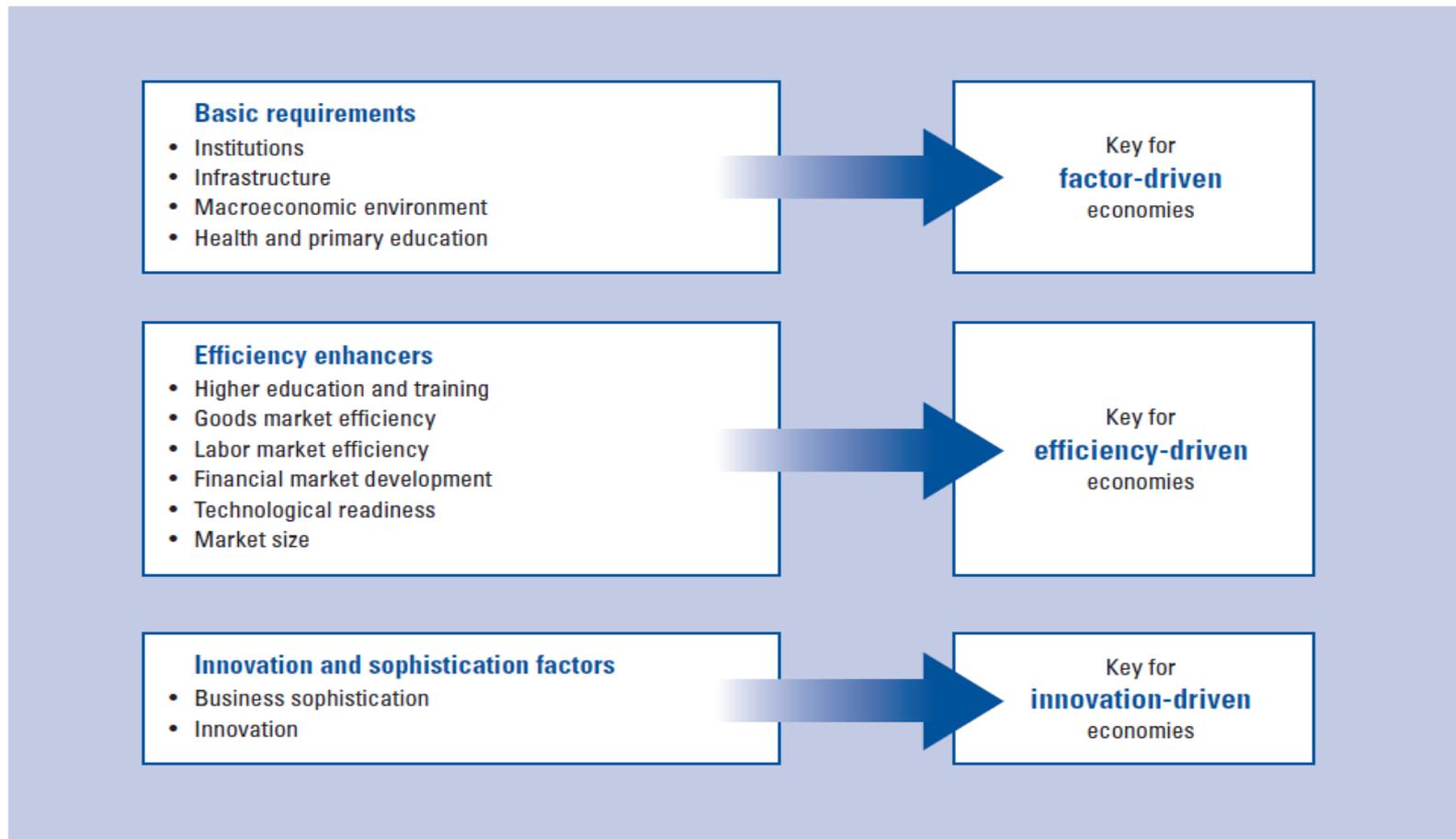
MODELO DE COMPETITIVIDADE DO WEF

Os estudos do WEF partem do pressuposto de que o progresso económico sem desenvolvimento social não é sustentável, enquanto o desenvolvimento social sem o progresso económico não é viável.

A competitividade é derivada de uma série de instituições, políticas e fatores que determinam o nível de produtividade de um país. Baseado nisso, constituem-se 12 pilares de competitividade, divididos em três grupos:

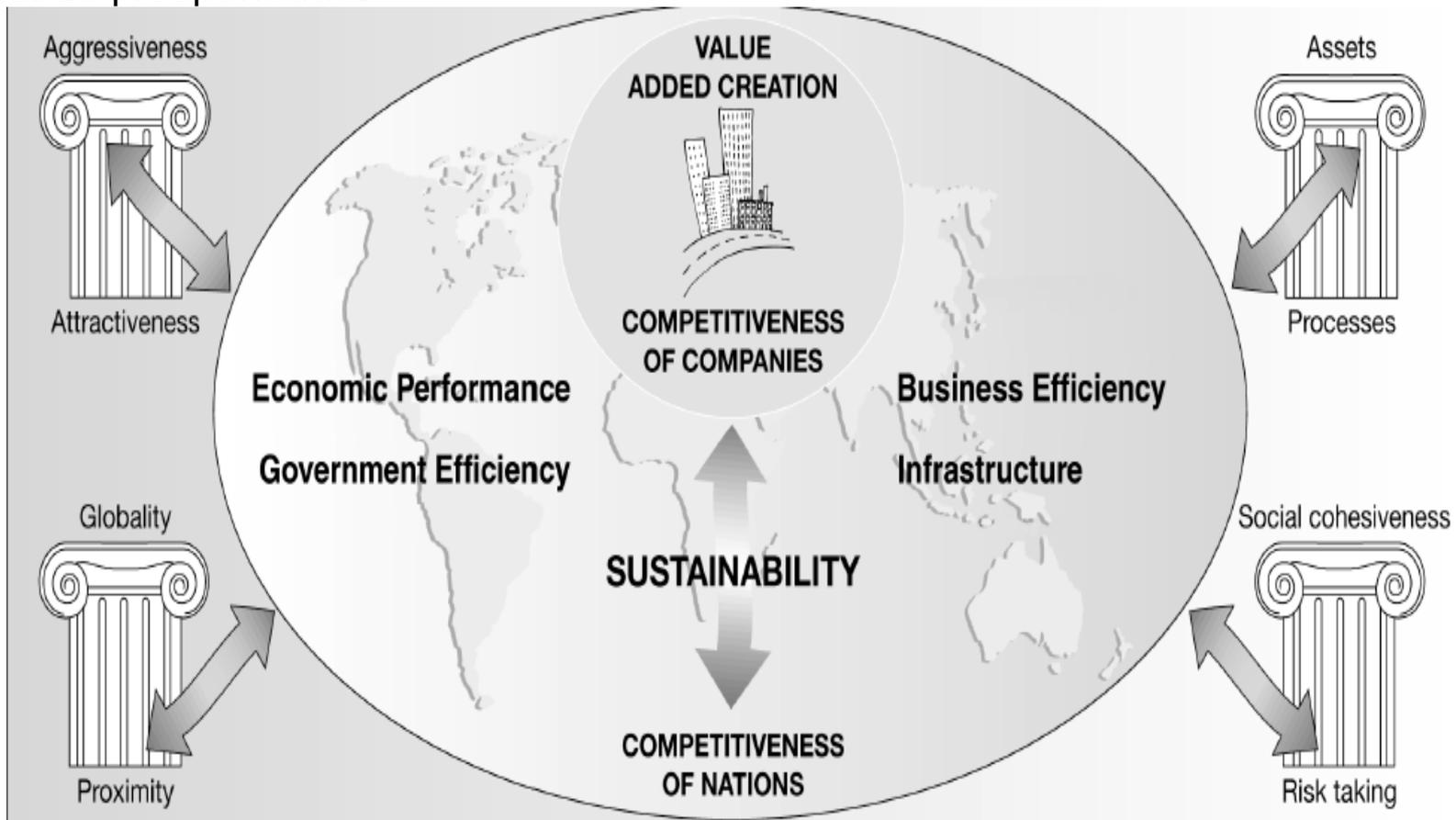
- Grupo 1, “**Base da Economia**” é constituído pelas instituições, infraestruturas, estabilidade macroeconômica, saúde e educação primária;
- Grupo 2, “**Eficiência da Economia**” é constituído por educação superior e formação, eficiência do mercado de bens, eficiência do mercado de trabalho, sofisticação do mercado financeiro, avanço tecnológico, dimensão do mercado;
- Grupo 3, “**Inovação da Economia**” é formado pela sofisticação empresarial e inovação.

MODELO DE COMPETITIVIDADE DO WEF



MODELO DE COMPETITIVIDADE DO IMD

Descreve a competitividade como a capacidade relativa de um país em criar e manter ambientes nos quais as empresas podem competir gerando aumento do nível de prosperidade.



VARIÁVEIS PERTENCENTES AO MODELO DE COMPETITIVIDADE DO IMD

Desempenho Económico:

- Economia Doméstica;
- Comércio Internacional;
- Investimento Internacional;
- Índice de Empregos;
- Índice de Preços;

Eficiência do Governo:

- Finanças Públicas;
- Política Fiscal;
- Estrutura Institucional;
- Legislação para Negócios;
- Estrutura Societária.

Eficiência de Negócios

- Produtividade;
- Mercado de Trabalho;
- Finanças;
- Práticas de Gestão;
- Atitudes e Valores.

Infraestruturas:

- Básicas;
 - Tecnológicas;
 - Científicas;
 - Saúde e ambiente;
 - Educação.
-

MODELO DE COMPETITIVIDADE DA ONU

- Este modelo de competitividade elabora o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).
- O IDH é elaborado desde 1990 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).
- Em 2011 adverte para a questão dos problemas ambientais, como as alterações climáticas, que ameaçam avanços em especial nos países mais pobres.



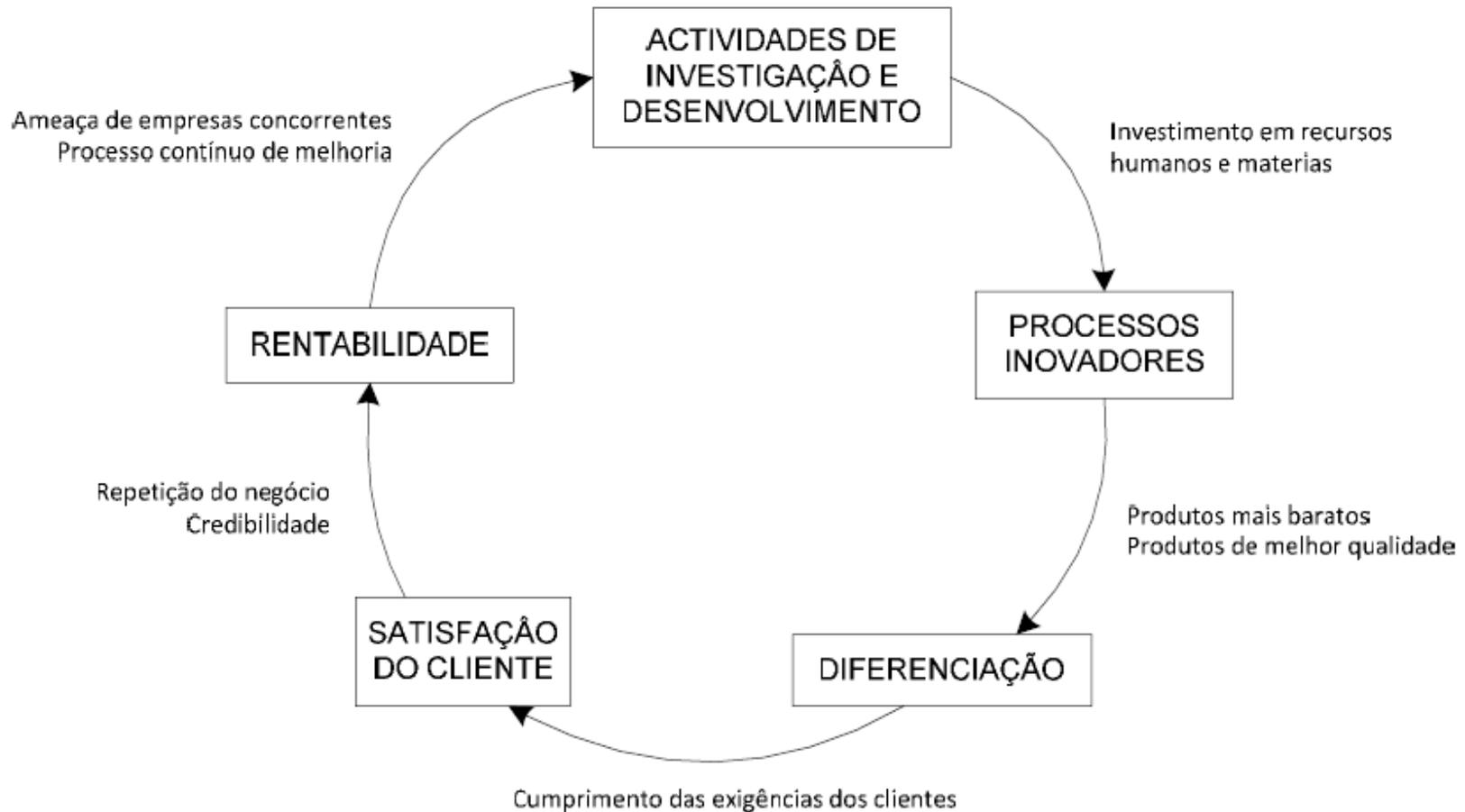
MODELO DE COMPETITIVIDADE DA ONU

O IDH consiste numa medida que resume os diversos índices de desenvolvimento humano. Mede os progressos registados, em média, num determinado país, em três dimensões básicas do desenvolvimento humano.

- Uma vida longa e saudável, medida através da **esperança de vida à nascença**;
- Nível de conhecimentos, medido através da **taxa de alfabetização de adultos** (com ponderação de dois terços) e da **taxa de escolarização** bruta combinada do primário, secundário e superior (com ponderação de um terço);
- Um nível de vida digno, medido através do **PIB per capita** (PPC em USD);

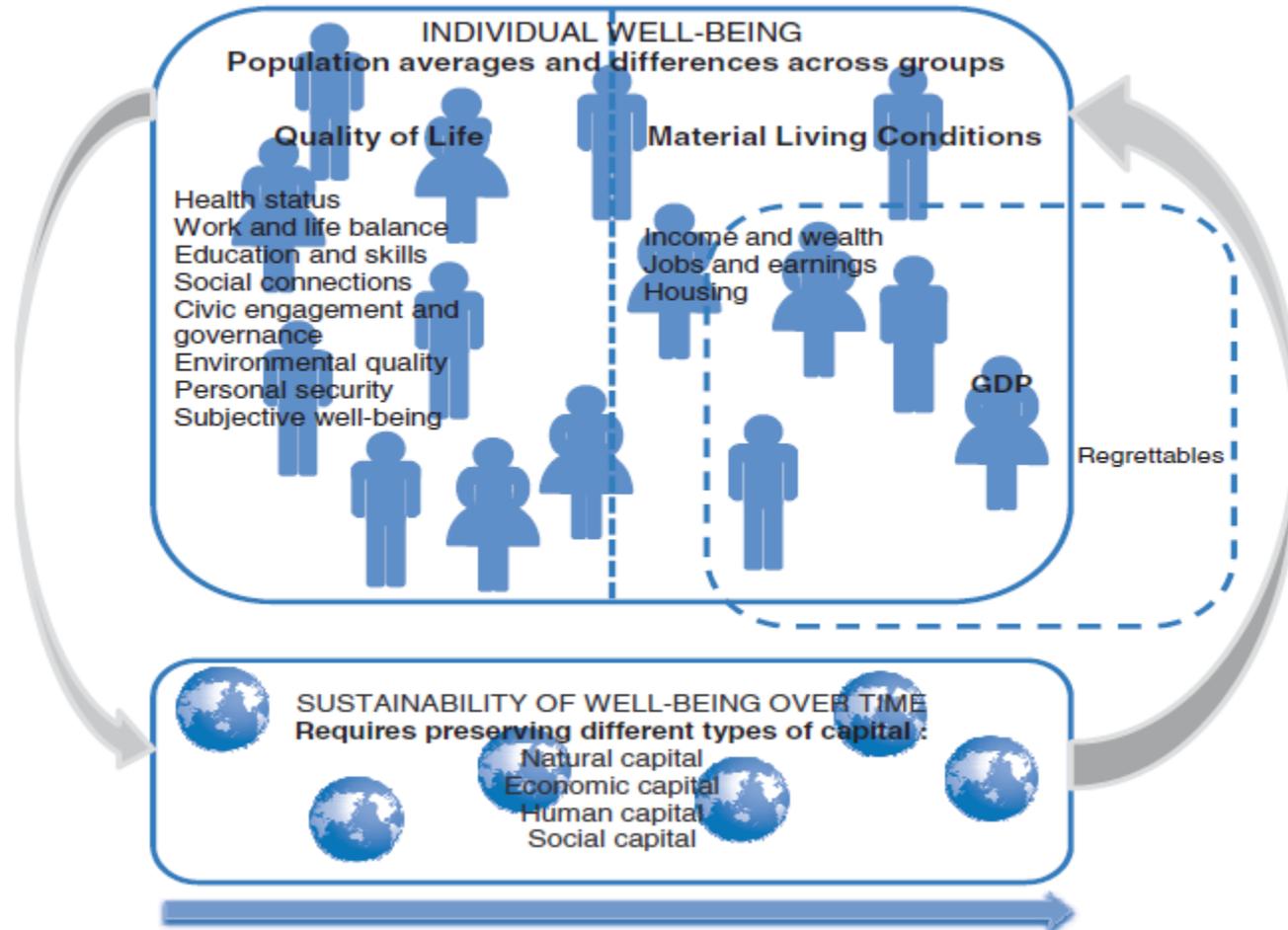
Antes de se chegar ao IDH propriamente dito, é necessário criar um índice para cada uma destas três dimensões. Para o cálculo destes índices – índices de esperança de vida, de grau de instrução e de PIB – são selecionados valores mínimos e máximos (balizas) para cada indicador primário.

CICLO DE SUSTENTABILIDADE DA VANTAJEM COMPETITIVA



YOUR BETTER LIFE – WELL-BEING AND PROGRESS (OCDE)

Figure 1.2. The “How’s Life?” framework for measuring well-being and progress

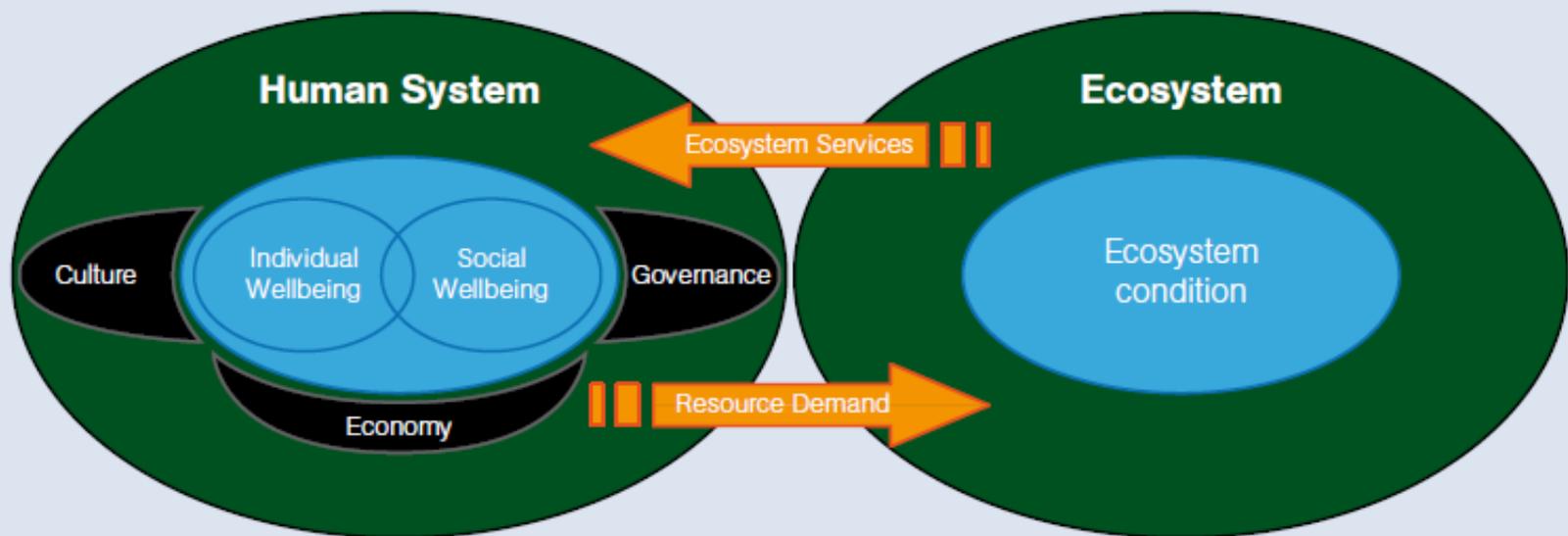


Source: OECD.

YOUR BETTER LIFE INDEX - List of indicators and definitions

TOPICS	INDICATORS	TOPICS	INDICATORS
Housing	Rooms per person	Environment	Air pollution
	Housing expenditure		Water quality
	Dwelling with basic facilities		Voter turnout
Income	Household disposable income	Civic engagement	Consultation on rule-making
	Household financial wealth		
Jobs	Employment rate	Health	Life expectancy
	Long-term unemployment rate		Self-reported health
	Personal earnings	Life Satisfaction	Life Satisfaction
	Job security		
Community	Quality of support network	Safety	Homicide rate
Education	Educational attainment		Assault rate
	Years in education	Work-life balance	Employees working very long hours
	Students skills in maths, reading and science		Time devoted to leisure and personal care

Figure 3: OECD framework for the progress of societies⁹³



CRER

COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL, ESTRUTURANTE E RESILIENTE

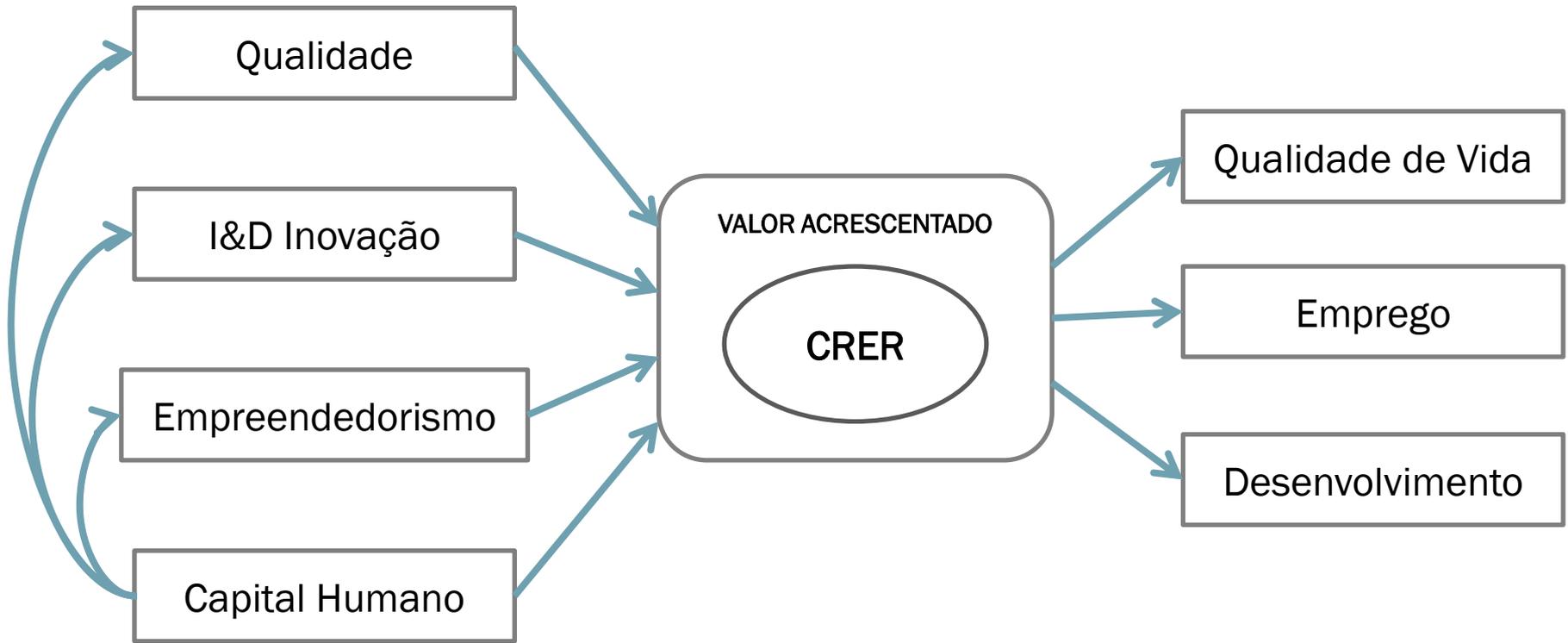
CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente.

- **Responsável** no sentido de respeitar aspetos ambientais, relacionados com os direitos humanos e a qualidade de vida dos portugueses, bem como de responsabilidade social e de evolução harmoniosa da sociedade;
- **Estruturante** no sentido de corresponder a pilares duradouros e sustentáveis de construção da competitividade de Portugal no mundo contemporâneo (isto é uma visão que se enquadra com o passado e que é capaz de proporcionar um futuro estável), com uma ótica também de médio prazo e com base em valor acrescentado;
- **Resiliente** no sentido de ser robusta face a oscilações de contexto, traçando um rumo de evolução positiva que seja capaz de resistir a diferentes tipos de imprevistos que possam surgir a nível nacional e internacional, assim como aos momentos bons e menos bons da economia.

CRER - COMPETITIVIDADE RESPONSÁVEL, ESTRUTURANTE E RESILIENTE

- Enquanto fatores indutores da CRER, consideram-se os quatro eixos seguintes :
 - Qualidade,
 - IDI (Investigação, Desenvolvimento e Inovação),
 - Empreendedorismo
 - Capital Humano (articulado com os restantes eixos).
- A competitividade assente nestes quatro eixos deve contribuir para a

**A CRIAÇÃO DE VALOR ACRESCENTADO, A QUALIDADE DE VIDA, O EMPREGO
E O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÓMICO**

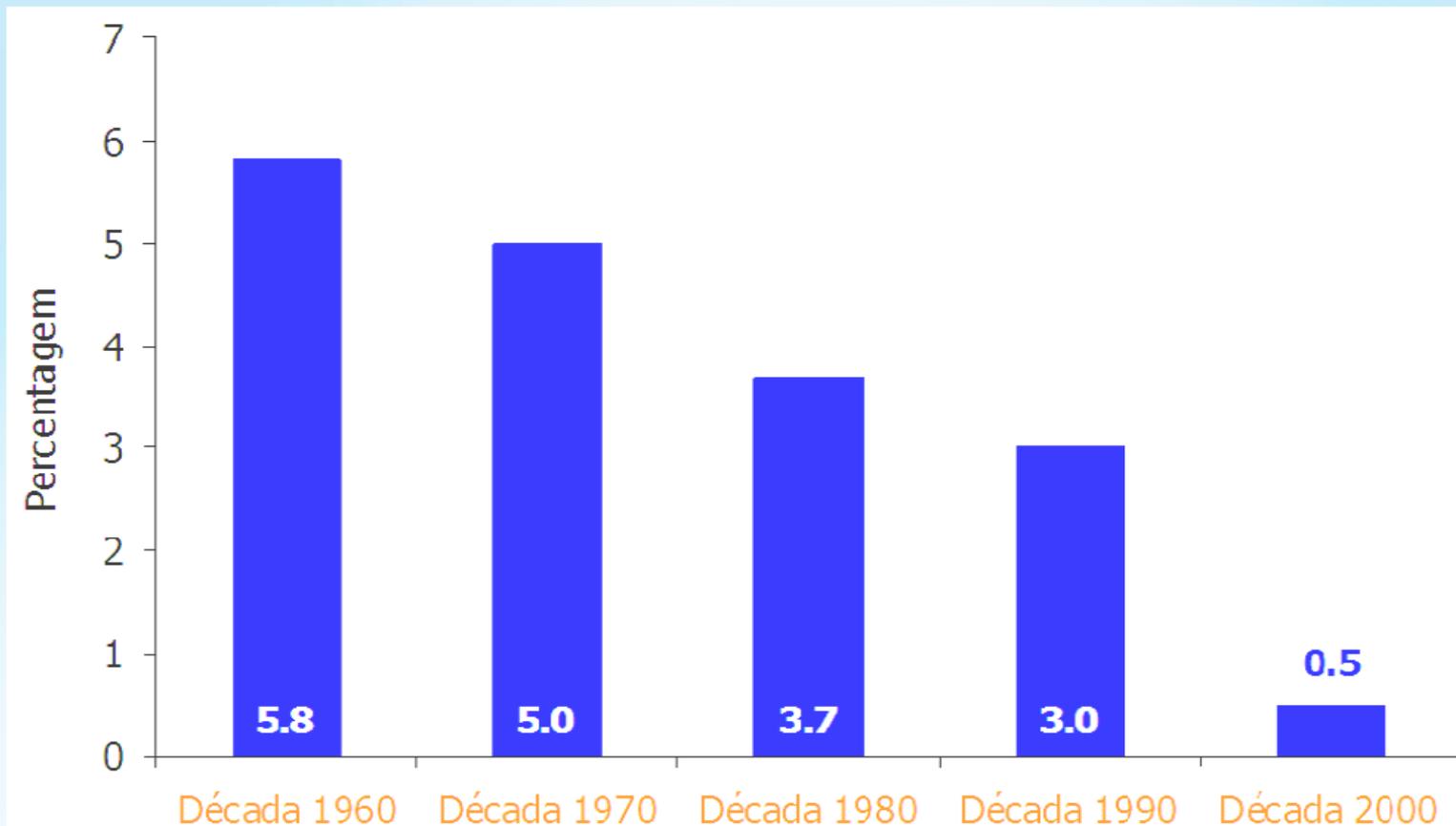


Esquema conceptual CRER: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente

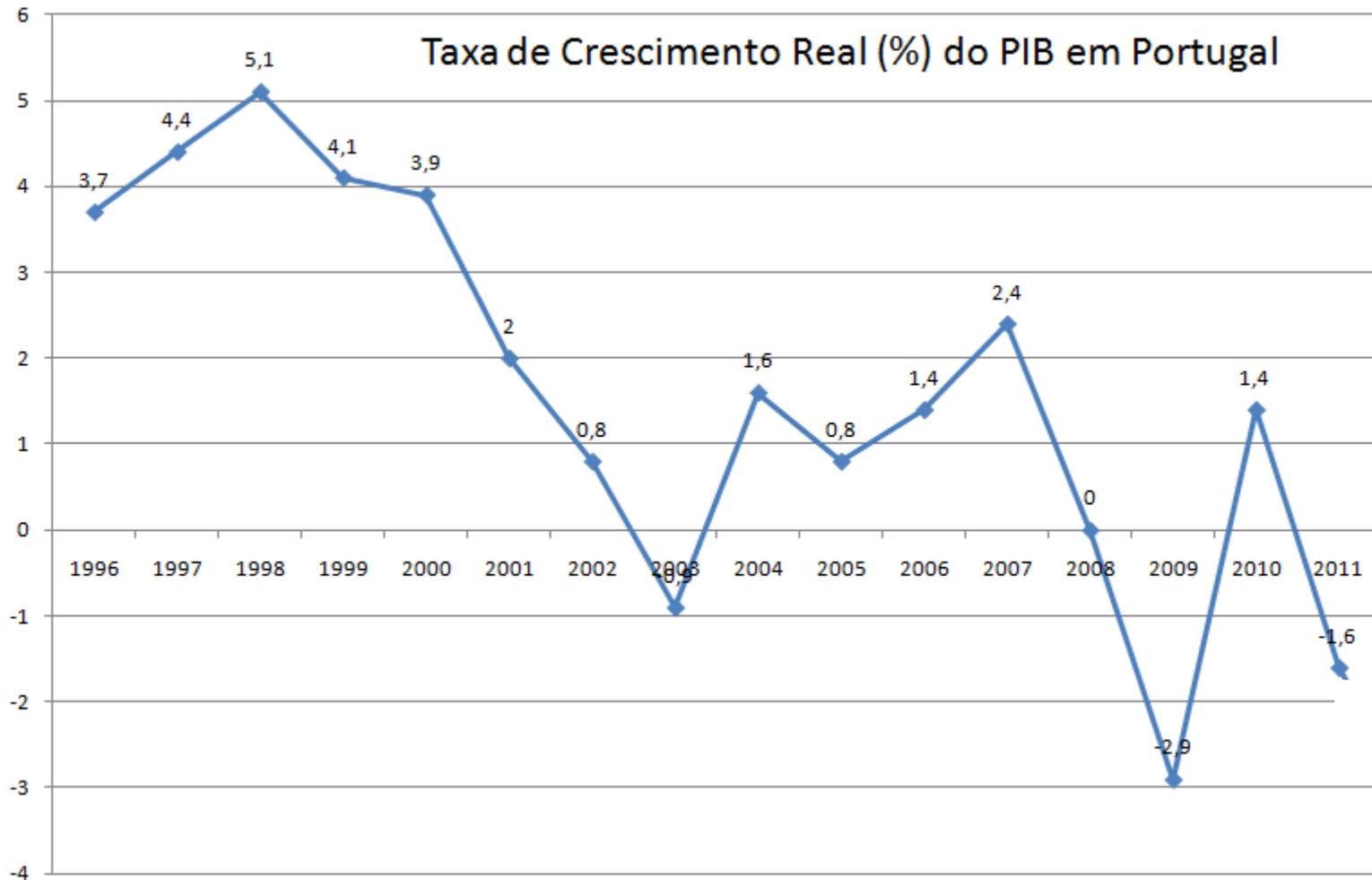
II.5.4. POSICIONAMENTO ATUAL DE PORTUGAL

Ritmos decrescentes de crescimento do PIB ao longo das últimas décadas...

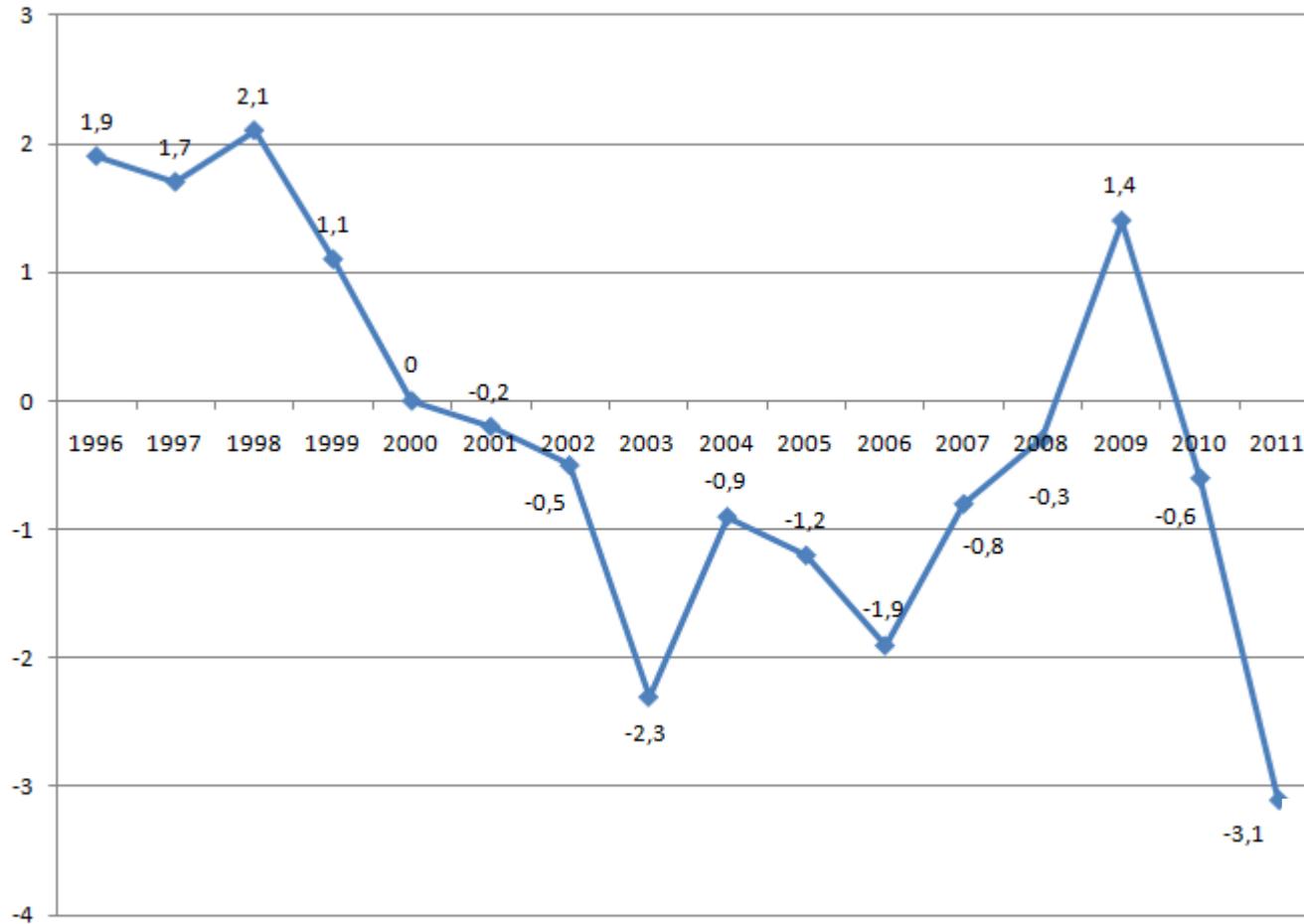
Crescimento do PIB por década em Portugal, 1960-2009 (%)



Ritmo especialmente baixo de crescimento desde 2001



Ritmos de crescimento inferiores à média da EU desde 2000



ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE GLOBAL DO WEF

Country/Economy	Rank/142	Score	among 2010 countries	2010-2011 rank
Switzerland	1	5.74	1	1
Singapore	2	5.63	2	3
Sweden	3	5.61	3	2
Norland	4	5.47	4	7
United States	5	5.43	5	4
Germany	6	5.41	6	5
Netherlands	7	5.41	7	8
Denmark	8	5.40	8	9
Japan	9	5.40	9	6
United Kingdom	10	5.39	10	12
Hong Kong SAR	11	5.36	11	11
Canada	12	5.33	12	10
Taiwan, China	13	5.26	13	13
Qatar	14	5.24	14	17
Belgium	15	5.20	15	19
Norway	16	5.18	16	14
Saudi Arabia	17	5.17	17	21
France	18	5.14	18	15
Austria	19	5.14	19	18
Australia	20	5.11	20	16
Malaysia	21	5.08	21	26
Israel	22	5.07	22	24
Luxembourg	23	5.03	23	20
Korea, Rep.	24	5.02	24	22
New Zealand	25	4.93	25	23
China	26	4.90	26	27
United Arab Emirates	27	4.89	27	25
Brunei Darussalam	28	4.78	28	28
Ireland	29	4.77	29	29
Iceland	30	4.75	30	31
Chile	31	4.70	31	30
Oman	32	4.64	32	34
Estonia	33	4.62	33	33
Kuwait	34	4.62	34	35
Puerto Rico	35	4.58	35	41
Spain	36	4.54	36	42
Bahrain	37	4.54	37	37
Czech Republic	38	4.52	38	36
Thailand	39	4.52	39	38
Tunisia	40	4.47	40	32
Poland	41	4.46	41	39
Barbados	42	4.44	42	43
Italy	43	4.43	43	48
Lithuania	44	4.41	44	47
Portugal	45	4.40	45	46
Indonesia	46	4.38	46	44
Cyprus	47	4.36	47	40
Hungary	48	4.36	48	52
Panama	49	4.35	49	53
South Africa	50	4.34	50	54
Malta	51	4.33	51	50
Sri Lanka	52	4.33	52	62
Brazil	53	4.32	53	58
Mauritius	54	4.31	54	55

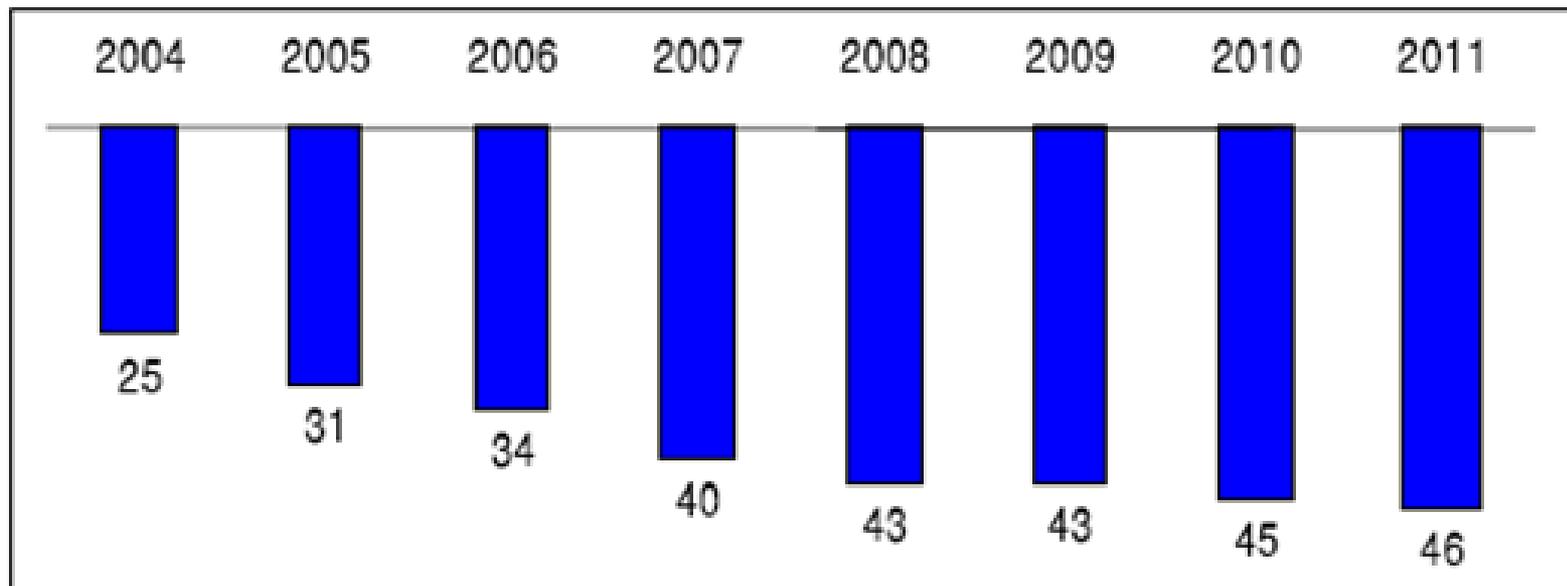
O Fórum Mundial de Economia (WEF), elabora todos os anos o Relatório de Competitividade Global.

Em 2011 estabeleceu a condição competitiva de 142 países.

Portugal ocupa
45ª posição
entre 142
países



Evolução da posição de Portugal no ranking de competitividade do World Economic Forum



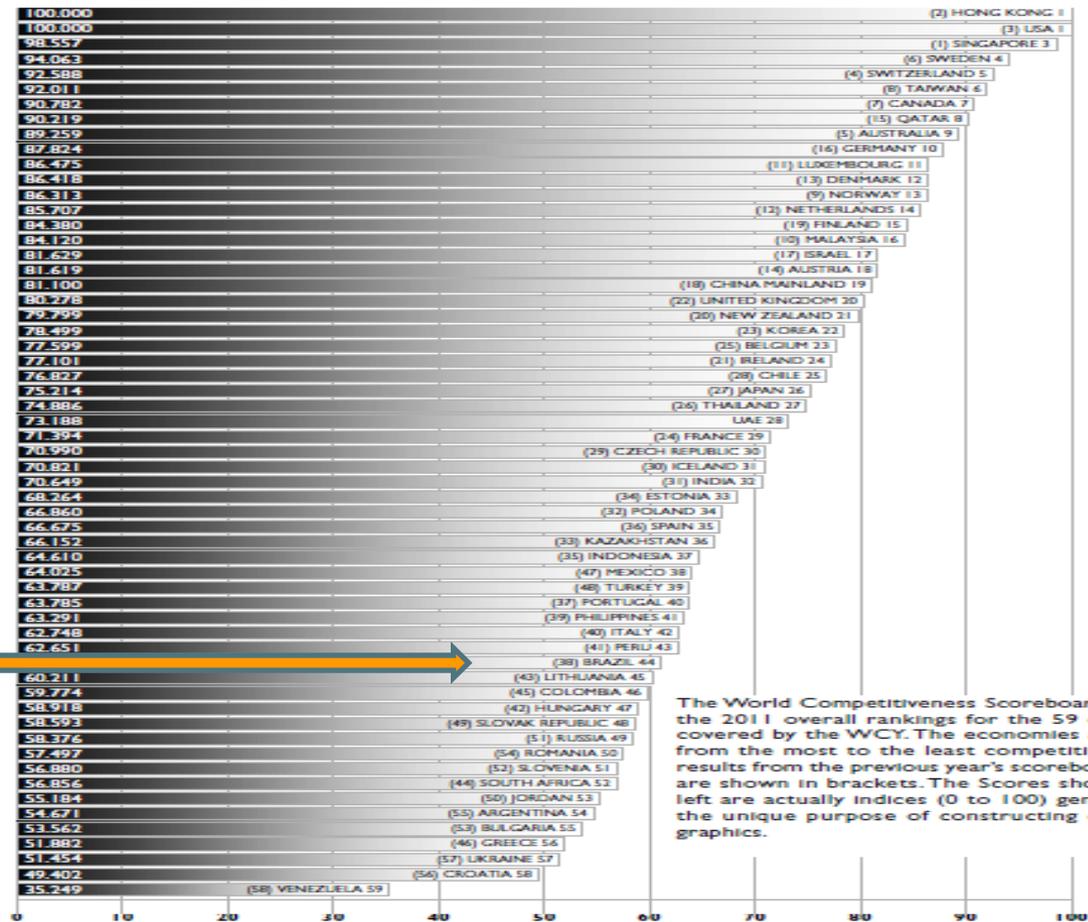
ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE GLOBAL DO WEF

RANKING DOS 12 PRINCIPAIS PILARES DE COMPETITIVIDADE

	2006	2007	2009	2010	2011			2006	2007	2009	2010	2011		
	posição no ranking							score						
	(de 125)	(de 131)	(de 133)	(de 139)	(de 142)	2011 face a 2006	2011 face a 2010	(1 - 7)	(1 - 7)	(1 - 7)	(1 - 7)	(1 - 7)	(1 - 7)	(1 - 7)
Requisitos básicos:	34	35	39	42	44			5,2	5,1	5,0	5,0	5,0		
1º pilar – Instituições	28	37	44	48	51			4,8	4,9	4,5	4,4	4,2		
2º pilar – Infra-estruturas	26	25	23	24	23			4,9	5,0	5,2	5,3	5,5		
3º pilar – Estabilidade macroeconómica	80	81	79	96	111			4,2	4,7	4,5	4,3	4,2		
4º pilar – Saúde e Educação primária	16	32	31	41	34			6,9	6,0	5,9	6,1	6,1		
Promotores de Eficiência:	37	33	43	43	39			4,5	4,5	4,4	4,4	4,4		
5º pilar – Educação superior e formação	37	34	38	39	35			4,6	4,6	4,6	4,8	4,8		
6º pilar – Eficiência do mercado de bens	38	41	51	52	62			4,6	4,6	4,4	4,3	4,3		
7º pilar – Eficiência do mercado de trabalho		83	103	117	122				4,1	4,0	3,9	3,8		
8º pilar – Sofisticação do mercado financeiro		35	62	59	78				4,9	4,3	4,3	4,0		
9º pilar – Aptidão tecnológica	37	31	31	31	19			4,2	4,3	4,7	4,6	5,3		
10º pilar – Dimensão do mercado		40	43	45	45				4,3	4,4	4,3	4,3		
Factores de sofisticação e inovação	37	38	41	39	38			4,1	4,0	4,0	4,0	4,0		
11º pilar – Sofisticação dos negócios	43	45	53	51	50			4,5	4,4	4,3	4,2	4,2		
12º pilar – Inovação	32	33	33	32	32			3,8	3,7	3,7	3,8	3,8		

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE MUNDIAL-IMD

THE WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD 2011

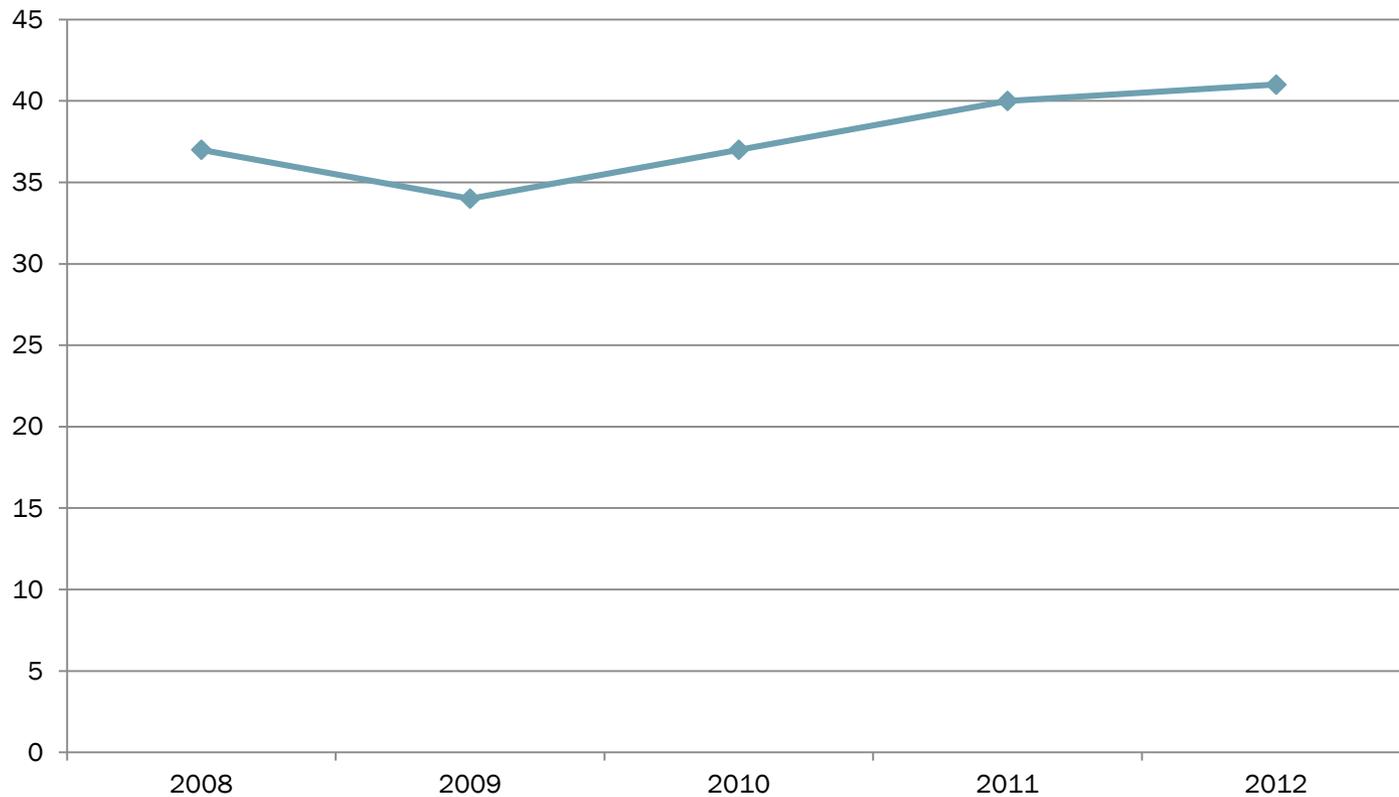


Portugal ocupa
40ª posição
entre 59 países

The World Competitiveness Scoreboard presents the 2011 overall rankings for the 59 economies covered by the WCY. The economies are ranked from the most to the least competitive and the results from the previous year's scoreboard (2010) are shown in brackets. The Scores shown to the left are actually indices (0 to 100) generated for the unique purpose of constructing charts and graphics.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE MUNDIAL-IMD

Evolução no ranking do IMD para Portugal



ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE MUNDIAL-IMD

É analisada a relação entre a eficiência do setor público e a do setor privado. Em todos os países, orientais ou ocidentais, o setor privado é mais eficiente.

Desempenho da economia portuguesa:

- **PONTOS FRACOS** - fluxo de investimento direto, exportações de bens e taxa de desemprego;
- **PONTOS FORTES** - receitas de turismo, inflação.

Eficiência empresarial portuguesa:

- **PONTOS FRACOS** - empreendedorismo, experiência internacional, PME e a adaptabilidade das empresas;
- **PONTOS FORTES** - percentagem de mulheres empregadas, ativos da banca e remuneração dos gestores.

ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO-ONU

Posição em 2011

Noruega R.D.Congo

1º

187º



ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO-ONU

Posição		País	IDH		Posição		País	IDH	
Estimativas para 2011	Mudança comparando os dados de 2011 em relação aos dados de 2010		Estimativas para 2011	Mudança comparando os dados de 2011 em relação aos dados de 2010	Estimativas para 2011	Mudança comparando os dados de 2011 em relação aos dados de 2010		Estimativas para 2011	Mudança comparando os dados de 2011 em relação aos dados de 2010
1	—	Noruega	0,943	▲ (0,005)	25	▼ (1)	Luxemburgo	0,867	▲ (0,015)
2	—	Austrália	0,929	▼ (0,008)	26	▲ (1)	Singapura	0,866	▲ (0,02)
3	▲ (4)	Países Baixos	0,910	▲ (0,02)	27	▲ (1)	República Checa	0,865	▲ (0,024)
4	—	Estados Unidos	0,910	▲ (0,008)	28	▼ (2)	Reino Unido	0,863	▲ (0,014)
5	▼ (2)	Nova Zelândia	0,908	▲ (0,001)	29	▼ (7)	Grécia	0,861	▲ (0,006)
6	▲ (2)	Canadá	0,908	▲ (0,02)	30	▲ (2)	Emirados Árabes Unidos	0,846	▲ (0,031)
7	▼ (2)	Irlanda	0,908	▲ (0,013)	31	▲ (4)	Chipre	0,840	▲ (0,03)
8	▼ (2)	Liechtenstein	0,905	▲ (0,014)	32	▼ (2)	Andorra	0,838	▲ (0,014)
9	▲ (1)	Alemanha	0,905	▲ (0,02)	33	▲ (4)	Brunei	0,838	▲ (0,033)
10	▼ (1)	Suécia	0,904	▲ (0,019)	34	—	Estónia	0,835	▲ (0,023)
11	▲ (2)	Suíça	0,903	▲ (0,029)	35	▼ (4)	Eslováquia	0,834	▲ (0,016)
12	▼ (1)	Japão	0,901	▲ (0,017)	36	▼ (3)	Malta	0,832	▲ (0,017)
13	▲ (8)	Hong Kong	0,898	▲ (0,036)	37	▲ (1)	Catar	0,831	▲ (0,028)
14	▲ (3)	Islândia	0,898	▲ (0,029)	38	▼ (2)	Hungria	0,816	▲ (0,011)
15	▼ (3)	Coreia do Sul	0,897	▲ (0,02)	39	▲ (2)	Polónia	0,813	▲ (0,018)
16	▲ (3)	Dinamarca	0,895	▲ (0,029)	40	▲ (4)	Lituânia	0,810	▲ (0,027)
17	▼ (2)	Israel	0,888	▲ (0,016)	41	▼ (1)	Portugal	0,809	▲ (0,014)
18	—	Bélgica	0,886	▲ (0,019)	42	▼ (3)	Bahrein	0,806	▲ (0,005)
19	▲ (6)	Áustria	0,885	▲ (0,034)	43	▲ (5)	Letónia	0,805	▲ (0,036)
20	▼ (6)	França	0,884	▲ (0,012)	44	▲ (1)	Chile	0,805	▲ (0,022)
21	▲ (8)	Eslovénia	0,884	▲ (0,056)	45	▲ (1)	Argentina	0,797	▲ (0,022)
22	▼ (6)	Finlândia	0,882	▲ (0,011)	46	▲ (5)	Croácia	0,796	▲ (0,029)
23	▼ (3)	Espanha	0,878	▲ (0,015)	47	▼ (5)	Barbados	0,793	▲ (0,005)
24	▼ (1)	Itália	0,874	▲ (0,02)					

Portugal ocupa **41ª posição** entre 187 países

ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO-ONU

- Portugal ocupa o 41º lugar no *ranking* do desenvolvimento humano das Nações Unidas, numa lista de 187, estando ao nível dos países da Europa de Leste e do Médio Oriente.
- Portugal ainda é o único País lusófono entre os 47 países com "desenvolvimento humano muito elevado";
- Evolução ao longo dos últimos 30 anos em Portugal:
 - esperança de vida à nascença aumentou 8,2 anos;
 - escolaridade subiu em média 2,9 anos;
 - rendimento nacional bruto por pessoa cresceu 76%;
- Se a esperança de vida à nascença dos portugueses é de 79,5 anos - sempre a crescer nas últimas décadas - a baixa escolaridade contribui para o "atraso" de Portugal no mundo desenvolvido.

PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

- × **ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE GLOBAL-WEF**
Portugal ocupa **45^a posição** entre 142 países
- × **ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE MUNDIAL-IMD**
Portugal ocupa **40.^a posição**, entre 59 países
- × **ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO-ONU**
Portugal ocupa **41^a posição** entre 187 países

OUTROS INDICADORES

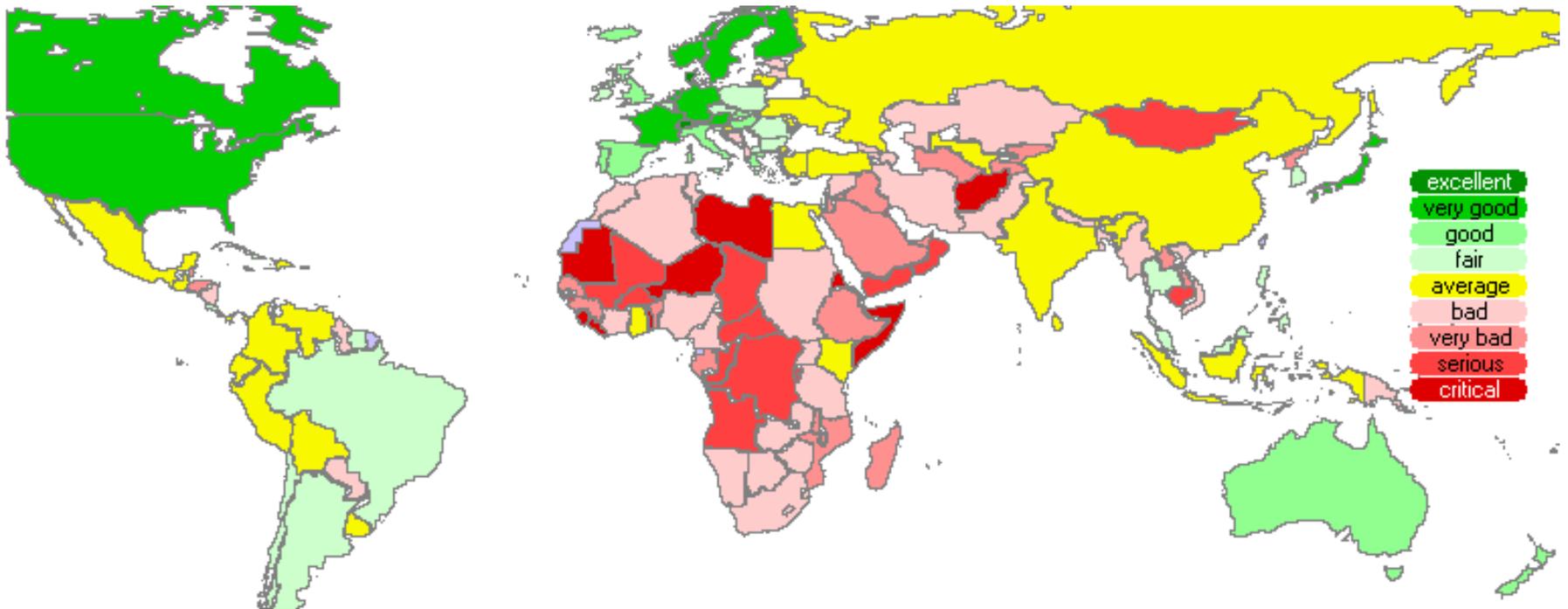
INDICADOR	ANO	ENTIDADE	ÍNDICE/VALOR	POSIÇÃO	PAÍSES
PIB per capita	2011	FMI	22 413 US\$	35º	183
Índice de Desenvolvimento Humano IDH	2011	PNUD	0,809	41º	187
Happy Planet Index HPI	2009	New Economic Foundation / ONU	37,5	98º	143
Better Life Index Life Satisfaction	2006/2009	OCDE	4,9	33º	34
Average Happiness Life Satisfaction	2000/2009	Erasmus University Rotterdam	5,7	83º	149
World Happiness Index WHI	2010	GLOBECO	348	20º	60
Environmental Performance Index (EPI)	2010	EC/JCR	-	19	163
Quality of Life Index. QLI	2005	Economist Intelligence Unit (EIU)	7,307	19	111

ECOLOGICAL FOOTPRINT AND BIOCAPACITY

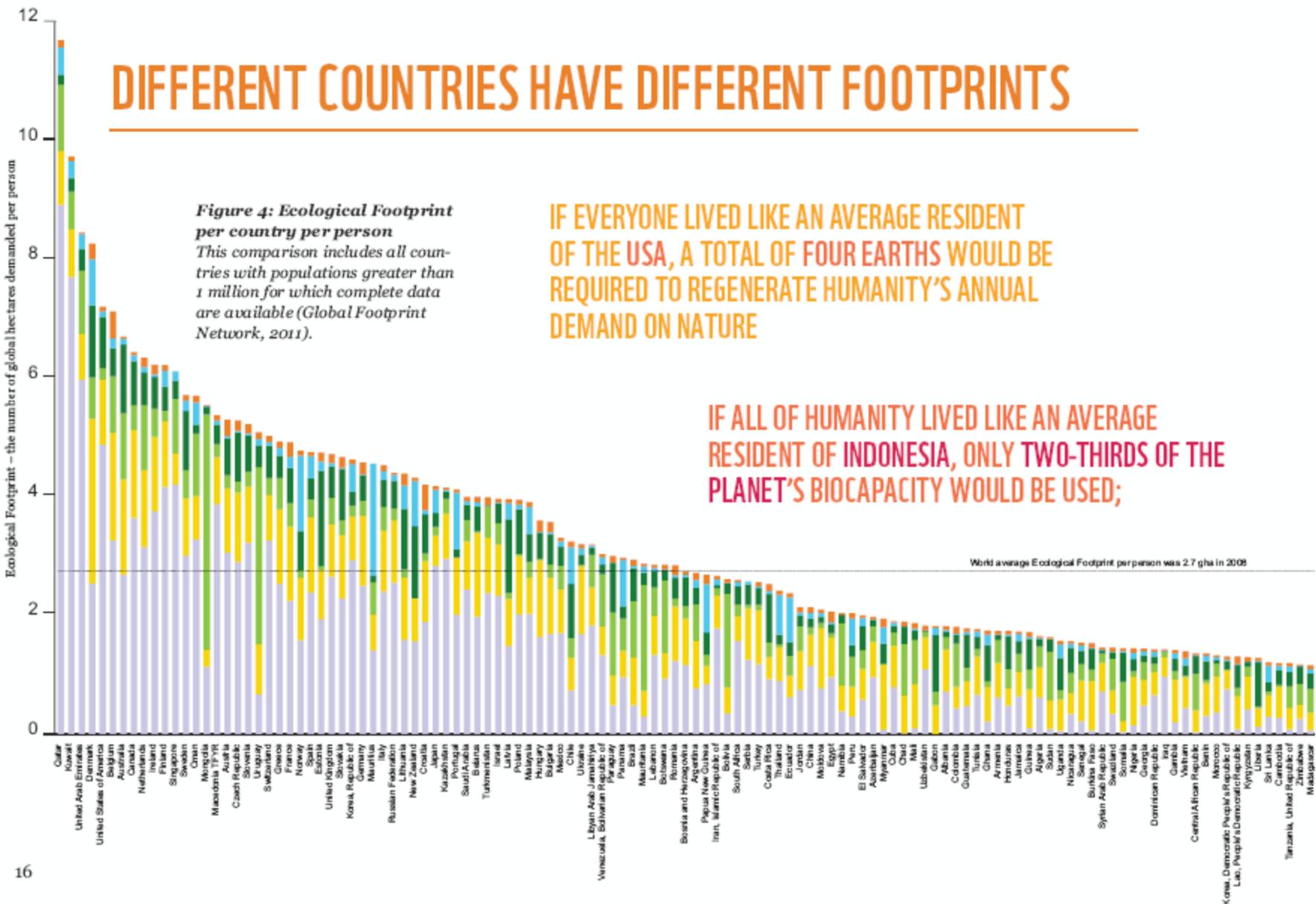
2002 data	Population (millions)	Total Ecological Footprint (global ha/person)	Total food, fiber, and timber Footprint (global ha/person)				Total energy Footprint (global ha/person)					Built-up land (global ha/person)	Total Biocapacity* (global ha/person)				Ecological Deficit or Reserve** (global ha/person)		
			Included in food, fiber, and timber				Included in total energy						Included in total Biocapacity*						
			Cropland	Forest	Grazing land	Fishing ground	CO2 from fossil fuels	Fuelwood	Nuclear	Hydro	Cropland		Grazing land	Forest	Fishing ground				
WORLD	6,225.0	2.2	0.9	0.49	0.17	0.14	0.14	1.2	1.05	0.06	0.09	0.00	0.1	1.8	0.52	0.27	0.80	0.13	-0.4
High income countries	925.6	6.4	2.1	0.80	0.76	0.28	0.27	4.1	3.57	0.02	0.49	0.01	0.2	3.4	1.08	0.20	1.57	0.33	-3.0
Middle income countries	2,989.4	1.9	0.9	0.48	0.11	0.17	0.11	0.9	0.85	0.05	0.03	0.00	0.1	2.1	0.51	0.30	1.07	0.13	0.2
Low income countries	2,279.8	0.8	0.5	0.36	0.02	0.04	0.03	0.3	0.20	0.08	0.00	0.00	0.0	0.7	0.30	0.18	0.10	0.05	-0.1
EU-28 + SWITZERLAND	450.9	4.7	1.7	0.81	0.49	0.20	0.22	2.8	2.36	0.02	0.43	0.01	0.2	2.3	0.87	0.08	1.04	0.11	-2.4
Austria	8,1	4,7	1,9	0,75	0,86	0,16	0,12	2,7	2,58	0,07	0,00	0,05	0,1	3,5	0,71	0,10	2,65	0,00	-1,1
Belgium & Luxembourg	10,7	5,2	1,7	0,89	0,38	0,16	0,23	3,2	2,35	0,01	0,81	0,00	0,4	1,2	0,41	0,04	0,42	0,01	-3,9
Cyprus	0,8	5,7	2,2	1,07	0,44	0,06	0,59	3,5	3,54	0,00	0,00	0,00	0,0	0,5	0,31	0,00	0,04	0,10	-5,2
Czech Republic	10,2	4,9	1,8	0,90	0,56	0,15	0,16	3,0	2,64	0,02	0,37	0,00	0,1	2,7	1,00	0,02	1,56	0,01	-2,2
Denmark	5,4	5,3	2,2	0,98	0,90	0,18	0,15	2,9	2,83	0,03	0,00	0,00	0,2	3,4	1,91	0,00	0,46	0,78	-1,9
Estonia	1,3	5,9	2,5	0,89	1,05	0,49	0,09	3,2	2,99	0,26	0,00	0,00	0,1	5,7	1,07	0,09	4,28	0,19	-0,1
Finland	5,2	6,8	3,2	0,82	1,91	0,20	0,22	3,6	2,51	0,15	0,88	0,02	0,1	12,3	1,09	0,00	10,94	0,11	5,4
France	59,9	5,6	2,0	0,89	0,53	0,30	0,27	3,4	1,94	0,01	1,48	0,01	0,2	3,2	1,61	0,14	1,20	0,10	-2,4
Germany	82,4	4,4	1,4	0,72	0,45	0,17	0,11	2,8	2,39	0,01	0,41	0,00	0,2	1,8	0,70	0,06	0,85	0,03	-2,6
Greece	11,0	4,7	1,8	1,05	0,23	0,23	0,27	2,9	2,89	0,02	0,00	0,00	0,0	1,6	1,00	0,01	0,27	0,23	-3,2
Hungary	9,9	3,7	1,5	0,93	0,32	0,11	0,10	2,0	1,72	0,04	0,29	0,00	0,1	2,1	1,12	0,07	0,80	0,01	-1,5
Ireland	3,9	4,2	1,7	0,67	0,53	0,30	0,24	2,4	2,35	0,00	0,00	0,00	0,1	4,6	1,29	0,94	0,69	1,58	0,4
Italy	57,5	4,0	1,5	0,72	0,44	0,16	0,18	2,4	2,36	0,02	0,00	0,01	0,1	1,1	0,59	0,01	0,38	0,05	-2,8
Latvia	2,3	3,4	2,5	0,85	0,73	0,88	0,08	0,8	0,73	0,09	0,00	0,00	0,1	6,8	2,15	0,20	4,26	0,08	3,3
Lithuania	3,5	4,2	2,2	1,05	0,40	0,37	0,35	1,9	0,97	0,09	0,83	0,00	0,1	4,1	1,67	0,14	2,14	0,01	-0,1
Malta	0,4	3,8	1,6	0,76	0,33	0,18	0,34	2,0	2,02	0,00	0,00	0,00	0,1	0,6	0,06	0,00	0,00	0,36	-3,2
Netherlands	16,1	4,4	1,5	0,55	0,41	0,21	0,31	2,8	2,79	0,00	0,05	0,00	0,1	0,8	0,31	0,05	0,11	0,16	-3,7
Poland	38,6	3,3	1,4	0,97	0,31	0,09	0,03	1,9	1,85	0,01	0,00	0,00	0,1	2,0	0,97	0,08	0,86	0,01	-1,3
Portugal	10,0	4,2	2,0	0,77	0,36	0,23	0,61	2,2	2,21	0,01	0,00	0,01	0,0	1,7	0,44	0,06	1,08	0,08	-2,5
Slovakia	5,4	3,4	1,0	0,65	0,20	0,12	0,06	2,2	1,50	0,01	0,68	0,01	0,1	2,9	0,79	0,04	1,95	0,00	-0,4
Slovenia	2,0	3,5	1,4	0,62	0,61	0,14	0,04	2,0	2,01	0,04	0,00	0,00	0,1	3,0	0,37	0,06	2,45	0,00	-0,6
Spain	41,0	4,9	2,1	1,01	0,46	0,11	0,51	2,8	2,43	0,01	0,31	0,01	0,0	1,7	0,98	0,04	0,56	0,03	-3,2
Sweden	8,9	5,5	2,8	0,84	1,50	0,37	0,13	2,5	0,81	0,13	1,58	0,00	0,2	9,8	1,14	0,04	8,33	0,12	4,3
Switzerland	7,2	4,7	1,3	0,52	0,42	0,29	0,12	3,1	2,33	0,02	0,77	0,00	0,2	1,6	0,31	0,16	0,94	0,00	-3,1
United Kingdom	59,3	5,6	1,7	0,71	0,48	0,27	0,25	3,6	3,25	0,00	0,30	0,00	0,4	1,6	0,55	0,15	0,19	0,36	-4,0

PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

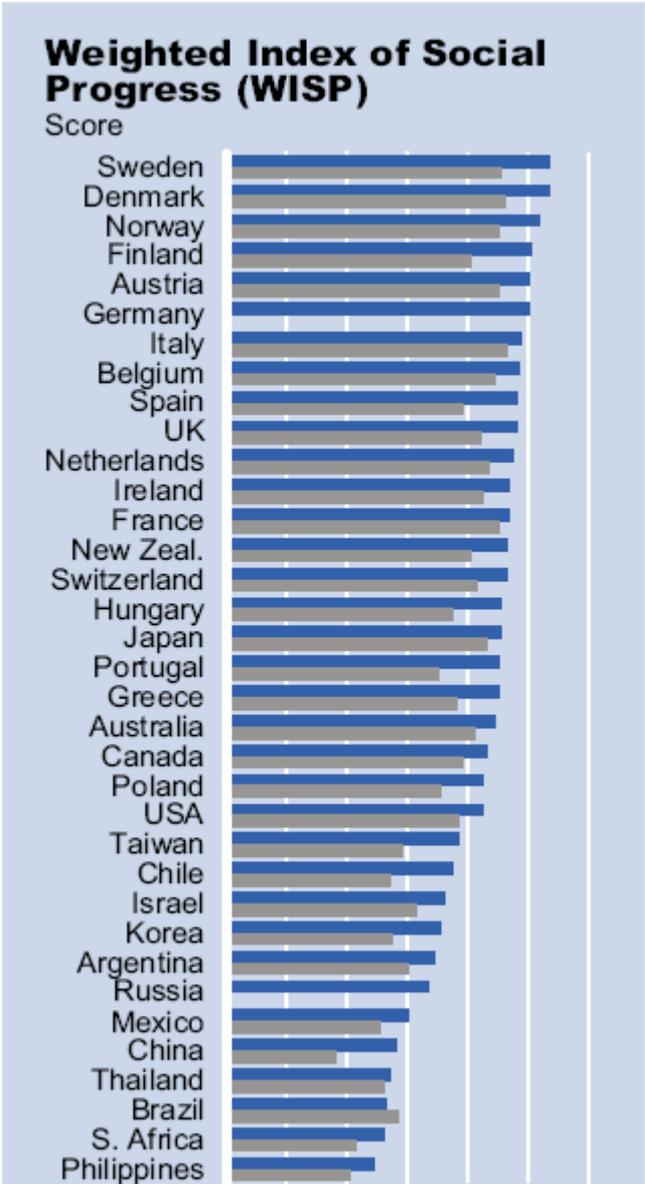
Global Sustainability Index”.



DIFFERENT COUNTRIES HAVE DIFFERENT FOOTPRINTS



PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE



PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

Wellbeing in Europe

Sorted by percentage thriving

	Thriving	Struggling	Suffering	Daily Experience		Thriving	Struggling	Suffering	Daily Experience
	%	%	%			%	%	%	
Denmark	82	17	1	7.9	Poland	28	61	10	7.1
Finland	75	23	2	7.8	Slovenia	27	57	16	6.8
Norway	69	31	0	7.9	Croatia	26	60	14	6.2
Sweden	68	30	2	7.9	Montenegro	26	58	16	6.2
Netherlands	68	32	1	7.7	Moldova	25	62	13	6.1
Switzerland	62	36	2	7.6	Lithuania	25	57	18	6.2
Austria	57	40	3	7.7	Portugal	22	61	17	7.1
Belgium	56	41	3	7.3	Russia	21	57	22	7.0
United Kingdom	54	44	2	7.4	Ukraine	21	53	26	6.6
Ireland	49	49	2	7.5	Romania	21	56	23	6.6
Iceland	47	49	4	8.2	Slovakia	21	60	19	6.5
Luxembourg	45	54	1	7.3	Bosnia and Herzegovina	20	59	20	6.2
Germany	43	50	7	7.4	Estonia	17	62	21	6.8
Malta	40	48	12	6.6	Serbia	16	63	21	6.2
Czech Republic	39	51	9	6.6	Macedonia	14	54	32	6.8
Italy	39	54	7	7.1	Hungary	13	53	34	6.9
									Português (Portugal)

Pilot 2006 Environmental Performance Index

Overall EPI Scores (0–100)

Rank	Country	EPI Score	Policy Categories*	Rank	Country	EPI Score	Policy Categories*	Rank	Country	EPI Score	Policy Categories*
1	New Zealand	88.0		47	Unit. Arab Em.	73.2		93	Kenya	56.4	
2	Sweden	87.8		48	Suriname	72.9		94	China	56.2	
3	Finland	87.0		49	Turkey	72.8		95	Azerbaijan	55.7	
4	Czech Rep.	86.0		50	Bulgaria	72.0		96	Papua N. G.	55.5	
5	Unit. Kingdom	85.6		51	Ukraine	71.2		97	Syria	55.3	
6	Austria	85.2		52	Honduras	70.8		98	Zambia	54.4	
7	Denmark	84.2		53	Iran	70.0		99	Viet Nam	54.3	
8	Canada	84.0		54	Dom. Rep.	69.5		100	Cameroon	54.1	
9	Malaysia	83.3		55	Philippines	69.4		101	Swaziland	53.9	
10	Ireland	83.3		56	Nicaragua	69.2		102	Laos	52.9	
11	Portugal	82.9		57	Albania	68.9		103	Togo	52.8	
12	France	82.5		58	Guatemala	68.9		104	Turkmenistan	52.3	
13	Iceland	82.1		59	Saudi Arabia	68.3		105	Uzbekistan	52.3	
14	Japan	81.9		60	Oman	67.9		106	Gambia	52.3	
15	Costa Rica	81.6		61	Thailand	66.8		107	Senegal	52.1	
16	Switzerland	81.4		62	Paraguay	66.4		108	Burundi	51.6	
17	Colombia	80.4		63	Algeria	66.2		109	Liberia	51.0	
18	Norway	80.2		64	Jordan	66.0		110	Cambodia	49.7	
19	Greece	80.2		65	Peru	65.4		111	Sierra Leone	49.5	
20	Australia	80.1		66	Mexico	64.8		112	Congo	49.4	
21	Italy	79.8		67	Sri Lanka	64.6		113	Guinea	49.2	
22	Germany	79.4		68	Morocco	64.4		114	Haiti	48.0	

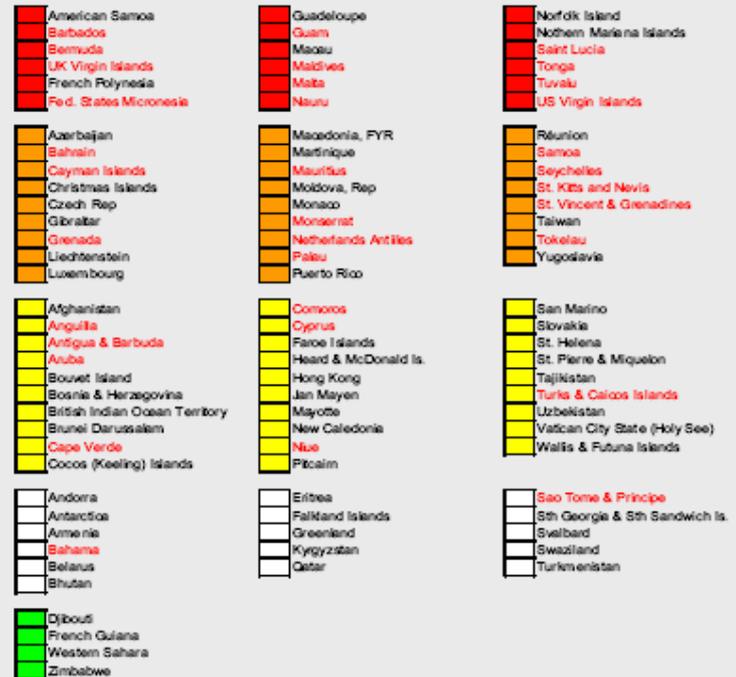
PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

EVI CLASSIFICATION FOR COUNTRIES WITH VALID SCORES (>80% DATA)



Extremely vulnerable Highly vulnerable Vulnerable At risk Resilient

EVI TRENDS FOR COUNTRIES THAT ARE DATA DEFICIENT



Extremely vulnerable Highly vulnerable Vulnerable At risk Resilient

PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

Table 1: Responsible Competitiveness Index Rankings 2007

RCI Ranking 2007	Country	Country Abbreviations	Responsible Competitiveness Index 2007	Policy Drivers	Business Action	Social Enablers
1	Sweden	SWE	81.5	86.0	90.2	74.7
2	Denmark	DNK	81.0	89.9	86.9	76.6
3	Finland	FIN	78.8	83.9	84.1	76.7
4	Iceland	ISL	76.7	83.5	74.9	86.3
5	United Kingdom	GBR	75.8	88.8	75.9	76.6
6	Norway	NOR	75.5	83.8	77.3	75.9
7	New Zealand	NZL	74.9	88.6	72.2	80.0
8	Ireland	IRL	74.6	85.0	73.8	78.1
9	Australia	AUS	73.0	82.7	73.6	73.3
10	Canada	CAN	73.0	83.7	72.5	74.8
11	Germany	DEU	72.7	81.8	74.8	70.1
12	Netherlands	NLD	72.6	81.6	75.0	69.5
13	Switzerland	CHE	72.5	87.8	74.5	65.7
14	Belgium	BEL	71.9	86.1	70.1	73.0
15	Singapore	SIN	71.3	83.7	74.4	63.5
16	Austria	AUT	70.9	84.1	71.6	67.2
17	France	FRA	70.1	76.9	69.2	73.6
18	United States	USA	69.6	72.6	72.1	68.6
19	Japan	JPN	68.8	80.7	68.9	65.7
20	Hong Kong, China	HKG	68.3	84.5	68.9	60.6
21	Portugal	PRT	65.9	79.2	63.1	65.7
22	Estonia	EST	65.0	73.5	67.4	73.0
23	Slovenia	SVN	64.1	76.0	61.3	63.7
24	Chile	CHL	64.0	80.3	65.4	67.9
25	Malaysia	MYS	63.7	82.3	68.4	59.2
26	Spain	ESP	63.7	73.3	61.4	63.3
27	Korea, Rep	KOR	63.0	69.3	62.8	60.7
28	South Africa	ZAF	62.5	75.8	66.9	61.3
29	United Arab Emirates	UAE	62.4	75.1	63.6	52.1
30	Lithuania	LTU	62.1	78.7	64.0	63.6

PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

Figure 2: Personal and Social Well-Being scores across Europe, 2006

Personal well-being



Social well-being



EASE OF DOING BUSINESS

TABLE 1.1 Rankings on the ease of doing business

DB2012 rank	DB2011 rank ^a	Economy	DB2012 reforms	DB2012 rank	DB2011 rank ^a	Economy	DB2012 reforms	DB2012 rank	DB2011 rank ^a	Economy	DB2012 reforms
1	1	Singapore	0	62	59	Poland	2	123	119	Uganda	1
2	2	Hong Kong SAR, China	2	63	60	Ghana	0	124	123	Swaziland	1
3	3	New Zealand	1	64	70	Czech Republic	2	125	127	Bosnia and Herzegovina	2
4	4	United States	0	65	64	Dominica	0	126	120	Brazil	1
5	5	Denmark	1	66	69	Azerbaijan	0	127	125	Tanzania	1
6	7	Norway	0	67	71	Kuwait	0	128	130	Honduras	2
7	6	United Kingdom	1	68	76	Trinidad and Tobago	0	129	126	Indonesia	1
8	15	Korea, Rep.	3	69	91	Belarus	3	130	131	Ecuador	0
9	13	Iceland	2	70	67	Kyrgyz Republic	0	131	128	West Bank and Gaza	0
10	8	Ireland	0	71	73	Turkey	2	132	139	India	1
11	14	Finland	1	72	65	Romania	2	133	133	Nigeria	0
12	10	Saudi Arabia	1	73	68	Grenada	0	134	136	Syrian Arab Republic	1
13	12	Canada	1	74	81	Solomon Islands	4	135	135	Sudan	0
14	9	Sweden	0	75	66	St. Vincent and the Grenadines	0	136	134	Philippines	1
15	11	Australia	1	76	75	Vanuatu	3	137	144	Madagascar	2
16	17	Georgia	4	77	72	Fiji	0	138	138	Cambodia	1
17	16	Thailand	1	78	74	Namibia	1	139	132	Mozambique	0
18	23	Malaysia	3	79	78	Maldives	0	140	137	Micronesia, Fed. Sts.	0
19	19	Germany	0	80	79	Croatia	1	141	150	Sierra Leone	4
20	20	Japan	0	81	99	Moldova	4	142	146	Bhutan	2
21	31	Latvia	4	82	77	Albania	1	143	142	Lesotho	1
22	34	Macedonia, FYR	4	83	86	Brunei Darussalam	1	144	140	Iran, Islamic Rep.	0
23	21	Mauritius	0	84	80	Zambia	0	145	141	Malawi	2
24	18	Estonia	0	85	82	Bahamas, The	0	146	148	Mali	2
25	24	Taiwan, China	2	86	89	Mongolia	1	147	152	Tajikistan	1
26	22	Switzerland	2	87	83	Italy	1	148	143	Algeria	1
27	25	Lithuania	2	88	85	Jamaica	0	149	145	Gambia, The	3
28	27	Belgium	2	89	98	Sri Lanka	2	150	151	Burkina Faso	3
29	26	France	1	90	107	Uruguay	2	151	155	Liberia	3
30	30	Portugal	2	91	87	China	0	152	149	Ukraine	4
31	29	Netherlands	0	92	88	Serbia	2	153	147	Bolivia	0
32	28	Austria	1	93	92	Belize	1	154	157	Senegal	4
33	35	United Arab Emirates	2	94	115	Morocco	3	155	161	Equatorial Guinea	1
34	32	Israel	2	95	84	St. Kitts and Nevis	1	156	160	Gabon	1
35	36	South Africa	3	96	95	Jordan	2	157	156	Comoros	1

EASE OF DOING BUSINESS

PORTUGAL		OECD high income	GNI per capita (US\$)	21,860	
Ease of doing business (rank)	30	High income	Population (m)	10.6	
✓ Starting a business (rank)	26	Registering property (rank)	31	Trading across borders (rank)	26
Procedures (number)	5	Procedures (number)	1	Documents to export (number)	4
Time (days)	5	Time (days)	1	Time to export (days)	16
Cost (% of income per capita)	2.3	Cost (% of property value)	7.3	Cost to export (US\$ per container)	685
Minimum capital (% of income per capita)	0.0			Documents to import (number)	5
		Getting credit (rank)	126	Time to import (days)	15
✓ Dealing with construction permits (rank)	97	Strength of legal rights index (0-10)	3	Cost to import (US\$ per container)	899
Procedures (number)	14	Depth of credit information index (0-6)	4		
Time (days)	255	Public registry coverage (% of adults)	86.2	Enforcing contracts (rank)	22
Cost (% of income per capita)	47.2	Private bureau coverage (% of adults)	21.5	Procedures (number)	31
				Time (days)	547
Getting electricity (rank)	34	Protecting investors (rank)	46	Cost (% of claim)	13.0
Procedures (number)	5	Extent of disclosure index (0-10)	6		
Time (days)	64	Extent of director liability index (0-10)	5	Resolving insolvency (rank)	22
Cost (% of income per capita)	54.6	Ease of shareholder suits index (0-10)	7	Time (years)	2.0
		Strength of investor protection index (0-10)	6.0	Cost (% of estate)	9
				Recovery rate (cents on the dollar)	70.9
		Paying taxes (rank)	78		
		Payments (number per year)	8		
		Time (hours per year)	275		
		Total tax rate (% of profit)	43.3		

Note: Most indicator sets refer to a case scenario in the largest business city of each economy. For more details, see the data notes.

HAPPY PLANET INDEX

HPI results table

Countries in HPI rank						Countries in HPI rank					
	Sub-region	Life Exp	Life Sat	Footprint	HPI		Sub-region	Life Exp	Life Sat	Footprint	HPI
	2050 target	87.0	8.0	1.7	89.0		2050 target	87.0	8.0	1.7	89.0
1.	Costa Rica	78.5	8.5	2.3	76.1	83.	Turkey	71.4	5.5	2.7	41.7
2.	Dominican Republic	71.5	7.6	1.5	71.8	84.	Hong Kong	81.9	7.2	5.7	41.6
3.	Jamaica	72.2	6.7	1.1	70.1	85.	Azerbaijan	67.1	5.3	2.2	41.2
4.	Guatemala	69.7	7.4	1.5	68.4	86.	Lithuania	72.5	5.8	3.2	40.9
5.	Vietnam	73.7	6.5	1.3	66.5	87.	Djibouti	53.9	5.7	1.5	40.4
6.	Colombia	72.3	7.3	1.8	66.1	88.	Norway	79.8	8.1	6.9	40.4
7.	Cuba	77.7	6.7	1.8	65.7	89.	Canada	80.3	8.0	7.1	39.4
8.	El Salvador	71.3	6.7	1.6	61.5	90.	Hungary	72.9	5.7	3.5	38.9
9.	Brazil	71.7	7.6	2.4	61.0	91.	Kazakhstan	65.9	6.1	3.4	38.5
10.	Honduras	69.4	7.0	1.8	61.0	92.	Czech Republic	75.9	6.9	5.4	38.3
11.	Nicaragua	71.9	7.1	2.0	60.5	93.	Mauritania	63.2	5.0	1.9	38.2
12.	Egypt	70.7	6.7	1.7	60.3	94.	Iceland	81.5	7.8	7.4	38.1
13.	Saudi Arabia	72.2	7.7	2.6	59.7	95.	Ukraine	67.7	5.3	2.7	38.1
14.	Philippines	71.0	5.5	0.9	59.0	96.	Senegal	62.3	4.5	1.4	38.0
15.	Argentina	74.8	7.1	2.5	59.0	97.	Greece	78.9	6.8	5.9	37.6
16.	Indonesia	69.7	5.7	0.9	58.9	98.	Portugal	77.7	5.9	4.4	37.5
17.	Bhutan	64.7	6.1	1.0	58.5	99.	Uruguay	75.9	6.8	5.5	37.2
18.	Panama	75.1	7.8	3.2	57.4	100.	Ghana	59.1	4.7	1.5	37.1
19.	Laos	63.2	6.2	1.1	57.3	101.	Latvia	72.0	5.4	3.5	36.7
20.	China	72.5	6.7	2.1	57.1	102.	Australia	80.9	7.9	7.8	36.6
21.	Morocco	70.4	5.6	1.1	56.8	103.	New Zealand	79.8	7.8	7.7	36.2
22.	Sri Lanka	71.6	5.4	1.0	56.5	104.	Belarus	68.7	5.8	3.9	35.7
23.	Mexico	75.6	7.7	3.4	55.6	105.	Denmark	77.9	8.1	8.0	35.5
24.	Pakistan	64.6	5.6	0.8	55.6	106.	Mongolia	65.9	5.7	3.5	35.0

PORTUGAL RANKINGS COMPETITIVIDADE

HPI colour key:

All 3 components good



**2 components good,
1 middling**



**1 component good and
2 middling**



3 components middling



**Any with 1 component
poor**



**2 components poor, or
'blood red' footprint**



For colour key of HPI components
see Table 1, page 25.

Sub-region codes:

1a Central America, Mexico & Caribbean
1b South America

2a Australia & NZ
2b North America
2c Western Europe
2d Nordic Europe
2e Southern Europe

3a North Africa
3b Middle East / South West Asia

4a Southern & Central Africa
4b East Africa
4c West Africa

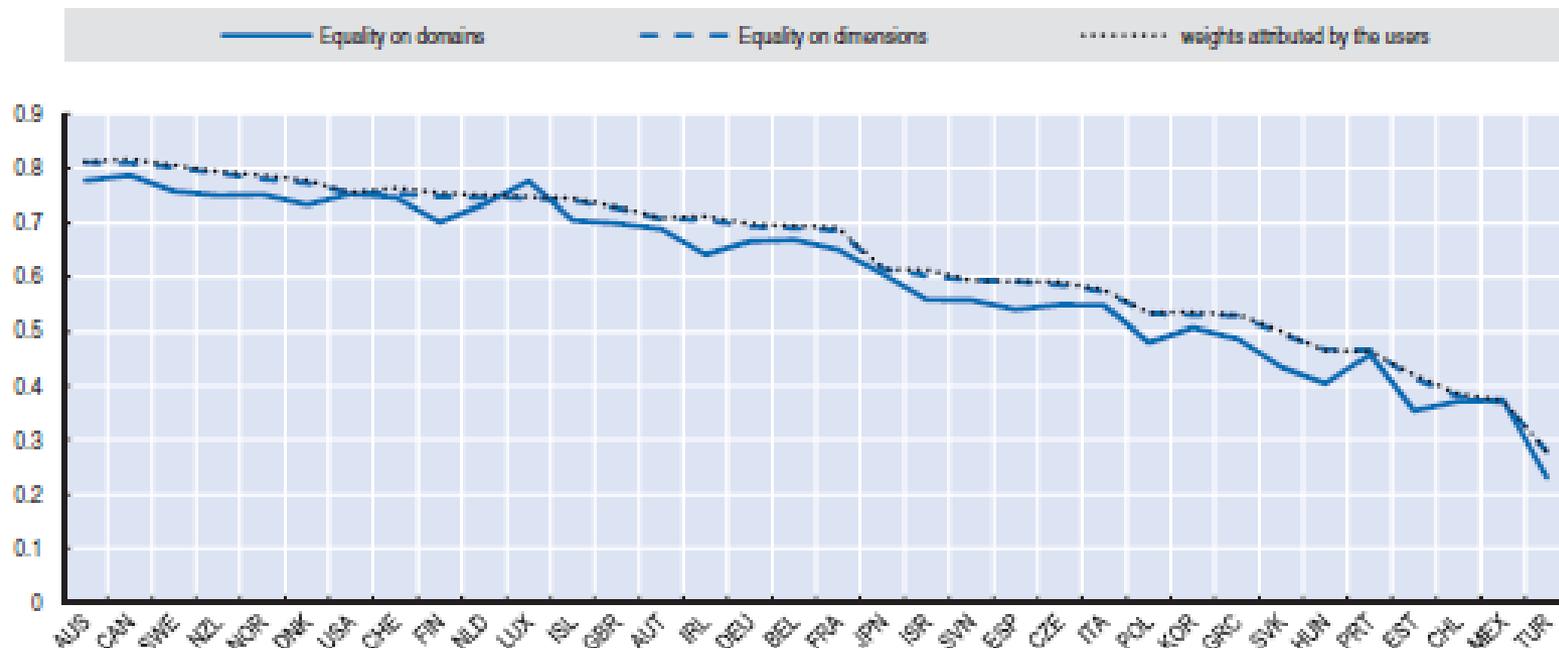
5a South Asia

6a China
6b Wealthy East Asia
6c South East Asia

7a Central Asia & Caucasus
7b Central & Eastern Europe
7c Russia, Ukraine & Belarus

YOUR BETTER LIFE INDEX - OCDE

Figure 1.3. "Your Better Life Index": country scores



Note: The graph shows the country scores of the "Your Better Life Index" with three different sets of weights: "equality on domains" refers to equal weight given to material living conditions and quality of life (i.e. 1/6 to the three dimensions under material living conditions and 1/16 to the eight dimensions under quality of life), "equality on dimensions" refers to equal weight given to each dimension (e.g. 1/11), "weights attributed by the users" refer to the average of weights given by real users of the "Your Better Life Index" so far.

Source: Boarini R., G. Cohen, V. Denis and N. Ruiz (2011), "Designing Your Better Life Index: methodology and results", Statistics Directorate Working Paper, (forthcoming), OECD Paris.

YOUR BETTER LIFE INDEX - OCDE

Table 1.1. An overview of headline well-being indicators in OECD countries

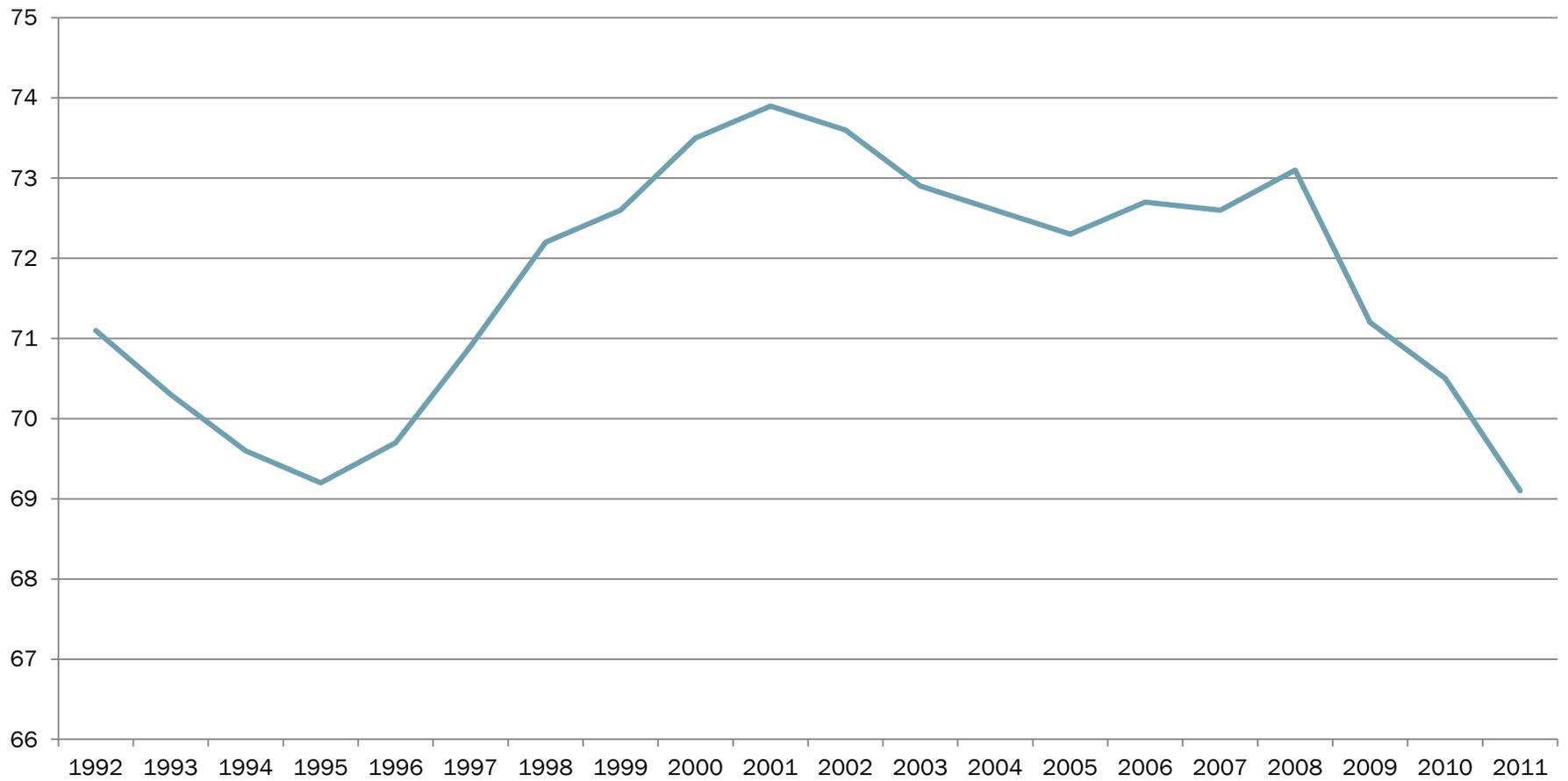
"Circles" denotes OECD countries in the top two deciles, "diamonds" those in the bottom two deciles, "triangles" those in the six intermediate deciles

	Material Living Conditions						Quality of Life															
	Income and Wealth		Jobs and Earnings			Housing	Health Status		Work and Life			Education and Skills		Social Connections		Civic Engagement and Governance		Environmental Quality	Personal Security		Subjective Well-being	
	WI I	WI II	JE I	JE II	JE III	HG I	HG II	HS I	HS II	WL I	WL II	WL III	ES I	ES II	SC I	CG I	CG II	EQ I	PS I	PS II	SW I	SW II
	Household net adjusted disposable income per person	Household financial net wealth per person	Employment rate	Long-term unemployment rate	Average annual earnings per employee	Ratio of income per person	Dwelling without basic facilities	Life expectancy at birth	Self-reported health status	Employees working very long hours	Time devoted to leisure and personal care	Employment rate of women with children of compulsory school age	Educational attainment	Students' cognitive skills	Social network support	Voter turnout	Consultation on risk-taking	Air quality	Intentional homicides	Self-reported victimisation	Life-satisfaction	Life balance
	2009	2009	2010	2010	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2000	2008	2009	2009	2010	2007	2008	2008	2008	2010	2010	
Australia	●	●	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Austria	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Belgium	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Canada	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Chile	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Czech Republic	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Denmark	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Estonia	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Finland	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
France	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Germany	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Greece	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Hungary	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Iceland	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Ireland	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Israel	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Italy	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Japan	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Korea	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Luxembourg	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Mexico	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Netherlands	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
New Zealand	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Norway	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Poland	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Portugal	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Slovak Republic	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Slovenia	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Spain	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Sweden	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Switzerland	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Turkey	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
United Kingdom	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
United States	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

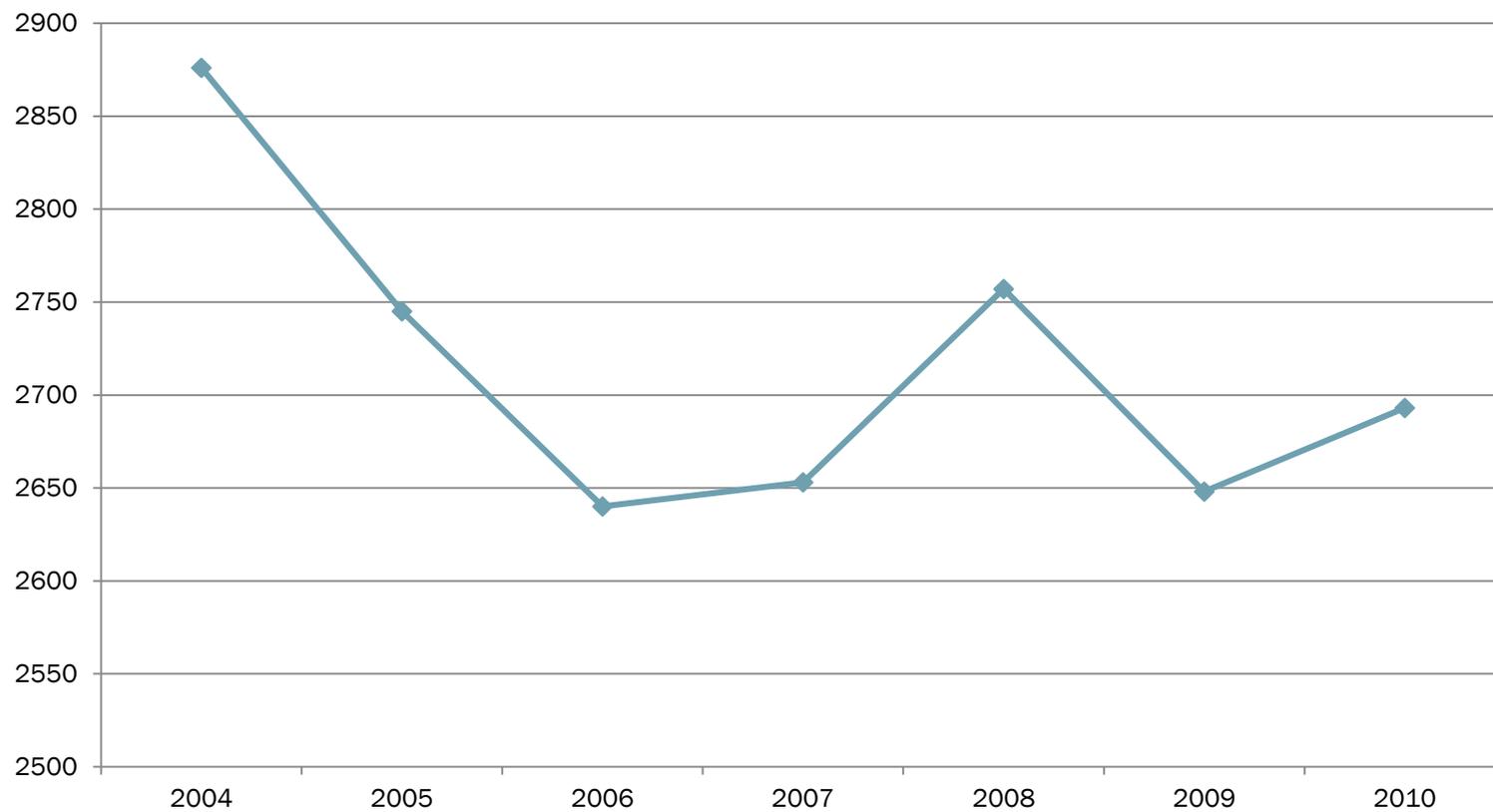
Note: In this table the indicator "Dwelling with basic facilities" considers only data referring to dwellings without indoor flushing toilet.

Source: OECD's calculations based on the indicators shown in this publication.

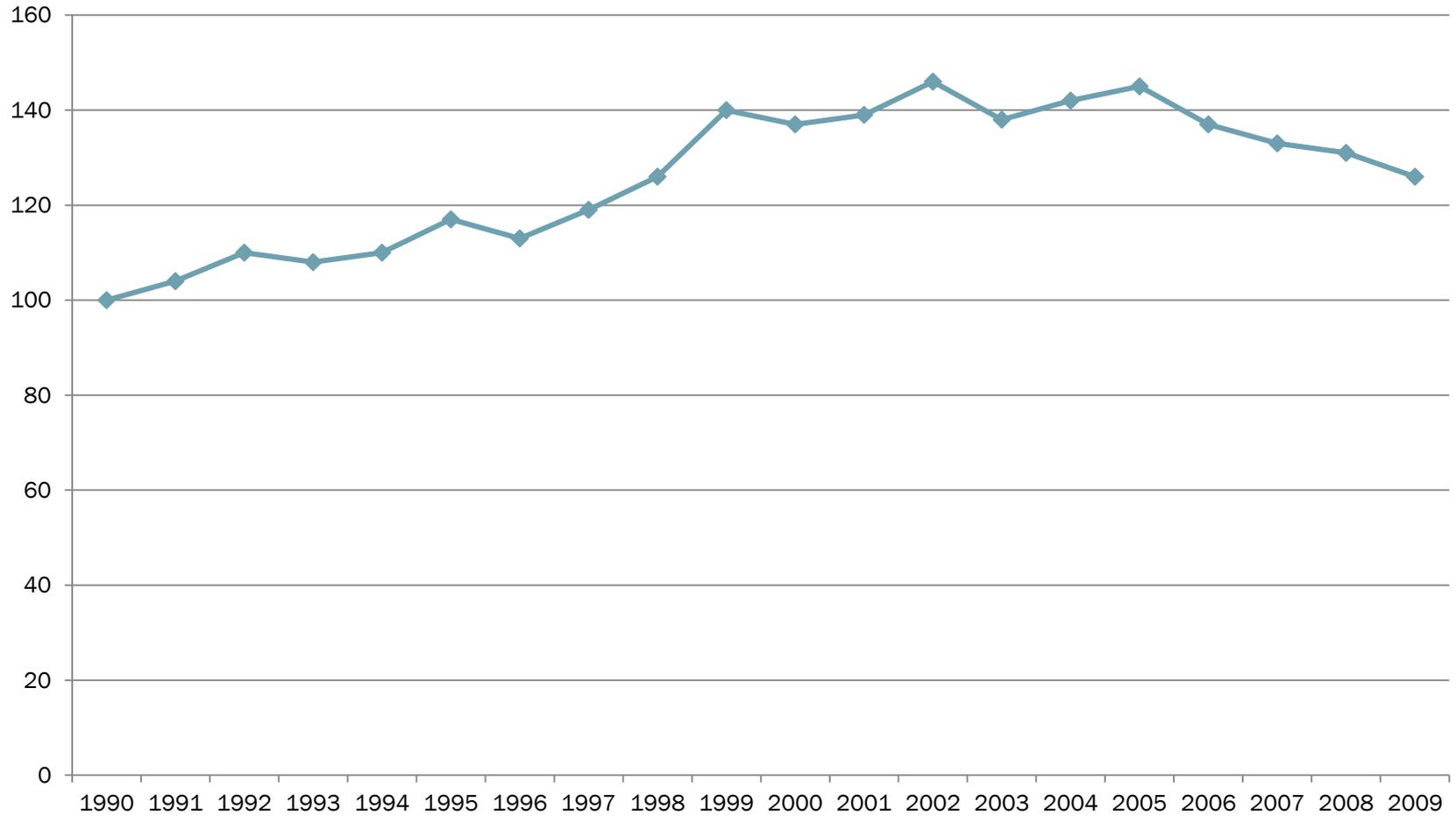
Taxa de Emprego da População (20-64 anos) – EUROPA 2020



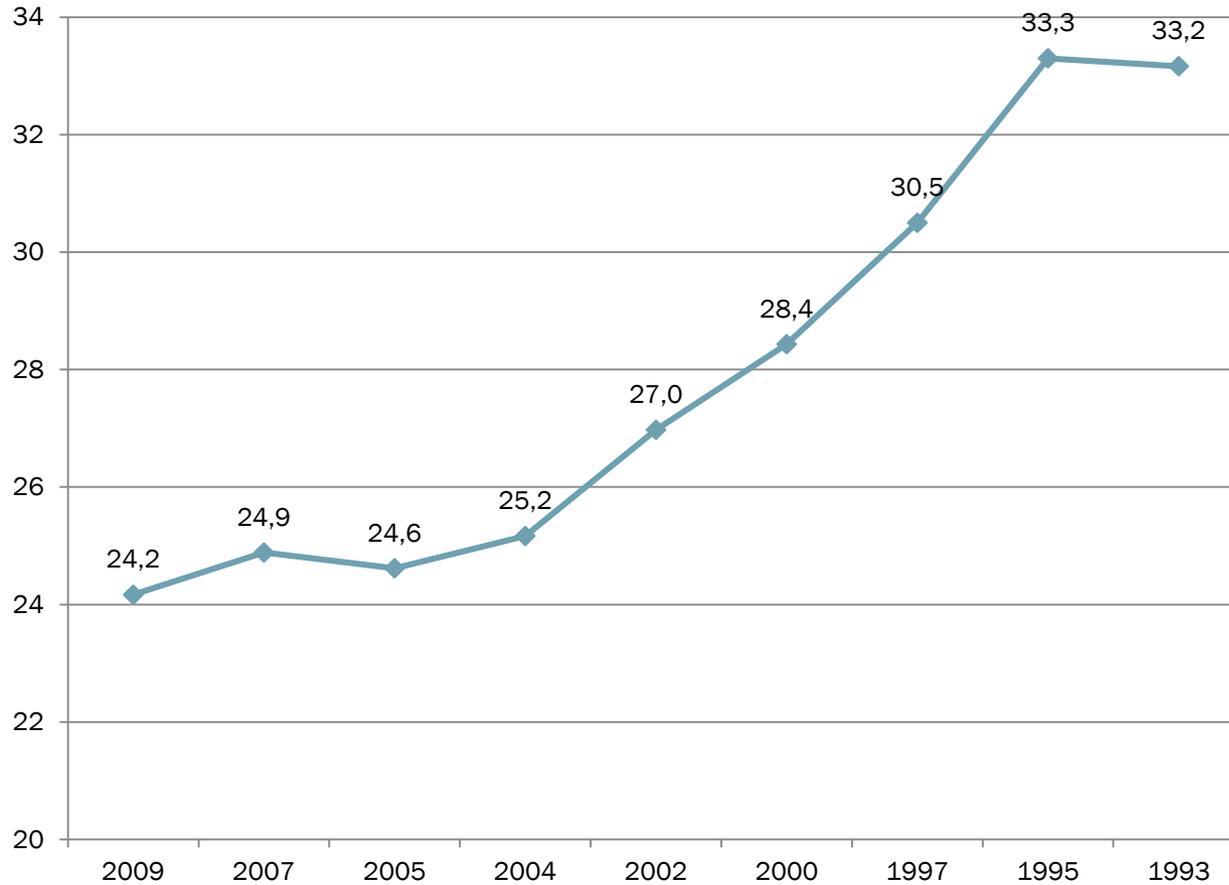
Milhares de pessoas em risco de pobreza ou exclusão social (EUROPA 2020)



Emissão de Gases com Efeito Estufa face ao nível de 1990 (EUROPA 2020)



Índice do Poder de Compra Concelhio IPCC (1993 / 2009) - Desvio Padrão



II.5.5. AMBIÇÃO 2020

1	Taxa de Crescimento Real do PIB	> Média da UE	EUROSTAT
2	Ranking do WEF de Competitividade	Top 35	WEF
3	Ranking do Índice de Desenvolvimento Humano	Top 35	ONU
4	Ranking “Ease of Doing Business”	Top 25	Banco Mundial
5	Ranking “Your Better Life Index”	Top 25	OCDE
6	Pessoas em Risco de Pobreza ou Exclusão Social	<2,5 milhões	EUROPA 2020
7	Emissão de Gases de Efeito Estufa face a 1990	80%	EUROPA 2020
8	Métrica de Coesão Territorial	Melhorar 10%	INE
9	Taxa de Emprego da População entre 20 e 64 anos	75%	INE

II.5.5. AMBIÇÃO 2020

Ponto de Partida e Respectivo Ano de Referência

1	Taxa de Crescimento Real do PIB	3,1% abaixo	2011
2	Ranking do WEF de Competitividade	46°	2011
3	Ranking do Índice de Desenvolvimento Humano	41°	2011
4	Ranking “Ease of Doing Business”	30°	2012
5	Ranking “Your Better Life Index”	30°	2011
6	Pessoas em Risco de Pobreza ou Exclusão Social	2,7 milhões	2010
7	Emissão de Gases de Efeito Estufa face a 1990	126	2009
8	Métrica de Coesão Territorial	24,2	2009
9	Taxa de Emprego da População entre 20 e 64 anos	69%	2011