



Diagnóstico ao nível das competências digitais e na adoção de práticas sustentáveis nas empresas de comércio e serviços do Algarve

ÍNDICE

ÍNDICE	2
ÍNDICE DE FIGURAS	3
ÍNDICE DE TABELAS.....	7
INTRODUÇÃO.....	8
Enquadramento.....	11
Metodologia	13
1. Caracterização socioeconómica da região do Algarve.....	14
1.1 Território.....	14
1.2 População residente e população em idade ativa.....	17
1.3 Número de empresas, pessoal ao serviço, volume de negócios e valor acrescentado bruto por atividade económica	21
1.4 Comércio internacional de bens e serviços	27
1.5 Potencial de inovação (Regional Innovation Scoreboard, Investimento em I&D, etc.)	35
2. Caracterização das empresas de Comércio e Serviços no Algarve	37
2.1 Comércio.....	37
2.2 Serviços.....	40
- Impacto da Covid-19.....	50
3. Diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas sustentáveis	52
4. Análise SWOT.....	80
5. Oportunidades de melhoria	82
5.1. Relativamente à capacitação digital e inovação.....	84
5.2. Relativamente à sustentabilidade	84
6. Workshops realizados no âmbito do projeto E-Algarve	86
7. Exemplos de boas práticas na região do Algarve	87
7.1. Ilha da Culatra e exploração sustentável de bivalves.....	87
7.2. Minas de Sal-Gema	89
Considerações Finais	91
Anexos – Formulários de caracterização das empresas	92
Referências	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução comparada do PIB <i>per capita</i> Algarve e Portugal 2001 a 2020	15
Figura 2 - PIB <i>per capita</i> das regiões portuguesas NUTS II 2020	15
Figura 3 - Evolução comparada do IDH Algarve e Portugal 2001 a 2019.....	16
Figura 4 - IDH das regiões portuguesas NUTS II 2019.....	17
Figura 5 - Evolução da população residente Algarve 1981 a 2020	17
Figura 6 - Evolução da relação de masculinidade Algarve 2001 a 2020	18
Figura 7 - Evolução da população residente, por grupos etários Algarve 2001 a 2020.....	18
Figura 8 - Evolução da população ativa, por subgrupos etários Algarve 2001 a 2020	19
Figura 9 - Evolução do índice de envelhecimento Algarve 2001 a 2020	20
Figura 10 - População ativa, por grupos etários Algarve 2020	20
Figura 11 - Evolução do número de empresas não financeiras Algarve 2009 a 2020	21
Figura 12 - Evolução da taxa de natalidade das empresas, por setor de atividade Algarve 2009 a 2020.....	22
Figura 13 - Taxa de mortalidade, natalidade e sobrevivência a um ano das empresas Algarve 2009 a 2020	23
Figura 14 - Volume de negócios global das empresas não financeiras da região Algarve 2009 a 2020.....	24
Figura 15 - Volume de negócios das empresas não financeiras da região por ramo de atividade Algarve 2020	25
Figura 16 - VAB das empresas da região Algarve 2009 a 2020.....	26
Figura 17 - VAB das empresas da região por ramo de atividade Algarve 2020.....	26
Figura 18 - Exportações em percentagem NUTS II 2021.....	28
Figura 19 - Importações, exportações e saldo da região em valor Algarve 2009 a 2021	28
Figura 20 - Principais exportações por grandes grupos de produtos Algarve 2021	30
Figura 21 - Principais importações por grandes grupos de produtos Algarve 2021.....	32
Figura 22 - Evolução do número de dormidas Algarve 2015 a 2021	33
Figura 23 - Evolução do número de hóspedes Algarve 2015 a 2021	33
Figura 24 - Evolução dos proveitos (resultantes do número de hóspedes) Algarve 2015 a 2021.....	34
Figura 25 - Impacto da pandemia SARS-Cov-2 Regiões Portuguesas 2020	35
Figura 26 - <i>Regional Innovation Scoreboard</i> Algarve 2021.....	36
Figura 27 - Número de empresas Comércio Algarve 2009 a 2020.....	37
Figura 28 - Pessoal ao serviço das empresas Comércio Algarve 2009 a 2020	38
Figura 29 - Volume de negócios total Comércio Algarve 2009 a 2020	38
Figura 30 - VAB total Comércio Algarve 2009 a 2020	39
Figura 31 - Produtividade do trabalho Comércio Algarve 2009 a 2020	40
Figura 32 - Número de empresas Serviços Algarve 2009 a 2020.....	42
Figura 33 - Distribuição das empresas por subatividade em % Serviços Algarve 2020	43

Figura 34 - Pessoal ao serviço das empresas Serviços Algarve 2009 a 2020	43
Figura 35 - Distribuição das pessoas ao serviço das empresas por subatividade em % Serviços Algarve 2020	44
Figura 36 - Volume de negócios total Serviços Algarve 2009 a 2020.....	45
Figura 37 - Distribuição do volume de negócios por subatividade em % Serviços Algarve 2020	46
Figura 38 - VAB total Serviços Algarve 2009 a 2020.....	47
Figura 39 - Distribuição do VAB por subatividade em % Serviços Algarve 2020.....	48
Figura 40 – Distribuição das empresas respondentes ao inquérito por questionário por setor de atividade Algarve 2022	52
Figura 41 – Dimensão do número de colaboradores das empresas respondentes ao inquérito por questionário por setor de atividade Algarve 2022.....	53
Figura 42 - Os meios digitais e tecnológicos são importantes para a atividade da minha empresa?.....	53
Figura 43 - No âmbito da atividade da sua empresa, utiliza a Internet, quando necessita de saber alguma informação ou pesquisar algum assunto específico?.....	54
Figura 44 – No âmbito da atividade da sua empresa, dispõe e utiliza correio eletrónico (email)?	54
Figura 45 - Na atividade da sua empresa utiliza redes sociais?	55
Figura 46 – Redes sociais mais utilizadas pelos empresários no âmbito da sua atividade profissional	55
Figura 47 – Dispõe de website?.....	56
Figura 48 - Tem o website atualizado?.....	56
Figura 49 - Com que periodicidade atualiza o seu website?	57
Figura 50 - Dispõe de loja online?	57
Figura 51 - Tem a loja online atualizada?	58
Figura 52 - Com que periodicidade atualiza a sua loja online?	58
Figura 53 - Utiliza plataformas que permitem realizar e consultar avaliações de estabelecimentos de alojamento e restauração?.....	59
Figura 54 - Dispõe de um smartphone?	59
Figura 55 - Tirar fotografias no smartphone	60
Figura 56 - Editar fotografias (por exemplo, recortar, aplicar filtros)	60
Figura 57 - Criar e editar imagens (por exemplo, elaborar conteúdos a partir de outra informação ou dados)	61
Figura 58 - Gravação de vídeos (no smartphone e com câmara).....	61
Figura 59 - Edição de vídeo (por exemplo, softwares de edição)	62
Figura 60 - Criar e editar texto através do computador (por exemplo, escrever textos, fazer <i>flyers</i> ou outro material promocional).....	62
Figura 61 - Fazer partilhas de conteúdos nas redes sociais	63
Figura 62 - Publicar conteúdos nas plataformas digitais utilizadas.....	63

Figura 63 - Partilhar e atualizar conteúdos no website.....	64
Figura 64 - Atualizar produtos e gerir encomendas na loja online	64
Figura 65 - Já participou em alguma reunião virtual/ <i>online</i> (Zoom, Skype, Teams, etc.)?	65
Figura 66 - Com que plataformas de reuniões virtuais está familiarizado (ou já fez reuniões virtuais)?	65
Figura 67 - Já realizou algum tipo de formação online?.....	66
Figura 68 - Editor de texto (Ex: Word, Google Docs, etc.).....	66
Figura 69 - Folha de cálculo (Ex: Excel, Google Sheets, etc.).....	67
Figura 70 - Apresentações gráficas (Power Point, Google Slides, etc.)	67
Figura 71 - Correio eletrónico (Outlook, Gmail, Yahoo, SapoMail, etc.)	68
Figura 72 - Plataformas de reuniões virtuais (Teams, Zoom, Skype, etc.)	68
Figura 73 - Serviços de armazenamento na cloud/nuvem (Ex: OneDrive, DropBox, GoogleDrive, iCloud).....	69
Figura 74 – Definição de política de sustentabilidade por parte da empresa.....	69
Figura 75 – Desenvolvimento de práticas gerais conducentes à sustentabilidade.....	70
Figura 76 – Comunicação de práticas de sustentabilidade	70
Figura 77 – Aposta, por parte da empresa, em práticas de inovação.....	71
Figura 78 – Utilização de produtos e subprodutos ecológicos no âmbito da atividade empresarial	71
Figura 79 – Implementação de práticas para economizar energia e água.....	72
Figura 80 – Utilização de energias renováveis	72
Figura 81 – Separação seletiva de resíduos.....	73
Figura 82 – Colocação de resíduos nos contentores apropriados	73
Figura 83 – Recurso a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade	74
Figura 84 - Contribuição para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas	74
Figura 85 - Contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas	75
Figura 86 - Promoção da igualdade de oportunidades no acesso ao emprego	75
Figura 87 – Existência/disponibilização de instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida	76
Figura 88 – Existência/disponibilização de informação escrita em diversos suportes	76
Figura 89 - Desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social.....	77
Figura 90 - Apoio ao equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos trabalhadores.....	77
Figura 91 - Preferência pelo consumo e utilização de produtos locais na atividade operacional da empresa	78
Figura 92 - Desenvolvimento da atividade operacional da empresa, considerando o respeito pelos recursos naturais e tendo em conta a escassez dos mesmos.....	78

Figura 93 - Desenvolvimento da atividade operacional da empresa considerando princípios de sustentabilidade financeira.....	79
Figura 94 – Existência de uma política que permita reduzir e otimizar os custos	79
Figura 95 – Workshops desenvolvidos no âmbito do projeto E-Algarve	86
Figura 96 – Ostras da Ilha da Culatra.....	87
Figura 97 – Viveiros de ostras.....	88
Figura 98 – Barragem do Arade, Silves.....	89
Figura 99 – Sal-gema	90
Figura 100 – Minas de sal-gema	90

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Exportações em valor NUTS II e Portugal 2009 a 2021	27
Tabela 2 - Importações, exportações e saldo da região em valor Algarve 2009 a 2021	28
Tabela 3 - Exportações de bens por localização geográfica Algarve 2011 a 2021.....	29
Tabela 4 - Importações de bens por localização de proveniência Algarve 2011 a 2021	31
Tabela 5 - Share de empregos em cada setor da região do Algarve comparativamente a Portugal e à UE.....	36
Tabela 6 - Volume médio de negócios por empresa Comércio Algarve 2009 a 2020	39
Tabela 7 - VAB médio por empresa Comércio Algarve 2009 a 2020	39
Tabela 8 - Serviços Designação das atividades Secção Descrição.....	41
Tabela 9 - Evolução do número de empresas Serviços Algarve 2009 a 2020	42
Tabela 10 - Evolução do pessoal ao serviço das empresas Serviços Algarve 2009 a 2020	44
Tabela 11 - Evolução do número médio de pessoas ao serviço nas empresas Serviços Algarve 2009 a 2020	45
Tabela 12 - Evolução do volume de negócios por subatividade Serviços Algarve 2009 a 2020	46
Tabela 13 - Volume médio de negócios por empresa Serviços Algarve 2009 a 2020.....	47
Tabela 14 - Evolução do VAB por subatividade Serviços Algarve 2009 a 2020.....	48
Tabela 15 - VAB médio por empresa Serviços Algarve 2009 a 2020.....	49
Tabela 16 - Produtividade aparente do trabalho por subatividade Serviços Algarve 2009 a 2020.....	49
Tabela 17 – Análise SWOT – Análise Interna – Forças e Fraquezas	80
Tabela 18 - Análise SWOT – Análise Externa – Oportunidades e Ameaças.....	81
Tabela 19 – Identificação de áreas em que existem oportunidades de melhoria	82

INTRODUÇÃO

As competências digitais e a adoção de práticas sustentáveis são dois fatores fundamentais para tornar qualquer organização de qualquer setor de atividade mais competitiva, não sendo exceção as empresas que desenvolvem a sua atividade no setor do comércio e serviços.

Por outro lado, a pandemia provocada pelo vírus Sars-CoV-2 conduziu a um questionamento de determinadas práticas que assumíamos certas. Atualmente, o conflito entre a Rússia e a Ucrânia é também um fator de preocupação, face à subida generalizada dos preços das matérias-primas, que se reflete nos preços dos produtos finais, causando uma subida generalizada no nível de preços e conduzindo a alterações na estrutura de consumo das famílias. Neste sentido, e face à diminuição e mesmo à impossibilidade de, em alguns casos, as empresas contactarem diretamente com os seus clientes, diversas competências digitais assumiram-se, de forma imposta, como essenciais para que algumas empresas pudessem continuar a desenvolver esforços nesse sentido. Efetivamente, determinados processos foram impostos e outros acelerados, tendo as empresas e os seus clientes que se adaptar a esta nova realidade.

A economia algarvia, devido à sua forte dependência do turismo internacional, foi uma das regiões do país mais afetada pelos confinamentos, pelas sucessivas restrições e limitações à circulação de pessoas, destacando-se o caso dos voos internacionais que traziam turistas de diversos países, assim como pelas rígidas limitações impostas ao funcionamento de empresas de determinados setores de atividade, que se afirmam como setores chave para a economia da região.

Por outro lado, a paragem obrigatória resultante dos confinamentos conduziu também a um maior questionamento relativo à adoção de práticas mais sustentáveis. A sua necessidade de adoção, sendo já uma necessidade visível face ao estado atual do planeta e à contínua degradação dos recursos naturais, tornou-se ainda mais evidente. Não obstante, é também um facto que os novos grupos de consumidores são, por norma, mais preocupados com a proveniência dos produtos que consomem, com a forma como os mesmos são produzidos, a partir de que matérias-primas e se o trabalho utilizado para os produzir foi remunerado de forma justa.

As empresas não podem ficar indiferentes a esta nova realidade. Se pretendem continuar em atividade, deverão munir-se das competências necessárias e essenciais que lhes permitam estabelecer uma relação de proximidade com a inovação, com o mundo digital e com a sustentabilidade, pois estas são características associadas às organizações do futuro.

É, no entanto, necessário, aferir a situação atual das empresas da região do Algarve face a estas matérias. A estrutura empresarial da economia algarvia é maioritariamente constituída por empresas de micro e pequena dimensão, que nem sempre dispõem dos recursos (humanos e de tempo) necessários para avaliar a sua situação de forma sistemática no que concerne a estas temáticas. Neste sentido, o presente documento constitui-se como um diagnóstico que tem como principais objetivos os seguintes:

- Elaborar um diagnóstico prévio da caracterização do tecido empresarial da região, no que respeita, essencialmente, aos setores do comércio e serviços;
- Identificar e determinar o nível de competências detido pelas empresas de comércio e serviços do Algarve no que respeita à utilização de ferramentas e meios digitais, bem como à incorporação de práticas de sustentabilidade na sua atividade.

Para atingir o primeiro objetivo, foi conduzida uma análise relativamente a diversos indicadores respeitantes à atividade económica da região, nomeadamente, indicadores sócios demográficos e indicadores económicos.

No respeito ao segundo objetivo, e para que o mesmo pudesse ser concretizado com sucesso, foi realizado um inquérito por questionário aos empresários da região, da área do comércio e serviços, que permitiu aferir as suas competências digitais (utilização de ferramentas de digitais) e práticas de sustentabilidade incorporadas no âmbito da sua atividade empresarial.

Desta forma, na primeira secção do documento, pode ser encontrada a caracterização socioeconómica a região algarvia, no que respeita à sua estrutura populacional, ao seu tecido empresarial e à evolução do comércio internacional, bem como ao posicionamento da região em termos de indicadores de inovação (potencial de inovação).

Numa segunda secção é realizada uma análise detalhada da caracterização das empresas da região, com a distinção entre as empresas que operam na área do comércio e das que operam na área dos serviços, uma vez que embora tendo semelhanças, são organizações que se posicionam de forma distinta. No caso das empresas que operam na área dos serviços, foram consideradas as seguintes subatividades: transporte e armazenagem; alojamento, restauração e similares; atividades de informação e comunicação; atividades imobiliárias; atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares; atividades administrativas e dos serviços de apoio; outras atividades de serviços. Assim, e com a desagregação mencionada, apresentam-se indicadores como a evolução do número de empresas, o pessoal ao serviço, o volume de negócios total, o volume de negócios médio, o valor acrescentado bruto (VAB), o VAB médio por empresa e a produtividade do trabalho. Os dados reportam, na sua globalidade, ao período compreendido entre 2009 e 2020 ou 2021 (últimos anos para os quais se encontram dados disponíveis para a maioria dos indicadores, com a desagregação pretendida). Para a realização desta análise recorreu-se, essencialmente a dados secundários, obtidos através das seguintes fontes: Instituto Nacional de Estatística, Pordata, Travel BI Turismo de Portugal, *Informa Business by Data*, Global Data Lab e *Regional Innovation Scoreboard*.

Na terceira secção procedeu-se à realização do diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas sustentáveis. Neste sentido, desenvolveu-se um questionário composto por duas partes distintas: a primeira parte tornou possível aferir as competências digitais dos respondentes face ao conhecimento e utilização de meios digitais; e na segunda parte procurou-se compreender qual a sua perceção e envolvimento dos empresários com práticas de sustentabilidade ambiental, social e económica.

Na quarta secção é realizada a análise SWOT da região que integra uma análise interna (das forças e fraquezas) e uma análise externa (das ameaças e das oportunidades).

Na quinta secção são sintetizadas as oportunidades de melhoria, através da identificação das áreas de intervenção (pontos de partida) e da situação desejada, obtidas através das respostas dadas pelos empresários que participaram no presente diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas sustentáveis. Estas oportunidades de melhoria encontram-se divididas nas subáreas de capacitação digital e inovação e de sustentabilidade.

São ainda apresentados workshops já realizados no âmbito do programa E-Algarve (Marketing Digital e Sustentabilidade Empresarial), bem como as vantagens de participação frequente neste tipo de iniciativas. Na secção seis evidenciam-se dois exemplos de boas práticas de empresas na região algarvia, nomeadamente, o caso da Ilha da Culatra e a exploração sustentável de bivalves e ainda a exploração das minas de sal-gema, exploração que cruza a sua atividade com o turismo, através de visitas guiadas às grutas e que se insere no Geoparque Algarvensis Loulé-Silves-Albufeira. Ambos os projetos, para além de promoverem a região, exploram os recursos de forma coordenada, atendendo a critérios de sustentabilidade ambiental social e financeira.

Enquadramento

Os últimos dois anos foram anos de grandes mudanças, que se refletiram numa transformação de paradigma. Ocorreram grandes alterações, tanto ao nível do tipo de consumo, ou seja, no tipo de bens e serviços adquiridos, como também na forma como esses consumos são realizados, e tanto os clientes, como as empresas tiveram que acompanhar esta mudança. Desta forma, se existiam já algumas práticas, por parte das empresas, associadas à comunicação com os clientes e à venda através de canais digitais, com esta mudança de paradigma, elas tiveram de ser reforçadas, e em alguns casos privilegiadas, em detrimento de canais mais tradicionais.

Paralelamente a este processo, a consciência coletiva relativamente ao que é a sustentabilidade tem vindo a aumentar, não podendo as empresas ficar alheias a todo este processo. Se por um lado, os clientes estão mais exigentes, por outro lado, ao desenvolver a sua atividade assumindo esforços conducentes à sustentabilidade, as empresas estarão não só a agradar aos mesmos, como também a contribuir para a saúde do planeta.

No entanto, e face à velocidade de implementação de todas estas mudanças, que se encontram a ocorrer em simultâneo, nem todas as empresas se encontram preparadas e capacitadas para as acompanhar a muito curto prazo, pois esta foi uma mudança imposta e que ocorreu muito rapidamente. É, no entanto, possível a sua capacitação a curto prazo, para que lhes seja possível desenvolver esforços e processos conducentes ao desenvolvimento de competências digitais e à sustentabilidade.

O presente documento tem como objetivo a elaboração de um diagnóstico ao nível das competências digitais e na adoção de práticas sustentáveis nas empresas de comércio e serviços do Algarve, no âmbito do projeto E-Algarve, promovido pela ACRAL - Associação do Comércio e Serviços da Região do Algarve.

De forma a capacitar as empresas para a inovação e sustentabilidade empresarial, é necessário entender a sua situação atual no que concerne estas matérias. Como tal, realização de um diagnóstico que permita identificar e determinar o nível de competências detido pelas empresas de comércio e serviços do Algarve no que respeita à utilização de ferramentas e meios digitais e à incorporação de práticas de sustentabilidade nos seus negócios é essencial para, posteriormente, ser desenvolvido o regulamento do modelo de inovação e sustentabilidade empresarial para as micro e PME do Algarve.

Numa primeira fase do documento, apresenta-se a caracterização socioeconómica e dos setores de comércio e serviços da região do Algarve, com recurso a diversas fontes de dados, nomeadamente, dados estatísticos oficiais, de entidades como INE – Instituto Nacional de Estatística, Pordata, União Europeia, ANI – Agência Nacional de Inovação, entre outras.

De seguida, e no sentido de compreender quais são as atuais competências e oportunidades de melhoria no âmbito da inovação e sustentabilidade, será elaborada uma investigação junto das empresas de comércio e serviços do Algarve, de modo a tornar possível:

- A definição de indicadores de inovação e sustentabilidade para realização de diagnóstico junto de uma amostra de empresas de comércio e serviços do Algarve;

- O desenvolvimento de formulários de diagnóstico e realização de entrevistas às empresas de comércio e serviços, para posterior análise dos pontos fortes e identificação de oportunidades melhoria, que possam servir de base para a conceção do modelo de inovação e sustentabilidade empresarial da região.

Pretende-se, portanto, a partir do diagnóstico realizar a conceção de um modelo de inovação e sustentabilidade empresarial na Região do Algarve.

Metodologia

Num mercado fortemente abalado por fatores externos, como foi o caso da pandemia provocada pelo vírus SARS-CoV-2, que teve um repercussão sem precedentes nas diversas economias mundiais e, mais recentemente, a guerra do Leste da Europa, que para além dos efeitos imediatos associados à subida de preço das matérias-primas, aos quais se alia o fantasma da inflação, tiveram um forte reflexo nas transações comerciais e no nível de confiança dos consumidores. Efetivamente, muitas empresas tiveram de encerrar a sua atividade, uma vez que não aguentaram os efeitos da pandemia; outras conseguiram adaptar-se, através de um processo pungente, mas rápido. Este processo foi muito centrado na transformação digital, que de alguma forma, foi imposta a estas empresas, e caso não tivesse ocorrido a pandemia, possivelmente, demoraria cerca de cinco a dez anos a acontecer.

É um facto que as empresas tiveram de se adaptar a uma mudança exigida pelo mercado. Por outro lado, seguindo uma linha de tendência anterior aos acontecimentos anteriores a 2020, os consumidores estão-se a tornar cada vez mais exigentes no que respeita à compra de bens ou de serviços alinhados com a sustentabilidade, ou seja, estão cada vez mais atentos à forma como as empresas se posicionam perante o meio ambiente, as matérias-primas e os seus colaboradores, respeitando e dignificando o meio ambiente, mas também o trabalho e pautando a sua atividade por uma gestão cada vez mais responsável.

Desta forma, no presente documento procurou-se num primeiro momento fazer a caracterização socioeconómica da região algarvia, assim como da estrutura empresarial das empresas do comércio e dos serviços (assim desagregadas), tendo por base um conjunto de indicadores e com recurso a fontes secundárias como o INE – Instituto Nacional de Estatística, a Pordata, A União Europeia e a ANI – Agência Nacional de Inovação, entre outras. Seguidamente, colocaram-se as seguintes questões-objetivo:

- Quais as competências e oportunidades de melhoria no âmbito da inovação e das competências digitais das empresas de comércio e serviços da região algarvia?
- Qual a situação e oportunidades de melhoria, dessas mesmas empresas, relativamente às práticas de sustentabilidade (ambiental, social e económica)?

No sentido de responder a estas questões foi desenvolvido, e posteriormente validado, um questionário, que foi respondido por 56 empresas, que permitiu, a partir de um conjunto de indicadores pré-definidos, a elaboração do diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas sustentáveis das empresas de comércio e serviços da região do Algarve. A informação recolhida através do questionário foi ainda complementada com a realização de entrevistas, sustentando a identificação dos pontos fracos e oportunidades melhoria, que serve de base ao modelo de inovação e sustentabilidade das empresas da região.

1. Caracterização socioeconómica da região do Algarve

1.1 Território

Com um território de 4 996 km² é a segunda menor região de Portugal Continental, em termos de área, correspondendo também a uma das divisões regionais NUTS II de Portugal, a Região do Algarve, comumente designada por Algarve, sendo composta por um único distrito, que dá também nome à cidade de Faro, e que é a capital do distrito. O distrito encontra-se subdividido em 16 concelhos: Albufeira, Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Faro, Lagoa, Lagos, Loulé, Monchique, Olhão, Portimão, São Brás de Alportel, Silves, Tavira, Vila do Bispo e Vila Real de Santo António e estes por sua vez, em 67 freguesias, correspondendo a aproximadamente 5,6% do território nacional.

Geograficamente, a região encontra-se limitada pela região do Alentejo a norte, por Espanha a leste, através do rio Guadiana, e a sul e a oeste pelo Oceano Atlântico, ficando situada no extremo oeste da Península Ibérica, no sul de Portugal Continental. Possui traços distintivos das restantes zonas do país devido às suas características geográficas e morfológicas únicas e grande diversidade geológica, podendo neste âmbito ser dividido em três regiões principais, que são distintas entre si: serra, barrocal e litoral. O ponto mais elevado da região está situado na serra de Monchique, designa-se Pico da Foia, e tem uma altitude de 902 metros.

As cidades com maior número de habitantes, para além da capital de distrito, Faro, são Albufeira, Lagoa, Lagos, Loulé, Portimão, Quarteira, Silves, Tavira e Vila Real de Santo António.

É a região do país em que existe um maior número de residentes de outras nacionalidades, uma vez que é um destino muito procurado, essencialmente, por cidadãos europeus pelo seu clima e condições de vida. No ano de 2020 residiam no Algarve 103 565¹ cidadãos estrangeiros, sendo a sua percentagem de, aproximadamente, 26% relativamente ao total de residentes na região.

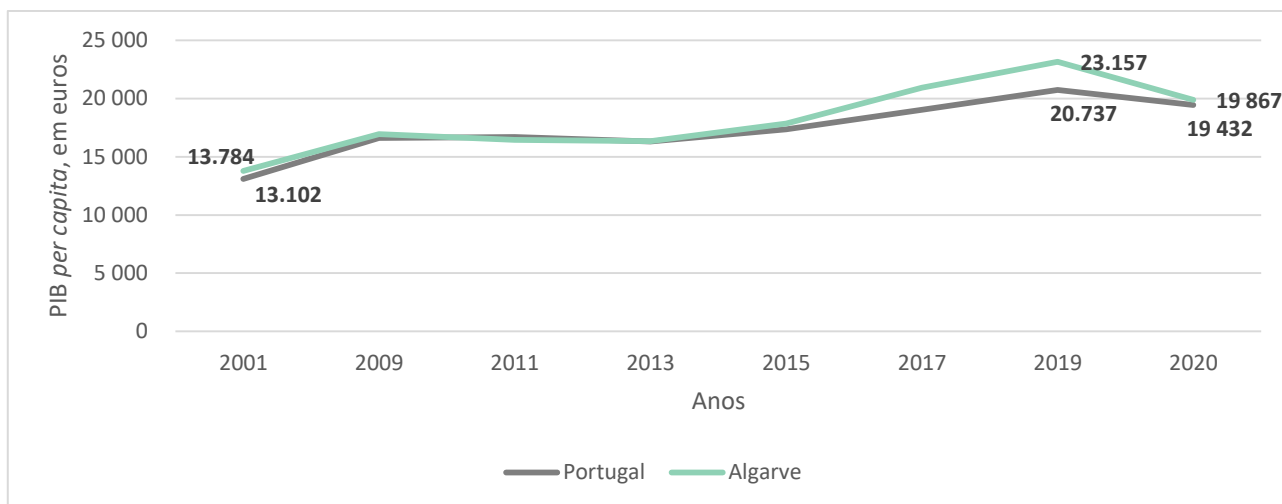
Em termos de infraestruturas e serviços de apoio possui 11 hospitais, 120 farmácias, 214 estabelecimentos de ensino pré-escolar, 164 estabelecimentos do 1º ciclo do ensino básico, 61 estabelecimentos do 2º ciclo do ensino básico, 74 estabelecimentos do 3º ciclo do ensino básico e 30 estabelecimentos de ensino secundário. Possui também 11 estabelecimentos de ensino superior e 16 museus. Relativamente a serviços bancários existiam, no ano de 2019, 171 bancos e caixas económicas, 57 Caixas de Crédito Agrícola Mútuo e 618 caixas automáticas multibanco.

O Produto Interno Bruto a preços de mercado (tendo por base o ano de 2016), que representa o resultado final da atividade das unidades produtivas residentes, ou por outras palavras, a riqueza gerada, da região do Algarve foi de 8 705 526 milhares de euros, no ano de 2020, enquanto o PIB português, nesse mesmo ano, ascendeu a 200 087 571 milhares de euros. O PIB *per capita* que por sua vez, representa o rácio entre o PIB no ano civil e a população média anual residente foi, para a região do Algarve, com a exceção dos anos de 2010 e de 2011, sempre superior ao PIB *per capita* português. A sua evolução pode ser visualizada no gráfico seguinte (Figura 1 - Evolução comparada do PIB *per capita* | Algarve e Portugal | 2001 a 2020), que mostra o

¹ Fonte: Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, SEFSTAT

comportamento comparado deste indicador, entre os anos de 2001 e 2020. Tal como se pode observar, o PIB *per capita* da região do Algarve era, no ano de 2001, de 13 784 euros e no ano de 2019 ascendia a 23 157 euros, enquanto neste mesmo ano, o PIB *per capita* de Portugal foi de 20 737 euros. No ano de 2020, e na sequência da situação pandémica, este indicador teve uma descida para 19 867,1 euros, no caso da região algarvia, e para 19 341,5 euros para a globalidade do território nacional.

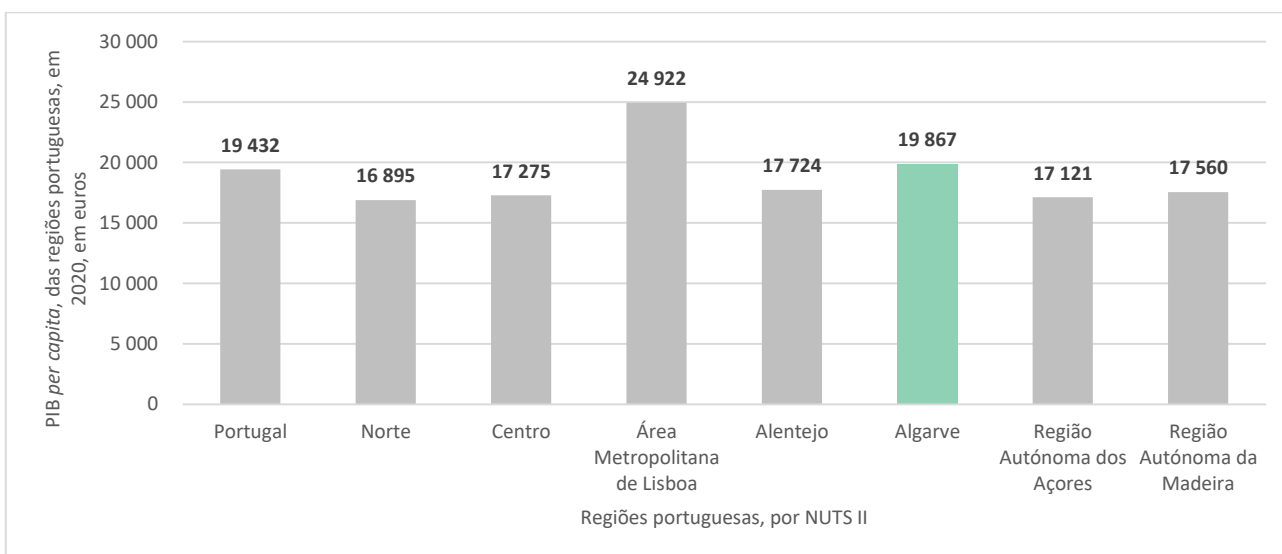
Figura 1 - Evolução comparada do PIB *per capita* | Algarve e Portugal | 2001 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Se analisarmos o PIB *per capita* das regiões portuguesas, com desagregação por NUTS II, para o ano de 2020, constata-se que a região do Algarve é a que apresenta o segundo valor mais elevado, com 19 867 euros, apenas precedida da Área Metropolitana de Lisboa, que tem o valor de 24 922 euros. Esta informação pode ser observada no gráfico seguinte (Figura 2 - PIB *per capita* das regiões portuguesas | NUTS II | 2020):

Figura 2 - PIB *per capita* das regiões portuguesas | NUTS II | 2020



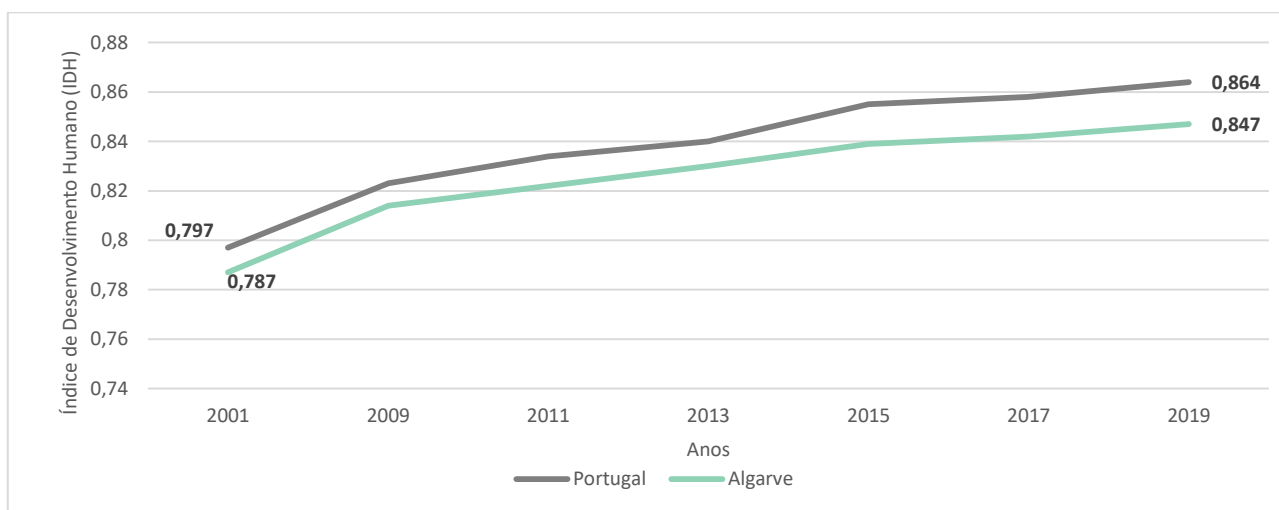
Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Outro importante indicador que podemos considerar, quando analisamos um país ou região, é o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O IDH é um indicador, criado em 1990 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), mas continuamente atualizado, e que permite efetuar comparações através

do posicionamento num *ranking*, entre os diversos países ou regiões, relativamente ao estado de desenvolvimento em que estes se encontram e, com base nesta e noutras informações, repensar e agilizar políticas com vista ao desenvolvimento dessa mesma região ou país. Variando entre zero e um, este indicador considera fatores como a saúde, a educação e a economia, consistindo numa média geométrica de diversos subindicadores (que vão sendo atualizados em função da evolução da sociedade) que integram cada uma destas três dimensões. Assim, quanto mais próximo da unidade estiver este indicador, maior será o nível de desenvolvimento humano dessa região ou país. De acordo com o *Human Development Report 2020*, Portugal, no ano de 2020, encontra-se na 38ª posição, num grupo de 189 países e 6 regiões.

Analisando a evolução do IDH da região do Algarve, entre os anos de 2001 e 2019, constata-se que o mesmo é crescente e que tem acompanhado o comportamento do IDH de Portugal. No entanto, e contrariamente aos resultados obtidos na análise comparada entre as duas regiões, relativamente ao PIB *per capita*, o IDH da região do Algarve mantém-se mais baixo do que o IDH de Portugal ao longo de todo o horizonte temporal da análise. Não obstante, o seu valor atual é superior a 0,80, valor limite que determina que a região seja considerada como tendo um índice de desenvolvimento humano muito alto. Esta informação encontra-se no gráfico seguinte, que é a Figura 3 - Evolução comparada do IDH | Algarve e Portugal | 2001 a 2019:

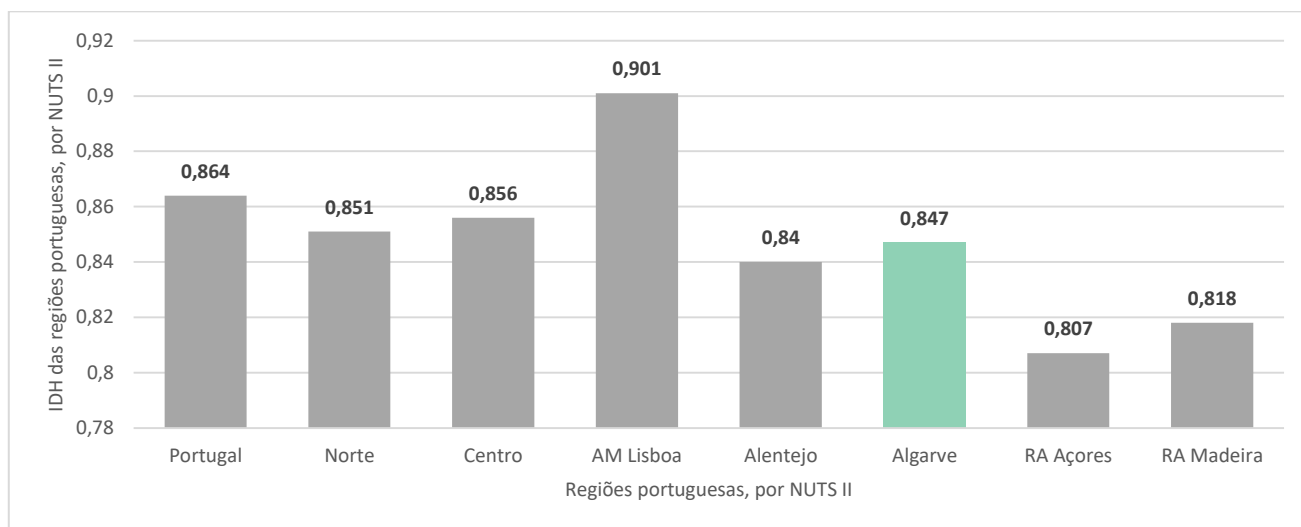
Figura 3 - Evolução comparada do IDH | Algarve e Portugal | 2001 a 2019



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Global Data Lab, 2021

Quando comparamos o IDH entre as diversas regiões portuguesas, com desagregação por NUTS II, constatamos que a que evidencia um valor mais elevado para este indicador é a Área Metropolitana de Lisboa, com 0,901 e a que apresenta um valor mais baixo é a Região Autónoma dos Açores, com 0,807. A região do Algarve situa-se, sensivelmente, a meio do conjunto de valores observados, como mostra o gráfico seguinte (Figura 4 - IDH das regiões portuguesas | NUTS II | 2019):

Figura 4 - IDH das regiões portuguesas | NUTS II | 2019

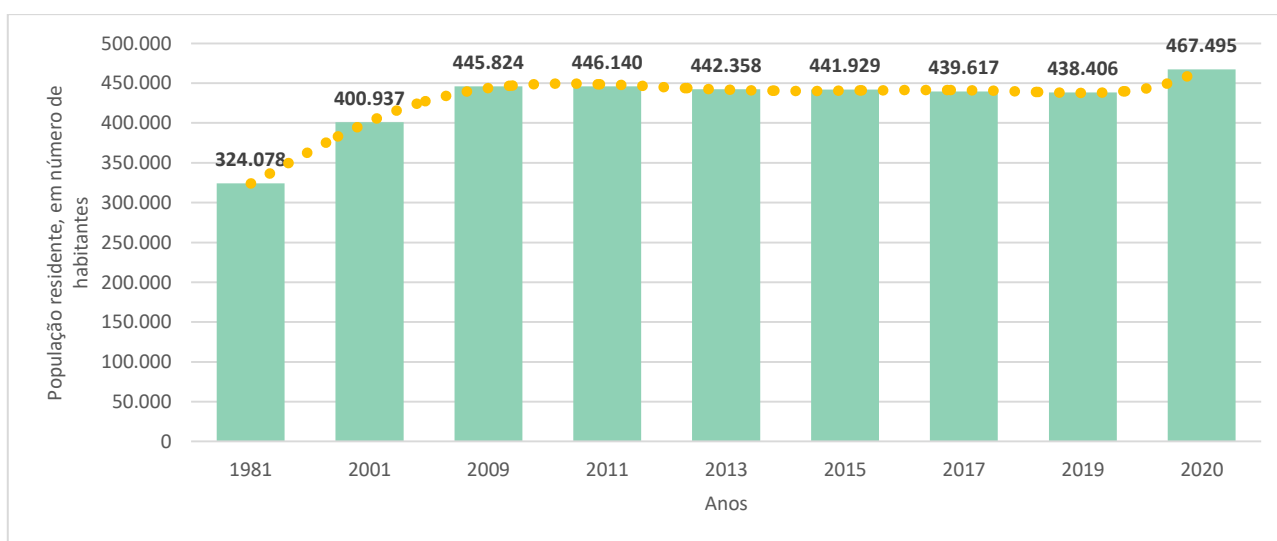


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Global Data Lab, 2021

1.2 População residente e população em idade ativa

Sendo a população residente o conjunto de pessoas que, independentemente de estarem presentes ou ausentes num determinado alojamento no momento de observação, viveram no seu local de residência habitual por um período contínuo de, pelo menos, 12 meses anteriores ao momento de observação, ou que chegaram ao seu local de residência habitual durante o período correspondente aos 12 meses anteriores ao momento de observação, com a intenção de aí permanecer por um período mínimo de um ano, a região do Algarve, no ano de 2020 possuía 467 495 habitantes, tendo aumentado 29 089 comparativamente ao ano de 2019. A evolução do número de habitantes da região pode ser visualizada no gráfico seguinte (Figura 5 - Evolução da população residente | Algarve | 1981 a 2020).

Figura 5 - Evolução da população residente | Algarve | 1981 a 2020

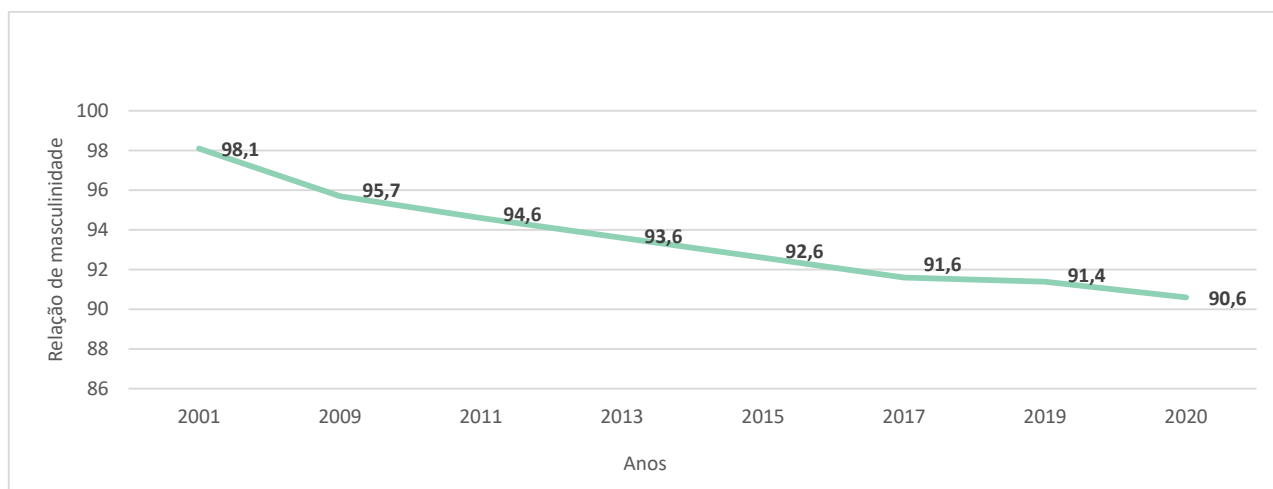


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A relação de masculinidade de uma população define-se como a relação entre o número de homens por cada 100 mulheres e é medida através de um índice. A relação de masculinidade da população residente no Algarve tem vindo a diminuir, entre os anos de 2011 e 2020, partindo de um valor de 98,1 e atingindo o valor de 90,6

no ano de 2020, tal como se pode observar na figura seguinte (Figura 6 - Evolução da relação de masculinidade | Algarve | 2001 a 2020):

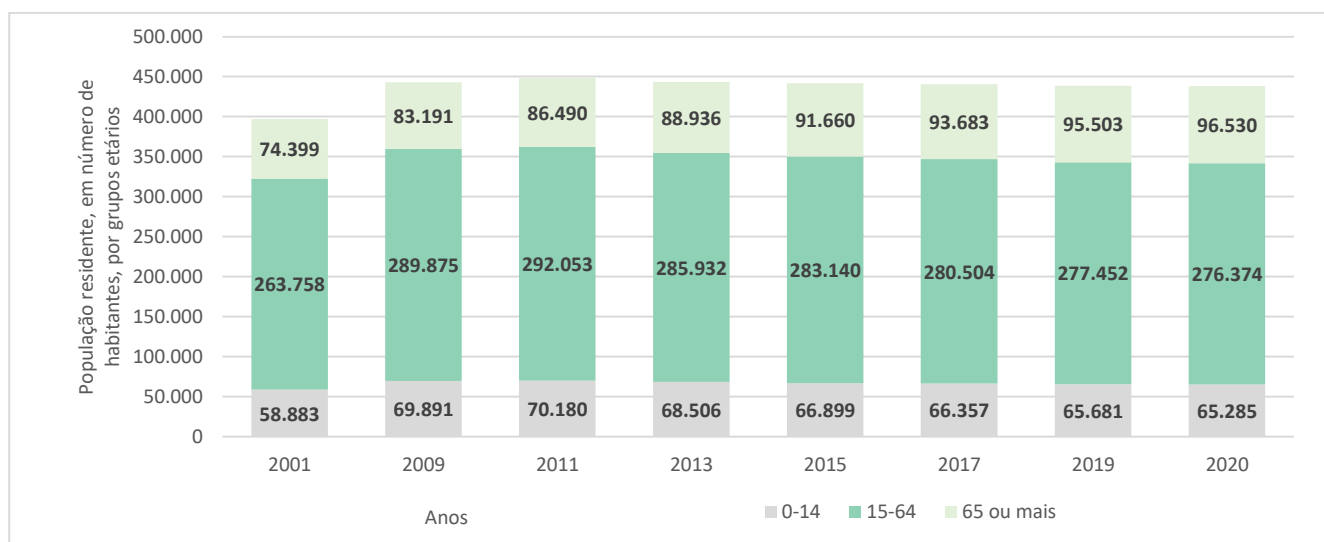
Figura 6 - Evolução da relação de masculinidade | Algarve | 2001 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Relativamente à população residente, uma das análises que se pode realizar refere-se à categorização por grupos etários. Assim, consideraram-se três grupos etários distintos: o primeiro compreende os residentes entre os zero e os 14 anos de idade; o segundo grupo compreende os residentes entre os 15 e os 64 anos de idade, ou seja, integra a população considerada em idade ativa e um terceiro grupo no qual se enquadram os residentes com 65 ou mais anos de idade.

Figura 7 - Evolução da população residente, por grupos etários | Algarve | 2001 a 2020

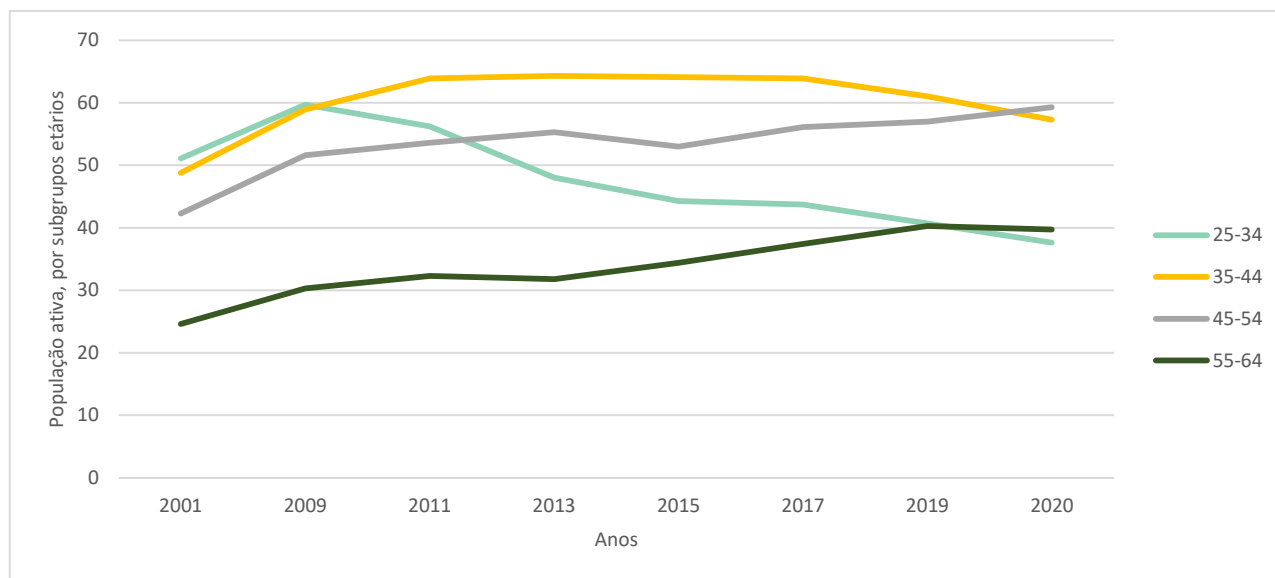


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A evolução da população residente, de acordo com esta categorização pode ser visualizada no gráfico anterior (Figura 7 - Evolução da população residente, por grupos etários | Algarve | 2001 a 2020), que evidencia que o grupo de residentes com 65 ou mais anos de idade tem aumentado nos últimos anos da análise, enquanto nos restantes grupos se tem verificado uma diminuição do número de residentes na região. O grupo de indivíduos em idade considerada ativa corresponde a 63,1% da totalidade dos residentes da região.

Uma outra análise que pode ser realizada é avaliação da estrutura da população ativa, no sentido de ver se cada um dos subgrupos etários segue alguma tendência. Assim, e de acordo com os dados disponibilizados, e considerando apenas a população ativa, analisou-se a evolução dos quatro subgrupos etários seguintes: indivíduos de 25 a 34 anos; indivíduos de 35 a 44 anos; indivíduos de 45 a 54 anos e indivíduos de 55 a 64 anos, para o horizonte temporal de 2009 a 2020.

Figura 8 - Evolução da população ativa, por subgrupos etários | Algarve | 2001 a 2020

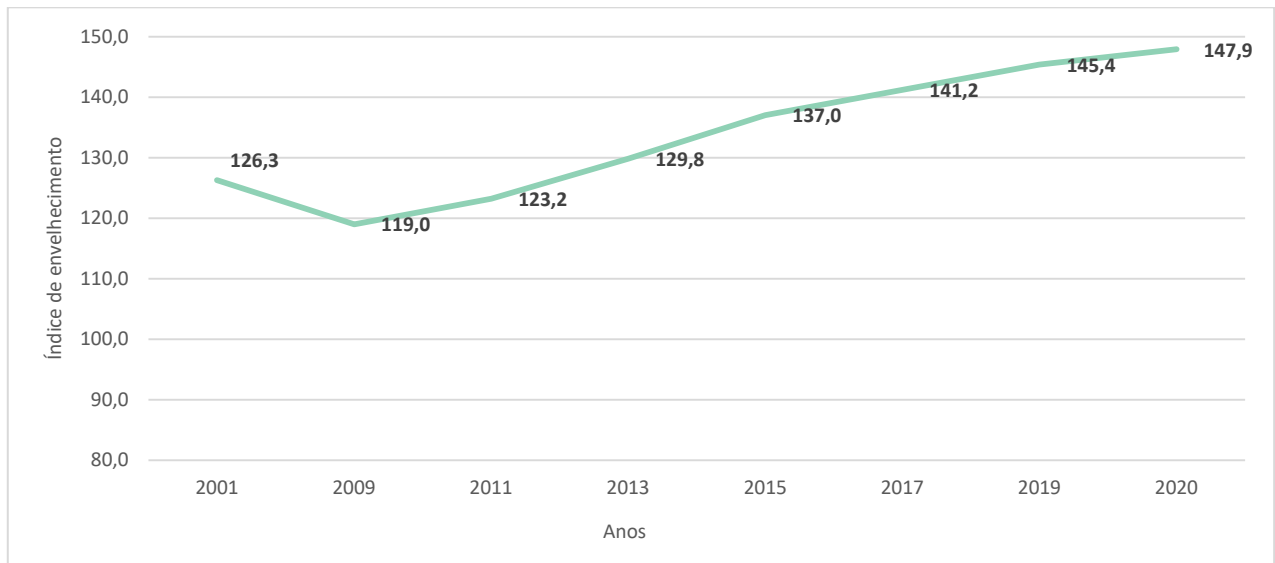


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Como o gráfico evidencia, os subgrupos mais jovens da população ativa (de 25 a 34 anos e de 35 a 44 anos) encontram-se em decréscimo, enquanto há uma tendência para o aumento dos subgrupos integrados por indivíduos a partir dos 45 anos de idade.

Esta informação corrobora os valores encontrados para o índice de envelhecimento que evidencia o número de pessoas com 65 e mais anos por cada 100 pessoas menores de 15 anos. Um valor inferior a 100 significa que há menos idosos do que jovens. No caso da região do Algarve, entre os anos de 2001 e 2009 houve uma diminuição do valor deste índice (de 126,3 para 119,0), mas desde 2009 que o seu valor tem vindo a aumentar sucessivamente, sendo no ano de 2020 de 147,9, significando que existem 148 pessoas com 65 ou mais anos de idade, por cada 100 pessoas com menos de 15 anos. A evolução deste indicador pode ser constatada no gráfico seguinte (Figura 9 - Evolução do índice de envelhecimento | Algarve | 2001 a 2020):

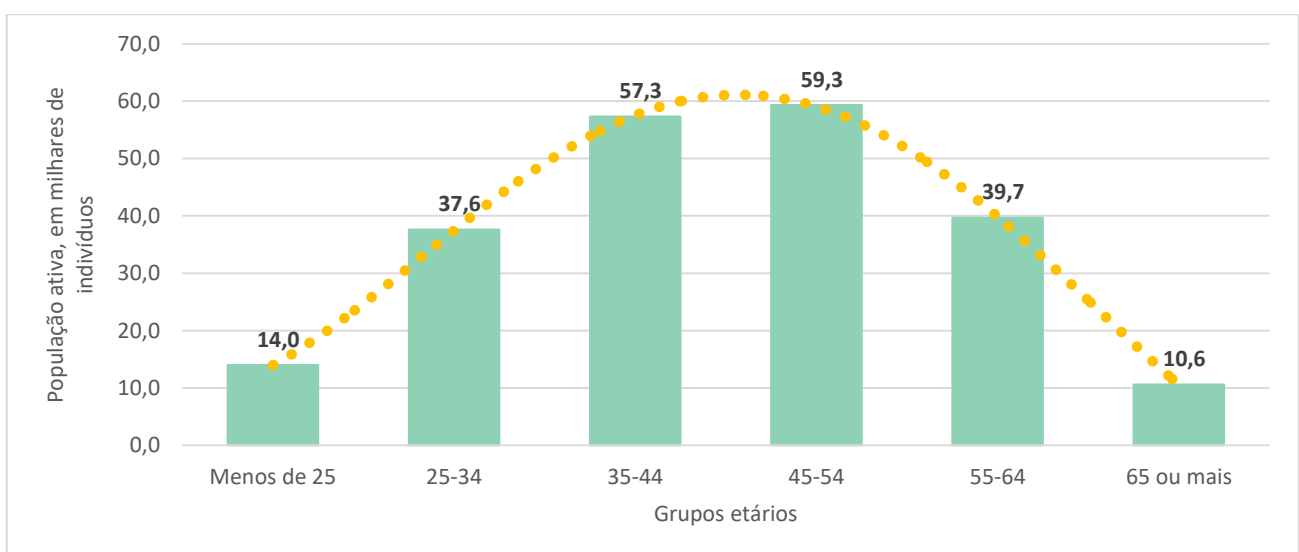
Figura 9 - Evolução do índice de envelhecimento | Algarve | 2001 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Se analisarmos a estrutura etária da população ativa da região podemos constatar que a tendência de envelhecimento da população total também se verifica neste grupo de indivíduos, com a exceção do grupo de pessoas que tem entre 55 e 64 anos de idade (que tem 39 700 indivíduos, ainda em idade ativa). Assim, os grupos que integram um menor número de indivíduos são os dos extremos, isto é, pessoas com menos de 25 anos e pessoas com 65 ou mais anos de idade com, respetivamente, 14 000 e 10 600 indivíduos. Os grupos mais representativos são os grupos de pessoas que tem entre 45 e 54 anos de idade (59.300 indivíduos), seguido do grupo de pessoas que se encontra na faixa etária dos 35 aos 44 a os de idade (57 300 indivíduos). Esta informação encontra-se no gráfico seguinte (Figura 10 - População ativa, por grupos etários | Algarve | 2020):

Figura 10 - População ativa, por grupos etários | Algarve | 2020

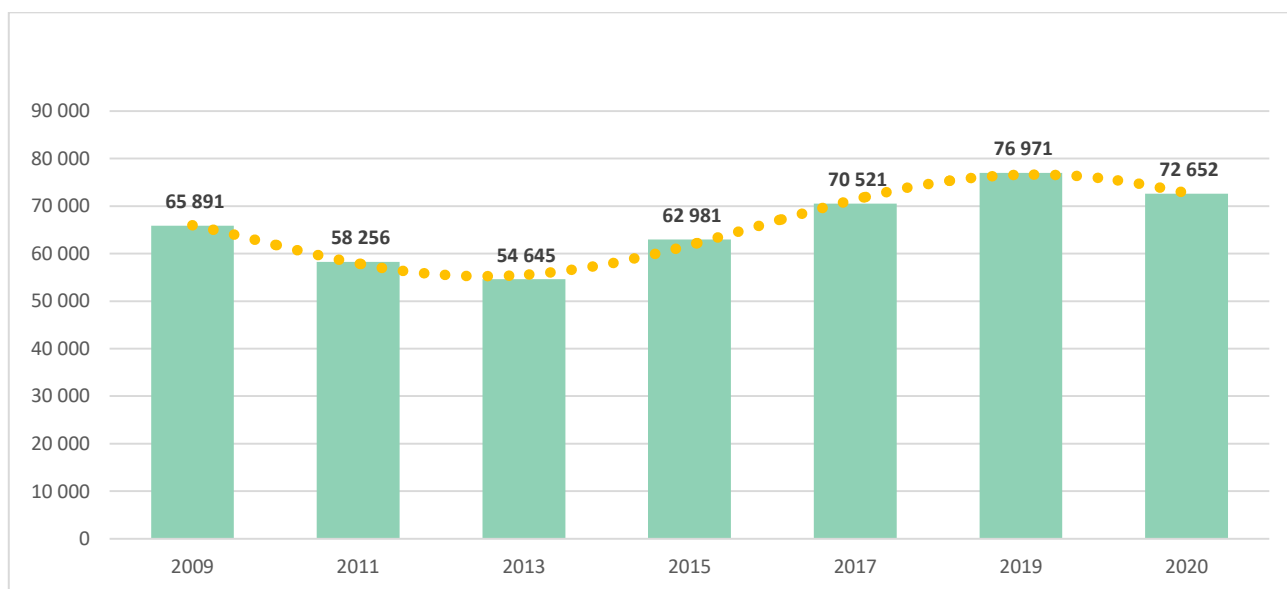


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

1.3 Número de empresas, pessoal ao serviço, volume de negócios e valor acrescentado bruto por atividade económica

Para compreender a evolução da estrutura empresarial de uma região, um dos indicadores que importa analisar é o número de empresas e a sua evolução ao longo de um período temporal. Uma empresa é uma organização na qual empresário e trabalhadores (ou colaboradores) produzem e vendem bens ou serviços, e corresponde a uma entidade jurídica, que pode ser uma pessoa singular ou coletiva, respeitante a uma unidade organizacional de produção de bens e/ou serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afetação dos recursos disponíveis, podendo exercer uma ou várias atividades, em um ou em vários locais. No gráfico seguinte (Figura 11 - Evolução do número de empresas não financeiras | Algarve | 2009 a 2020) encontra-se a evolução deste indicador, e pela sua análise observa-se que o número de unidades ativas (empresas) decresceu entre 2009 e 2013, até atingir um mínimo de 54 645 organizações. Efetivamente, a partir deste ano, encontrava-se em atividade um número sempre crescente de empresas e, no ano de 2019 havia na região do Algarve 76 971 empresas não financeiras em atividade, número que diminuiu para 71 652 em 2020, como reflexo da situação pandémica.

Figura 11 - Evolução do número de empresas não financeiras | Algarve | 2009 a 2020

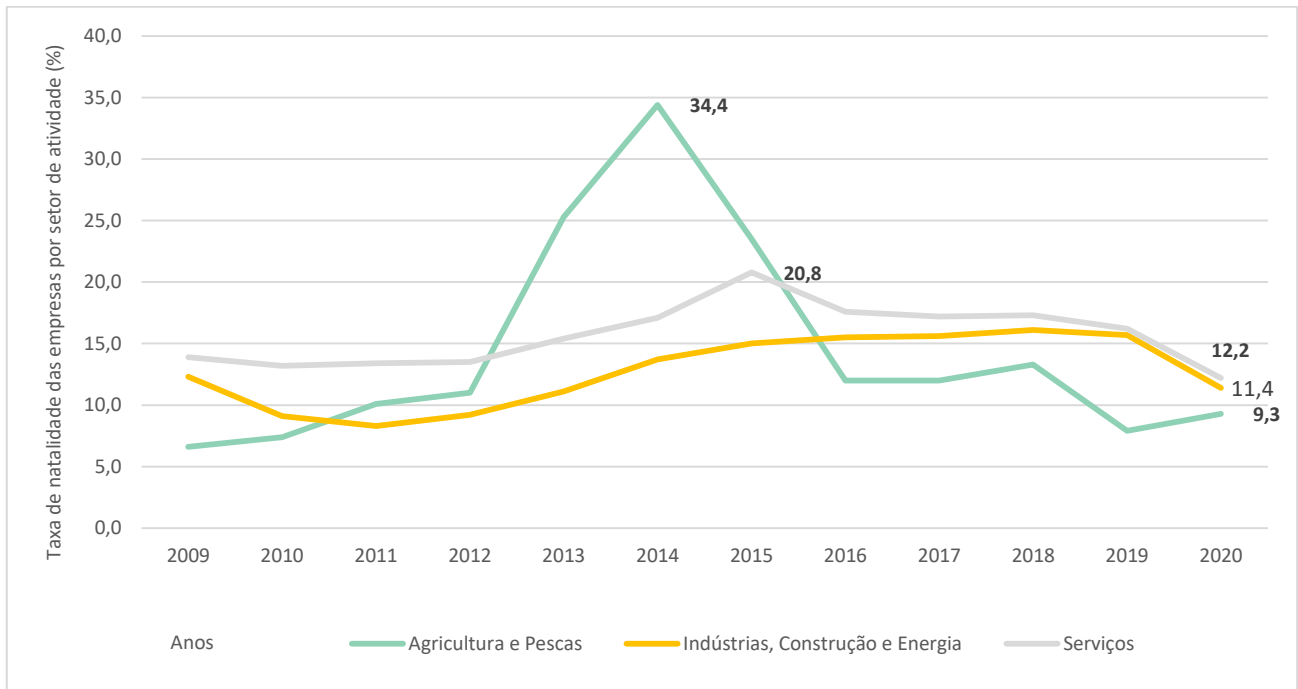


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A taxa de natalidade de empresas não financeiras corresponde ao quociente entre o número de nascimentos reais (constituição de novas entidades empresariais) e o número de empresas ativas no período de referência. Esta análise pode ser realizada por setor de atividade económica, fornecendo uma perspetiva mais dinâmica da estrutura empresarial da região. Assim, a evolução da taxa de natalidade das empresas por setor de atividade (primário, secundário e terciário) na região do Algarve encontra-se descrita no gráfico seguinte (Figura 12 - Evolução da taxa de natalidade das empresas, por setor de atividade | Algarve | 2009 a 2020). O setor primário, que engloba a agricultura e pescas, registou o seu valor mais elevado no ano de 2014, com 34,4%, encontrando-se em decréscimo desde esse ano; o setor secundário (que agrega empresas com CAE na

indústria, construção e energia) evidencia um crescimento mais estável, mas mais consistente, pois apesar de um decréscimo pouco acentuado entre 2009 e 2011, tem vindo a crescer de forma contínua, atingindo 15,7% em 2019; no que respeita ao setor terciário (serviços), a evolução do comportamento deste indicador foi semelhante ao do setor secundário, encontrando-se atualmente nos 16,2%. O ano de 2020 foi marcado por um decréscimo do número de novas empresas nos setores secundário e terciário e por um aumento de novas empresas no setor primário.

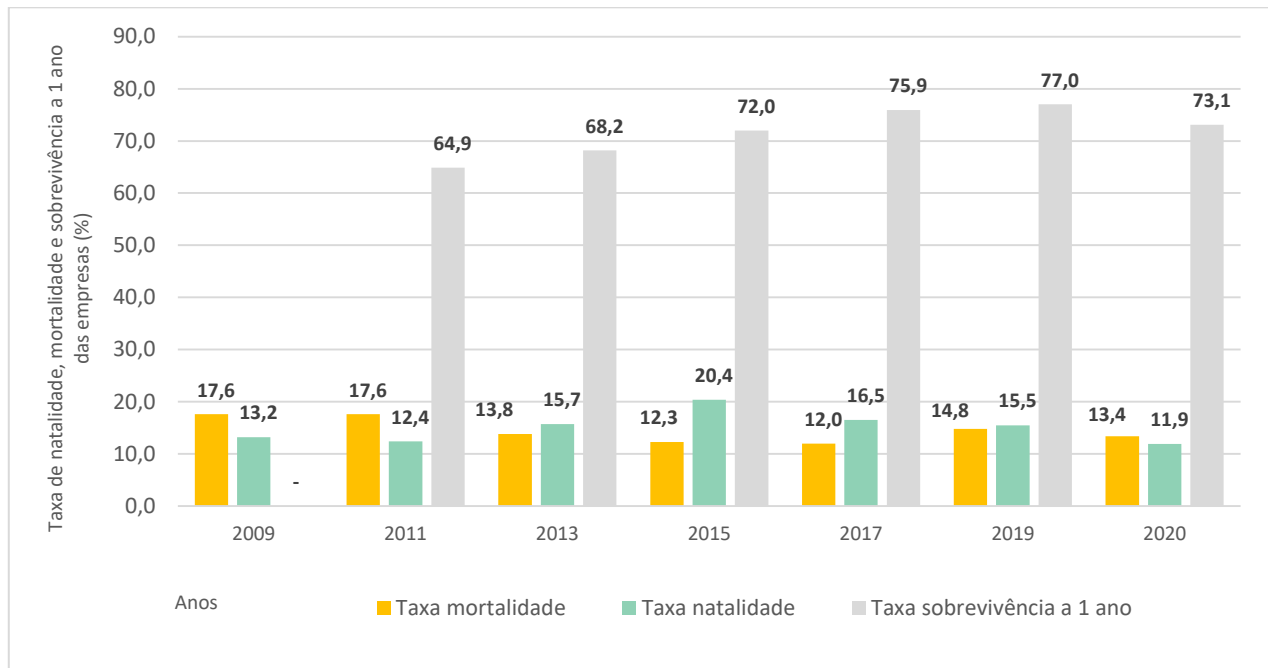
Figura 12 - Evolução da taxa de natalidade das empresas, por setor de atividade | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Um conjunto de indicadores semelhantes ao anterior que pode ser analisado é a taxa de natalidade, mortalidade e de sobrevivência das empresas não financeiras, para um determinado horizonte temporal, numa dada região. A evolução destes três indicadores para o período de 2009 a 2020 pode ser visualizada no gráfico seguinte (Figura 13 - Taxa de mortalidade, natalidade e sobrevivência a um ano das empresas | Algarve | 2009 a 2020), que evidencia que a taxa de mortalidade das empresas tem sido sempre decrescente, com a exceção do ano de 2019 e que a taxa de natalidade atingiu um ponto máximo no ano de 2015 (20,4%). A taxa de sobrevivência a um ano das empresas não financeiras foi sempre crescente entre 2009 e 2019, com o valor máximo de 77%, nesse ano, com a exceção do ano de 2020, em que à semelhança do comportamento de outros indicadores, diminuiu para 11,9%.

Figura 13 - Taxa de mortalidade, natalidade e sobrevivência a um ano das empresas | Algarve | 2009 a 2020



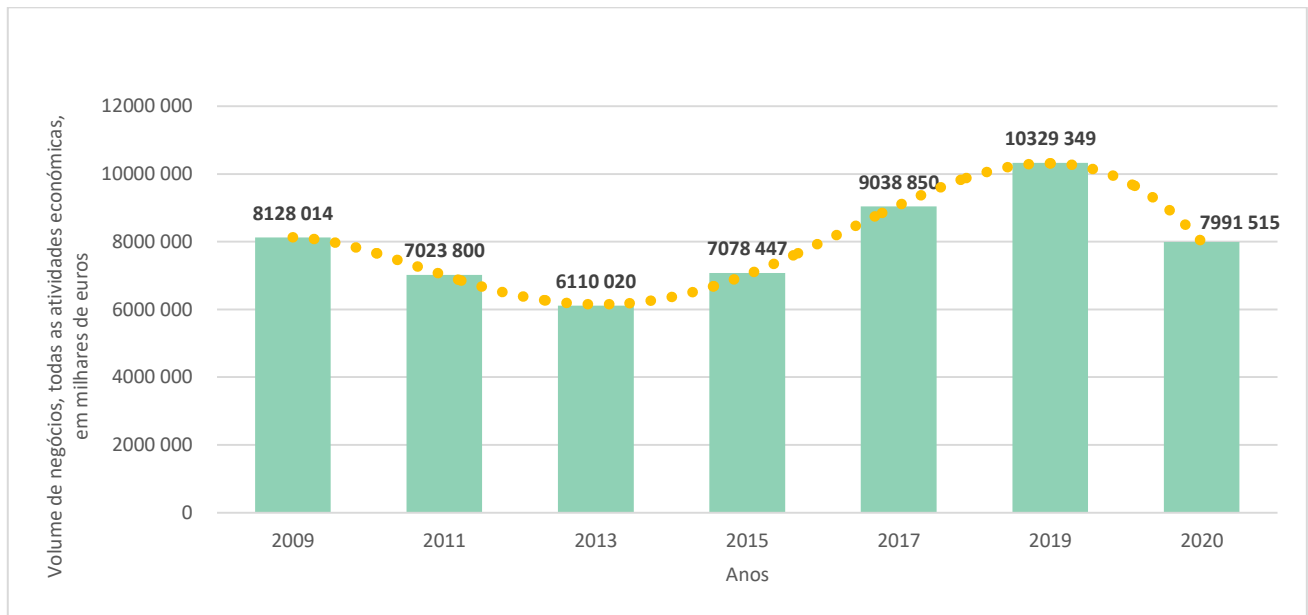
Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

O número médio de pessoas ao serviço nas empresas também não difere muito entre os anos de 2009 e 2020, oscilando entre 2,3 e 2,5 pessoas, em média. Apesar de a variação ser pequena, é coerente com a evolução do número de empresas não financeiras, o que pode efetivamente ter correspondido a um abrandamento da atividade económica da região, a que possivelmente terá também refletido na perda de alguns postos de trabalho nas empresas que se mantiveram em atividade. No ano de 2020 o valor deste indicador foi de 2,4.

Um outro indicador que é importante considerar é o volume de negócios das empresas não financeiras. Este indicador representa o montante obtido por uma empresa com a venda de bens ou com a prestação de serviços, excluindo os impostos. Ou seja, traduz-se na quantia líquida das vendas ou das prestações de serviços relativas às atividades normais das empresas, consequentemente após as reduções em vendas, mas antes de lhes ser aplicados os impostos devidos (Imposto sobre o Valor Acrescentado ou outros).

Neste caso, iremos analisar o volume de negócios global, gerado pelas empresas não financeiras, sem distinção dos ramos de atividade. A análise é realizada para um horizonte temporal de dez anos, ou seja, entre 2009 e 2020. Assim, a evolução deste indicador encontra-se descrita na figura seguinte (Figura 14 - Volume de negócios global das empresas não financeiras da região | Algarve | 2009 a 2020):

Figura 14 - Volume de negócios global das empresas não financeiras da região | Algarve | 2009 a 2020



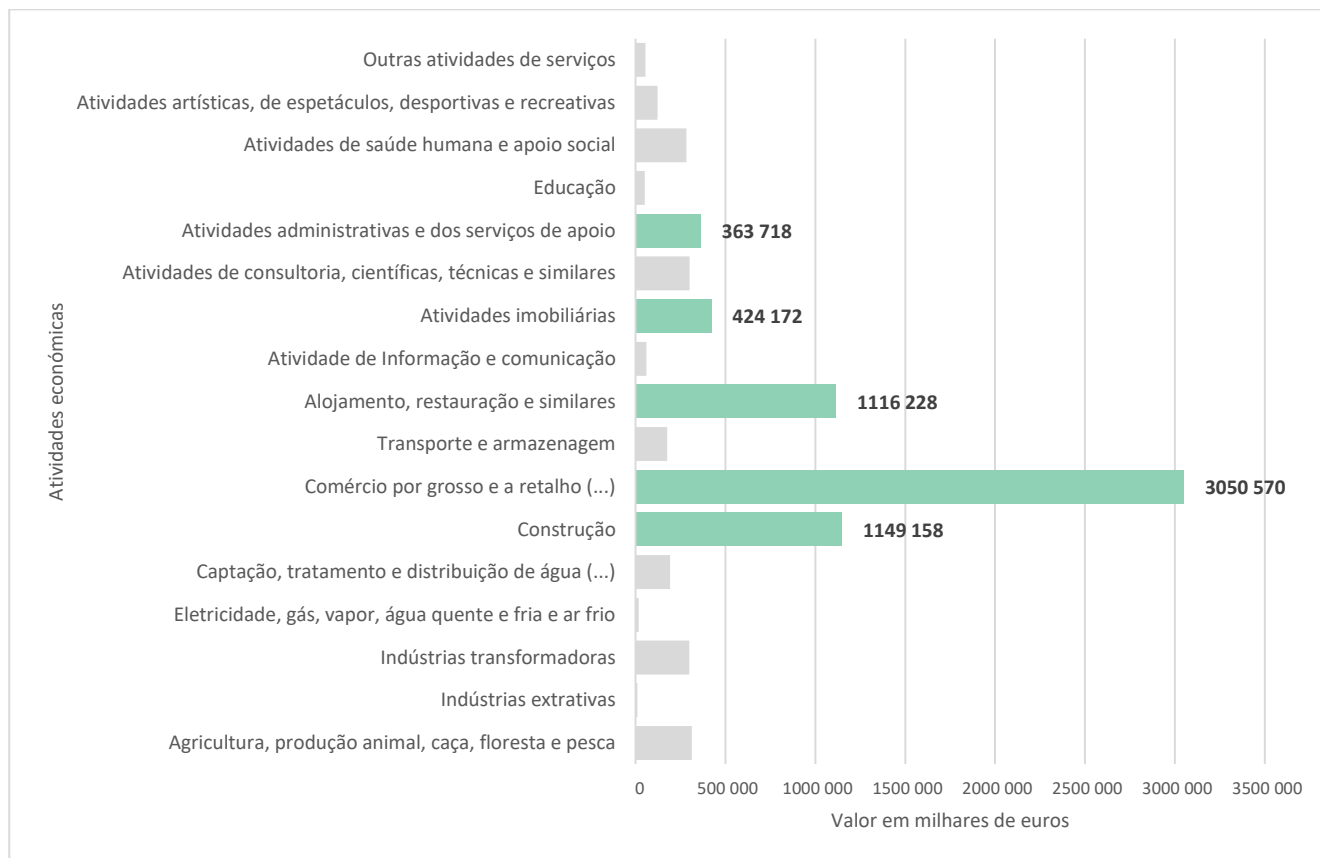
Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Como se pode observar pela figura anterior, em 2013 foi registado o volume de negócios global gerado pelas empresas não financeiras (sem distinção dos ramos de atividade) mais baixo do período em análise, com um valor de 6 110 020 milhares de euros, seguido do ano de 2011, com um valor de 7 023 800 milhares de euros. Este indicador partiu, no ano de 2009 de um valor de 8 128 014 milhares de euros, tendo sido registado o valor mais elevado em 2019 (10 329 349 milhares de euros). O ano de 2020 foi pautado por um decréscimo acentuado, para 7 991 515 milhares de euros, uma vez que toda a região algarvia foi severamente afetada pela redução da atividade económica.

De seguida, analisa-se o volume de negócios das empresas da região, mas com desagregação, por setor de atividade. Para a realização desta análise, as atividades encontram-se organizadas em ramos, que agrupam as unidades de atividade económica que exercem uma atividade idêntica ou similar, sendo consideradas 17 grupos de atividades distintas.

Através da análise da figura seguinte, Figura 15 - Volume de negócios das empresas não financeiras da região por ramo de atividade | Algarve | 2020, constata-se que a atividade que maior volume de negócios realizou foi o comércio por grosso e a retalho (totalizando 3 050 570 milhares de euros), seguida da construção (1 149 158 milhares de euros) e das atividades de alojamento, restauração e similares (com 1 116 228 milhares de euros).

Figura 15 - Volume de negócios das empresas não financeiras da região por ramo de atividade | Algarve | 2020

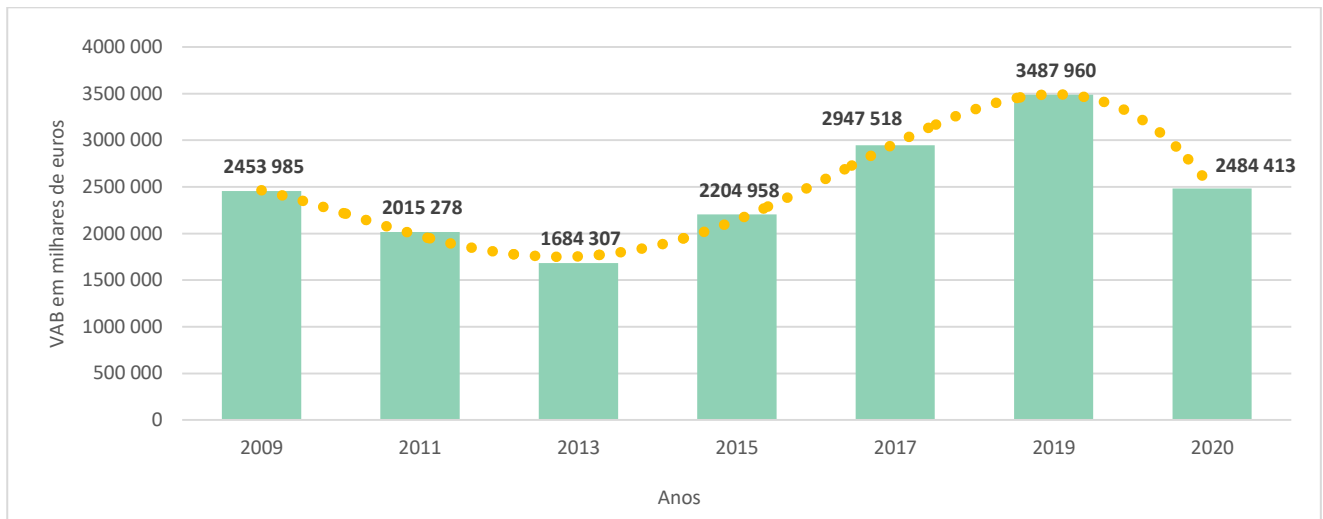


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Outro indicador que é importante analisar é o valor acrescentado bruto (VAB). O VAB representa a riqueza gerada na produção, descontando o valor dos bens e serviços consumidos para a obter, tais como as matérias-primas e dos restantes consumos que integram os mais diversos processos produtivos. A figura seguinte (Figura 16 - VAB das empresas da região | Algarve | 2009 a 2020) representa a evolução do valor acrescentado bruto gerado pelas empresas da região, entre os anos de 2009 e 2020. Relativamente a este indicador, verifica-se uma situação de abrandamento nos anos de 2011 e de 2013, congruente, por exemplo, com o número de empresas não financeiras e com o volume de negócios global das empresas não financeiras da região, indicadores que também evidenciaram decréscimos neste mesmo período.

Assim, partindo de um VAB total (para o conjunto de todas as atividades económicas) em 2009 de 2 453 985 milhares de euros, em 2019 o valor deste indicador foi de 3 487 960 milhares de euros. O valor acrescentado bruto foi mais baixo no ano de 2013 (VAB de 1 684 307 milhares de euros), seguido de 2011 (VAB de 2 015 278 milhares de euros). Este indicador sentiu também um decréscimo bastante acentuado, como resultado da situação pandémica; o seu valor entre 2019 e 2020 decaiu de 3 487 960 milhares de euros para 2 484 413 milhares de euros.

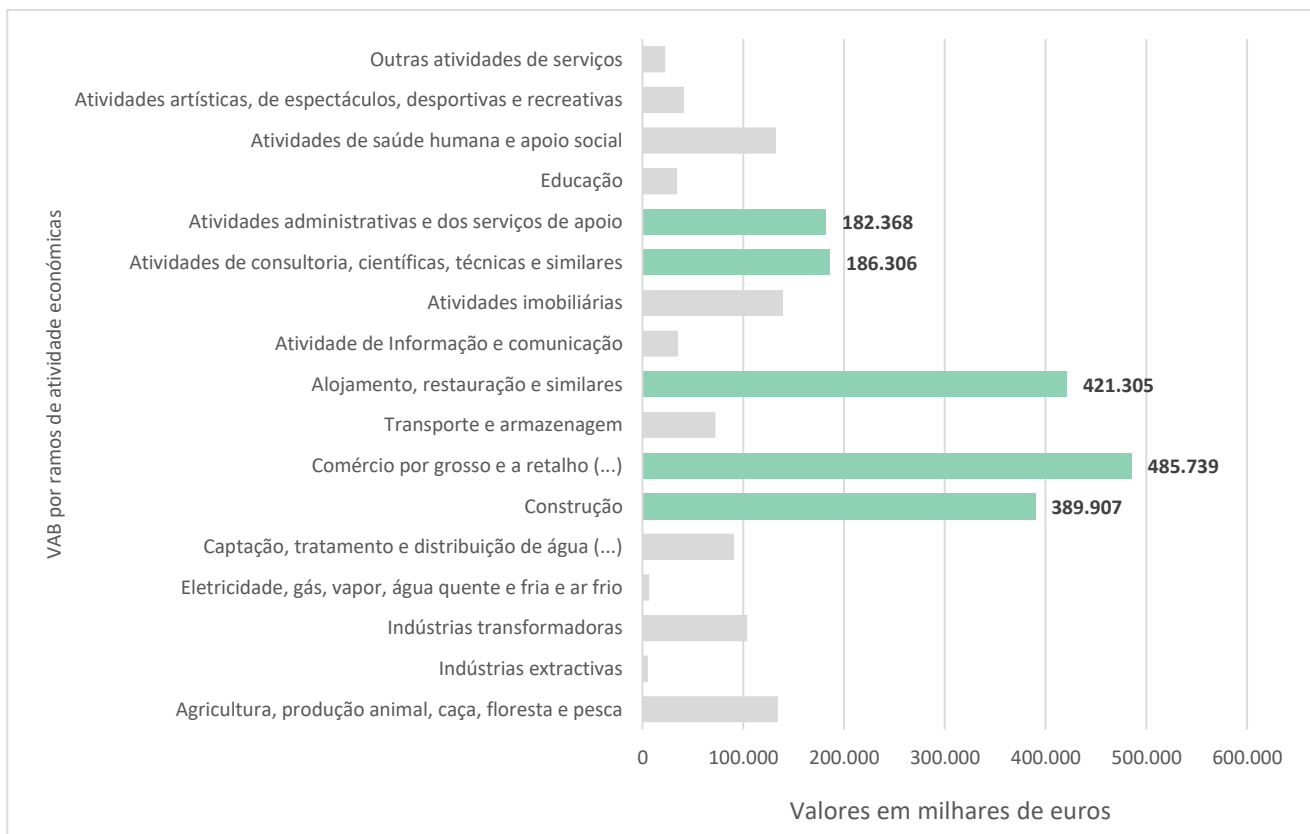
Figura 16 - VAB das empresas da região | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Quando analisamos cada uma das 17 atividades económicas individualmente, percebemos que, no ano de 2020, as atividades que mais contribuíram para este valor foram o comércio por grosso e a retalho (VAB de 485 739 milhares de euros), as atividades de alojamento, restauração e similares (VAB de 421 305 milhares de euros) e a construção (VAB de 389 907 milhares de euros). Esta informação pode ser visualizada na figura seguinte (Figura 17 - VAB das empresas da região por ramo de atividade | Algarve | 2020). A evolução anual das atividades relacionadas com o comércio e os serviços serão analisadas mais detalhadamente, no ponto 2 do presente relatório.

Figura 17 - VAB das empresas da região por ramo de atividade | Algarve | 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

1.4 Comércio internacional de bens e serviços

Para compreendermos melhor a dinâmica da economia algarvia, é também importante analisar os dados relativos ao comércio internacional de bens e serviços da região.

Desta forma, começamos por realizar uma análise comparativa entre as exportações das regiões portuguesas, com desagregação por NUTS II, ou seja, para um total de sete regiões e do peso que o Algarve tem nas exportações globais. As exportações consistem nas transações de bens e serviços (vendas, trocas diretas e ofertas) de residentes para não residentes. A exportação de bens verifica-se quando há transferências de propriedade económica de bens entre residentes e não residentes (quer se verifiquem ou não os correspondentes movimentos físicos de bens através das fronteiras). A exportação de serviços abrange todos os serviços prestados por residentes a não residentes. No entanto, e uma vez que não existem dados disponíveis apenas sobre exportação de serviços será, posteriormente avaliado, apenas o setor do turismo, uma vez que é o principal serviço exportado pelo Algarve.

A tabela seguinte (Tabela 1 - Exportações em valor | NUTS II e Portugal | 2009 a 2021) detalha os valores das exportações de bens desagregadas pelas sete regiões portuguesas e a soma que representa Portugal, entre os anos de 2009 e 2021, encontrando-se os valores em euros. Pela análise da tabela, conclui-se que entre os anos de 2009 e 2021 a região do Algarve mais do que duplicou o seu volume de exportações (em valor). No entanto, se atentarmos para os dados das outras regiões, constatamos que a ponderação desta região é baixa, comparativamente à região Norte ou à Área Metropolitana de Lisboa, ou mesmo das regiões do Centro e do Alentejo.

Tabela 1 - Exportações em valor | NUTS II e Portugal | 2009 a 2021

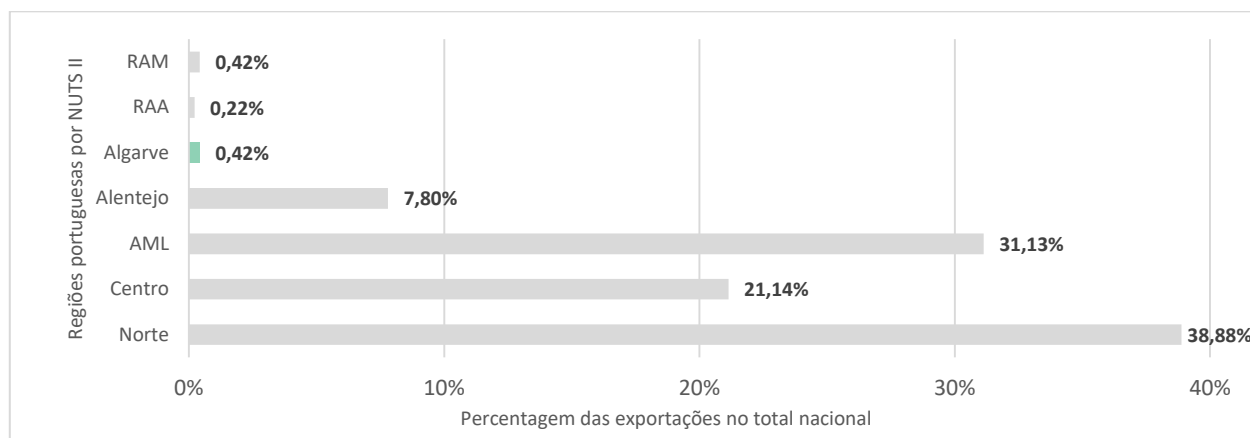
Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020	2021*
Norte	11 859 864 876	16 022 002 164	17 218 034 654	19 334 503 511	22 152 541 033	22 929 154 433	20 599 285 483	23 276 129 570
Centro	6 467 902 815	8 261 126 670	8 910 975 501	10 975 736 171	10 781 372 122	11 332 820 292	10 337 450 707	12 653 075 333
AM Lisboa	9 424 801 781	14 039 612 802	16 160 685 365	13 934 333 511	15 987 045 940	18 723 460 067	16 130 419 079	18 634 954 223
Alentejo	1 699 198 391	2 665 284 194	2 858 569 240	2 979 146 755	3 261 002 429	3 924 212 954	3 506 438 471	4 669 284 315
Algarve	91 434 200	139 414 863	138 240 153	145 748 952	172 621 892	197 433 753	206 760 490	250 991 666
RAA	77 856 482	117 116 202	124 443 106	104 009 519	88 119 906	115 444 804	104 518 103	132 006 972
RAM	59 931 678	62 328 135	83 543 016	110 593 996	153 248 638	272 057 437	268 290 058	250 846 335
Portugal ²	29 680 990 223	41 306 885 030	45 494 491 035	47 584 072 415	52 595 951 960	57 494 583 740	53 757 392 564	63 476 703 031

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em euros); Os valores de 2021 são provisórios

Para uma ideia mais clara da baixa ponderação das exportações da região do Algarve (0,42%), na figura seguinte (Figura 18 - Exportações em percentagem | NUTS II | 2021) encontram-se os dados das exportações, apenas para o ano de 2021, para as mesmas regiões, retirando apenas os valores agregados do país:

² Os valores totais para a globalidade do território nacional apresentam um valor diferente da soma de cada uma das regiões, uma vez que inclui a categoria Ignorado/Outro, que não foi incluída na tabela.

Figura 18 - Exportações em percentagem | NUTS II | 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

De seguida apresenta-se a evolução das exportações e das importações da região e do seu saldo, entre os anos de 2009 e 2021, cujos valores podem ser visualizados na tabela seguinte (Tabela 2 - Importações, exportações e saldo da região em valor | Algarve | 2009 a 2021):

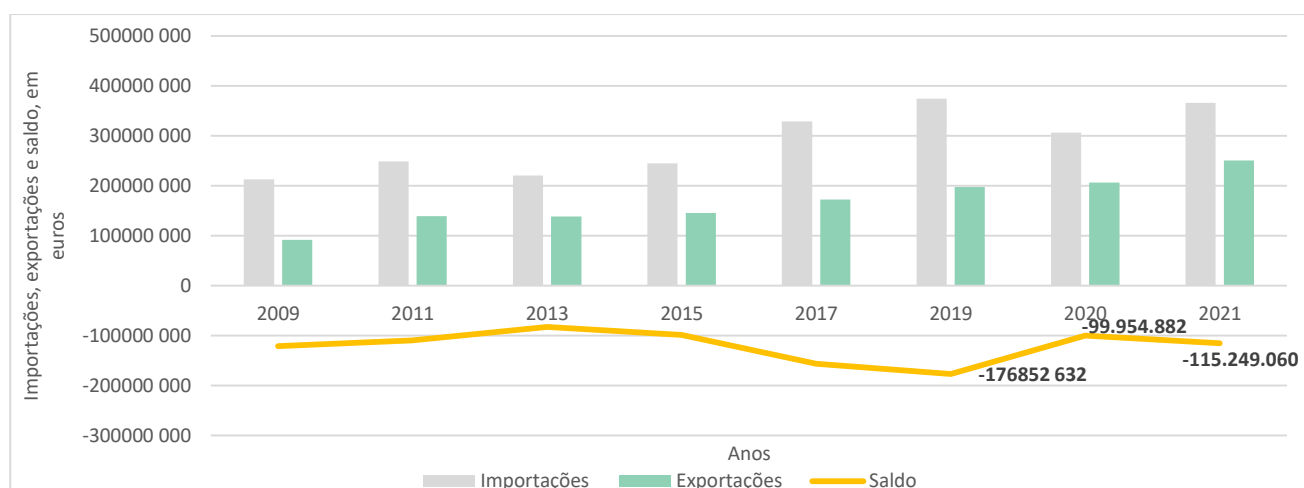
Tabela 2 - Importações, exportações e saldo da região em valor | Algarve | 2009 a 2021

	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020	2021
Importações	212 641 380	248 788 015	220 745 120	244 735 445	329 026 738	374 286 385	306 715 372	366 240 726
Exportações	91 434 200	139 414 863	138 240 153	145 748 952	172 621 892	197 433 753	206760490	250 991 666
Saldo	-121 207 180	-109 373 152	-82 504 967	-98 986 493	-156 404 846	-176 852 632	-99 954 882	-115 249 060

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em euros)

Para uma melhor perceção desta evolução, elaborou-se a figura 19 que evidencia a evolução desta relação. Pela sua análise, percebe-se que o diferencial entre as exportações e as importações da região teve sempre saldo negativo, entre 2009 e 2021. Nos anos de 2011 e 2013 esse diferencial negativo atenuou, no entanto, a partir de 2015 tem vindo a aumentar de forma contínua, até 2019, ano em que o saldo entre as exportações e as importações foi de -176 852 632 euros. No ano de 2020 ocorreu também uma diminuição do saldo negativo das exportações e importações, que voltou a aumentar em 2021.

Figura 19 - Importações, exportações e saldo da região em valor | Algarve | 2009 a 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Relativamente à distinção entre o destino das exportações da região Algarve, destaca-se o facto de que as exportações para a União Europeia têm oscilado, comparativamente às exportações para países extra União Europeia. A tabela seguinte (Tabela 3 - Exportações de bens por localização geográfica | Algarve | 2011 a 2021) evidencia a evolução dessa relação (em percentagem), bem como as exportações intra-UE e extra-UE (em valor absoluto), para o período compreendido entre 2011 e 2021. Mediante a análise da tabela, é também possível constatar que as exportações, em valor absoluto, da economia algarvia têm vindo a aumentar desde 2013, atingindo o seu valor máximo de 251 213 413 euros em 2021.

Tabela 3 - Exportações de bens por localização geográfica | Algarve | 2011 a 2021

Anos	Exportações Intra-UE		Exportações Extra-UE		Total
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	
2011	101 815 385	73%	37 599 478	27%	139 414 863
2013	106 854 439	77%	31 385 714	23%	138 240 153
2015	116 877 695	80%	28 871 257	20%	145 748 952
2017	149 217 510	86%	23 404 382	14%	172 621 892
2019	176 898 910	90%	20 534 843	10%	197 433 753
2020	178 369 831	87%	26 829 513	13%	205 199 344
2021	218 181 499	87%	33 031 914	13%	251 213 413

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2022 (valores em euros)

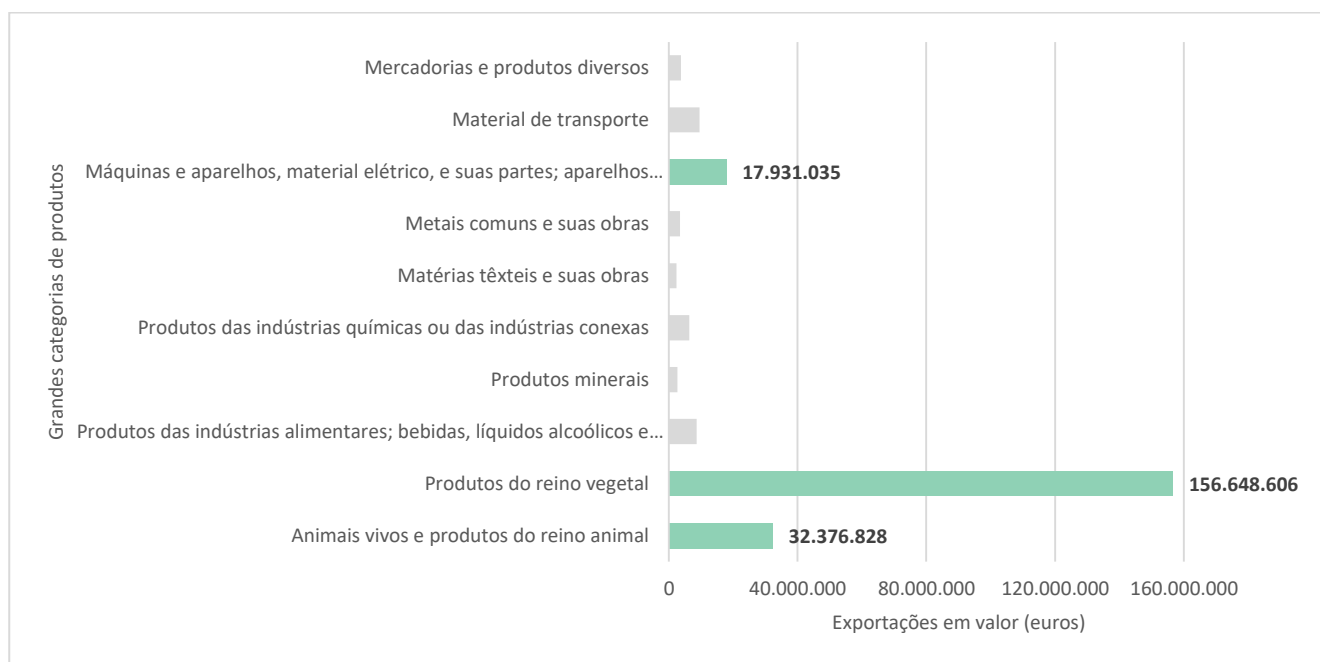
Relativamente à categorização das exportações, e de acordo com a classificação de tipos de bens comercializados NC2 - Nomenclatura Combinada, existem 21 grupos distintos de produtos. No entanto, nem todos têm uma grande representatividade nas exportações da economia algarvia, pelo que se excluíram da análise os seguintes grupos de produtos (11 grupos):

- Gorduras e óleos animais ou vegetais; produtos da sua dissociação; gorduras alimentícias elaboradas; ceras de origem animal ou vegetal;
- Plástico e suas obras; borracha e suas obras;
- Peles, couros, peles com pelo e obras destas matérias; artigos de correio ou de seleiro; artigos de viagem, bolsas e artefactos semelhantes; obras de tripa;
- Madeira, carvão vegetal e obras de madeira; cortiça e suas obras; obras de espartaria ou de cestaria;
- Pastas de madeira ou de outras matérias fibrosas celulósicas; papel ou cartão para reciclar (desperdícios e aparas); papel e suas obras;
- Calçado, chapéus e artefactos de uso semelhante, guarda-chuvas, guarda-sóis, bengalas, chicotes e suas partes; penas preparadas e suas obras; flores artificiais; obras de cabelo;
- Obras de pedra, gesso, cimento, amianto, mica ou de matérias semelhantes; produtos cerâmicos; vidro e suas obras;
- Pérolas naturais ou cultivadas, pedras preciosas ou semipreciosas e semelhantes, metais preciosos, metais folheados ou chapeados de metais preciosos e suas obras; bijuteria; moedas;

- Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia ou cinematografia, medida, controlo ou de precisão; instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos; aparelhos de relojoaria; instrumentos musicais; suas partes e acessórios;
- Armas e munições; suas partes e acessórios;
- Objetos de arte, de coleção e antiguidades.

Desta forma, e para o ano de 2021, as principais exportações a partir da região do Algarve, dividiram-se entre dez categorias de produtos, cujos valores podem ser visualizados na Figura 20 - Principais exportações por grandes grupos de produtos | Algarve | 2021, a partir da qual se observa que os três grupos de produtos com maior representatividade foram os produtos do reino vegetal (156 648 606 euros), animais vivos e produtos do reino animal (32 376 828 euros) e máquinas e aparelhos, material elétrico, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios (17 931 035 euros). Destaca-se que as duas principais categorias de produtos que seguem para exportação não são produtos de elevado valor acrescentado.

Figura 20 - Principais exportações por grandes grupos de produtos | Algarve | 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2022

No que concerne às importações, em valor e por zona de proveniência, elaborou-se a tabela seguinte (Tabela 4 - Importações de bens por localização de proveniência | Algarve | 2011 a 2021), que evidencia que o peso das importações intra União Europeia tem vindo a diminuir, comparativamente às importações provenientes de países terceiros, entre 2011 e 2020. Assim, em 2011, 93% das importações para a região do Algarve eram provenientes da União Europeia, enquanto em 2020 essa percentagem tinha diminuído em 8 pontos percentuais, situando-se nos 85%. Destaca-se que desde 2013 o valor total das importações tem vindo a aumentar significativamente. Em 2013 o seu valor total foi de 220 745 120 euros, enquanto em 2020 ascendia

a 308 065 394 euros. Em 2021 deu-se uma inversão desta tendência e o peso das importações intra União Europeia aumentaram em três pontos percentuais face ao ano anterior.

Tabela 4 - Importações de bens por localização de proveniência | Algarve | 2011 a 2021

Anos	Importações Intra-UE		Importações Extra-UE		Total
	Valor (€)	%	Valor (€)	%	
2011	232 366 513	93%	16 421 502	7%	248 788 015
2013	204 062 233	92%	16 682 887	8%	220 745 120
2015	222 692 643	91%	22 042 802	9%	244 735 445
2017	300 704 361	91%	28 322 377	9%	329 026 738
2019	336 331 488	90%	37 954 897	10%	374 286 385
2020	261 263 235	85%	46 802 059	15%	308 065 294
2021	326 343 959	88%	42 615 498	11%	368 959 457

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2022 (valores em euros)

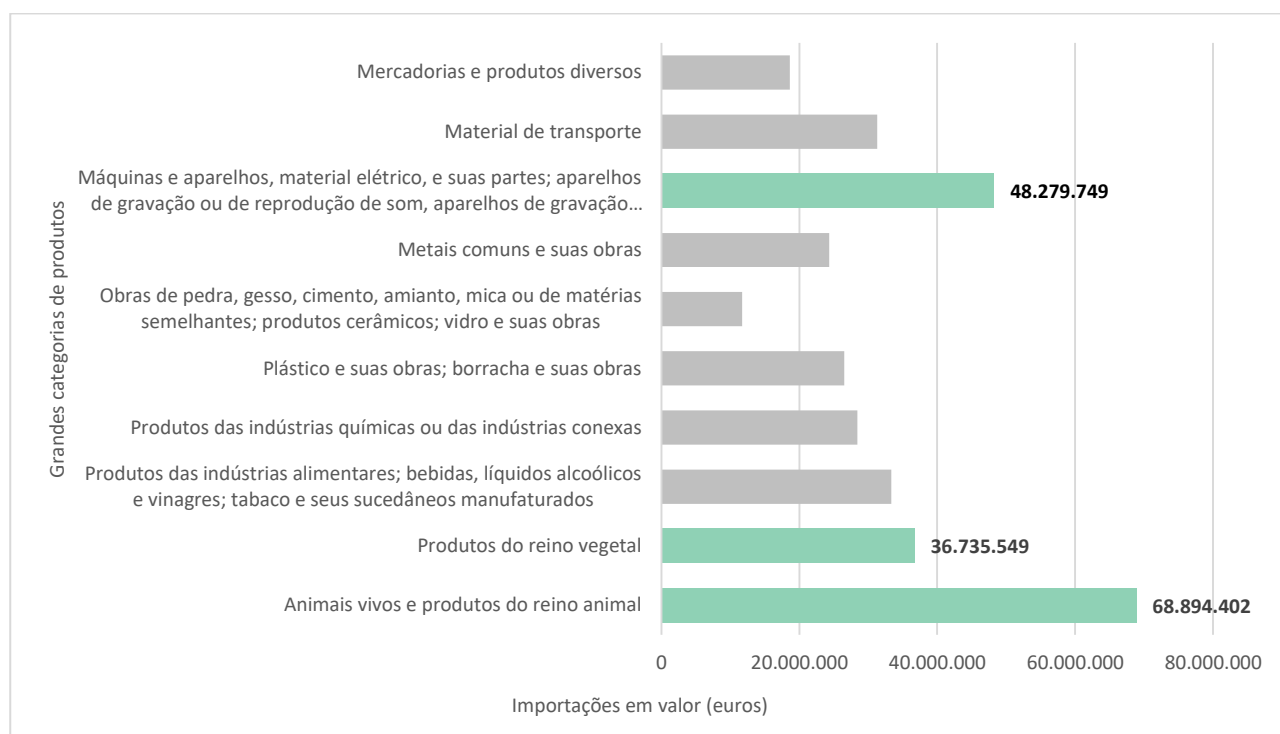
Para realizar a análise dos grupos de produtos com maior peso nas importações da região seguiu-se a mesma lógica adotada para a análise das exportações, considerando-se um conjunto de 21 categorias de produtos e excluindo-se as categorias com menor representatividade (11 grupos de produtos) e que são as seguintes:

- Gorduras e óleos animais ou vegetais; produtos da sua dissociação; gorduras alimentícias elaboradas; ceras de origem animal ou vegetal;
- Matérias têxteis e suas obras;
- Produtos minerais;
- Peles, couros, peles com pelo e obras destas matérias; artigos de correeiro ou de seleiro; artigos de viagem, bolsas e artefactos semelhantes; obras de tripa;
- Madeira, carvão vegetal e obras de madeira; cortiça e suas obras; obras de espartaria ou de cestaria;
- Pastas de madeira ou de outras matérias fibrosas celulósicas; papel ou cartão para reciclar (desperdícios e aparas); papel e suas obras;
- Calçado, chapéus e artefactos de uso semelhante, guarda-chuvas, guarda-sóis, bengalas, chicotes e suas partes; penas preparadas e suas obras; flores artificiais; obras de cabelo;
- Pérolas naturais ou cultivadas, pedras preciosas ou semipreciosas e semelhantes, metais preciosos, metais folheados ou chapeados de metais preciosos, e suas obras; bijuteria; moedas;
- Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia ou cinematografia, medida, controlo ou de precisão; instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos; aparelhos de relojoaria; instrumentos musicais; suas partes e acessórios;
- Armas e munições; suas partes e acessórios;
- Objetos de arte, de coleção e antiguidades.

As importações de maior valor encontram-se distribuídas como mostra a figura seguinte (Figura 21 - Principais importações por grandes grupos de produtos | Algarve | 2021), que evidencia que a estrutura das

importações, por grupos de produtos, é muito semelhante à das exportações, no ano de 2021. Os grupos de produtos com maior representatividade nas importações da economia algarvia são animais vivos e produtos do reino animal (68 894 402 euros), máquinas e aparelhos, material elétrico, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios (48 279 749 euros) e produtos do reino vegetal (36 735 549 euros). Destaca-se ainda que as três principais categorias de produtos são as mesmas, mas apenas nos produtos do reino vegetal o saldo é positivo.

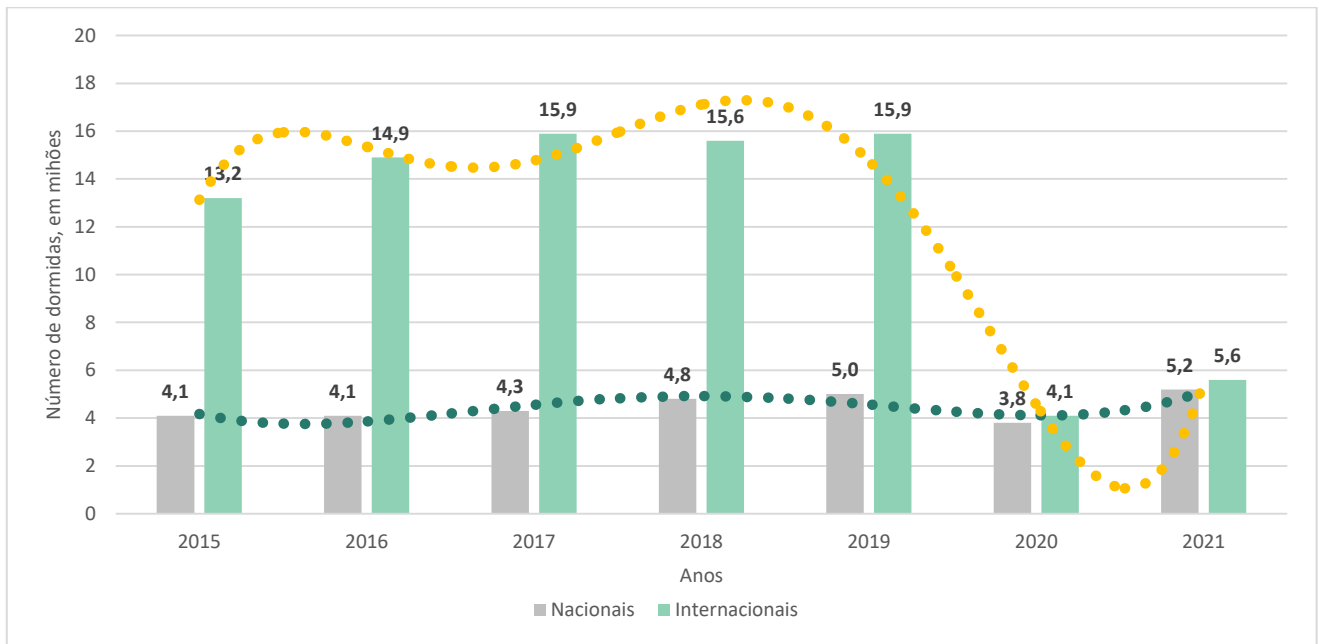
Figura 21 - Principais importações por grandes grupos de produtos | Algarve | 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2022

Relativamente aos serviços, e mais concretamente em relação ao turismo, é possível apurar alguns indicadores que evidenciam a queda abrupta que este setor sofreu face aos efeitos da pandemia. Destaca-se ainda que é um setor que traz agentes de consumo para outros subsectores, como é o caso do comércio tradicional em áreas diversificadas, da restauração, entre outros, pelo que afeta a economia de toda a região. Assim, numa primeira análise, a evolução do número de dormidas (com a distinção de proveniência nacional ou internacional) pode ser visualizada na figura seguinte (Figura 22 - Evolução do número de dormidas | Algarve | 2015 a 2021), que evidencia a diminuição registada em 2020 e em 2021, essencialmente pela grande redução do número de dormidas de hóspedes internacionais (em 2019 a região tinha registado 15,9 milhões de dormidas e em 2020 4,1 milhões, número que aumentou para 5,6 em 2021). As dormidas de hóspedes nacionais também registaram uma diminuição, embora menos acentuada, passando de 5,0 milhões em 2019 para 3,8 milhões em 2020 e para 5,2 milhões em 2021.

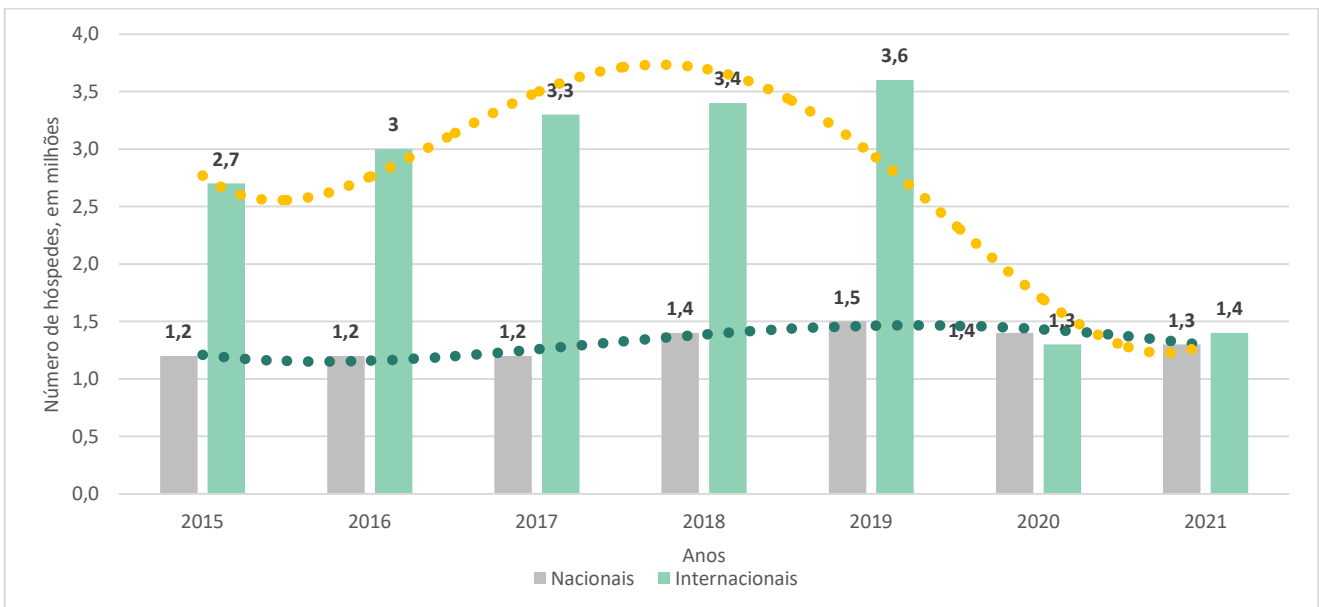
Figura 22 - Evolução do número de dormidas | Algarve | 2015 a 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Travel BI Turismo de Portugal, 2022

A evolução do número de hóspedes, de forma lógica, manifestou um comportamento semelhante ao explicado para o número de dormidas, com uma redução muito acentuada no número de hóspedes de proveniência internacional e um pouco menos acentuada nos de proveniência nacional. O comportamento apresentado por este indicado encontra-se descrito na Figura 23 - Evolução do número de hóspedes | Algarve | 2015 a 2021.

Figura 23 - Evolução do número de hóspedes | Algarve | 2015 a 2021

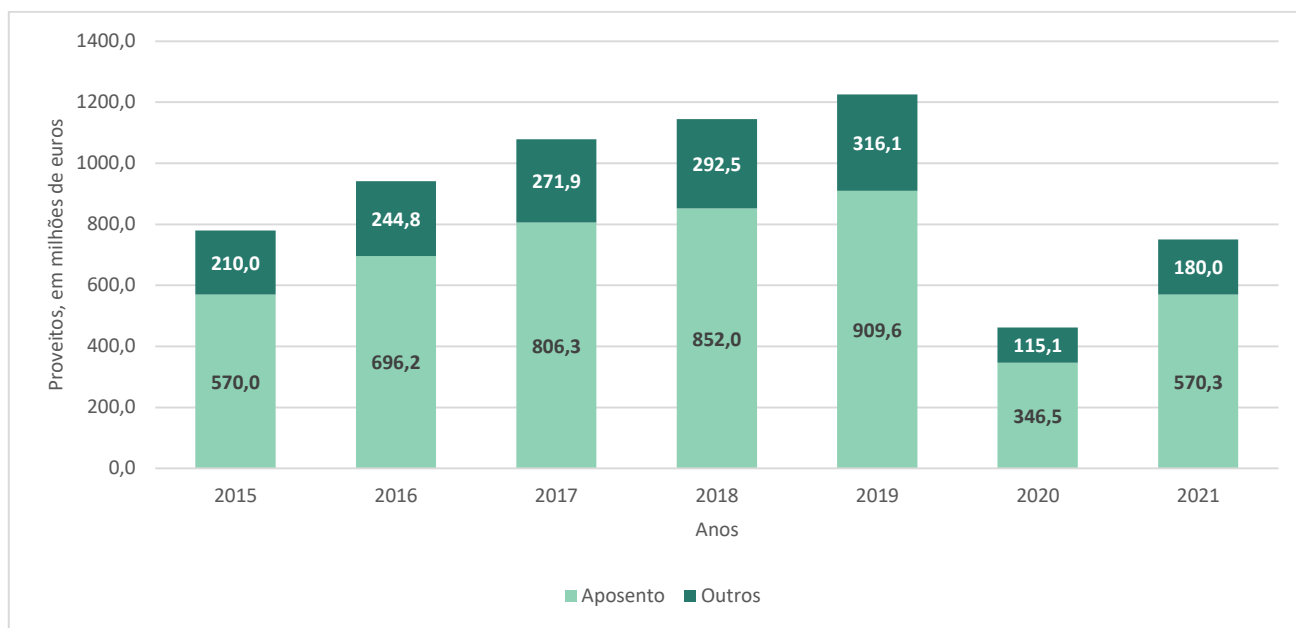


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Travel BI Turismo de Portugal, 2022

Esta diminuição do número de hóspedes e no número de dormidas refletiu-se nos proveitos que, à semelhança dos indicadores anteriores, também registaram uma diminuição sem precedentes. Neste caso,

consideraram-se os proveitos resultantes de aposentos e a categoria outros³. A sua evolução pode ser observada na figura seguinte:

Figura 24 - Evolução dos proveitos (resultantes do número de hóspedes) | Algarve | 2015 a 2021



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Travel BI Turismo de Portugal, 2022

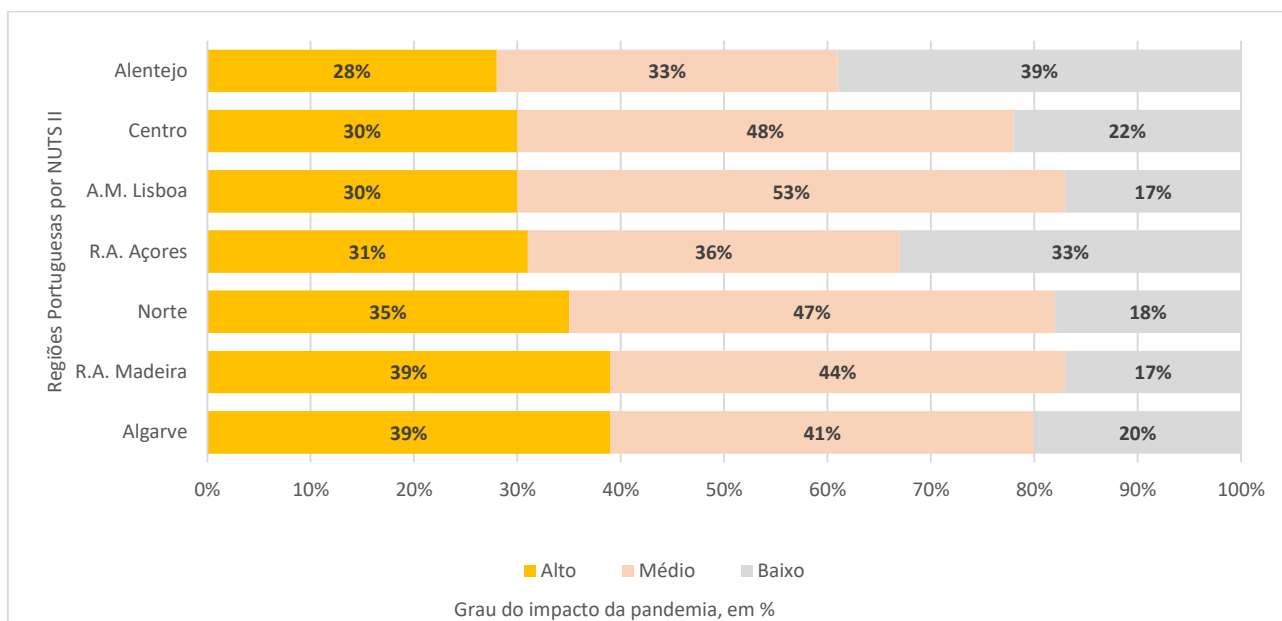
Impacto da pandemia SARS-CoV-2

Apesar de os efeitos da pandemia se sentirem em praticamente todos os setores de atividade e em todas as regiões do país, indiscutivelmente, o setor que viu a sua atividade mais afetada foi o turismo (compreendendo a hotelaria, restauração e similares) e, conseqüentemente, em termos geográficos, as regiões que dele têm uma maior dependência também sentiram os efeitos da crise com maior intensidade. Como tal, toda a região do Algarve encontra-se fortemente afetada. De acordo com a informação divulgada em abril de 2021⁴, as restrições devido à pandemia (por exemplo, restrições à circulação, restrições horárias e de número de clientes em simultâneo nos estabelecimentos, restrições à circulação e pontes aéreas entre países, entre outras) fazem sentir efeitos mais graves nas empresas que atuam nos setores do alojamento, restauração e similares, transportes, retalho e serviços gerais. Estas restrições afetaram aproximadamente 194 000 empresas que desenvolvem a sua atividade em setores com maior exposição às limitações impostas. O Algarve, devido à composição da sua estrutura empresarial foi, indubitavelmente, uma das regiões mais afetadas, tal como se pode observar na figura seguinte, que evidencia o impacto da pandemia SARS-CoV-2 com desagregação por NUTS II, ou seja, para as sete regiões portuguesas.

³ A categoria "outros" inclui proveitos de restauração e outros decorrentes da própria atividade, como aluguer de salas, lavandaria, telefone, etc.

⁴ De acordo com o relatório *Informa Business by Data*.

Figura 25 - Impacto da pandemia SARS-Cov-2 | Regiões Portuguesas | 2020



Fonte: Adaptado de *Informa Business by Data*, 2021

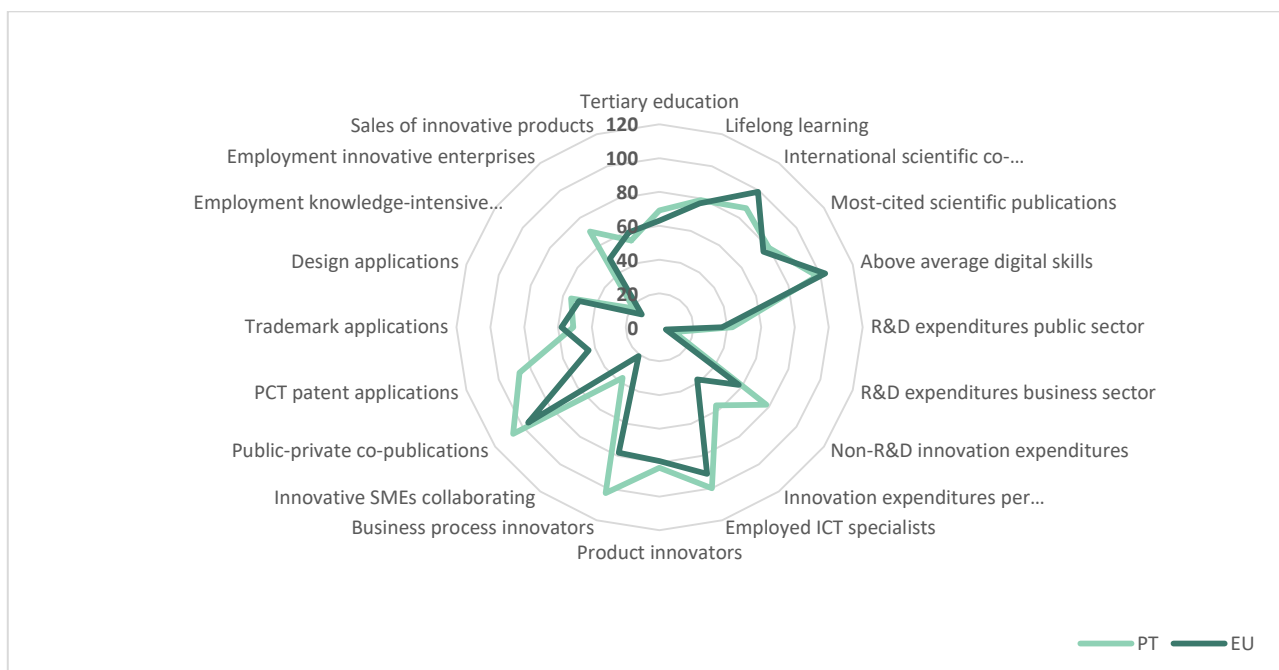
1.5 Potencial de inovação (Regional Innovation Scoreboard, Investimento em I&D, etc.)

Para avaliar o potencial de inovação da região, recorreu-se ao Regional Innovation Scoreboard - RIS (Painel de Avaliação Regional) 2021, que consiste numa extensão do European Innovation Scoreboard - EIS (Painel Europeu de Inovação), e que tem como objetivo avaliar o desempenho em termos de inovação das regiões europeias com base em determinados indicadores. O RIS 2021 fornece uma avaliação comparativa da inovação regional, com base na metodologia do painel de avaliação da inovação europeia, usando 21 dos 32 indicadores deste último, facultando uma análise mais detalhada dos grupos de desempenho com dados contextuais, que podem ser utilizados para analisar e comparar diferenças estruturais económicas, comerciais e sociodemográficas entre as regiões selecionadas. No ano de 2019, o Algarve atingiu o nível moderado de inovação (*Moderate Innovator*). No entanto, alguns dos indicadores considerados eram superiores à média europeia⁵. Em 2021, o Algarve é já considerado como uma zona com um nível de inovação emergente (*Emerging Innovator +*), uma vez que o desempenho relativo à inovação tem crescido 4,9%. Do documento RIS 2021⁶ constam os pontos fortes da região algarvia, comparativamente a Portugal e à União Europeia, que podem ser observados na figura seguinte (Figura 26 - *Regional Innovation Scoreboard* | Algarve | 2021).

⁵ De acordo com o documento Estratégia de Desenvolvimento regional Algarve 2030.

⁶ *Regional Innovation Scoreboard 2021*

Figura 26 - Regional Innovation Scoreboard | Algarve | 2021



Fonte: Regional Innovation Scoreboard 2021

O mesmo relatório aponta também para possíveis diferenças estruturais como, por exemplo, o crescimento do PIB *per capita* (acima da média) e o emprego na indústria (que se situa abaixo da média). Por outro lado, o peso do emprego no comércio e serviços é mais elevado do que em Portugal e na União Europeia. Outra informação que podemos retirar da tabela é que o número médio de pessoas empregadas por empresa é menor, em termos médios, nas empresas algarvias do que em Portugal e na União Europeia, o que pode ser um preditor da pequena dimensão das empresas na região. Esta informação pode ser visualizada na tabela seguinte (Tabela 5 - Share de empregos em cada setor da região do Algarve comparativamente a Portugal e à UE).

Tabela 5 - Share de empregos em cada setor da região do Algarve comparativamente a Portugal e à UE

Share de empregos em	Algarve (PT15)	Portugal	União Europeia
Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (A) e Indústrias Extrativas (B)	4,5	5,1	4,6
Indústrias Transformadoras (C)	3,7	17,2	16,4
Energia (D), Água (E) e Construção (F)	7,8	7,5	8,2
Comércio e Serviços (G-N)	76,2	63,6	62,9
Administração pública (O-U)	7,8	6,5	7,1
Número médio de pessoas empregadas por empresa	2,5	3,4	5,2
PIB <i>per capita</i> (PPS)	27 600	24 700	31 200
Crescimento do PIB <i>per capita</i> (PPS)	5,95	3,77	3,21
Densidade populacional	89	113	109
Urbanização	72,3	76,5	75,3
Dimensão da população	440	10 300	446 450

Fonte: Regional Innovation Scoreboard 2021

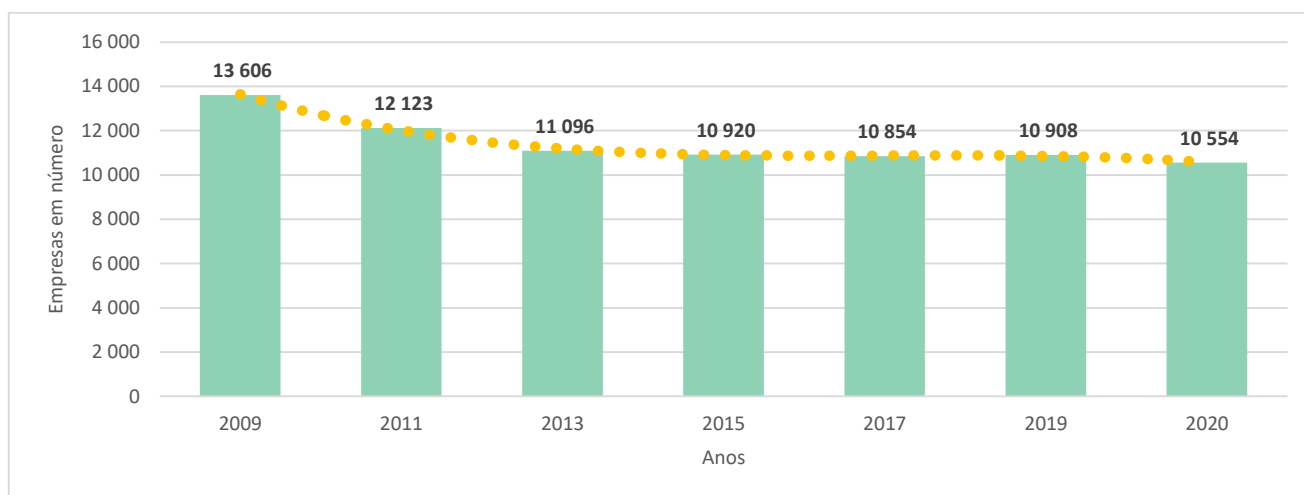
2. Caracterização das empresas de Comércio e Serviços no Algarve

2.1 Comércio

O primeiro indicador considerado para realizar a caracterização das empresas de comércio na região do Algarve é o número de empresas que se encontram a operar no âmbito da atividade comércio por grosso e a retalho, correspondente à secção G de acordo com a Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (Rev. 3.0). Esta secção engloba todas as formas de comércio e também a reparação de veículos automóveis e motociclos. Sem entrar em muito detalhe, as divisões desta secção compreendem o comércio, reparação e manutenção de veículos automóveis e motociclos (Divisão 45), o comércio por grosso e seus agentes (Divisão 46) e o comércio a retalho (Divisão 47).

Na figura seguinte (Figura 26 - Número de empresas | Comércio | Algarve | 2009 a 2020) encontra-se a evolução do número de empresas, a operar na região do Algarve, entre os anos de 2009 e 2019, na área do comércio. O ano em que o número destes agentes económicos em atividade teve um registo mais elevado foi, efetivamente, 2009, com 13 606 empresas a operar neste setor. O período compreendido entre 2011 e 2017 viu descer, de forma contínua e acentuada, o número de empresas a operar nesta área e, finalmente, antes de 2019 essa tendência inverteu-se. Assim, neste ano havia 10 908 empresas a operar com CAE pertencente à secção G. No ano de 2020 ocorreu uma diminuição das empresas a operar neste setor de atividade de 354 unidades; ascendendo o número de empresas a 10 554, neste ano.

Figura 27 - Número de empresas | Comércio | Algarve | 2009 a 2020

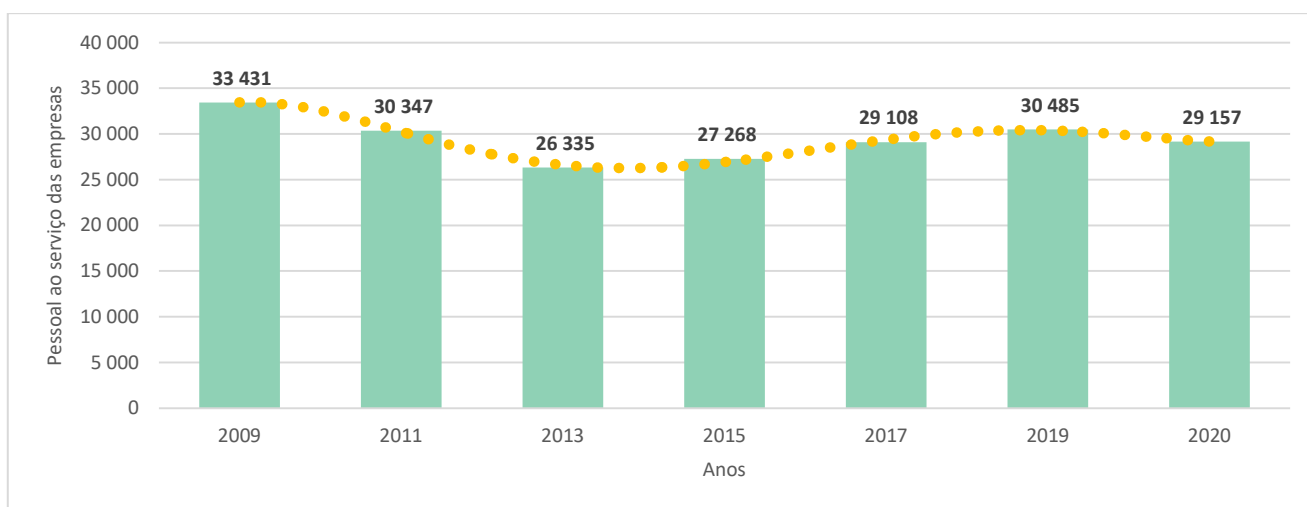


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

O número médio de pessoas ao serviço nestas empresas não oscilou muito, entre 2009 e 2020. Efetivamente, esse indicador apresenta um valor semelhante ao já anteriormente analisado para a globalidade das empresas da região. Ou seja, apenas para o subgrupo das empresas do comércio, o seu valor oscilou entre 2,5 e 2,8 pessoas ao serviço, tendo no ano de 2013 sido registado o valor de 2,3, que é o mais baixo desta série. O facto de, no ano de 2019, as empresas terem em média 2,8 pessoas ao serviço significa que, apesar do número de empresas ter diminuído, as que permaneceram em atividade, aumentaram (em termos médios) o seu número de colaboradores. No ano de 2020 esse número mantém-se.

Se analisarmos o número global de trabalhadores que se encontra a trabalhar no comércio, a sua evolução é consistente com os dados anteriormente apresentados, acompanhando também a tendência evolutiva do número de empresas em atividade e pode ser visualizada na figura seguinte (Figura 28 - Pessoal ao serviço das empresas | Comércio | Algarve | 2009 a 2020). Depois de um decréscimo do número de pessoas a trabalhar em empresas desta área, nos anos de 2011 e 2013, a partir de 2015 este número começa a aumentar. Assim, no ano de 2019 havia 30 485 pessoas ao serviço das empresas de comércio. Uma vez mais, no ano de 2020 assistiu-se a uma diminuição do pessoal ao serviço das empresas no comércio para 29 157 trabalhadores e trabalhadoras.

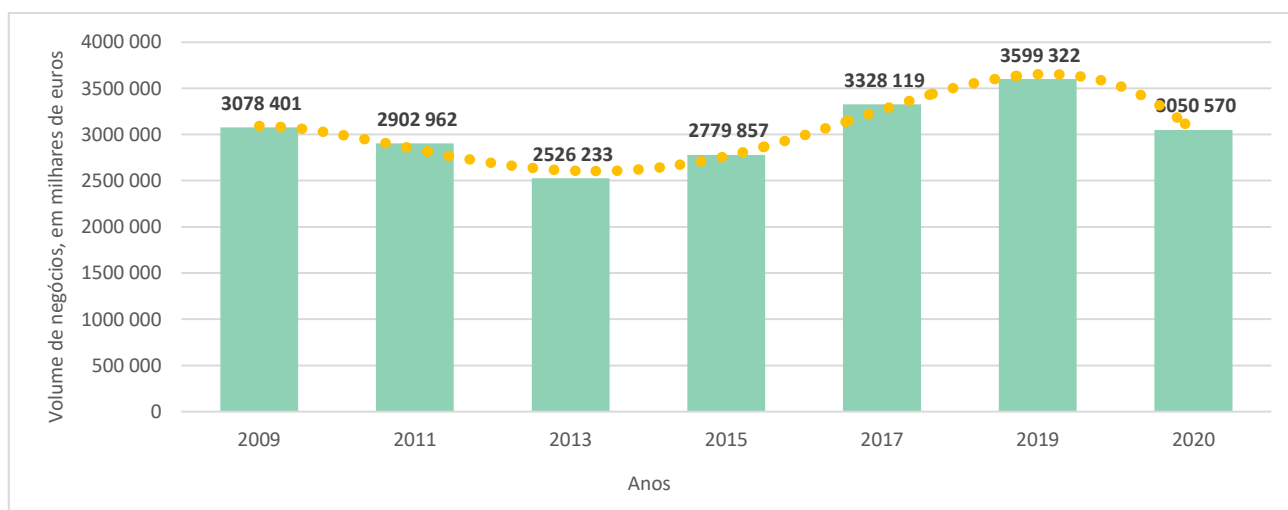
Figura 28 - Pessoal ao serviço das empresas | Comércio | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A figura seguinte (Figura 29 - Volume de negócios total | Comércio | Algarve | 2009 a 2020) mostra os dados do volume de negócios global das empresas deste setor. A tendência evolutiva é semelhante à dos indicadores anteriores. Destaca-se, no entanto, que no primeiro ano de análise o volume total de negócios destas empresas foi de 3 078 401 milhares de euros, enquanto em 2019 foi de 3 599 322 milhares de euros. Em 2020 ocorreu uma diminuição acentuada deste valor, para 3 050 570 milhares de euros.

Figura 29 - Volume de negócios total | Comércio | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Perante os dados já tratados, elaborou-se a tabela seguinte (Tabela 6 - Volume médio de negócios por empresa | Comércio | Algarve | 2009 a 2020), que destaca os valores do volume médio de negócios por empresa, no setor do comércio. Desta forma, observa-se que o ano em que este indicador assumiu um valor mais baixo foi 2009 (226 milhares de euros de volume médio de negócios por empresa), sendo 2019 o ano com um valor mais elevado (329 milhares de euros de volume médio de negócios por empresa). O ano de 2020 foi também pautado por uma diminuição deste indicador, que ascendeu a 289 milhares de euros.

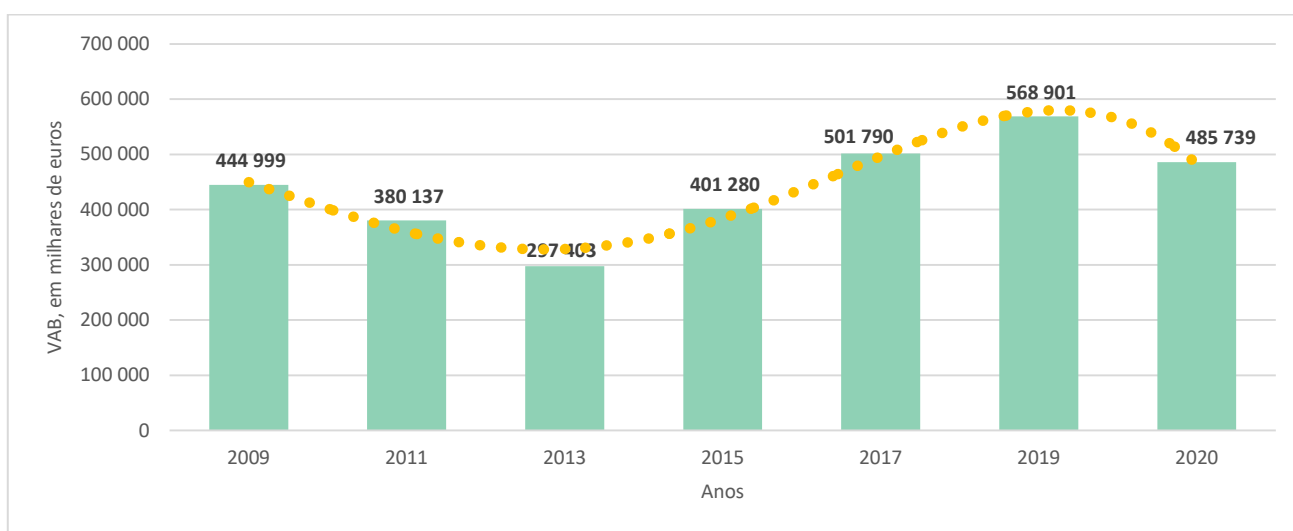
Tabela 6 - Volume médio de negócios por empresa | Comércio | Algarve | 2009 a 2020

Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Volume de negócios global	3 078 401	2 902 962	2 526 233	2 779 857	3 328 119	3 599 322	3 050 570
Número de empresas	13 606	12 123	11 096	10 920	10 854	10 908	10 554
Volume médio de negócios por empresa	226	239	227	254	306	329	289

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

Paralelamente ao volume de negócios, outro indicador que é importante analisar é o Valor Acrescentado Bruto (VAB). Assim, uma vez mais, este indicador segue uma tendência semelhante a todos os anteriores. O ano em que as empresas do setor do comércio apresentam um VAB mais baixo é 2013, com 297.403 milhares de euros e 2019, o valor mais elevado, 2019, com 568 901 milhares de euros. No ano de 2020 este indicador diminuiu para 485 739 milhares de euros.

Figura 30 - VAB total | Comércio | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Para chegarmos ao valor do VAB médio por empresa, executamos um procedimento semelhante ao do cálculo do volume médio de negócios por empresa que, neste caso, consistiu na divisão do VAB pelo número de empresas a operar no setor. Esta informação encontra-se descrita na tabela seguinte (Tabela 7 - VAB médio por empresa | Comércio | Algarve | 2009 a 2020):

Tabela 7 - VAB médio por empresa | Comércio | Algarve | 2009 a 2020

Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
------	------	------	------	------	------	------	------

VAB	444 999	380 137	297 403	401 280	501 790	568 901	485 739
Número de empresas	13 606	12 123	11 096	10 920	10 854	10 908	10 554
VAB médio por empresa	33	31	27	37	46	52	46

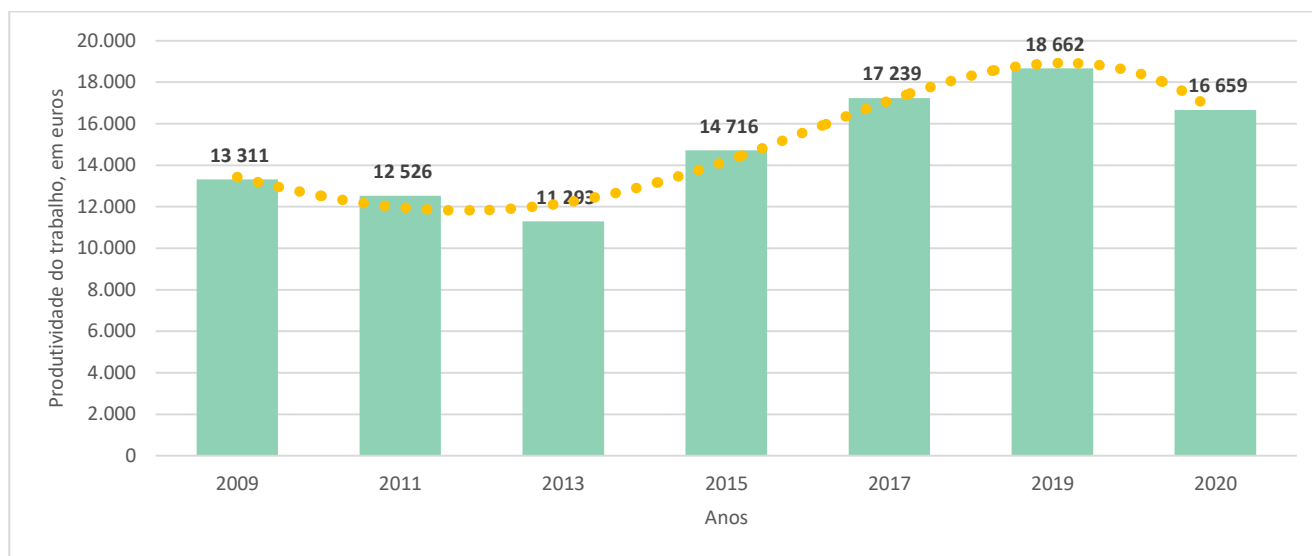
Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

Pela análise dos valores da tabela percebemos que cada empresa do setor do comércio teve em 2019 um Valor Acrescentado Bruto de 52 milhares de euros, tendo esse valor diminuído para 46 milhares de euros, em 2020. Uma vez mais, os dados são consistentes com todos os anteriormente aqui descritos e o ano que apresenta um valor mais baixo é 2013, com um VAB médio por empresa de 27 milhares de euros.

A produtividade do trabalho consiste na relação entre a produção (em valor ou em quantidade) relativamente ao *input* do trabalho (que poderá ser medido, por exemplo, em número de horas trabalhadas ou em número de trabalhadores).

Clarificando o conceito e a forma como se procedeu à sua determinação, consideramos a produtividade aparente do trabalho como a riqueza que se obtém na produção de bens ou serviços por trabalhador. Frequentemente, simplifica-se a expressão, referindo-a como produtividade do trabalho ou, simplesmente, produtividade. A evolução deste indicador explicita-se no gráfico seguinte (Figura 31 - Produtividade do trabalho | Comércio | Algarve | 2009 a 2020). Também o ano de 2013 foi o que apresentou um valor mais baixo (uma produtividade do trabalho de 11 293 euros por trabalhador), enquanto 2019 registou o valor mais elevado (18 662 euros por trabalhador), para o setor do comércio. No ano de 2020, este indicador registou uma diminuição, tendo sido o seu valor de 16 659 euros.

Figura 31 - Produtividade do trabalho | Comércio | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

2.2 Serviços

Para a elaboração da análise relativa ao setor dos serviços foram agregadas as seguintes subcategorias:

- Transporte armazenagem;

- Alojamento, restauração e similares;
- Atividades de informação e comunicação;
- Atividades imobiliárias;
- Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares;
- Atividades administrativas e dos serviços de apoio;
- Outras atividades de serviços.

Seguidamente, na tabela 8, descreve-se o âmbito de cada uma das atividades:

Tabela 8 - Serviços | Designação das atividades | Secção | Descrição

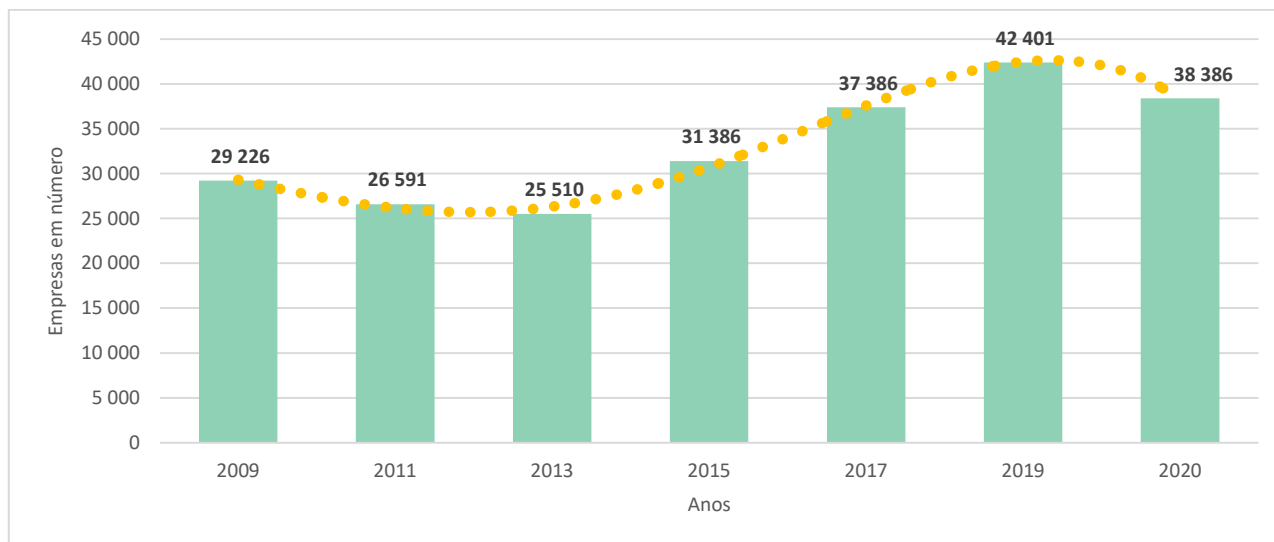
Designação da atividade	Secção	Descrição
Transporte armazenagem	H	Inclui, para além do transporte propriamente dito, um conjunto vasto de atividades mais ou menos associadas ao transporte (armazenagem, manuseamento de carga, gestão de infraestruturas de transportes, organização do transporte, etc.) e também atividades postais e de <i>courier</i>
Alojamento, restauração e similares	I	Considera-se o alojamento de curta duração e engloba, quer as unidades hoteleiras, quer outros locais de curta duração, a restauração (restaurantes e similares), que compreende os restaurantes propriamente ditos, casas de pasto, estabelecimentos de bebidas e similares em que a alimentação e as bebidas são consumidas, regra geral, no próprio local, assim como cantinas e fornecimentos de refeições ao domicílio (<i>catering</i>)
Atividades de informação e comunicação	J	Agrega serviços no âmbito da edição, impressão e reprodução de suportes de informação gravados, telecomunicações, atividades informáticas e conexas, atividades recreativas, culturais e desportivas e também outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas
Atividades imobiliárias	L	Inclui as atividades imobiliárias, como as ações de compra, venda, arrendamento, administração e mediação imobiliária
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	M	Agrega um conjunto de atividades com um elevado nível de especialização e de conhecimentos, como por exemplo, atividades de I&D, mas também outras atividades com elevada especialização
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	N	Engloba um conjunto de atividades de apoio geral às operações das empresas e que incidem sobre a transferência de conhecimento especializado, como por exemplo, agências de viagens e turismo, aluguer de máquinas e de equipamentos sem pessoal, bens pessoais e domésticos e outras atividades de serviços prestados, principalmente, às empresas
Outras atividades de serviços	S	Inclui atividades associativas e a reparação de bens de uso pessoal e doméstico; compreende as atividades dos serviços pessoais não incluídos noutras secções

Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (Rev. 3.0)

O primeiro indicador a considerar para a análise do setor dos serviços na economia algarvia é a evolução do número de empresas, pertencentes a cada uma destas atividades, entre 2009 e 2020. Assim, e considerando a globalidade de empresas que operam no âmbito dos serviços, observa-se que estas seguiram uma tendência semelhante à anteriormente descrita, com um decréscimo de atividade (neste caso em número de entidades)

entre 2011 e 2013, seguida de uma recuperação. Assim, no ano de 2009 encontravam-se registadas no Algarve 29 226 empresas, número que aumentou, em 2019, para 43 401 empresas, tendo diminuído para 38 386, em 2020, tal como mostra a figura 32.

Figura 32 - Número de empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Quando analisamos por tipo de serviço, de acordo com a distinção atrás descrita, observa-se que a atividade mais representativa, tanto em 2009 como em 2020 é o alojamento, restauração e similares com, respetivamente, 8 235 e 12 199 empresas em atividade. Esta atividade, em número de empresas, foi também a que evidenciou um maior crescimento, mas que também o que sofreu uma maior diminuição (3 465 empresas) no ano de 2020. Por outro lado, a menos representativa deste conjunto é a que engloba as empresas que desenvolvem atividades de informação e comunicação, sendo que em 2020 existiam apenas 691 empresas a operar nesta atividade. Esta informação encontra-se na tabela seguinte (Tabela 9 - Evolução do número de empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020).

Tabela 9 - Evolução do número de empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

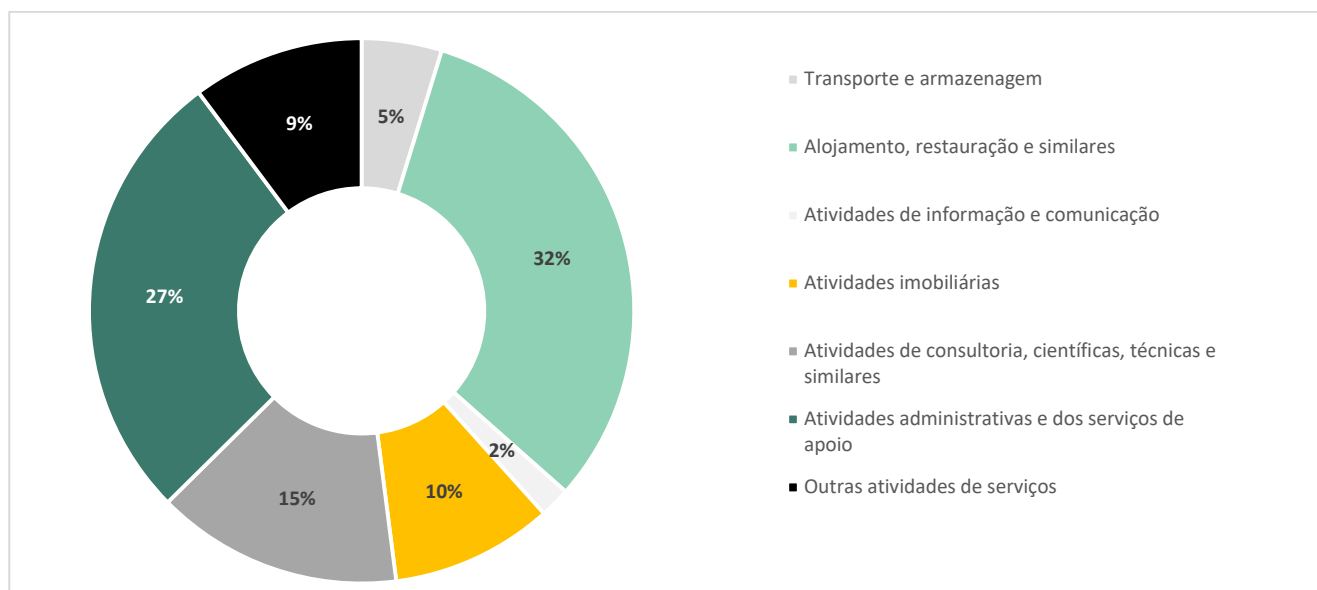
Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Transporte e armazenagem	1 015	971	945	956	1 044	1 586	1 826
Alojamento, restauração e similares	8 235	7 829	7 635	11 210	13 596	15 664	12 199
Atividades de informação e comunicação	489	451	450	500	548	661	691
Atividades imobiliárias	2 685	2 436	2 293	2 597	3 206	3 729	3 698
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	5 220	4 684	4 344	4 663	5 178	5 539	5 617
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	8 098	7 176	6 996	8 392	10 261	11 271	10 438
Outras atividades de serviços	3 484	3 044	2 847	3 068	3 553	3 951	3 917
Total	29 226	26 591	25 510	31 386	37 386	42 401	38 386

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Ao analisarmos os dados em termos percentuais, observa-se que, no ano de 2020, e tal como mostra a Figura 33 - Distribuição das empresas por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020, a atividade mais

representativa foi o alojamento, restauração e similares (que representa 32% do número total de empresas em atividade na economia algarvia), seguida das atividades administrativas e dos serviços de apoio (com 27%).

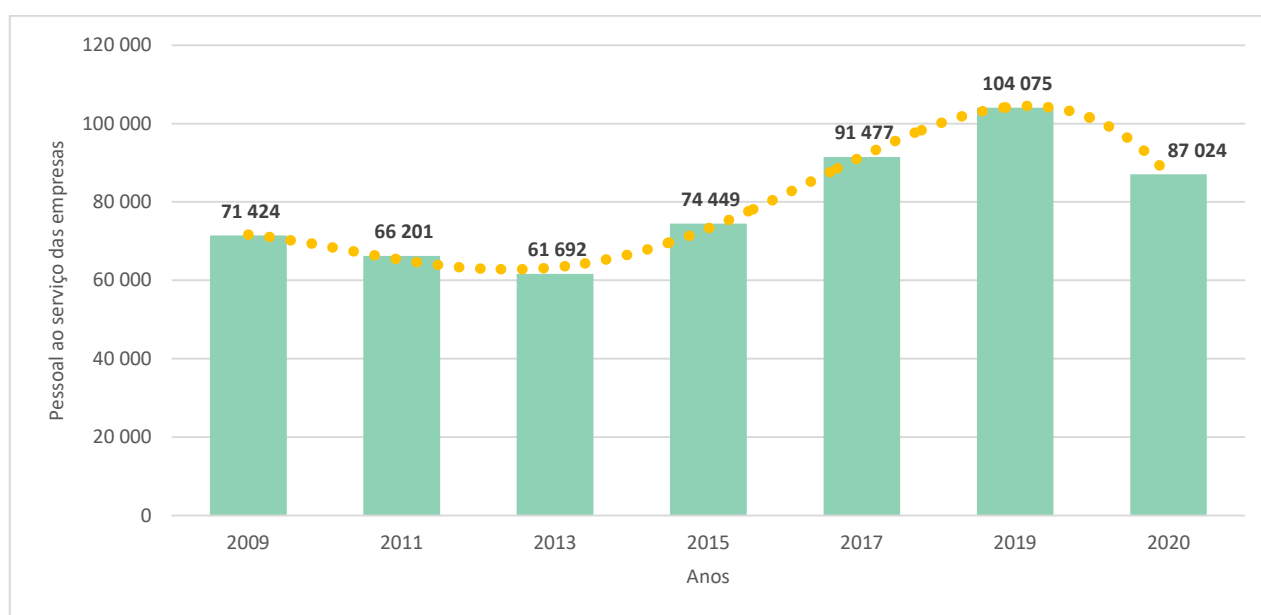
Figura 33 - Distribuição das empresas por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

O número de pessoas que trabalhavam em empresas associadas aos serviços seguiu uma tendência semelhante. Na globalidade dos subsetores, em 2009 estas empresas empregavam 71 424 pessoas e, em 2019, 104 075 pessoas. Em 2020, perderam-se 17 051 postos de trabalho nestas atividades, tendo o número total de trabalhadores diminuído para 87 024, tal como se pode observar na Figura 34 - Pessoal ao serviço das empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020.

Figura 34 - Pessoal ao serviço das empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A desagregação por subatividade do pessoal que trabalha nas empresas dos serviços encontra-se descrita na tabela seguinte (Tabela 10 - Evolução do pessoal ao serviço das empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020).

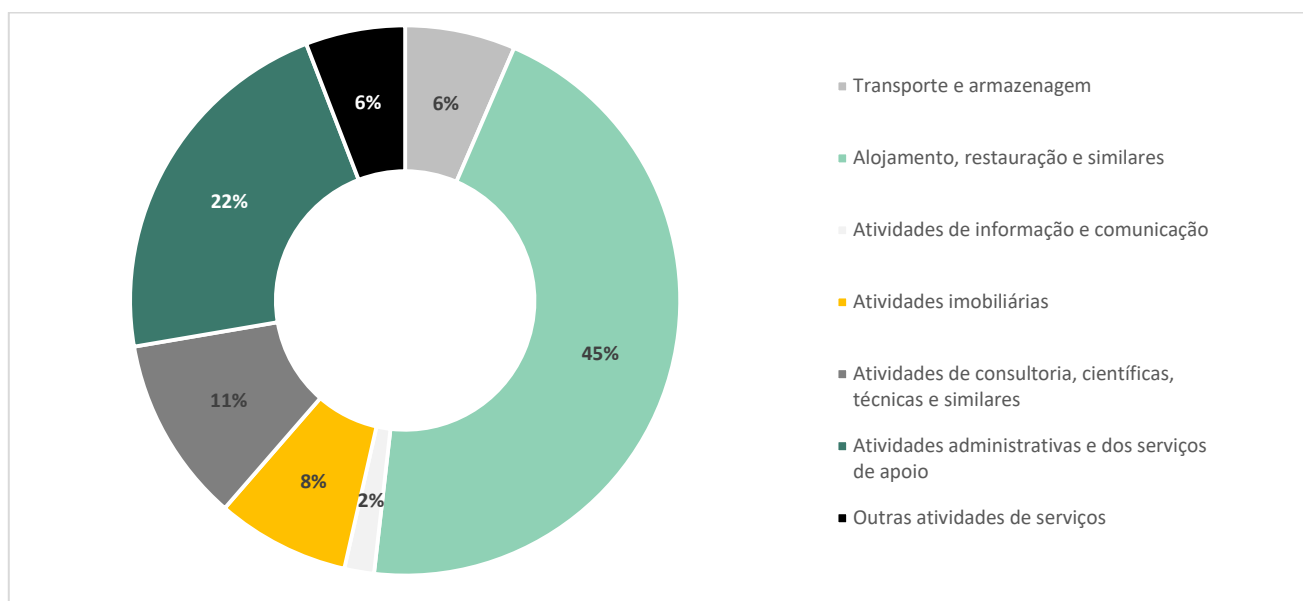
Tabela 10 - Evolução do pessoal ao serviço das empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Transporte e armazenagem	4 003	4 355	3 709	4 120	4 722	5 819	5 645
Alojamento, restauração e similares	32 501	31 065	29 127	35 960	43 394	48 546	39 443
Atividades de informação e comunicação	993	859	808	964	1 144	1 456	1 517
Atividades imobiliárias	6 299	4 977	4 624	5 347	6 559	7 651	6 815
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	8 452	7 674	6 984	7 718	8 799	9 740	9 511
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	14 366	12 936	12 563	16 135	22 091	25 479	18 998
Outras atividades de serviços	4 810	4 335	3 877	4 205	4 768	5 384	5 095
Total	71 424	66 201	61 692	74 449	91 477	104 075	87 024

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Em termos percentuais, no ano de 2020, a distribuição das pessoas a trabalhar nas empresas de serviços era a que se encontra na Figura 35 - Distribuição das pessoas ao serviço das empresas por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020, e que evidencia o facto de ser o alojamento, restauração e similares que empregam quase metade da totalidade de pessoas ao serviço (45%), seguido das atividades administrativas e dos serviços de apoio (22%), mas esta com muito menor representatividade.

Figura 35 - Distribuição das pessoas ao serviço das empresas por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Em termos médios, a distribuição do número de pessoas ao serviço nas empresas é também variável, consoante o setor de atividade, embora seja, em termos médios e globais, muito aproximado do número encontrado para o setor do comércio. Assim, através da leitura da Tabela 11 - Evolução do número médio de pessoas ao serviço nas empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020, observa-se que as empresas que operam nas subatividades de transporte e armazenagem e também de alojamento, restauração e similares empregam, em termos médios mais pessoas, do que as empresas dos restantes subsectores.

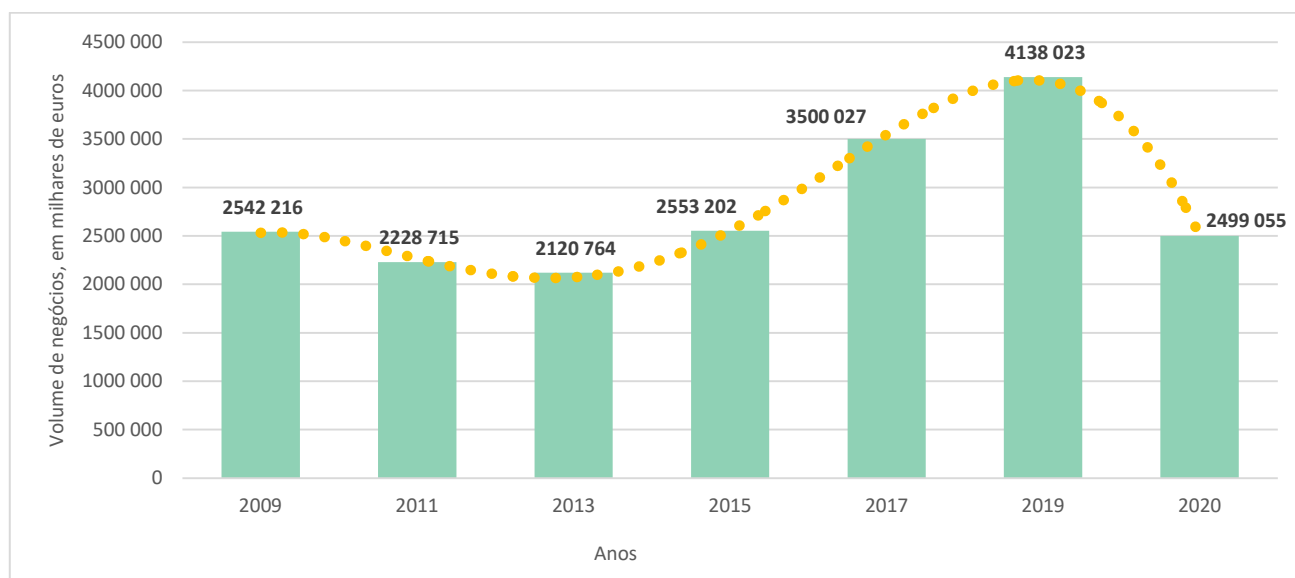
Tabela 11 - Evolução do número médio de pessoas ao serviço nas empresas | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Transporte e armazenagem	3,9	4,5	3,9	4,3	4,5	3,7	3,1
Alojamento, restauração e similares	3,9	4,0	3,8	3,2	3,2	3,1	3,2
Atividades de informação e comunicação	2,0	1,9	1,8	1,9	2,1	2,2	2,2
Atividades imobiliárias	2,3	2,0	2,0	2,1	2,0	2,1	1,8
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	1,6	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8	1,7
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	1,8	1,8	1,8	1,9	2,2	2,3	1,8
Outras atividades de serviços	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3
Média	2,4	2,5	2,3	2,4	2,4	2,4	2,2

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

O volume de negócios das empresas dos serviços, na sua globalidade, seguiu uma tendência semelhante ao das empresas do comércio e dos restantes indicadores analisados. No entanto, e apesar de ter partido de um valor mais baixo em 2009 (2 542 216 milhares de euros), comparativamente ao comércio, a sua recuperação foi mais acentuada e este setor atingiu um volume de negócios de 4 138 023 milhares de euros em 2019. Contudo, e no alinhamento do que foi anteriormente indicado, o volume de negócios das empresas não financeiras do conjunto dos serviços indicados, em 2020, sofreu uma grande quebra, posicionando-se o seu valor em 2 499 055 milhares de euros, o que reflete o enorme abrandamento da atividade económica destas subactividades com a pandemia.

Figura 36 - Volume de negócios total | Serviços | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

A evolução deste indicador, com a desagregação por subatividade, encontra-se descrita na tabela seguinte (Tabela 12 - Evolução do volume de negócios por subatividade | Serviços | Algarve | 2009 a 2020), cujos valores se encontram em milhares de euros. A subatividade que mais tem contribuído para o valor global, no período em análise, é o alojamento, restauração e similares, com 2 193 995 milhares de euros, no ano de 2019. No entanto, o seu contributo diminuiu para 1 116 228 em 2020. A esta subatividade seguem-se as

atividades administrativas e dos serviços de apoio, cujo volume de negócios, em 2019, ascenderam a 731 808 milhares de euros, em 2019, tendo, no entanto, diminuído para 363 718 em 2020. Uma outra subatividade, que apesar de ter diminuído em volume de negócios, não sofreu um abrandamento tão acentuado, é a que integra as atividades imobiliárias cujo volume de negócios, em 2020, ascendeu a 424 172 milhares de euros.

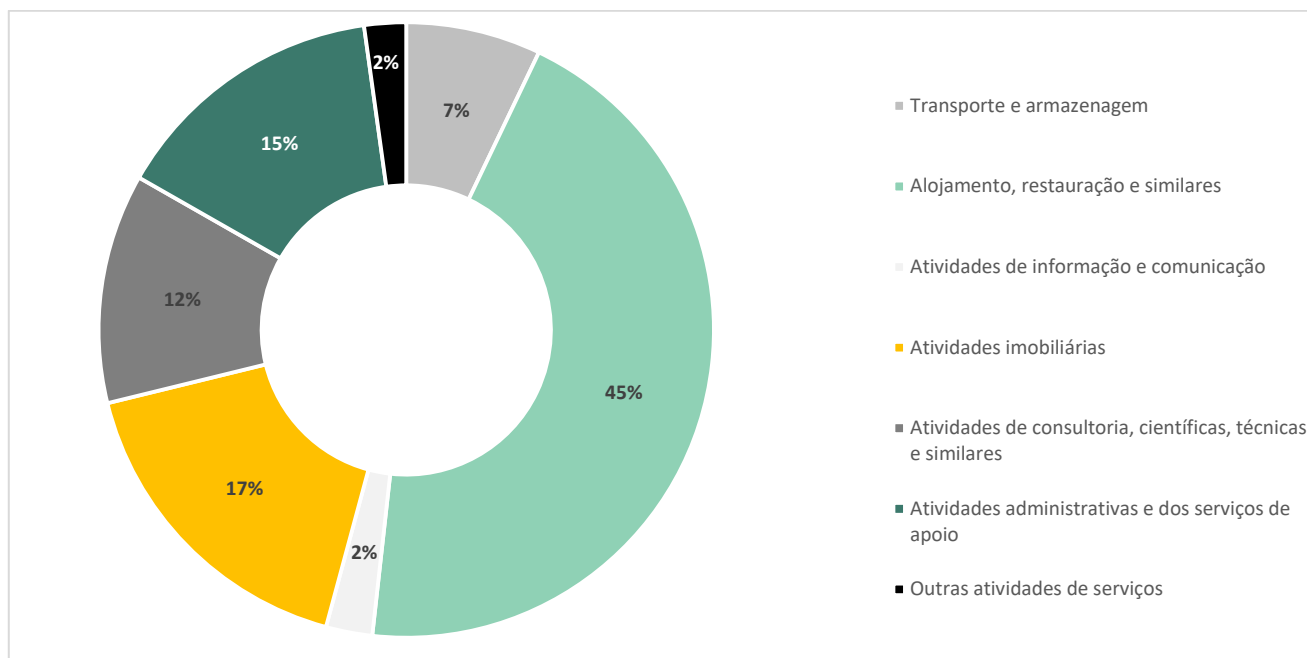
Tabela 12 - Evolução do volume de negócios por subatividade | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Transporte e armazenagem	171 346	174 768	161 864	178 679	212 082	251 417	177398
Alojamento, restauração e similares	1 118 382	1 152 250	1 078 509	1 351 363	1 862 387	2 193 995	1116228
Atividades de informação e comunicação	30 103	27 527	27 395	32 486	43 344	57 147	60907
Atividades imobiliárias	495 180	242 349	192 347	277 460	453 454	512 605	424172
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	220 454	193 062	163 226	202 529	268 086	315 495	301717
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	432 495	380 606	448 978	454 513	592 676	731 808	363718
Outras atividades de serviços	74 256	58 153	48 445	56 172	67 998	75 556	54915
Total	2 542 216	2 228 715	2 120 764	2 553 202	3 500 027	4 138 023	2 499 055

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

Em termos percentuais e apenas para o ano de 2020, o volume de faturação distribui-se de acordo com a informação constante da Figura 37 - Distribuição do volume de negócios por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020, através da qual se percebe que as atividades de alojamento, restauração e similares aportavam 45% ao volume total de faturação do setor dos serviços.

Figura 37 - Distribuição do volume de negócios por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

À semelhança da análise realizada para o setor do comércio, elaborou-se a Tabela 13 - Volume médio de negócios por empresa | Serviços | Algarve | 2009 a 2020, que destaca os valores do volume médio de negócios por empresa, no setor dos serviços. Desta forma, observa-se que o ano em que este indicador assumiu um valor mais baixo foi 2020 (65 milhares de euros de volume médio de negócios por empresa),

sendo 2019 o ano com um valor mais elevado (98 milhares de euros de volume médio de negócios por empresa).

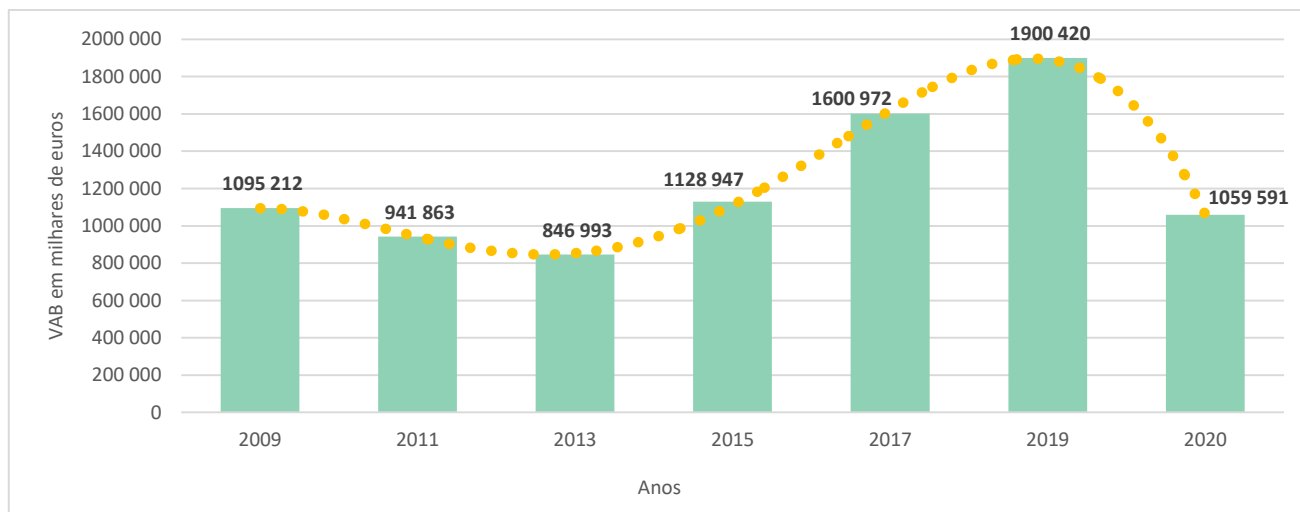
Tabela 13 - Volume médio de negócios por empresa | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Volume de negócios global	2 542 216	2 228 715	2 120 764	2 553 202	3 500 027	4 138 023	2 499 055
Número de empresas	29 226	26 591	25 510	31 386	37 386	42 401	38 386
Volume médio de negócios por empresa	87	84	83	81	94	98	65

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

A figura seguinte (Figura 38 - VAB total | Serviços | Algarve | 2009 a 2020) evidencia a evolução do Valor Acrescentado Bruto das empresas dos serviços (para a globalidade de todas as subatividades consideradas na análise). Comparativamente aos dados obtidos para o conjunto de empresas do setor do comércio, no caso das empresas dos serviços, os valores são bastante mais elevados, tendo também o seu crescimento sido mais acentuado entre os anos de 2013 e 2019, seguindo-se uma drástica diminuição em 2020. Assim, em 2013, ano em que se registou um valor mais baixo para este indicador, as empresas do comércio apresentaram um VAB de 297 403 milhares de euros, enquanto os serviços registaram 846 993 milhares de euros. Em 2019, este valor aumentou para 568.901 milhares de euros, no caso do comércio e para 1 900 420 milhares de euros, no caso dos serviços, tendo diminuído para 1 059 591 em 2020.

Figura 38 - VAB total | Serviços | Algarve | 2009 a 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Na tabela 14, podemos observar a evolução do VAB por subatividade do setor dos serviços. Todas as subatividades consideradas viram aumentado o valor para este indicador entre os anos de 2009 e 2019. Em contrapartida, este indicador sofreu uma redução entre 2019 e 2020, em todas estas subatividades, com a exceção das atividades de informação e comunicação que aumentaram o VAB. Destaca-se ainda que, em termos relativos, e apesar de partir de um valor baixo no ano de 2009 (12 828 milhares de euros, o valor mais baixo de cada uma das subatividades consideradas), o grupo de empresas que desenvolve atividades de informação e comunicação registou um maior incremento, pois em 2019 tinha um VAB de 30 138 milhares de

euros, ou seja, quase triplicou o seu valor relativamente a 2009. Em termos absolutos, e de forma concordante com os dados anteriormente apresentados, a subatividade que tinha um VAB mais elevado em 2009, mantendo essa liderança em 2019, foi o conjunto de empresas que desenvolve atividades inerentes ao alojamento, restauração e similares com, respetivamente, 502 349 milhares de euros e 1 021 910 milhares de euros. No entanto, em 2020, este conjunto de subatividades viu o seu VAB reduzido para menos de metade do ano anterior, ou seja, para 421 305 milhares de euros, o que evidencia a grave crise sentida pelo setor.

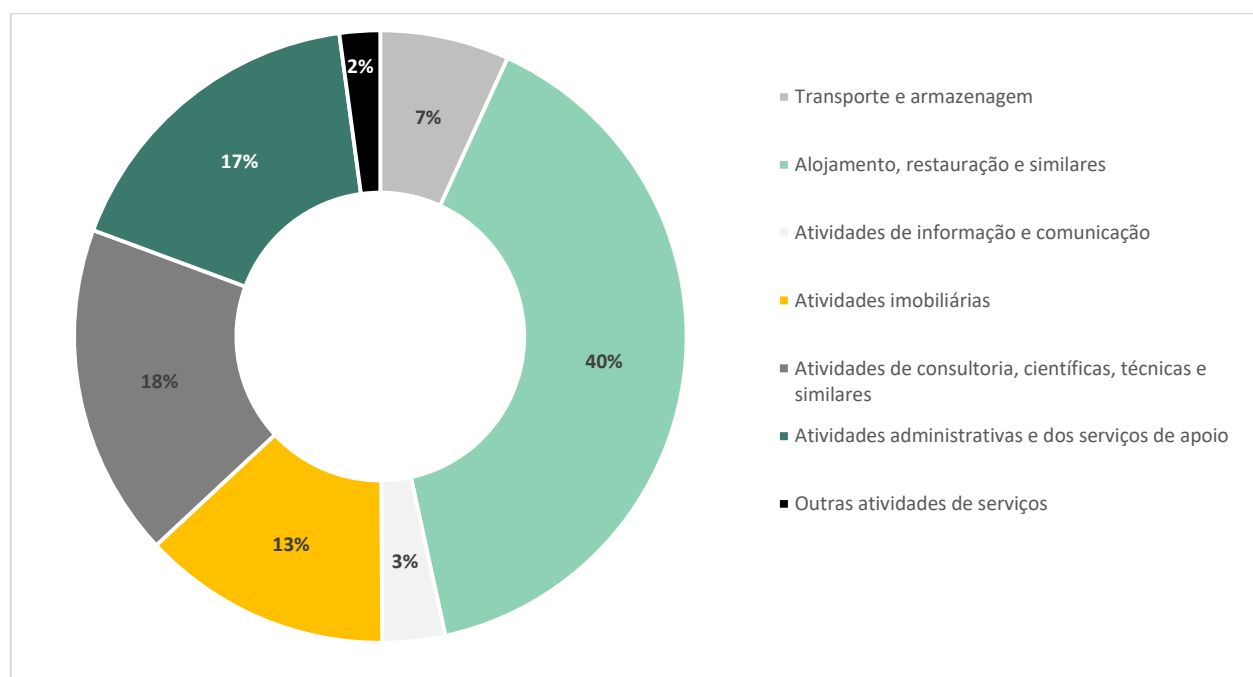
Tabela 14 - Evolução do VAB por subatividade | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
Transporte e armazenagem	81 432	73 410	64 695	75 675	92 980	111 056	72 337
Alojamento, restauração e similares	502 349	485 307	434 714	590 985	873 508	1 021 910	421 305
Atividades de informação e comunicação	12 828	12 002	12 725	17 089	23 225	30 138	35 112
Atividades imobiliárias	168 441	75 635	58 213	98 073	167 861	188 327	139 467
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	131 854	115 016	98 120	119 188	157 800	193 389	186 306
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	167 033	156 503	157 240	204 879	254 463	320 692	182 368
Outras atividades de serviços	31 275	23 990	21 286	23 058	31 135	34 908	22 696
Total	1 095 212	941 863	846 993	1 128 947	1 600 972	1 900 420	1 059 591

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

Na figura seguinte (Figura 39 - Distribuição do VAB por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020) observa-se que a maior proporção de VAB é gerada pelas empresas que operam nas atividades de alojamento, restauração e similares, correspondendo a 40% do valor total gerado no setor dos serviços, seguido das atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares com 18%.

Figura 39 - Distribuição do VAB por subatividade em % | Serviços | Algarve | 2020



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022

Na tabela seguinte (Tabela 15 - VAB médio por empresa | Serviços | Algarve | 2009 a 2020) observa-se a evolução do Valor Acrescentado Bruto por empresa (para todas as subatividades de serviços) entre 2009 e 2020. Também neste caso os dados são consistentes com os anteriormente apresentados e evidenciam um decréscimo do VAB médio entre 2009 e 2013, ano a partir do qual este indicador registou uma evolução crescente até ao ano de 2019, seguido de uma forte redução em 2020. Efetivamente, após 2019, ano em que as empresas registaram um VAB mais elevado (de 45 milhares de euros), 2020 foi o ano em que as empresas apresentaram um valor mais baixo para este indicador (28 milhares de euros). Assim, um VAB de 28 milhares de euros, significa que, em termos médios, cada empresa a operar no setor dos serviços gerou em média 28 milhares de euros, após descontar o valor dos bens e serviços de consumo intermédio, tais como matérias-primas ou serviços intermédios essenciais para a consecução do produto/serviço final.

Para determinar a produtividade agregada do trabalho, considerou-se a soma da produtividade aparente do trabalho, para cada uma das subatividades consideradas relativamente aos serviços. Este indicador segue a tendência dos anteriores, embora de uma forma menos acentuada. Esta informação pode ser visualizada na tabela seguinte (Tabela 14 - VAB médio por empresa | Serviços | Algarve | 2009 a 2020):

Tabela 15 - VAB médio por empresa | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
VAB global	1 095 212	941 863	846 993	1 128 947	1 600 972	1 900 420	1 059 591
Número de empresas	29 226	26 591	25 510	31 386	37 386	42 401	38 386
VAB médio por empresa	37	35	33	36	43	45	28

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em milhares de euros)

Na tabela seguinte (Tabela 16 - Produtividade aparente do trabalho por subatividade | Serviços | Algarve | 2009 a 2020) podemos observar a evolução da produtividade aparente do trabalho para cada uma das sete subatividades consideradas. De todas elas, destaca-se que, em algumas subatividades, as produtividades aparentes do trabalho partiram de um valor mais elevado em 2009 e, não obstante na sua evolução terem ocorrido acréscimos e decréscimos ao valor inicial, em 2020 (último ano desta análise), apresentaram um valor inferior ao valor inicial. São elas: transporte e armazenagem, atividades imobiliárias e outras atividades de serviços. A atividade com um maior incremento absoluto neste indicador foi a de informação e comunicação, com um diferencial de 10 227 euros. No caso do alojamento, restauração e similares, o incremento registado nos últimos anos foi sucedido por uma quebra de 10 369 euros de 2019 para 2020. Já as atividades de informação e comunicação apresentam uma produtividade aparente do trabalho, na sua generalidade quase sempre crescente no período em análise. Por fim, as atividades administrativas e dos serviços de apoio mantiveram este indicador bastante estável entre 2009 e 2020, apesar de ter sofrido uma quebra mais significativa no último ano.

Tabela 16 - Produtividade aparente do trabalho por subatividade | Serviços | Algarve | 2009 a 2020

Atividades/Anos	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020
-----------------	------	------	------	------	------	------	------

Transporte e armazenagem	20 343	16 857	17 443	18 368	19 691	19 085	12 814
Alojamento, restauração e similares	15 456	15 622	14 925	16 435	20 130	21 050	10 681
Atividades de informação e comunicação	12 919	13 972	15 749	17 727	20 301	20 699	23 146
Atividades imobiliárias	26 741	15 197	12 589	18 342	25 593	24 615	20 465
Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	15 600	14 988	14 049	15 443	17 934	19 855	19 589
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	11 627	12 098	12 516	12 698	11 519	12 587	9 599
Outras atividades de serviços	6 502	5 534	5 490	5 484	6 530	6 484	4 455
Total	109 188	94 268	92 761	104 495	121 697	124 375	100 749

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Pordata, 2022 (valores em euros)

- Impacto da Covid-19

Destaca-se que a maior parte da análise apresentada foi elaborada com dados recolhidos antes da pandemia, fazendo uma análise da região com os dados pré-Covid-19. A inclusão do ano de 2020 na análise permite perceber que esta terá sido uma das regiões do país mais afetadas, uma vez que tinha uma dependência muito grande do turismo, sendo por isso afetado, não apenas esse setor, mas também todos os setores satélite, desde o comércio por grosso e a retalho à maioria dos serviços, dada a sua grande interligação e interdependência.

Estes dados refletem o panorama empresarial pré-Covid-19 e a subsequente crise que, como anteriormente, mencionado, tendo afetado todas as regiões portuguesas, afetou mais gravosamente as que são mais dependentes do setor do turismo, que é o caso da região e economia algarvia.

Tendo sido realizado um inquérito sobre o impacto na economia local: “Efeitos provocados pela Covid-19”, conduzido pela ACRAL, é de referir que 92% dos respondentes possuem microempresas com menos de 10 trabalhadores e 66,7% desenvolvem a sua atividade no setor do comércio⁷, também muito dependente da entrada de turistas (internacionais e nacionais). De acordo com a informação recolhida, a preocupação destes empresários é muito grande, uma vez que muitos consideram não ser viável a continuidade do desenvolvimento da sua atividade empresarial. Os empresários mencionaram, entre outros fatores uma diminuição drástica de clientes, refletindo-se na baixa procura de produtos e serviços após o confinamento de 2020, o que se reflete numa quebra acentuada de receitas. Apesar de concordarem com as restrições impostas pelas autoridades de saúde, consideram que essas medidas afetaram gravemente a atividade dos seus estabelecimentos. Esta redução da atividade teve presente um sentimento de pouca esperança para a retoma da atividade no verão de 2021, originando graves consequências no desemprego da região, que, como mencionado, foi uma das mais afetadas no país.

Destaca-se ainda que apesar de uma grande percentagem ter conhecimento dos apoios disponibilizados pelo Governo e ter aderido aos mesmos, 94% considera que os apoios do Estado não são correspondentes às reais necessidades das empresas da região. Existiu muita burocracia associada ao pedido dos apoios disponibilizado

⁷ Informação retirada da notícia: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/covid-19-empresas-algarvias-nao-aguentam-outro-verao-igual-ao-de-2020-13707926.html>

pelo Governo, bem como uma enorme preocupação com o fim das moratórias, o que se repercutiu negativamente na atividade económica e em todos os agentes económicos, tanto do lado das empresas, como do lado das famílias.

Assim, a retoma da economia algarvia é encarada com pessimismo por parte dos empresários que não prevê melhorias na atividade antes de 2023. Seria importante a criação e o desenvolvimento de medidas específicas e direcionadas para a região que poderiam passar pela:

- Criação de gabinetes locais de apoio aos empresários, compostos por equipas multidisciplinares especializadas para prestar apoio ao nível financeiro, bancário, contabilístico e jurídico;
- Orientação dos empresários para os incentivos, candidaturas e apoios disponíveis;
- Criação de apoios específicos para a região.

Foi também realizado um inquérito rápido e excecional às empresas⁸ relativamente à sua situação face à pandemia. Na região do Algarve foram inquiridas 376 empresas, que empregam 23 309 pessoas e que têm um volume agregado de negócios de 2 312 milhões de euros, tendo-se obtido uma taxa de resposta de 62,8%, correspondendo a 236 empresas. Dessas 236 empresas, 5 (2,1%) encerraram definitivamente, 43 (18,2%) encerraram temporariamente e as restantes 188 (79,7%) mantêm atividade aberta, em regime total ou parcial. Do mesmo conjunto de empresas, 166 (71,9%) afirmaram que registaram uma redução no volume de negócios, na primeira quinzena de fevereiro de 2021, comparativamente ao volume de negócios registado no mesmo período do ano anterior antes dos efeitos da pandemia e 39 (23,5%) das empresas inquiridas consideram que o seu volume de negócios não deverá voltar ao nível normal.

Destaca-se ainda que 74 empresas consideraram como muito relevante na redução do seu volume de negócios as atuais medidas de contenção, que consideram ter um maior impacto sobre a sua atividade, enquanto 78 empresas consideraram que essa redução resultou do nível atual de encomendas/clientes que é menor, comparativamente ao registado no confinamento anterior. Relativamente ao número de pessoas ao serviço, 110 empresas afirmaram que na primeira quinzena de 2021 tiveram de reduzir o número de colaboradores.

Atualmente (maio de 2022), e apesar das incertezas que medeiam o conflito entre a Rússia e a Ucrânia e que têm afetado fortemente não só as economias da Europa, como do resto do mundo, face à escassez de algumas matérias-primas e à sua subida generalizada de preços, que se reflete nos preços dos produtos finais, o Algarve está com uma taxa de reservas elevada para o verão⁹. O turismo tem-se mostrado resiliente e adaptado, apostando na digitalização e num aumento da sustentabilidade, havendo a expectativa de, em 2023 atingir os valores de 2019.

⁸ O inquérito rápido e excecional às empresas foi realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) e o Banco de Portugal (BdP) em fevereiro de 2021 (COVID-IREE).

⁹ <https://www.sulinformacao.pt/2022/03/apesar-da-incerteza-da-guerra-algarve-tem-reservas-muito-elevadas-para-pascoa-e-verao/>

3. Diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas sustentáveis

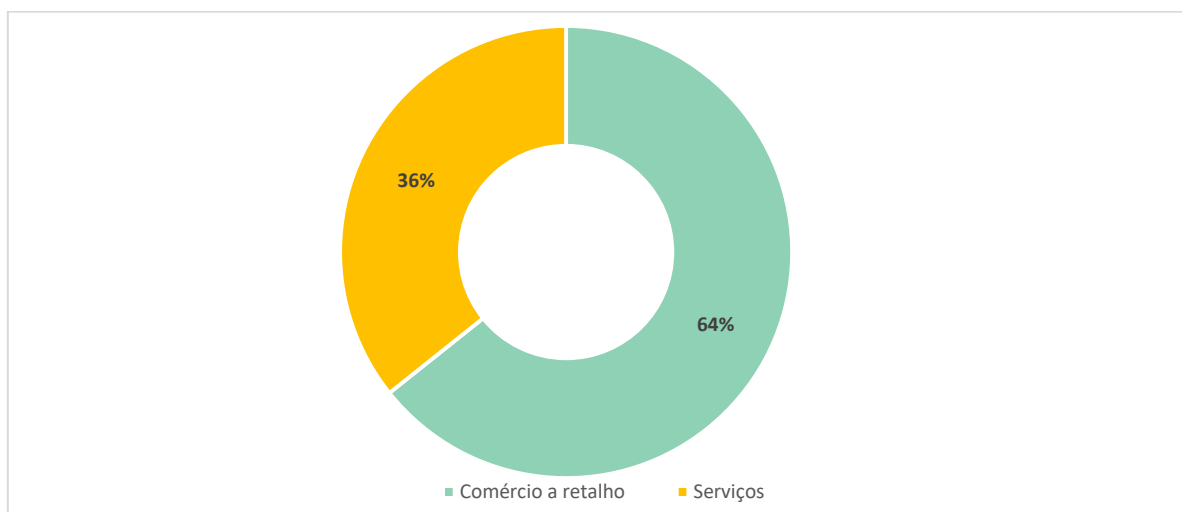
Para a elaboração do diagnóstico de competências digitais e adoção de práticas de inovação e sustentabilidade, optou-se por realizar um inquérito por questionário, que foi desenvolvido para o efeito e, posteriormente, validado e aplicado.

As respostas foram recolhidas junto das empresas da região do Algarve, entre os meses de fevereiro e abril de 2022, tendo, na sua globalidade, sido obtidas 56 respostas válidas.

As empresas que responderam ao inquérito por questionário pertencem maioritariamente ao setor do comércio a retalho (36 empresas, que correspondem a 64% das respostas obtidas) e as restantes ao setor dos serviços (20 empresas, que correspondem a 36% das respostas obtidas). Esta informação pode ser visualizada na figura seguinte.

É ainda de mencionar que as empresas da área dos serviços que contribuíram para a obtenção das respostas são de subsectores bastante diversificados, destacando-se: agências de viagens; transporte de passageiros; alojamento, restauração e similares; atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares; atividades de informação e comunicação; reparação de veículos automóveis e motociclos; escolas de dança; gabinetes de massagens e terapias; atividades imobiliárias e cabeleireiros.

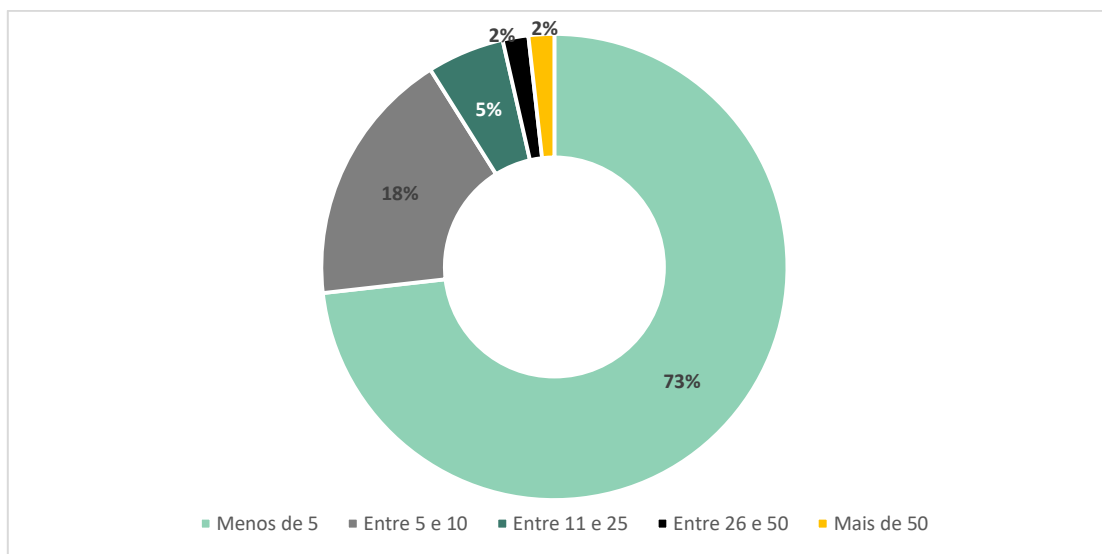
Figura 40 – Distribuição das empresas respondentes ao inquérito por questionário por setor de atividade | Algarve | 2022



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à dimensão do número de colaboradores das empresas participantes no estudo, as mesmas têm, maioritariamente, menos de 5 colaboradores (41 das empresas, que correspondem a 73% das respostas obtidas), 10 empresas têm entre 5 e 10 colaboradores (correspondem a 18% das respostas obtidas), 3 empresas têm entre 11 e 25 colaboradores (correspondem a 5%) e os restantes intervalos, entre 26 a 50 colaboradores, e mais de 50 têm a representatividade de uma empresa, que corresponde a 2% em cada um dos intervalos. Esta informação encontra-se na figura que se segue.

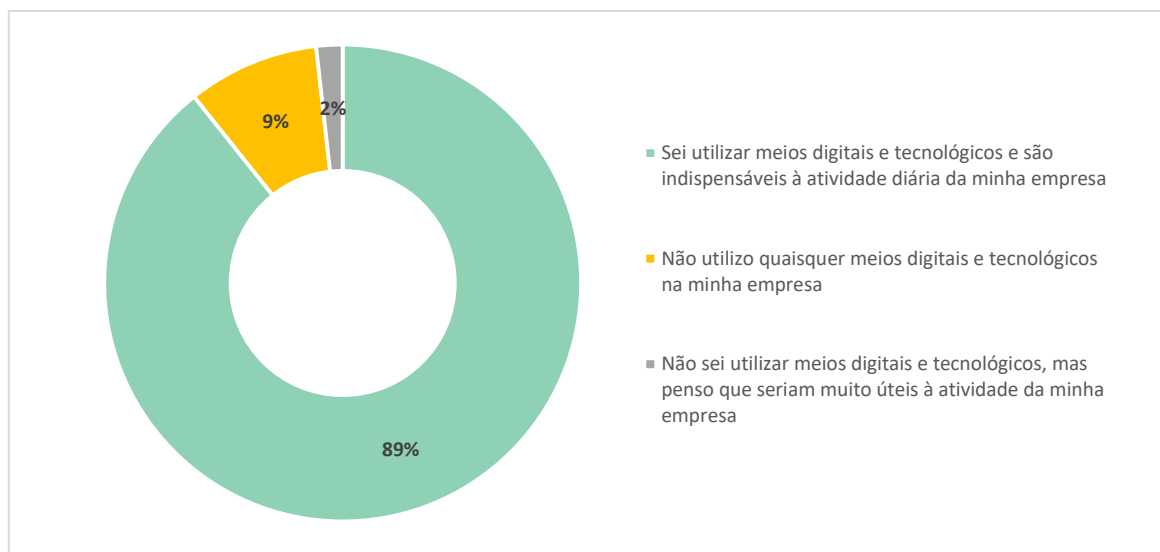
Figura 41 – Dimensão do número de colaboradores das empresas respondentes ao inquérito por questionário por setor de atividade | Algarve | 2022



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

De seguida, descrevem-se as respostas dadas pelas empresas às questões colocadas no questionário sobre inovação e sustentabilidade.

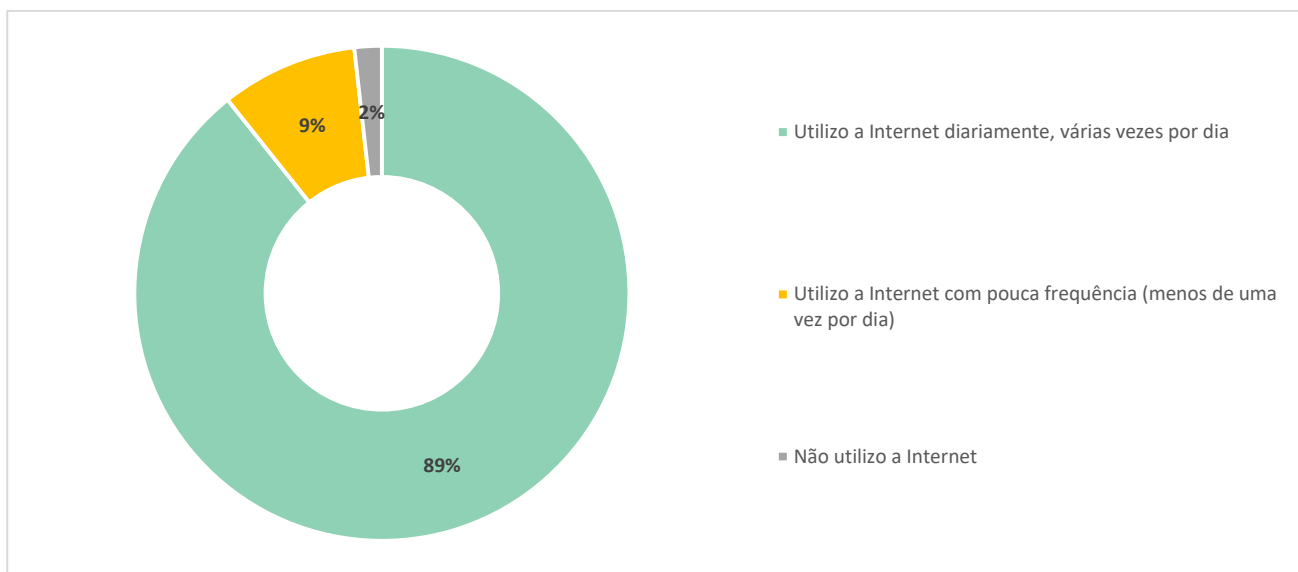
Figura 42 - Os meios digitais e tecnológicos são importantes para a atividade da minha empresa?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários que responderam ao questionário, 89% afirma saber utilizar meios digitais e tecnológicos e que os mesmos são indispensáveis à atividade diária da sua empresa (correspondendo a 50 respostas), 9% afirma que não utiliza quaisquer meios digitais e tecnológicos na sua empresa (correspondendo a 5 respostas), e apenas um empresário afirma que não sabe utilizar meios digitais e tecnológicos, mas pensa que seriam muito úteis à atividade da sua empresa.

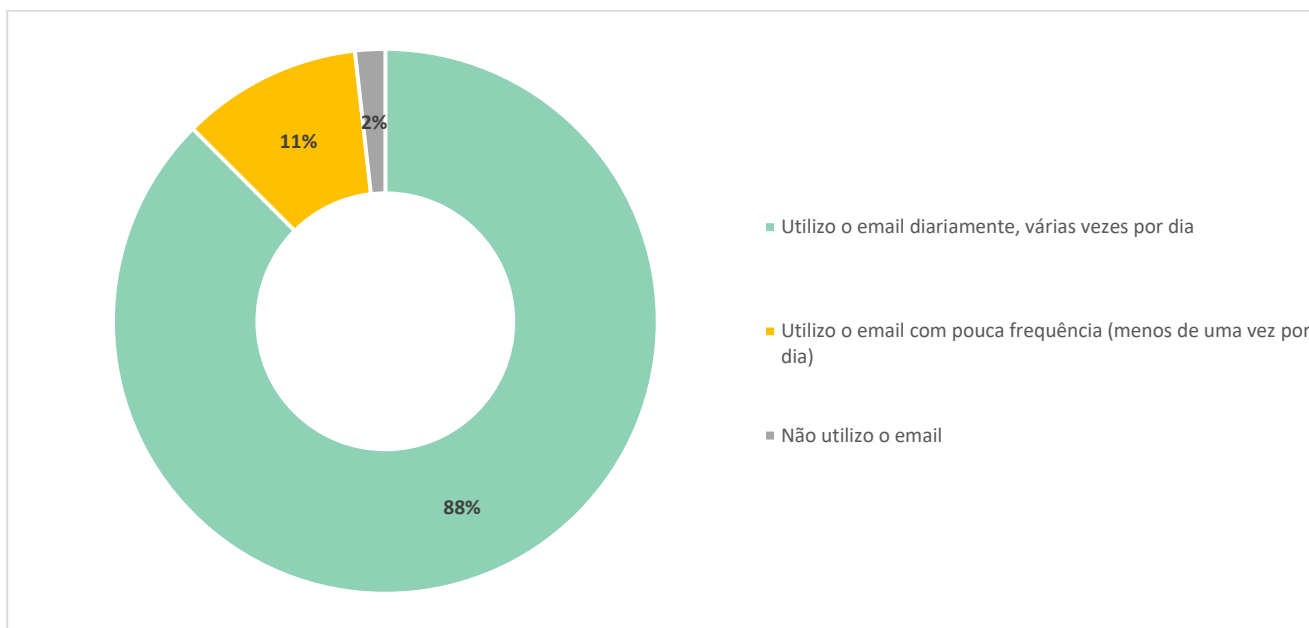
Figura 43 - No âmbito da atividade da sua empresa, utiliza a Internet, quando necessita de saber alguma informação ou pesquisar algum assunto específico?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à utilização da Internet, 89% dos empresários afirma utilizar a mesma diariamente, na sua atividade profissional (correspondendo a 50 respostas), 9% afirma que utiliza com pouca frequência (menos de uma vez por dia; correspondendo a 5 respostas) e apenas um empresário afirma que não utiliza.

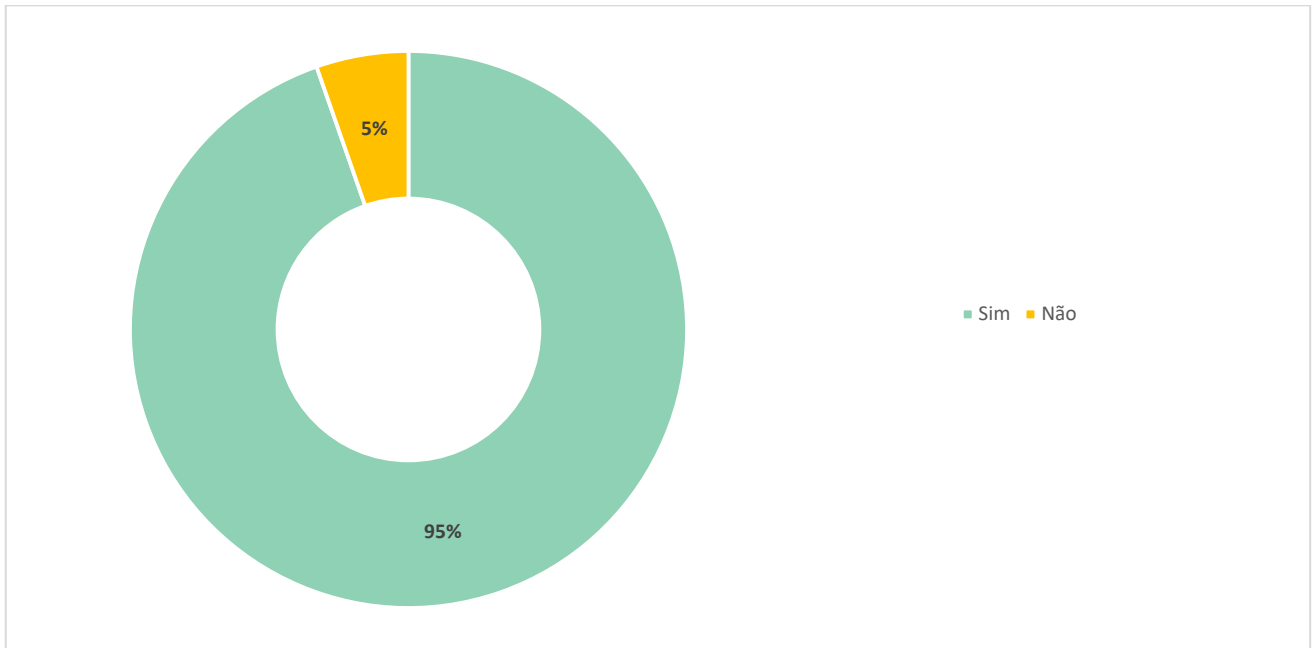
Figura 44 – No âmbito da atividade da sua empresa, dispõe e utiliza correio eletrónico (email)?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à existência e utilização de correio eletrónico (email), 88% dos empresários afirma utilizar a mesma diariamente, na sua atividade profissional (correspondendo a 49 respostas), 11% afirma que utiliza com pouca frequência (menos de uma vez por dia; correspondendo a 6 respostas) e apenas um empresário afirma que não utiliza.

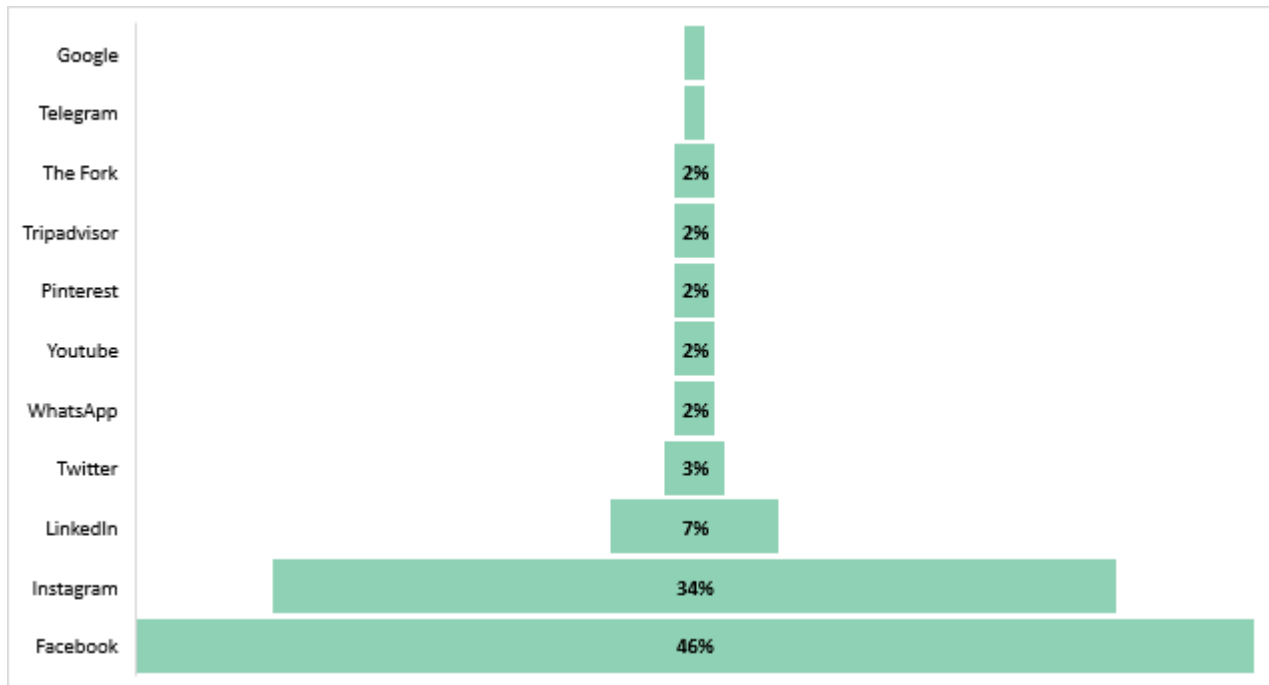
Figura 45 - Na atividade da sua empresa utiliza redes sociais?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente à atividade da empresa utiliza redes sociais, apenas 3 empresários afirmam que a sua empresa não tem qualquer presença nas mesmas. Por outro lado, a grande maioria dos empresários (53 respostas, que correspondem a 95%), afirma que a sua empresa já se encontra presente nas redes sociais.

Figura 46 – Redes sociais mais utilizadas pelos empresários no âmbito da sua atividade profissional

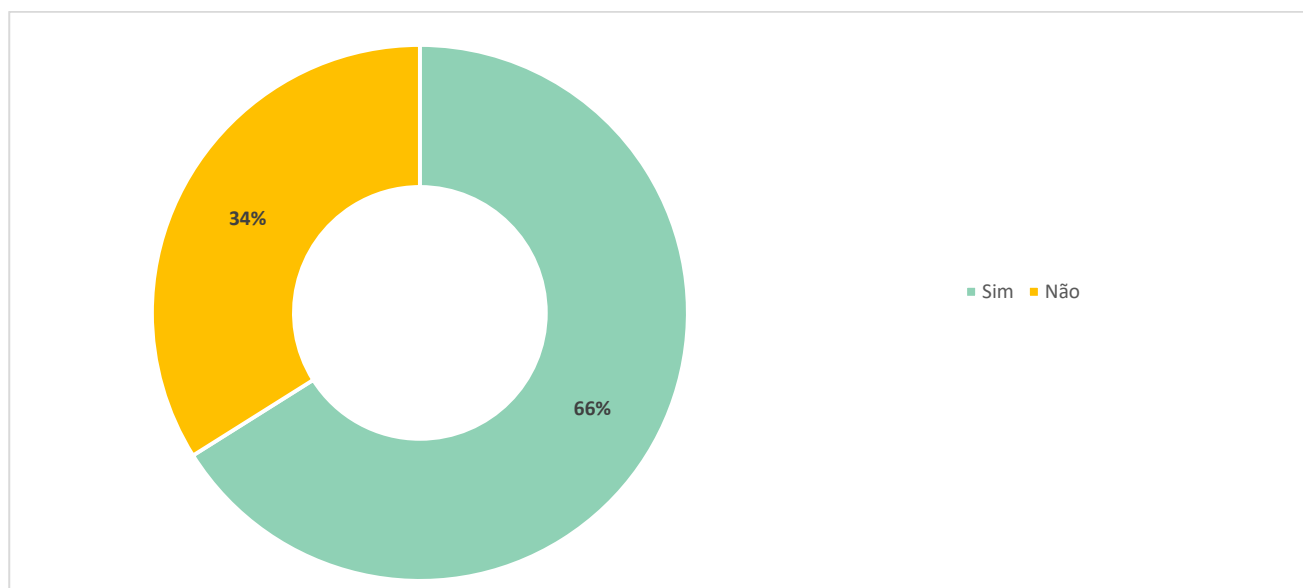


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente às redes sociais utilizadas no âmbito da atividade profissional, e sendo possível selecionar mais do que uma rede social, os empresários que responderam ao questionário utilizam maioritariamente as redes sociais Facebook (53 respostas, com 46% de representatividade), Instagram (40 respostas, com 34% de

representatividade) e LinkedIn (8 respostas, com 7% de representatividade). Todas as outras redes são menos utilizadas pelos empresários.

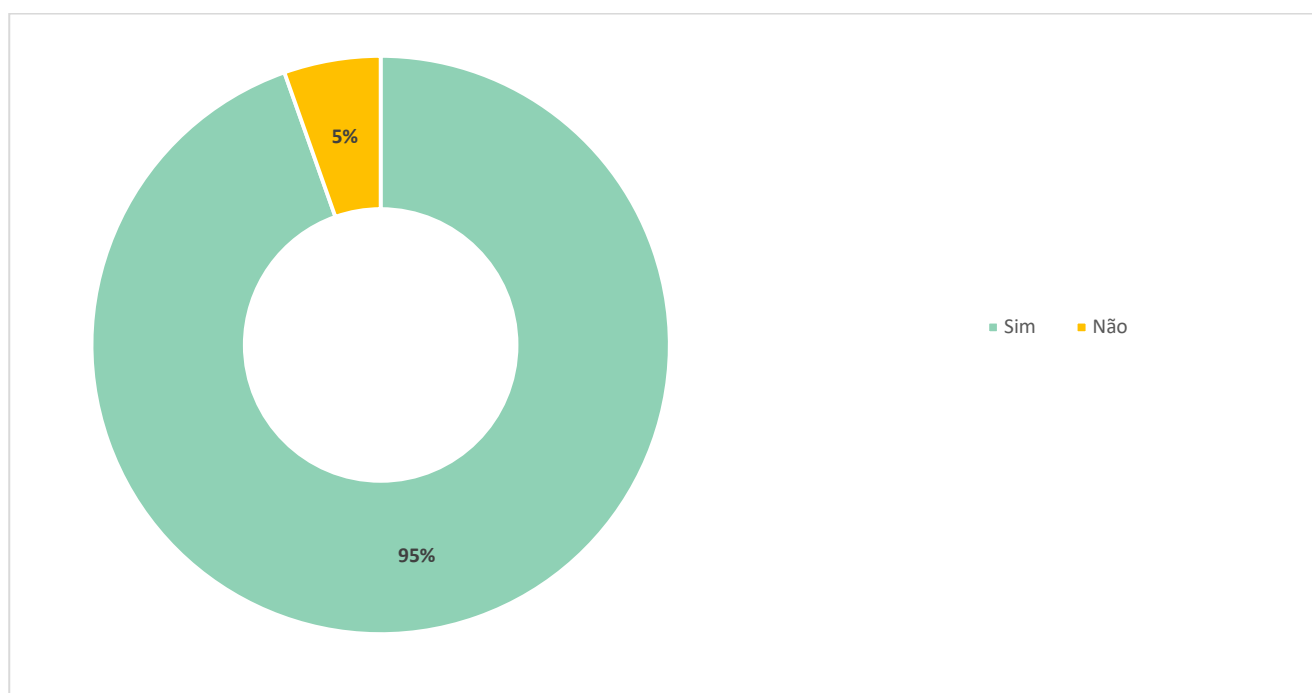
Figura 47 – Dispõe de website?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que concerne à existência de website, 66% dos empresários menciona que a empresa dispõe de website (totalizando 37 respostas), enquanto 34% afirma que a sua empresa ainda não tem um website (correspondendo a 19 respostas).

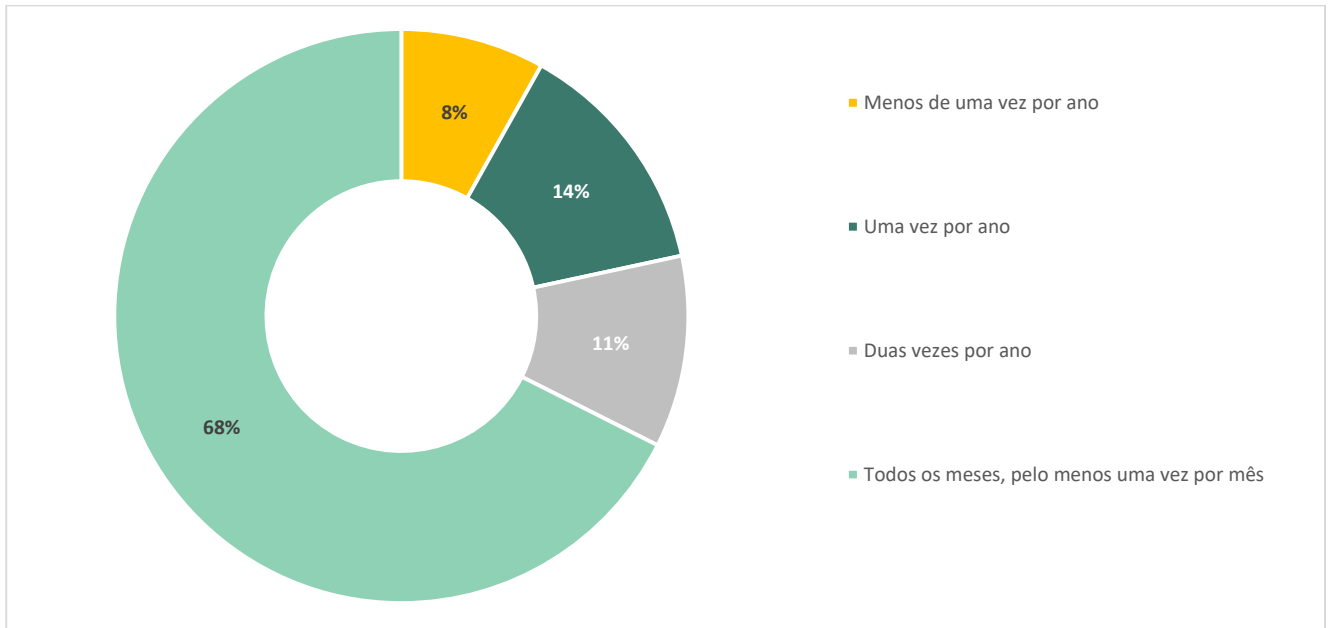
Figura 48 - Tem o website atualizado?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente à atualização do website, dos 37 empresários que responderam ter website, 95% afirma que o mesmo se encontra atualizado (53 respostas), enquanto apenas 5% afirmou que não (2 respostas).

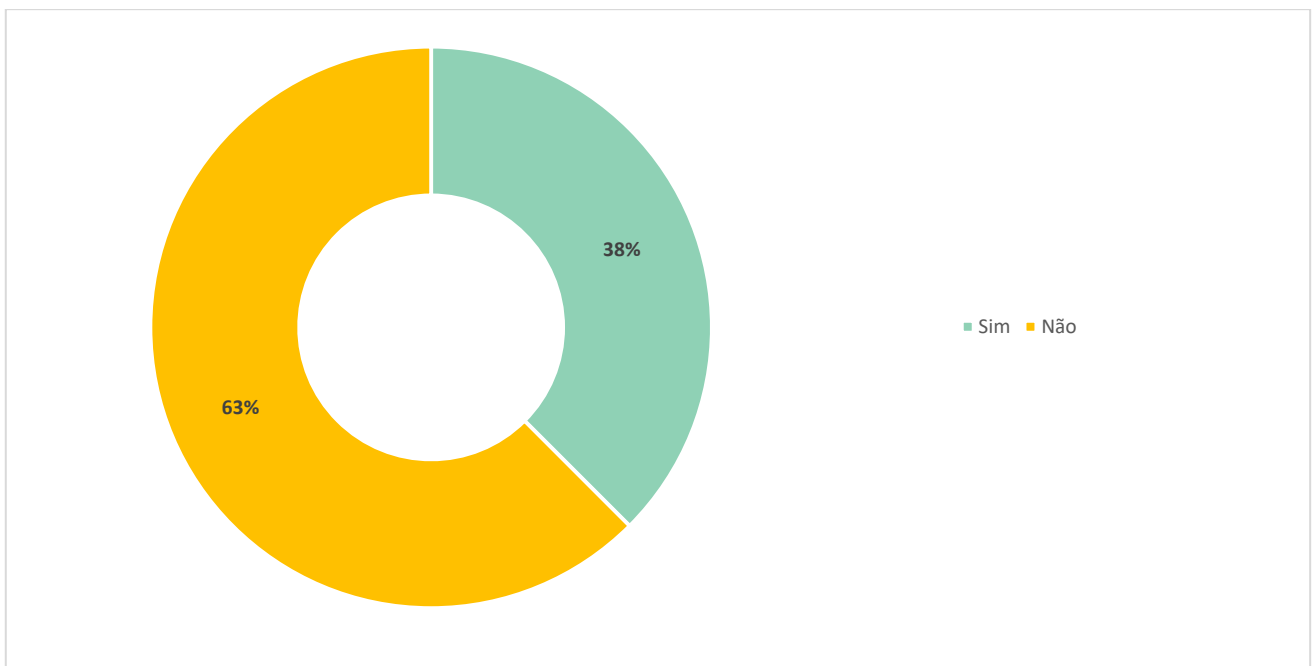
Figura 49 - Com que periodicidade atualiza o seu website?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à periodicidade de atualização do website, 68% dos empresários responde que realiza atualizações todos os meses, pelo menos uma vez por mês (25 respostas), 11% atualiza duas vezes por ano (4 respostas), 14% atualiza uma vez por ano (5 respostas), e 8% menos de uma vez por ano (3 respostas).

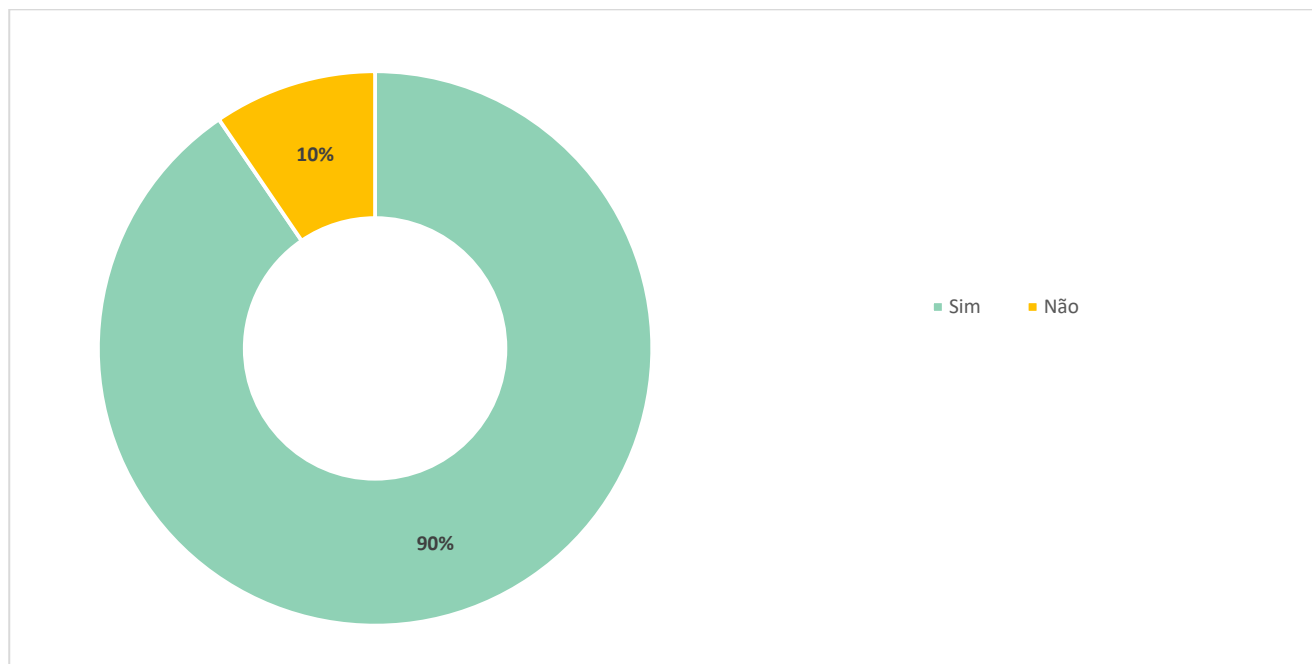
Figura 50 - Dispõe de loja online?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente à existência de loja online, apenas 38% dos empresários afirma possuir loja online da sua empresa (correspondendo a 21 respostas), enquanto os restantes 63% (correspondendo a 35 respostas) afirmou não ter loja online.

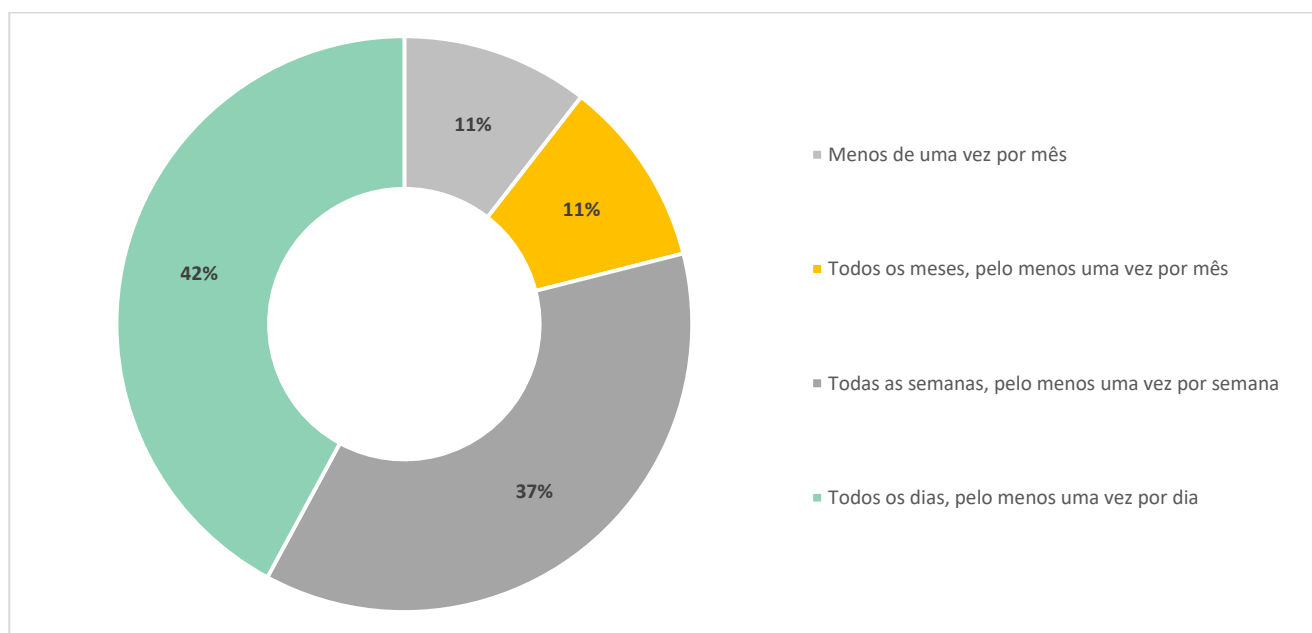
Figura 51 - Tem a loja online atualizada?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Do grupo de empresários que dispõe de loja online, 90% refere que a mesma se encontra atualizada (19 respostas na totalidade), enquanto 10% respondeu que a sua loja não se encontra atualizada (2 respostas).

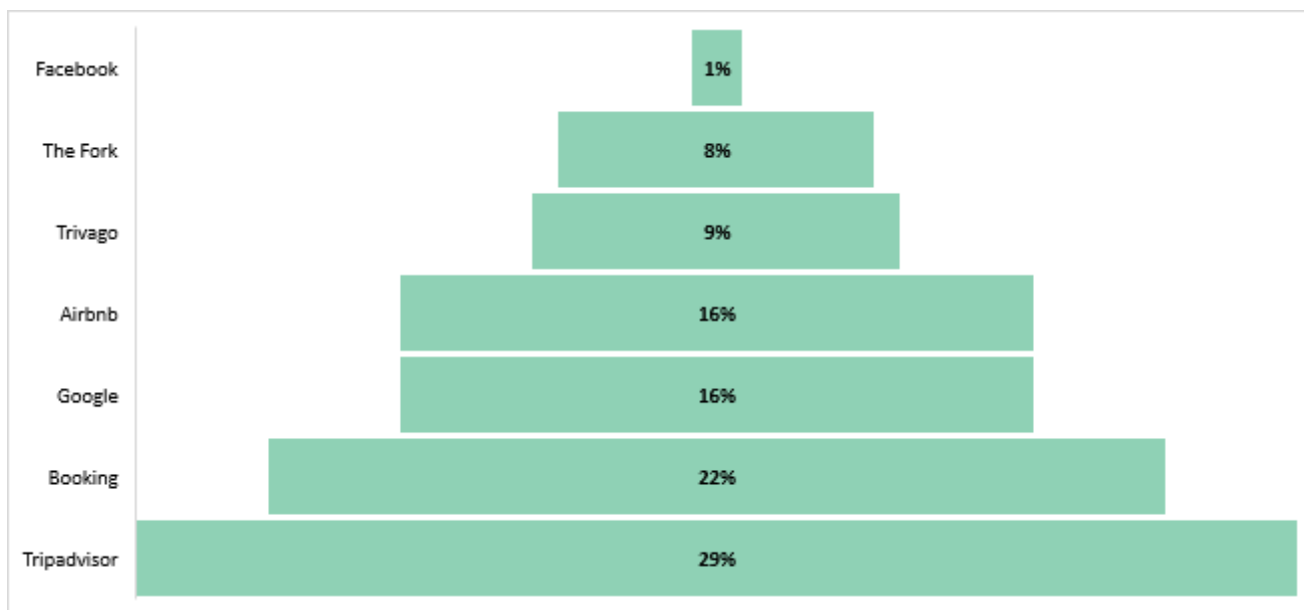
Figura 52 - Com que periodicidade atualiza a sua loja online?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Do grupo de 19 empresários que respondeu ter a sua loja online atualizada, 42% menciona que faz a atualização todos os dias, pelo menos uma vez por dia (8 empresários), 37% realiza a atualização todas as semanas, pelo menos uma vez por semana (7 empresários), 11% todos os meses, pelo menos uma vez por mês e também 11% menos de uma vez por mês.

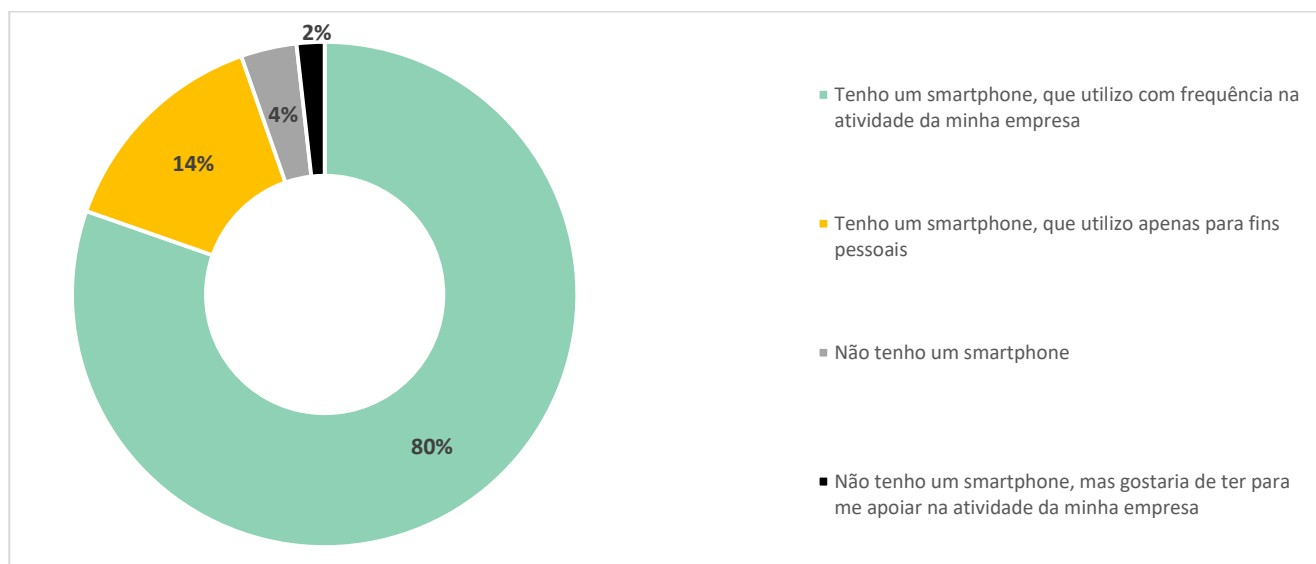
Figura 53 - Utiliza plataformas que permitem realizar e consultar avaliações de estabelecimentos de alojamento e restauração?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à utilização de plataformas que permitem realizar e consultar avaliações de estabelecimentos de alojamento e restauração, foi possível selecionar diversas opções de resposta. As plataformas mais utilizadas são o Tripadvisor, com 29% de respostas; o Booking, com 22% das respostas; o Google e o Airbnb, ambos com 16% das respostas.

Figura 54 - Dispõe de um smartphone?

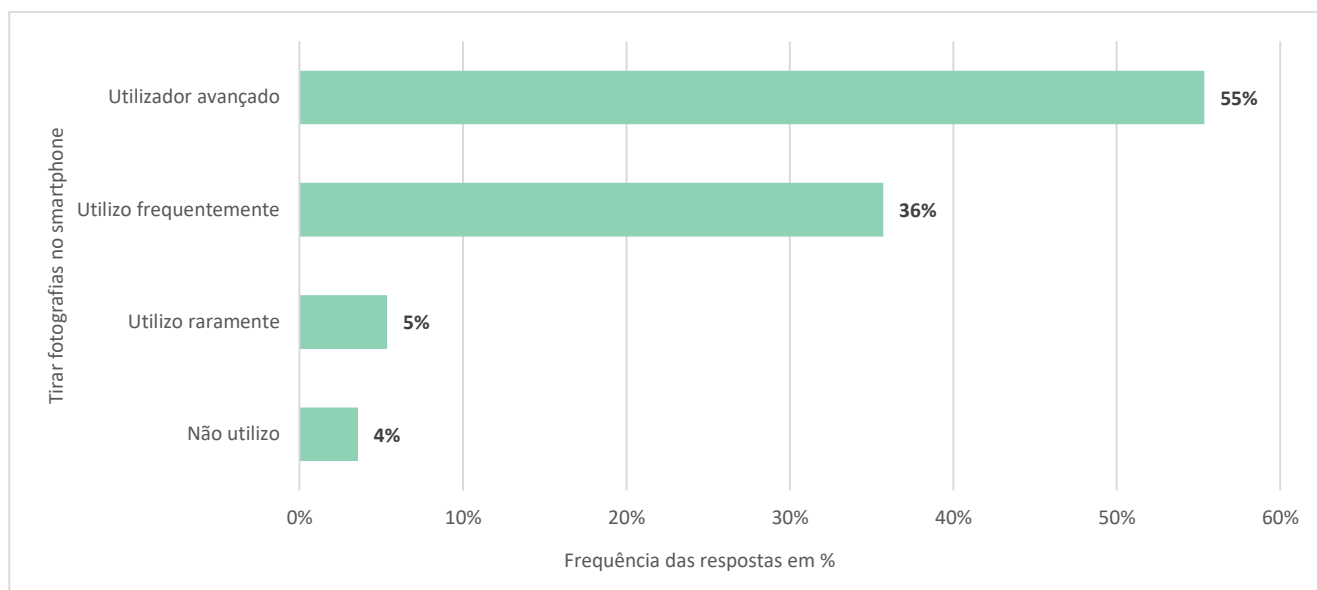


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Como resposta à questão “Dispõe de um smartphone?”, 80% dos empresários responde afirmativamente, confirmando também que utiliza o mesmo com frequência na sua atividade empresarial, 14% responde também afirmativamente, mas indica que só utiliza para fins pessoais, 4% responde não ter um smartphone e 2% responde que apesar de não ter, gostaria de ter, para os apoiar na atividade da sua empresa

Pretendeu-se também avaliar a capacidade dos participantes no que respeita ao desenvolvimento e partilha de conteúdos digitais. As respostas obtidas, relativamente a cada uma das competências, foram as seguintes:

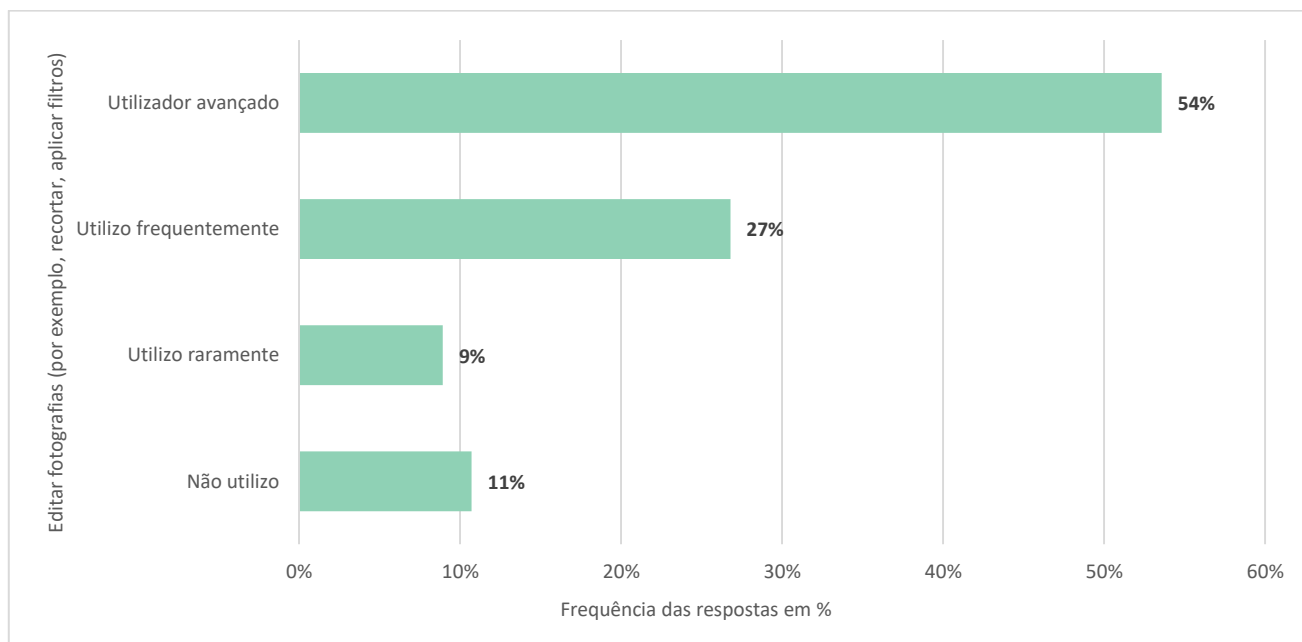
Figura 55 - Tirar fotografias no smartphone



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente a tirar fotografias no smartphone, e acordo com as resposta obtidas, 55% dos empresários considera-se como utilizador avançado nesta competência, 36% afirma ser utilizadores frequentes, 5% indica que utiliza raramente esta ação e 5% indica que nunca a realiza.

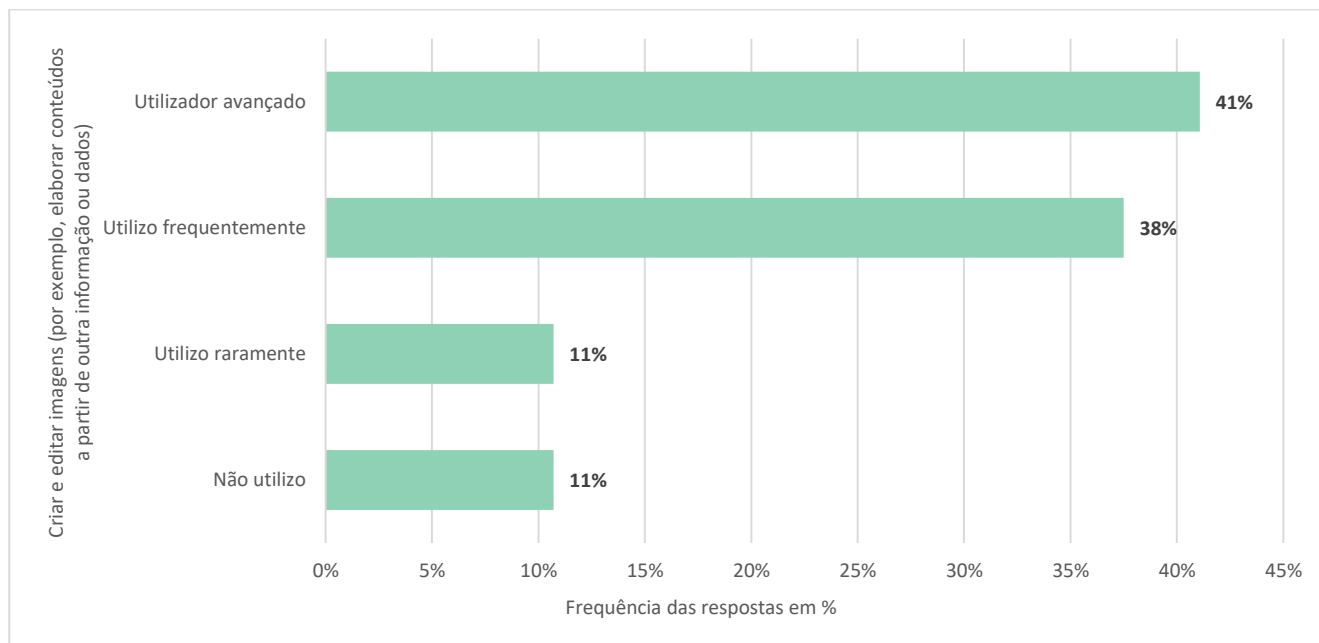
Figura 56 - Editar fotografias (por exemplo, recortar, aplicar filtros)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à edição de fotografias (por exemplo, recortar e aplicar filtros), 54% dos empresários considera ser um utilizador avançado, 27% afirma utilizar frequentemente ferramentas para o efeito, 9% informa que utiliza raramente estas ferramentas e 11% afirma não utilizar.

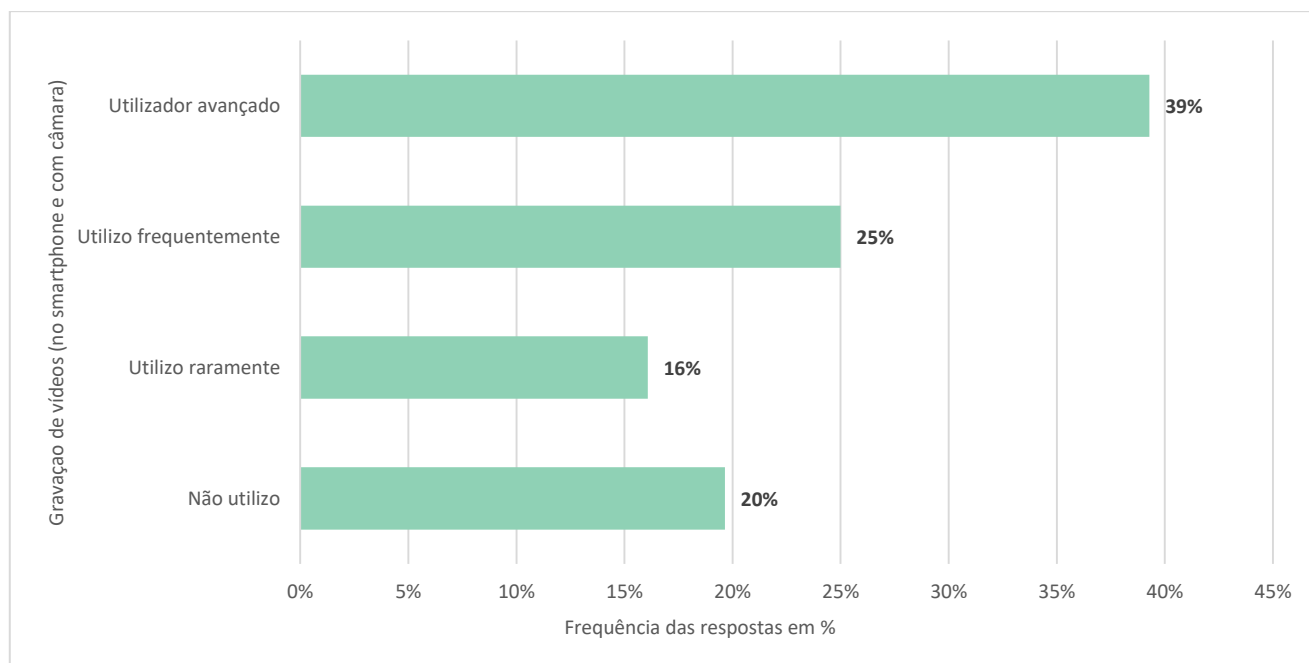
Figura 57 - Criar e editar imagens (por exemplo, elaborar conteúdos a partir de outra informação ou dados)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente a criar e editar imagens (por exemplo, elaborar conteúdos a partir de outra informação ou dados), 41% dos empresários considera ser um utilizador avançado na utilização destas ferramentas, 38% afirma utilizá-las frequentemente, 11% raramente utiliza estas ferramentas e 11% afirma não as utilizar.

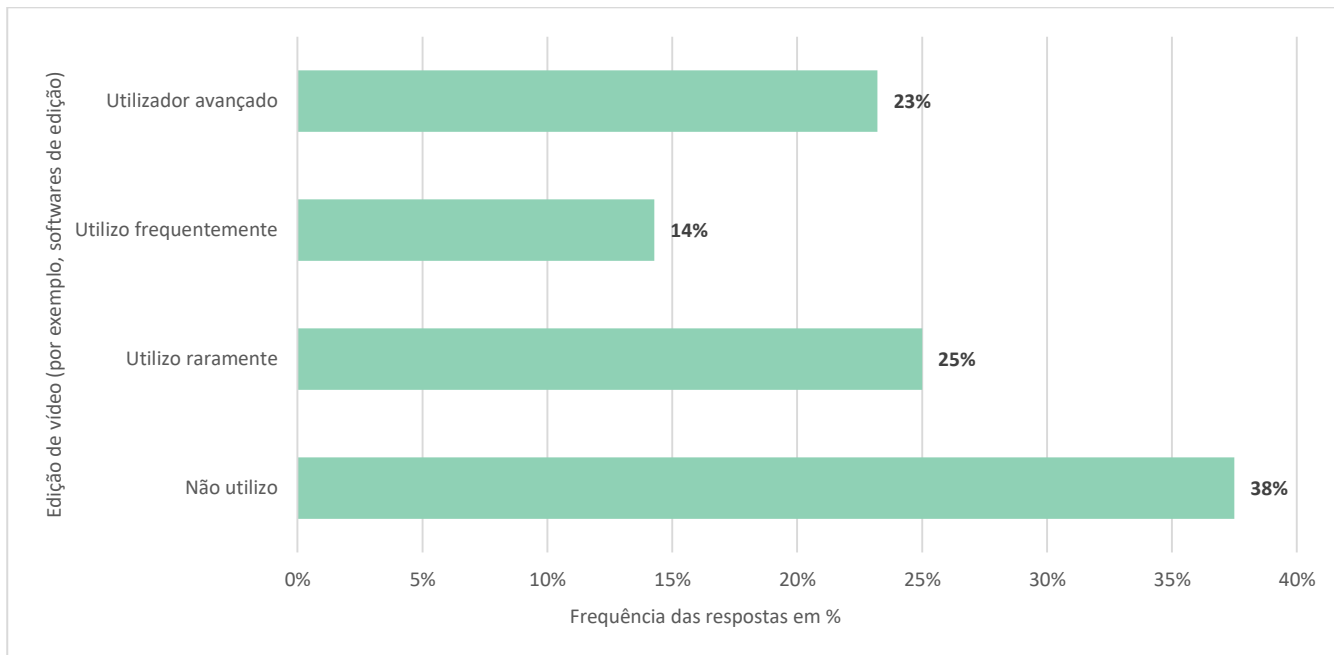
Figura 58 - Gravação de vídeos (no smartphone e com câmara)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que concerne à ação ou competência de gravação de vídeos (no smartphone e com câmara), 39% dos empresários considera ser um utilizador avançado desta ferramenta, 25% afirma realizar com frequência esta ação, 16% utiliza raramente e 20% afirma não utilizar.

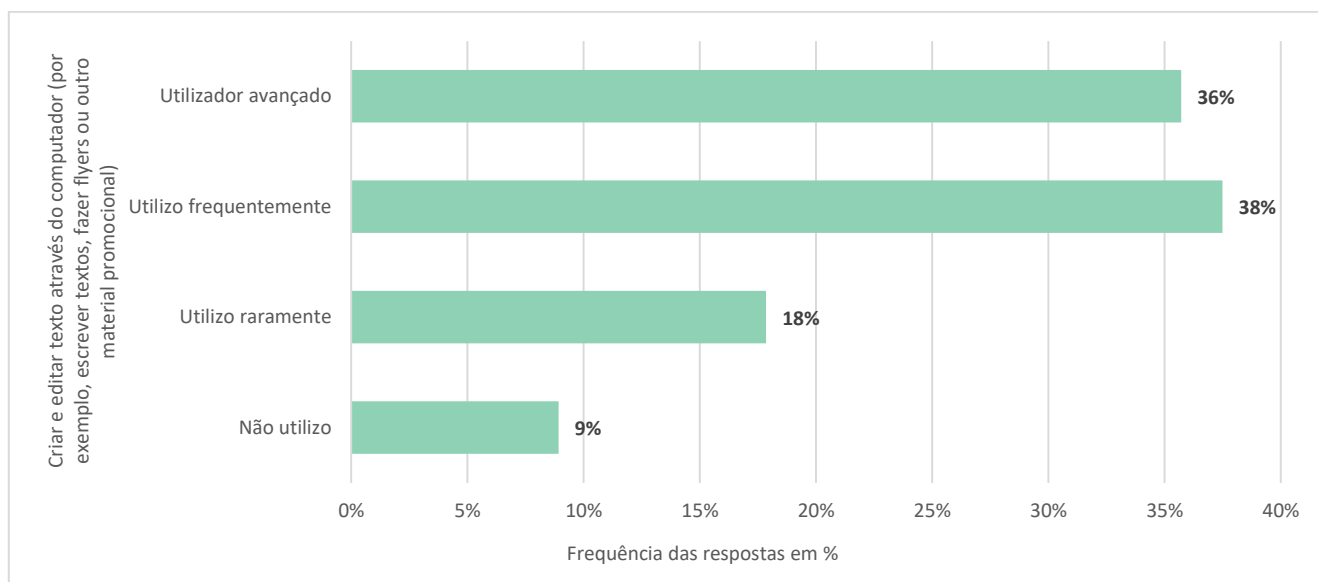
Figura 59 - Edição de vídeo (por exemplo, softwares de edição)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Já relativamente à edição de vídeos (por exemplo, através da utilização de softwares de edição), a maioria dos empresários afirma que não realiza esta ação (38%) e apenas 23% dos inquiridos se considera um utilizador avançado neste tipo de ação.

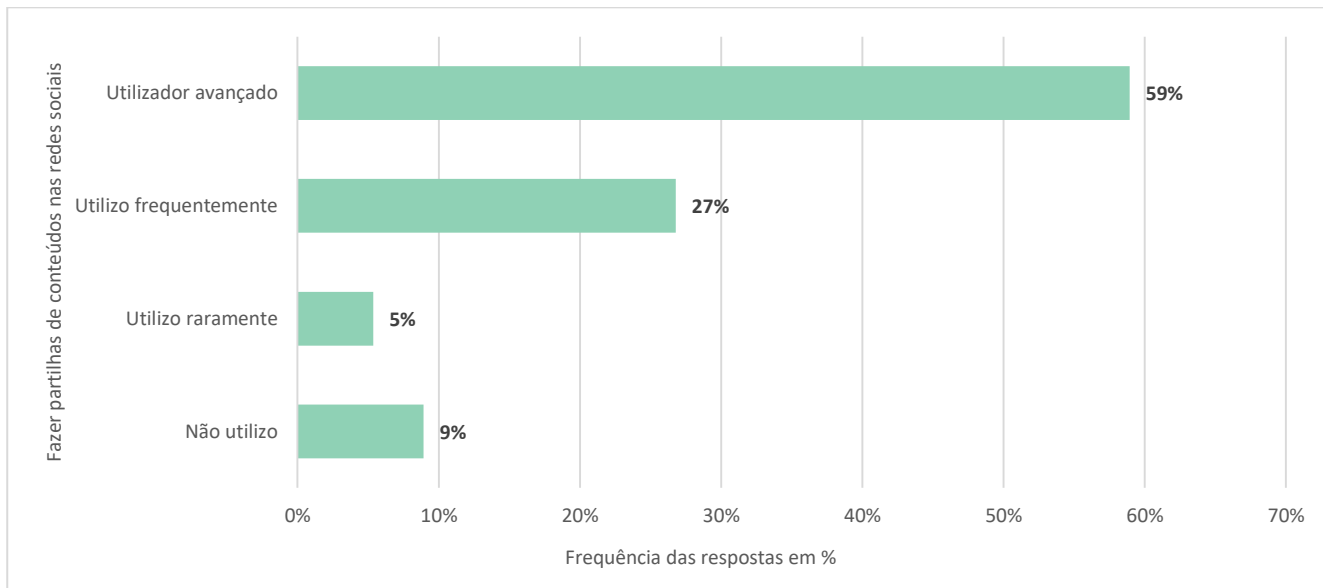
Figura 60 - Criar e editar texto através do computador (por exemplo, escrever textos, fazer *flyers* ou outro material promocional)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que diz respeito a criar e editar texto através do computador (por exemplo, escrever textos, fazer *flyers* ou outro material promocional), 36% dos empresários considera ser um utilizador avançado na sua utilização, 38% afirma que utiliza com frequência este tipo de ferramentas, 18% utiliza raramente e 9% afirma não as utilizar.

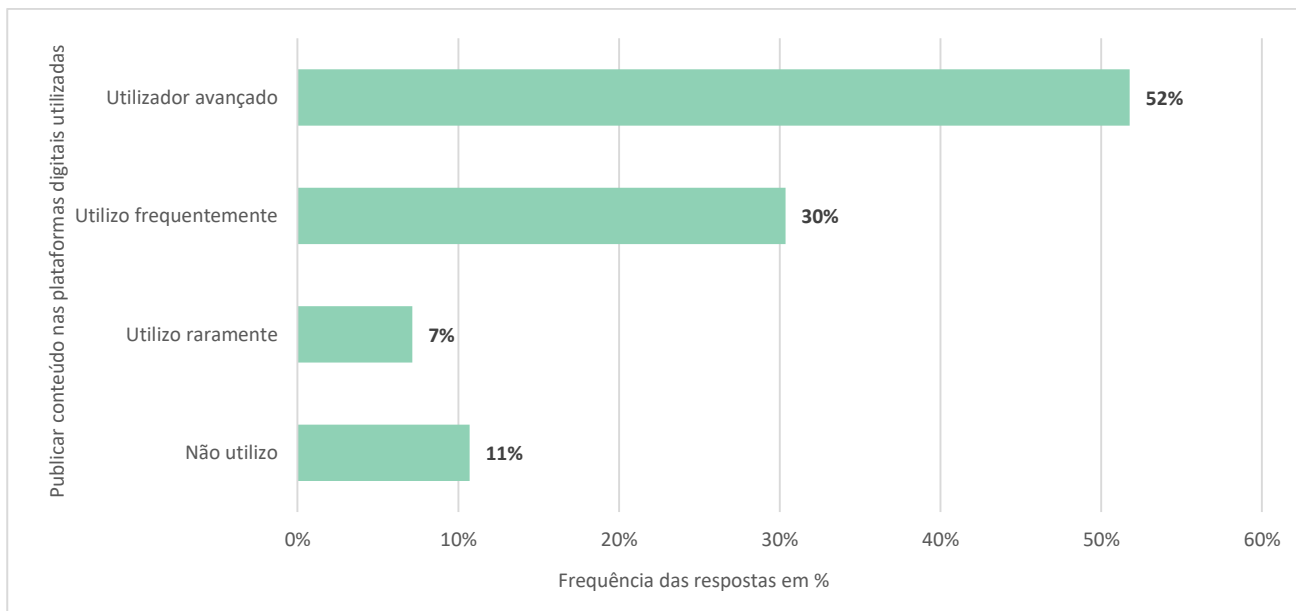
Figura 61 - Fazer partilhas de conteúdos nas redes sociais



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente a fazer partilhas de conteúdos nas redes sociais, 59% dos empresários considera ser um utilizador avançado neste tipo de ações, 27% dos empresários afirma realizar com frequência partilhas de conteúdos nas redes sociais, 5% indica que raramente o fazem e 9% afirma não utilizar estas ações no âmbito da atividade da sua empresa.

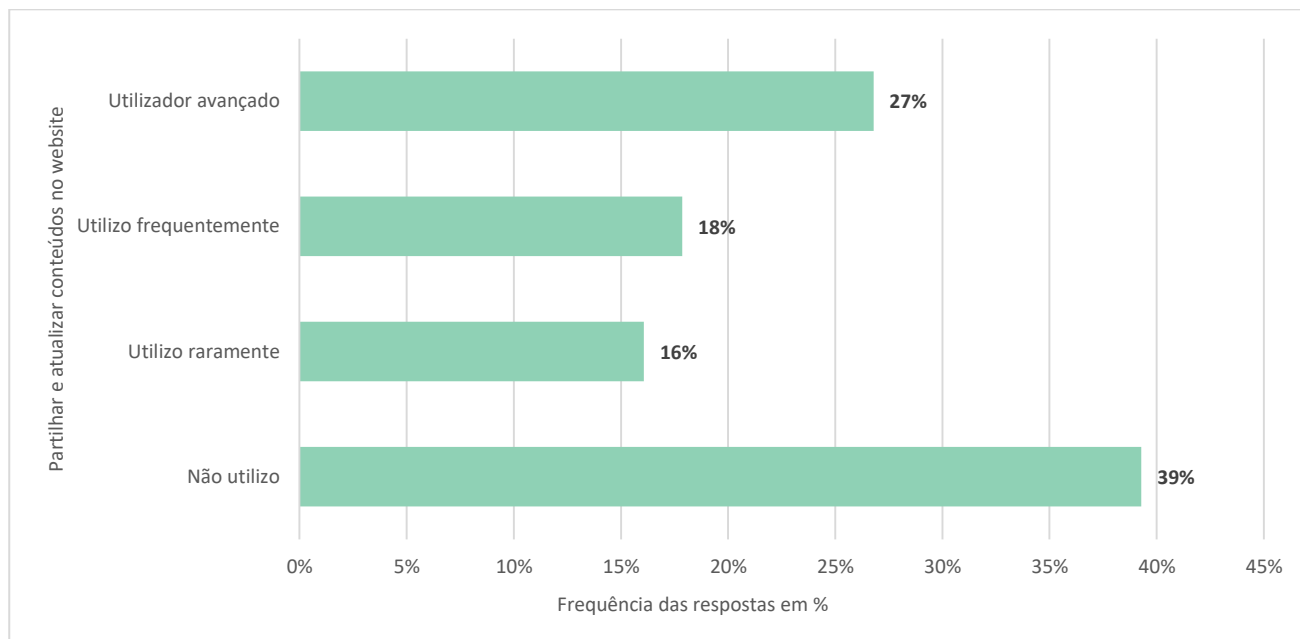
Figura 62 - Publicar conteúdos nas plataformas digitais utilizadas



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à publicação de conteúdos nas plataformas digitais utilizadas, 52% dos empresários considera ser um utilizador avançado nesta ação, 30% indica que publica com frequência conteúdos nas plataformas digitais, 7% raramente o faz e 11% afirma não realizar esta ação, no âmbito da sua atividade empresarial.

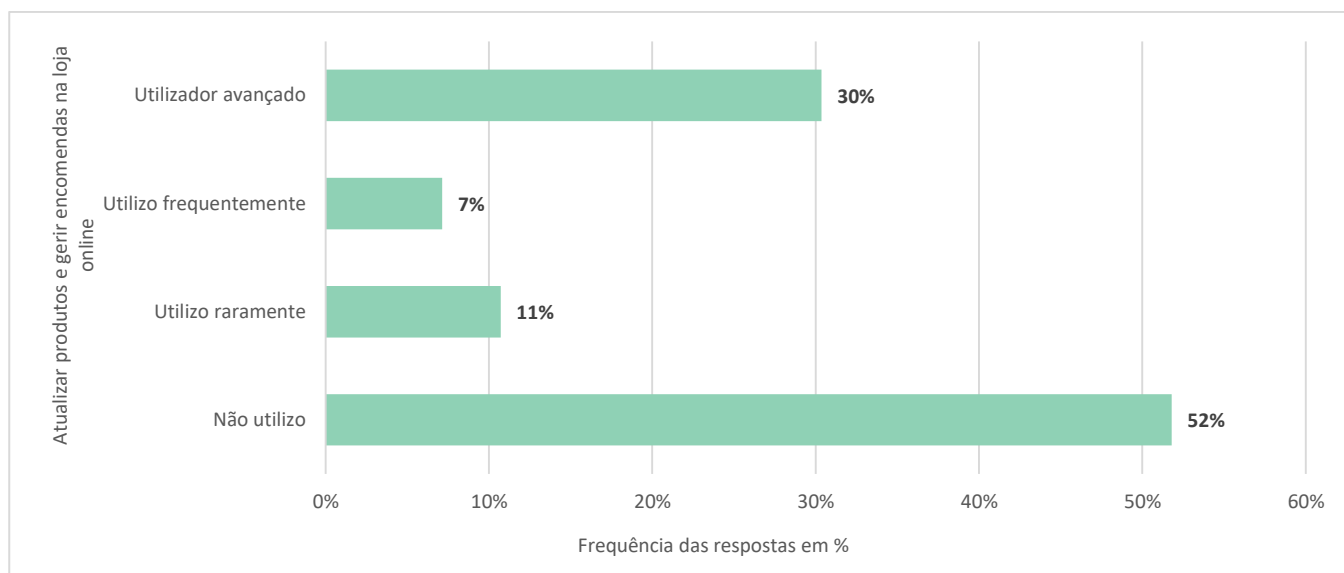
Figura 63 - Partilhar e atualizar conteúdos no website



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à ação ou competência de partilha e atualização de conteúdos no website, apenas 27% dos empresários considera ser um utilizador avançado neste tipo de ações, 18% considera realizar com frequência estas atualizações, 16% indica que raramente o faz e 39% dos empresários inquiridos afirma não realizar este tipo de ação.

Figura 64 - Atualizar produtos e gerir encomendas na loja online

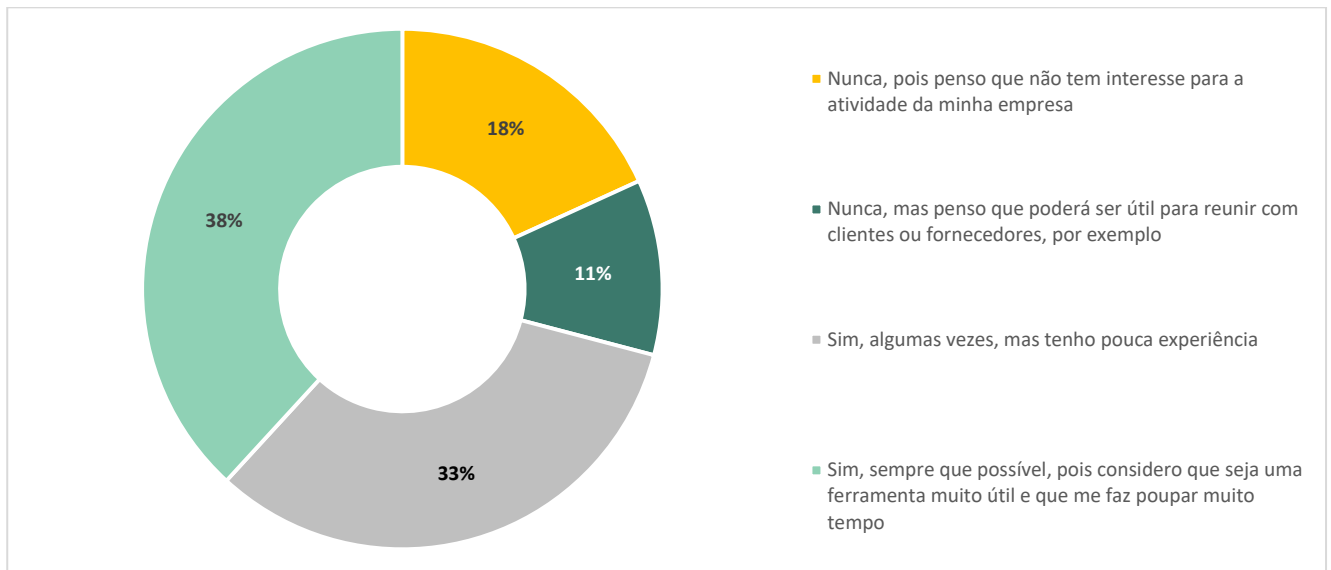


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente a atualizar produtos e gerir encomendas na loja *online*, 30% dos empresários considera ser utilizador avançado nesta ação, 7% dos empresários indica que frequentemente procede à atualização de produtos e à gestão das suas encomendas online, 11% responde que raramente desenvolve esta ação e 52% afirma nunca a realizar.

De seguida aborda-se a questão da participação em reuniões virtuais/*online* e respetivas ferramentas.

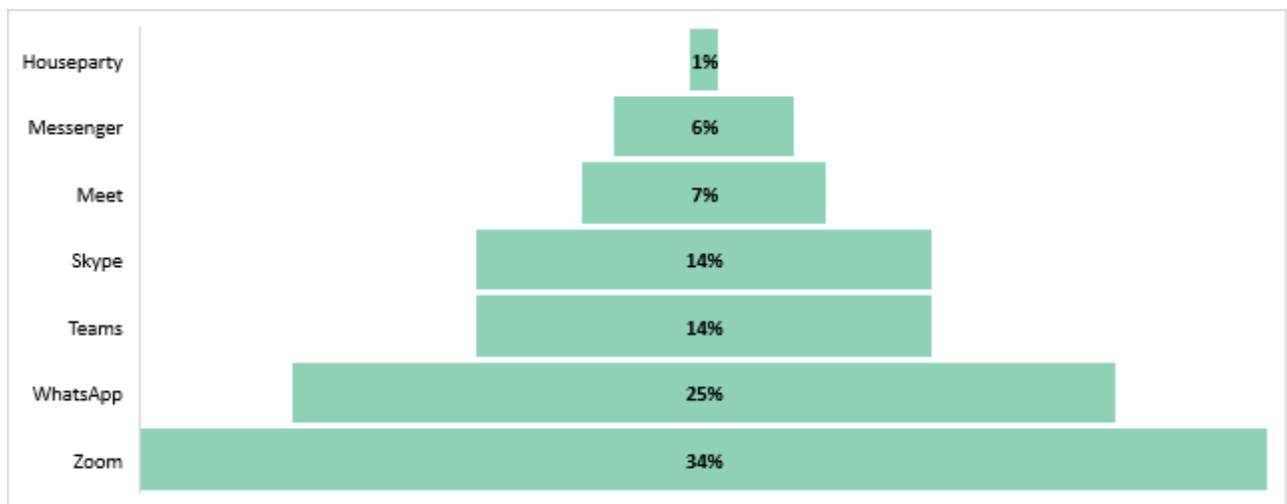
Figura 65 - Já participou em alguma reunião virtual/online (Zoom, Skype, Teams, etc.)?



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente à participação em reuniões virtuais/online, apenas 38% afirma participar, sempre que possível, em reuniões deste tipo, pois considera que seja uma ferramenta muito útil e que permite a poupança de tempo; 33% afirma que já participou algumas vezes, mas considera ter ainda pouca experiência; 11% afirma nunca ter participado, embora considere que poderá ser útil para reunir com clientes ou fornecedores (por exemplo) e 18% afirma também nunca ter participado, pois considera que estas ferramentas não têm interesse para a atividade da sua empresa.

Figura 66 - Com que plataformas de reuniões virtuais está familiarizado (ou já fez reuniões virtuais)?

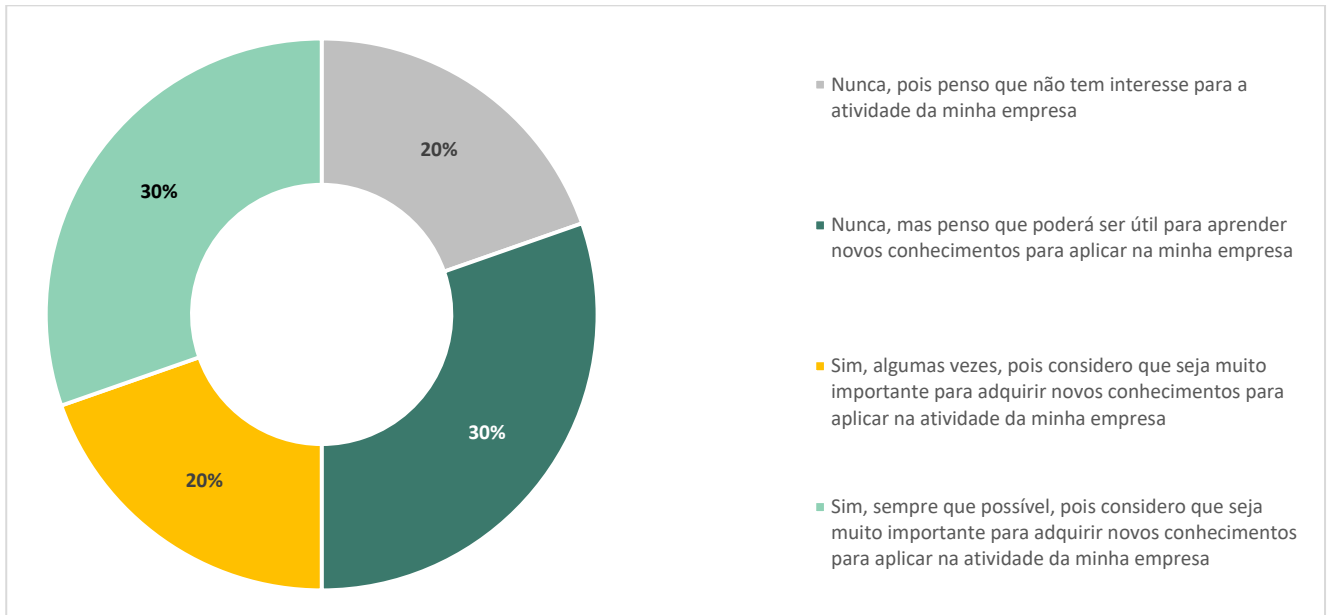


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita às plataformas mais utilizadas, e sendo possível selecionar as várias opções disponíveis, destaca-se o Zoom (mencionada em 34% das respostas), seguida do WhatsApp (24% das respostas), Skype e Teams (ambas com 14% das respostas).

Os empresários foram também questionados relativamente à realização de formação online, pelo que de seguida se descrevem as suas respostas a esta questão.

Figura 67 - Já realizou algum tipo de formação online?

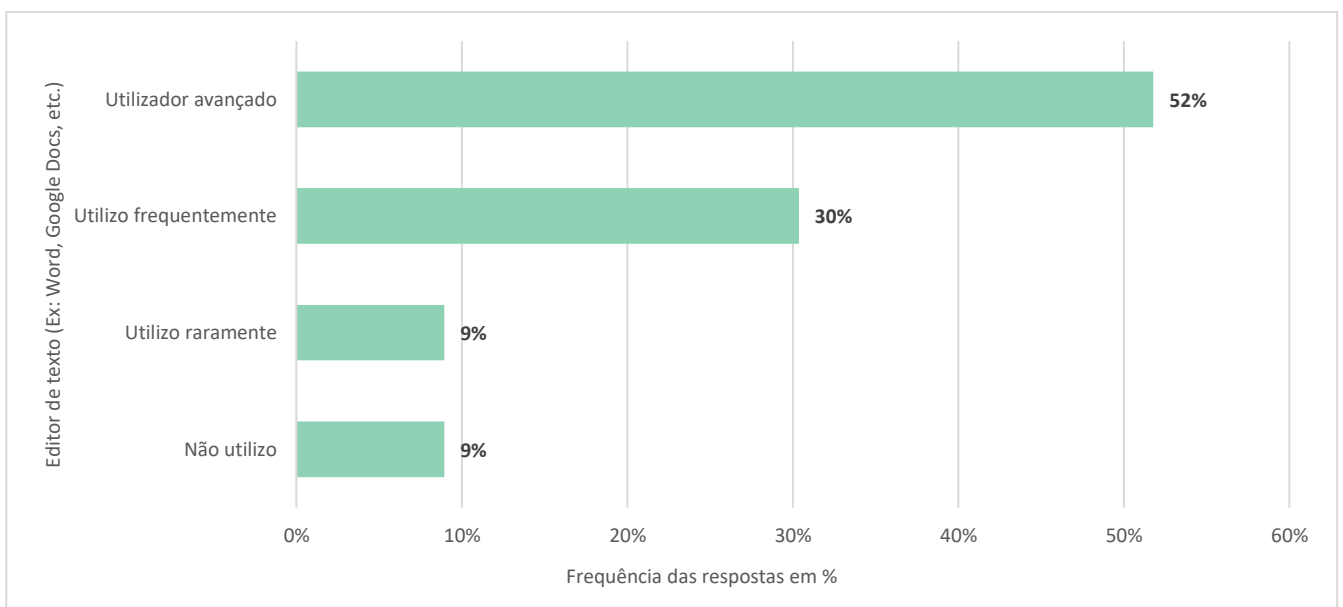


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Assim e relativamente à realização ou frequência de formação online, 30% afirma participar sempre que possível em ações deste tipo, pois considera que sejam úteis para a aquisição de novos conhecimentos para aplicar na empresa; 20% afirma que já participou algumas vezes, pela mesma razão; 30% afirma nunca ter participado, embora considere que as mesmas poderão ser úteis para a aquisição de novos conhecimentos para aplicar na sua empresa e 20% afirma nunca ter participado e considera ainda que estas ferramentas não têm interesse para a atividade da sua empresa.

Pretendeu-se também avaliar as competências digitais dos empresários relativamente a ferramentas digitais diversas, encontrando-se, seguidamente, as respostas obtidas.

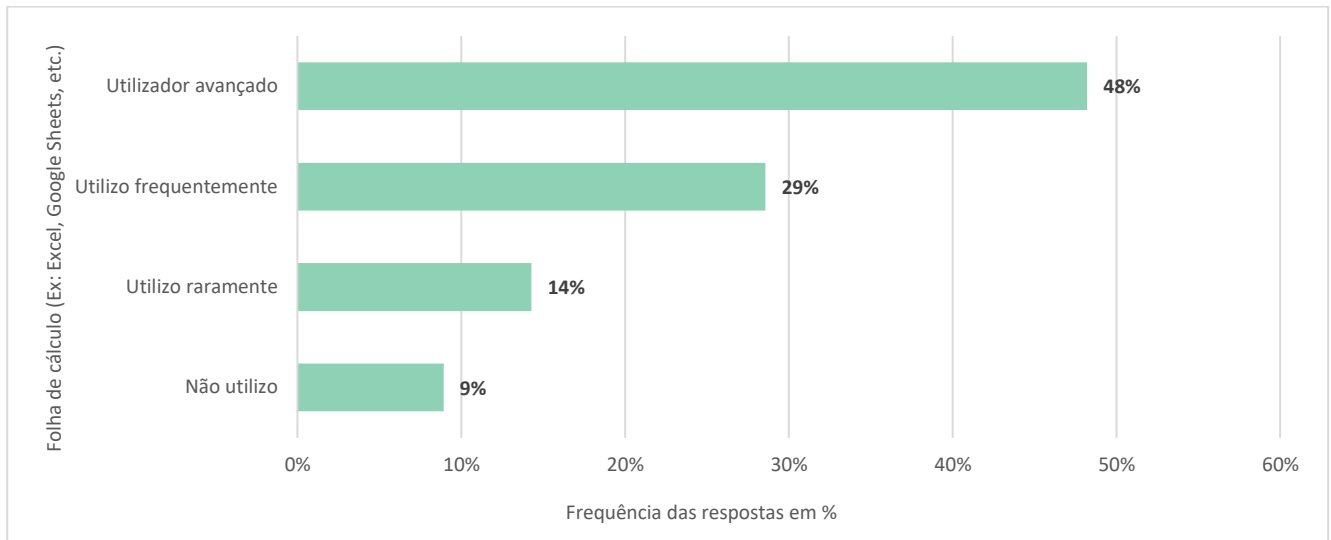
Figura 68 - Editor de texto (Ex: Word, Google Docs, etc.)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Neste sentido, e relativamente à utilização de editores de texto (por exemplo, Word ou Google Docs), 52% dos empresários considera ser utilizador avançado destas ferramentas, 30% responde utilizar com frequência, 9% utiliza raramente e 9% responde que não utiliza.

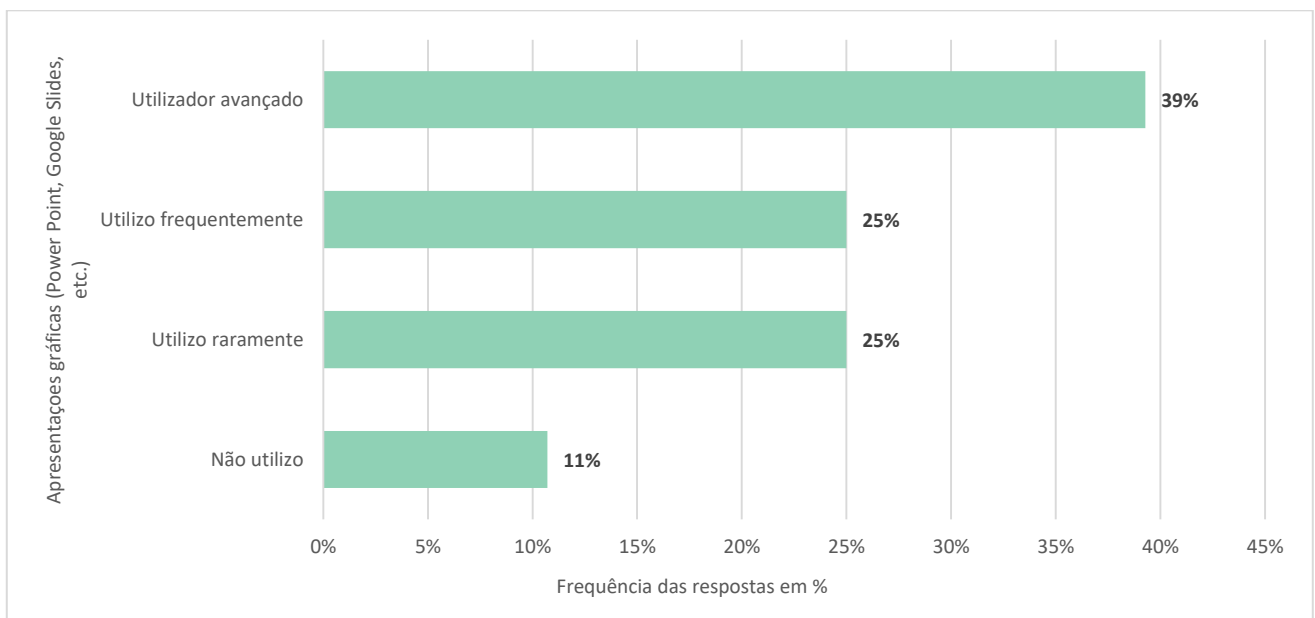
Figura 69 - Folha de cálculo (Ex: Excel, Google Sheets, etc.)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que diz respeito à utilização de folha de cálculo (por exemplo, Excel ou Google Sheets), 48% dos empresários considera ser utilizador avançado destas ferramentas, 29% respondeu utilizar com frequência, 14% utiliza raramente e 9% responde que não as utilizam.

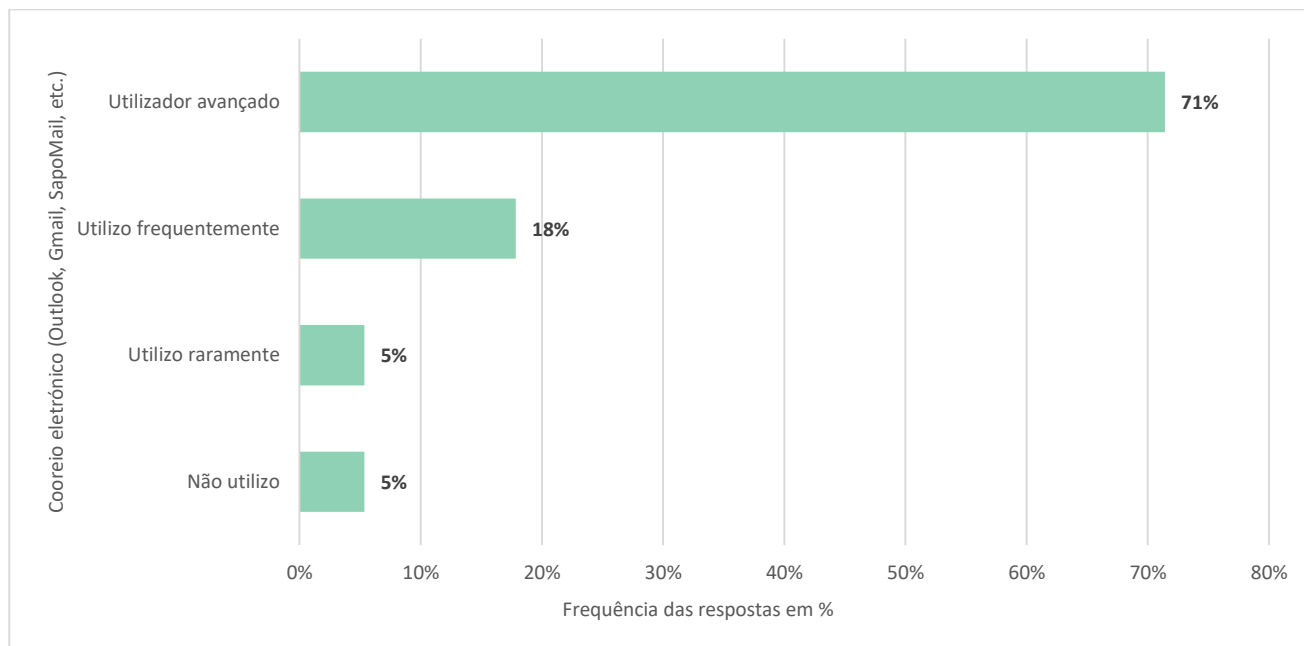
Figura 70 - Apresentações gráficas (Power Point, Google Slides, etc.)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente à utilização de apresentações gráficas (por exemplo, Power Point, Google Slides ou outras), 39% dos empresários considera ser utilizador avançado destas ferramentas, 25% considera utilizar com frequência, 25% utilizam-nas raramente e 11% responde que não utiliza este tipo de ferramentas.

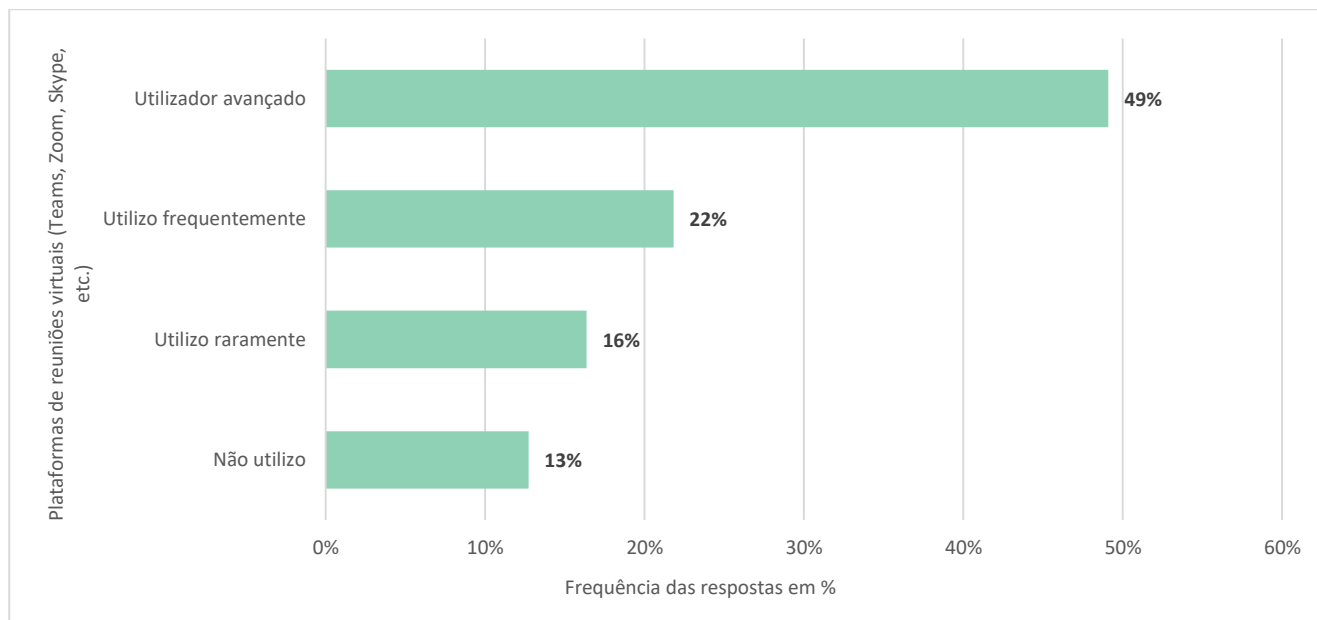
Figura 71 - Correio eletrónico (Outlook, Gmail, Yahoo, SapoMail, etc.)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

O correio eletrónico é das ferramentas mais conhecidas e utilizadas pelos empresários inquiridos. Neste sentido, 71% dos empresários considera ser utilizador avançado de ferramentas de correio eletrónico, 18% afirma utilizar com frequência, 5% afirma utilizar raramente e 5% afirma que não utilizam.

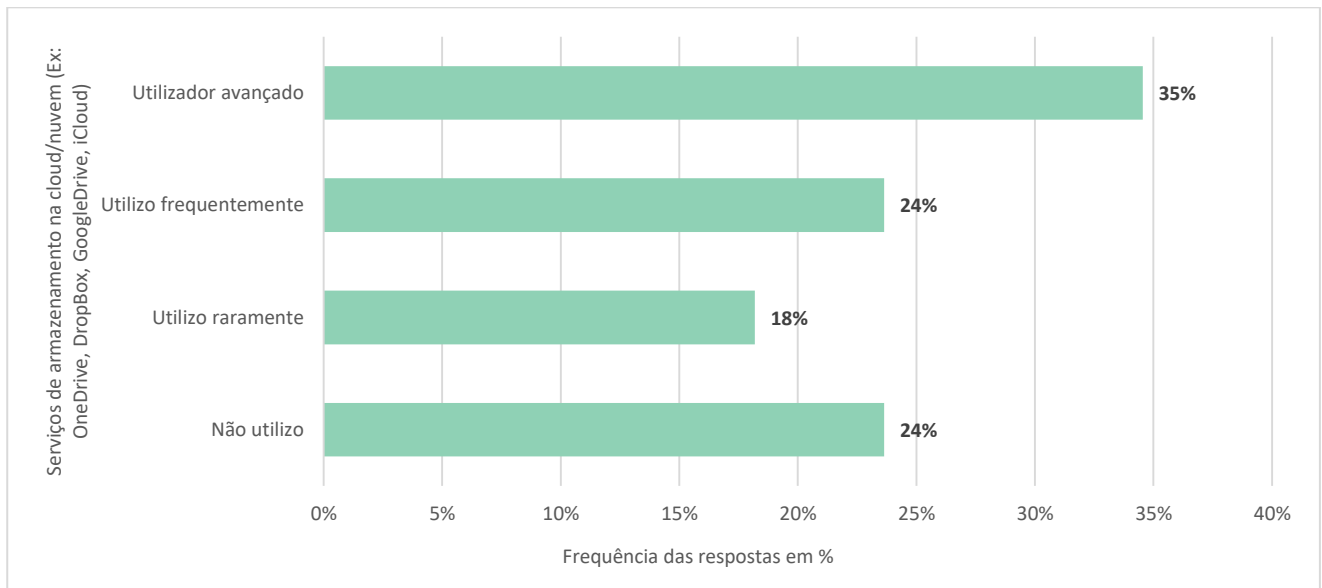
Figura 72 - Plataformas de reuniões virtuais (Teams, Zoom, Skype, etc.)



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que diz respeito à utilização de plataformas de reuniões virtuais (por exemplo, Teams, Zoom, Skype ou outras), 49% dos empresários considera ser utilizador avançado destas ferramentas, 22% utiliza com frequência, 16% utiliza raramente e 13% responde que não as utiliza.

Figura 73 - Serviços de armazenamento na cloud/nuvem (Ex: OneDrive, DropBox, GoogleDrive, iCloud)

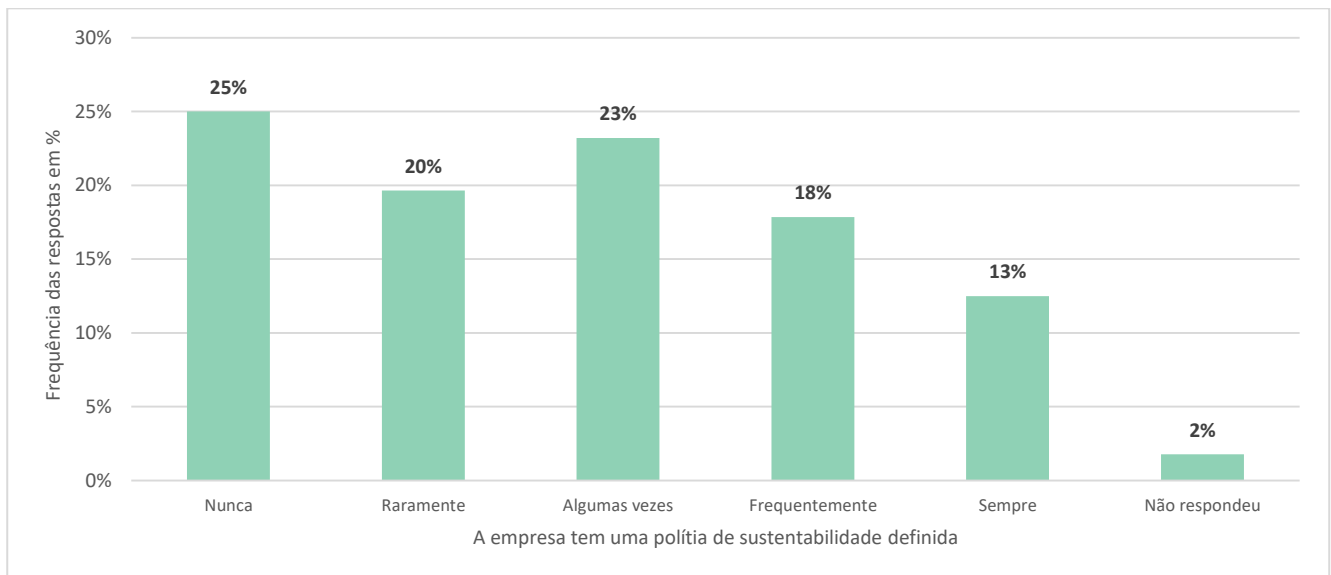


Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Relativamente aos serviços de armazenamento na cloud/nuvem (por exemplo, OneDrive, DropBox, googleDrive, iCloud), 35% dos empresários considera ser utilizador avançado destas ferramentas, 24% utiliza-os com frequência, 18% utiliza raramente e 24% responde que não utiliza este tipo de serviços.

Paralelamente às questões sobre competências digitais, os empresários responderam também a uma série de perguntas sobre inovação e sustentabilidade e, mais concretamente, sobre boas práticas de sustentabilidade ambiental, social e económica. As respostas obtidas descrevem-se de seguida.

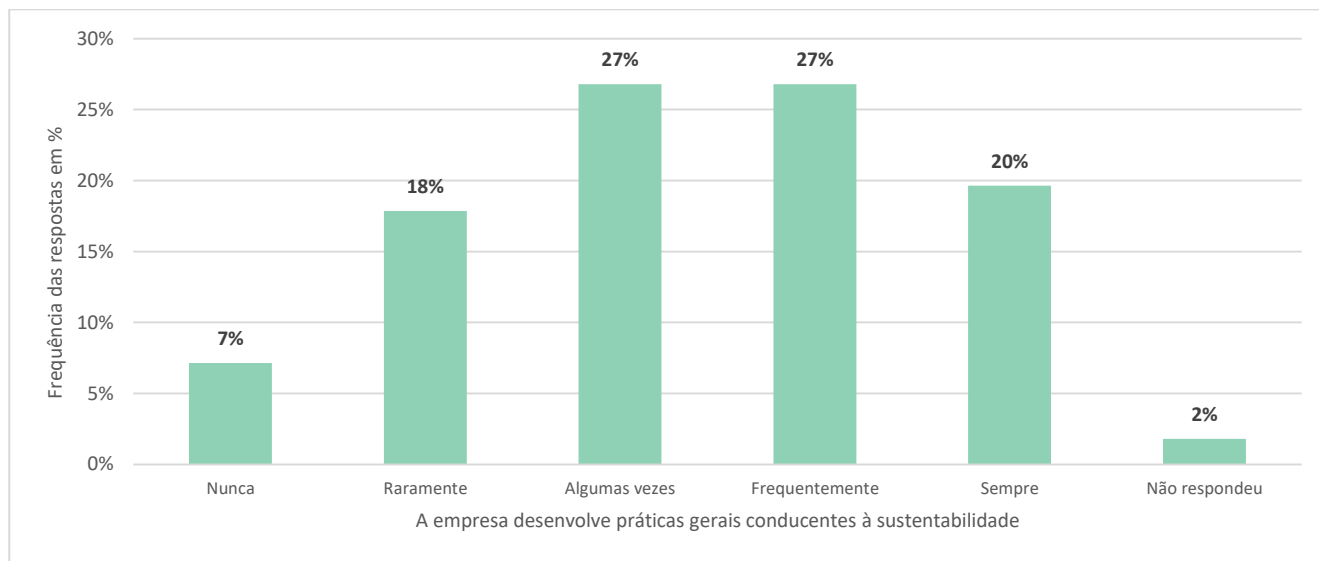
Figura 74 – Definição de política de sustentabilidade por parte da empresa



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Apenas 13% dos empresários afirma que têm sempre uma política de sustentabilidade definida, enquanto 25% afirma que nunca o fez.

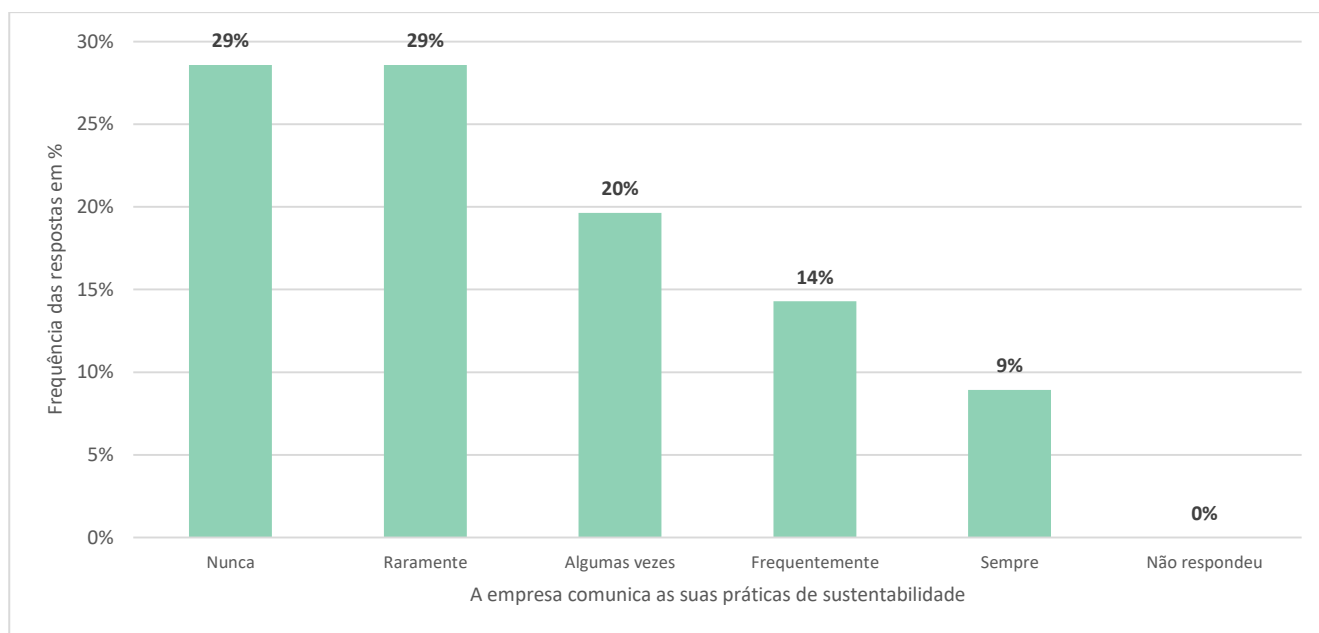
Figura 75 – Desenvolvimento de práticas gerais conducentes à sustentabilidade



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No entanto, quando inquiridos relativamente ao desenvolvimento de práticas gerais conducentes à sustentabilidade, 20% dos empresários responde que desenvolve sempre essas boas práticas e apenas 7% indica que nunca as desenvolveu.

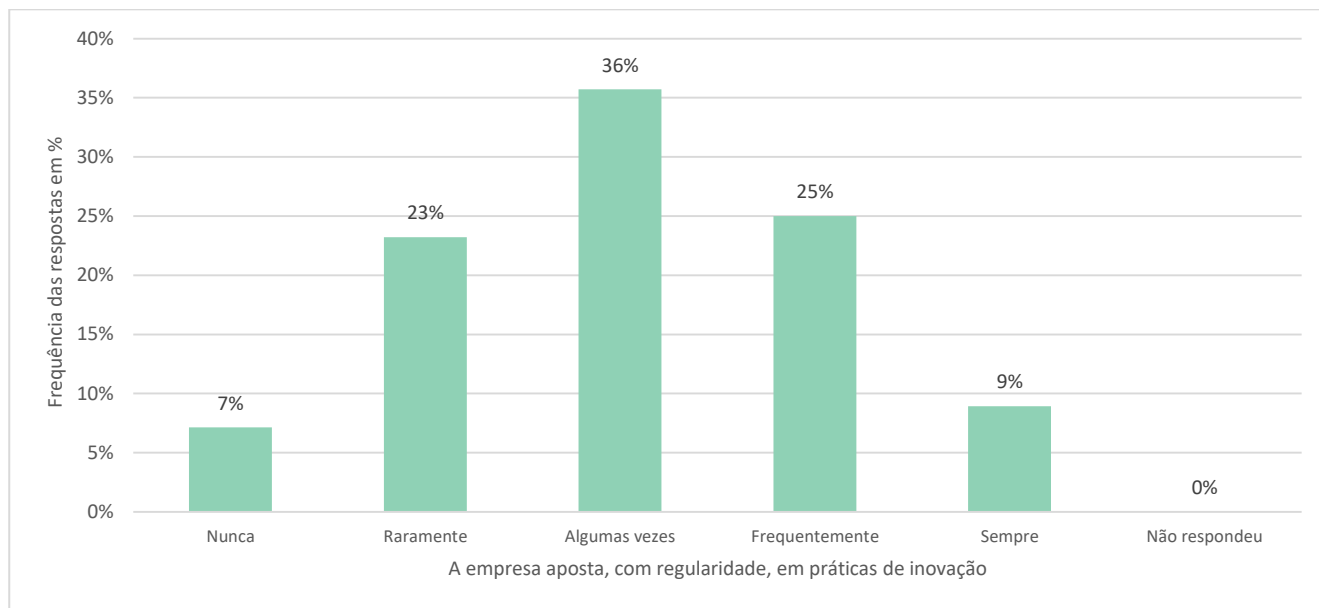
Figura 76 – Comunicação de práticas de sustentabilidade



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

A percentagem de empresários que indica comunicar as práticas de sustentabilidade conduzidas na sua empresa é de apenas 9% e 29% dos empresários afirma nunca ter realizado a sua comunicação.

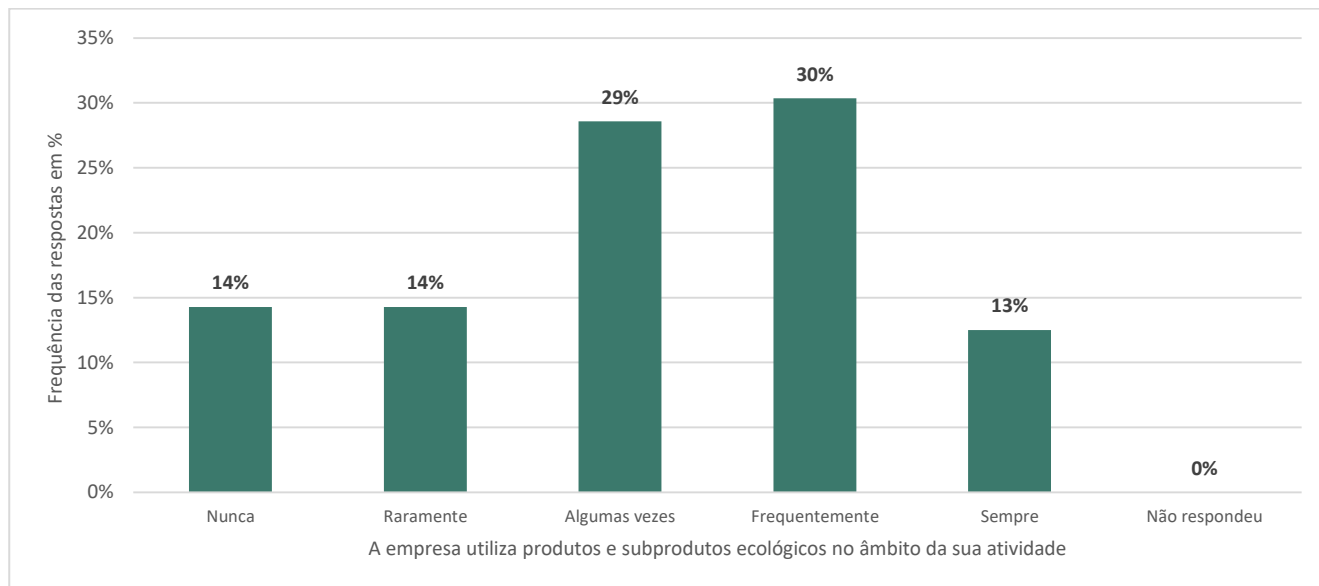
Figura 77 – Aposta, por parte da empresa, em práticas de inovação



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita à inovação, apenas 9% dos empresários indica que aposta, sempre, em práticas que conduzem à inovação, enquanto 25% indica que o faz com frequência e 36% apenas algumas vezes. Do grupo de empresários inquiridos, apenas 7% afirma que, na sua atividade empresarial, não aposta em prática de inovação e 23% indica que raramente o faz.

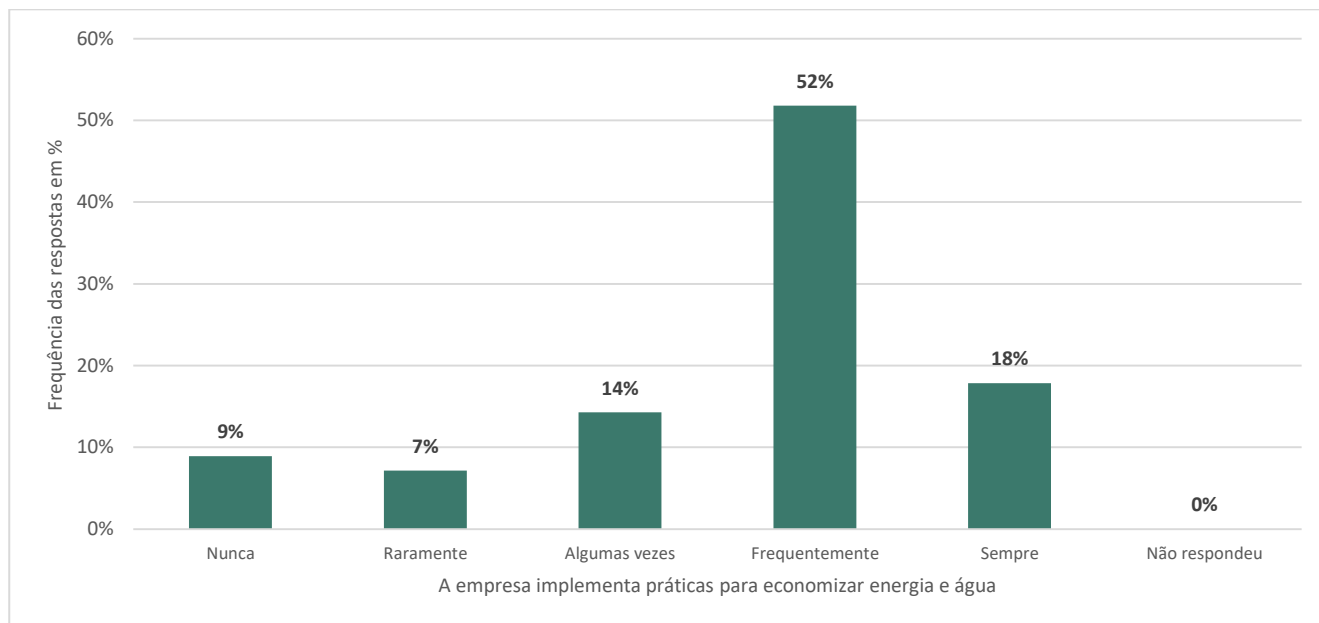
Figura 78 – Utilização de produtos e subprodutos ecológicos no âmbito da atividade empresarial



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Apenas 9% dos empresários inquiridos indica que, na sua atividade empresarial, utiliza sempre produtos e subprodutos ecológicos, enquanto 30% dos empresários indica utilizá-los com frequência e 29% algumas vezes. No entanto, 14% indica não ter essa prática e os restantes 14% afirma que raramente utiliza produtos e subprodutos ecológicos nesse mesmo âmbito.

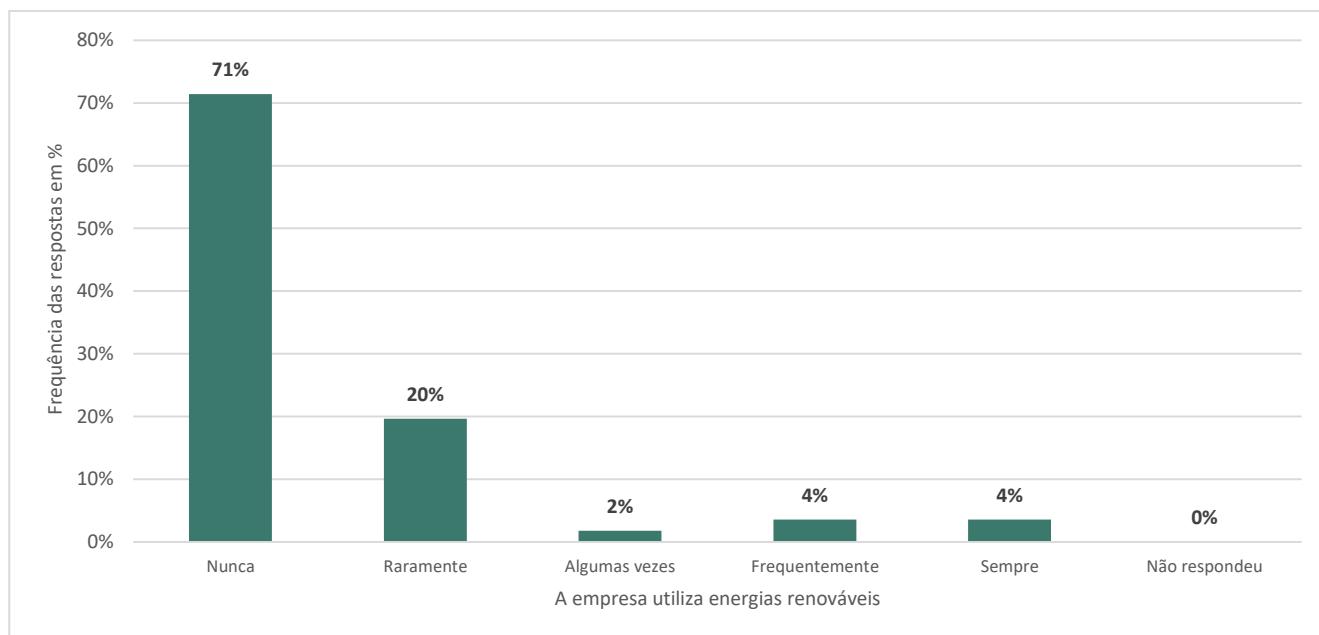
Figura 79 – Implementação de práticas para economizar energia e água



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

No que respeita às práticas para economizar energia e água, 18% dos empresários indica desenvolver sempre estas práticas e 52% o faz de forma frequente. No entanto, 9% indica não conduzir esta ação, 5% o faz raramente e 14% apenas algumas vezes.

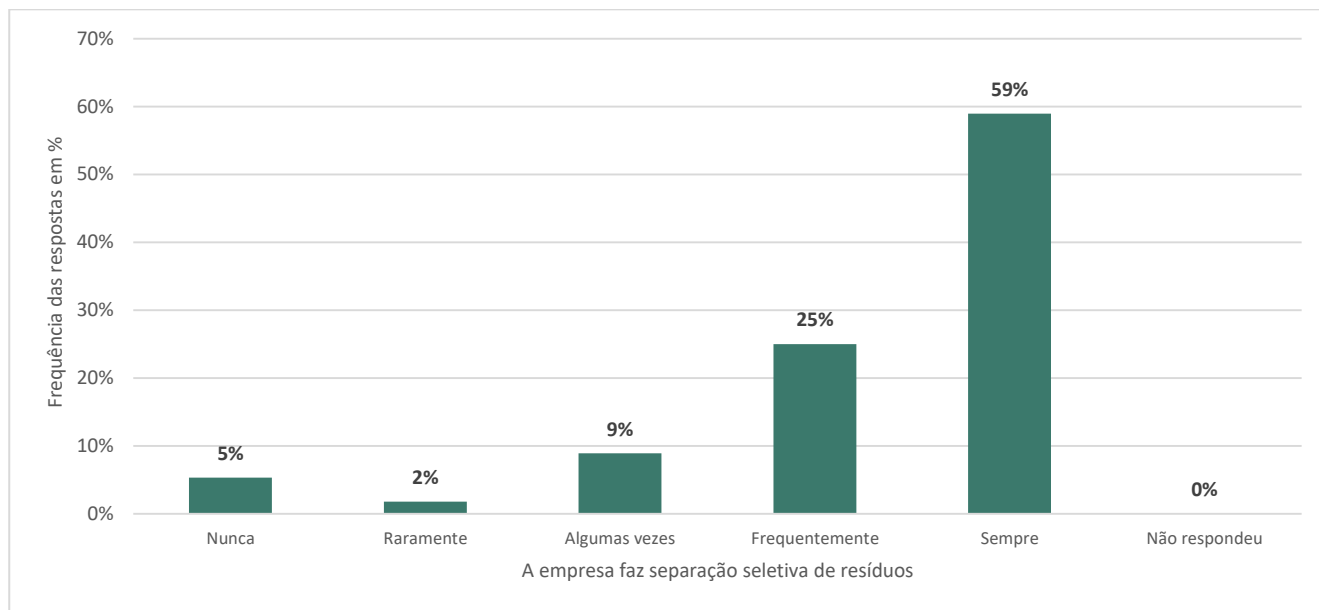
Figura 80 – Utilização de energias renováveis



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Uma percentagem muito pequena dos empresários indica recorrer sempre a energias renováveis. A maioria (71%) nunca recorre a este tipo de energia e 20% recorre muito raramente.

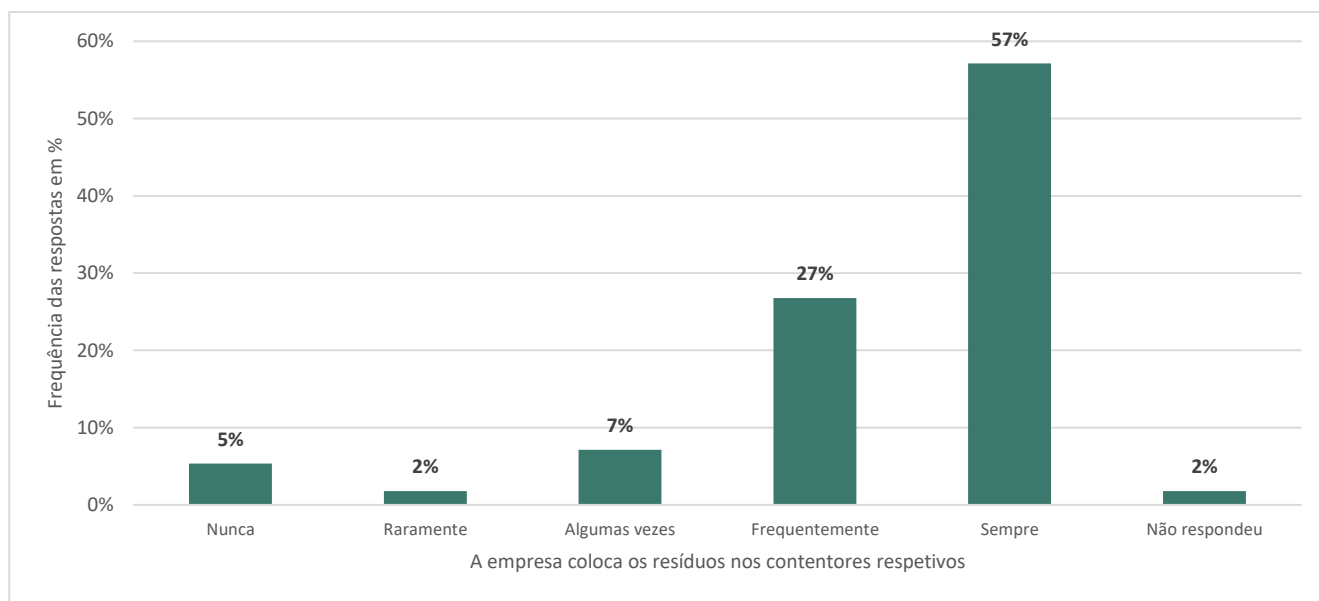
Figura 81 – Separação seletiva de resíduos



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Já em relação à separação seletiva de resíduos, a grande maioria (59%) dos empresários inquiridos, indica que o faz sempre e 25% frequentemente. No entanto, 5% dos empresários afirmou que ainda não desenvolve este tipo de ação.

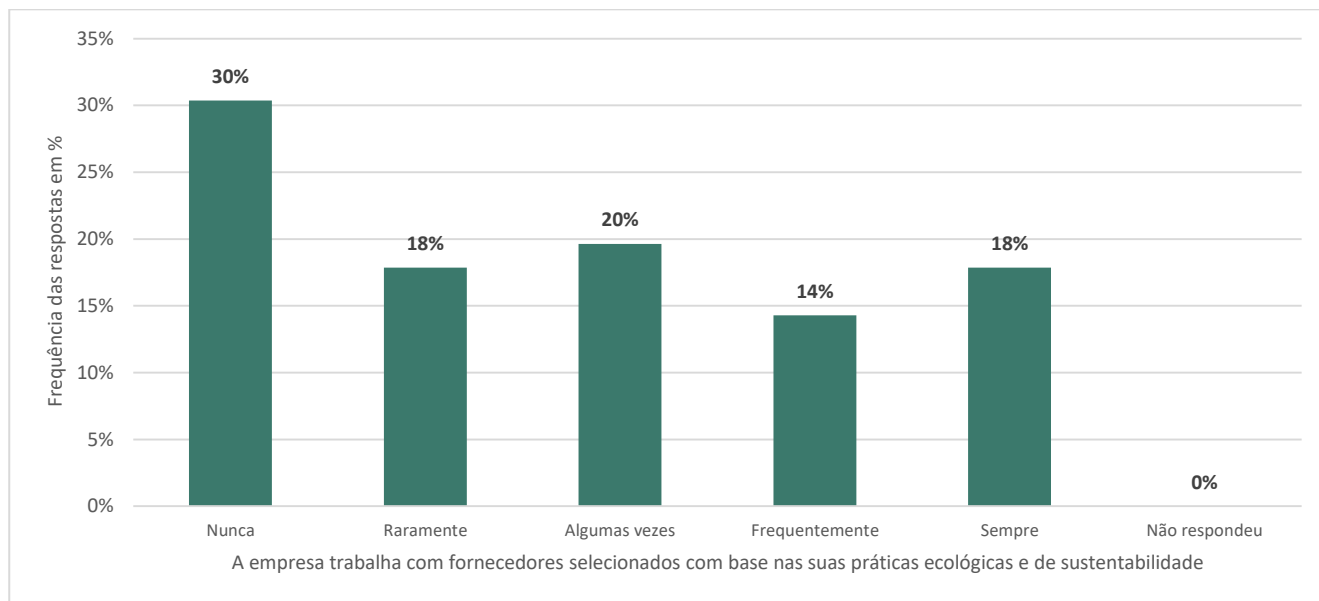
Figura 82 – Colocação de resíduos nos contentores apropriados



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Quanto à colocação dos resíduos nos contentores apropriados (para reciclagem), uma grande percentagem dos empresários inquiridos indica desenvolver sempre esta ação (57%) e 27% indica realizá-la com frequência. 5% dos empresários nunca o faz e 7% apenas desenvolve esta ação algumas vezes.

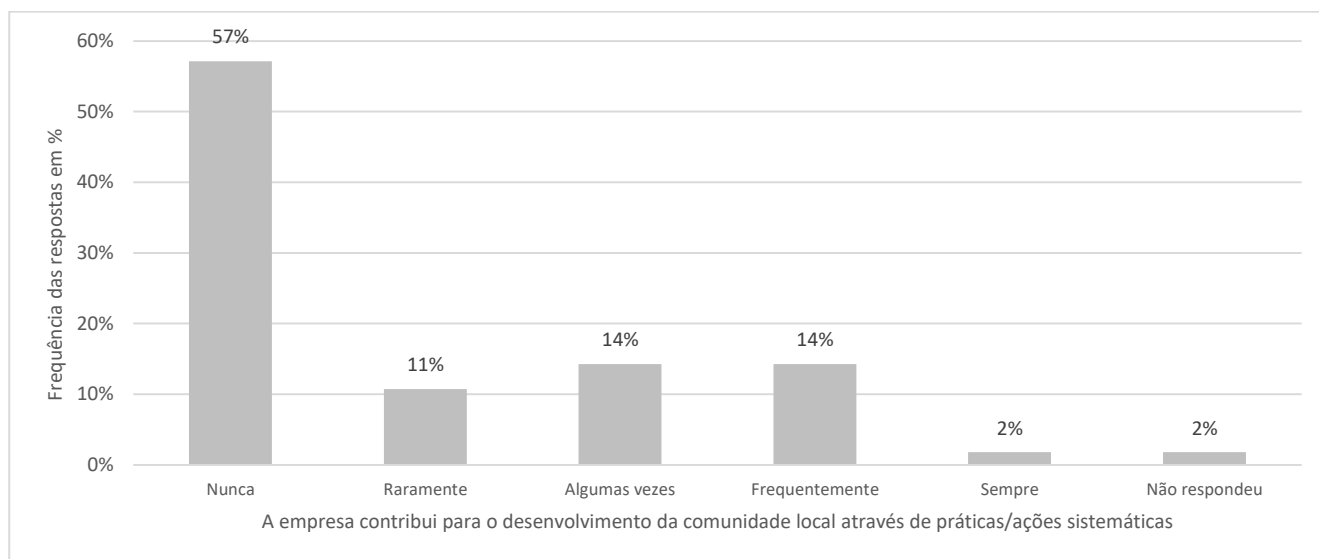
Figura 83 – Recurso a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários que participaram no estudo, 30% nunca recorre a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade e 18% indica que raramente o faz. Apenas para 18% dos inquiridos a seleção dos fornecedores com base nestes critérios é uma prática regular e ainda para 14% esta é uma prática frequente.

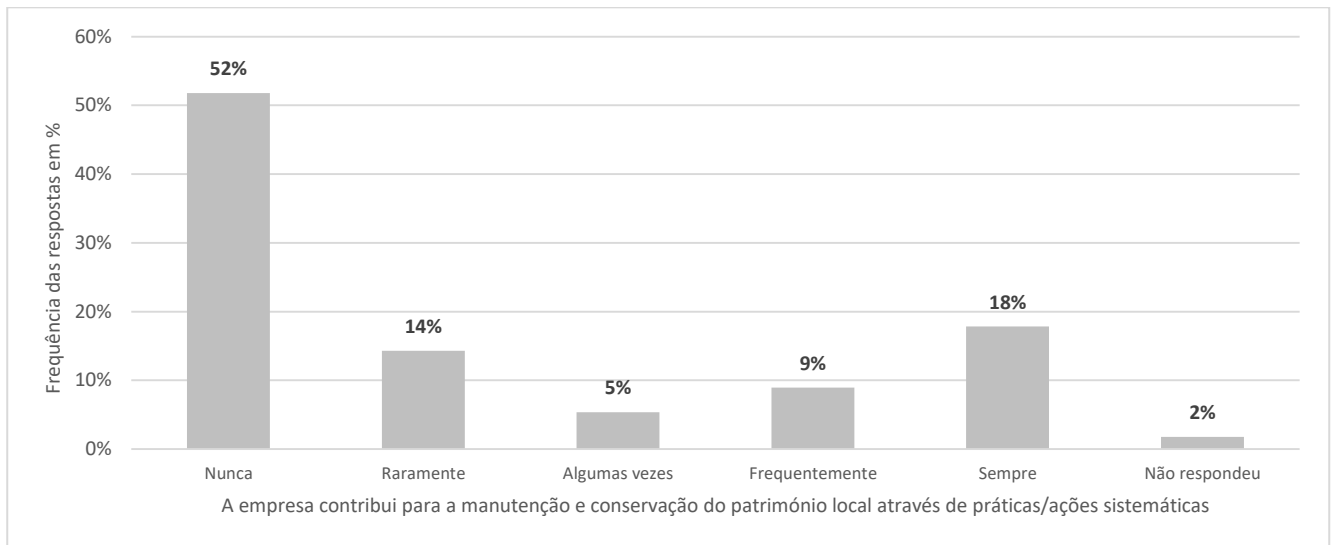
Figura 84 - Contribuição para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

A maioria dos empresários que respondeu ao questionário (57%) refere que não contribui para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas e 11% indica que raramente o faz. Apenas 2% indica que esta é uma prática já adotada e para 14% uma prática frequente. Neste tipo de práticas podemos incluir, por exemplo, a realização de ações de voluntariado, a limpeza de praias, o incentivo à prática de exercício e/ou a realização de ações de divulgação de boas práticas em grupos específicos.

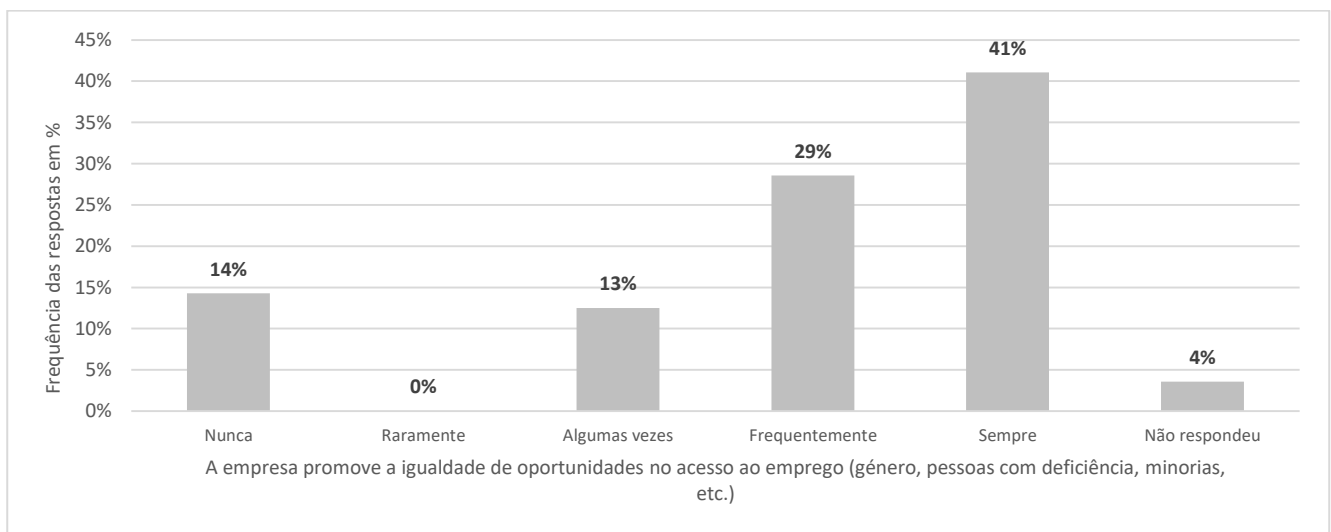
Figura 85 - Contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Também a contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas, não é ainda uma prática adotada pelos empresários que participaram no inquérito, pois 52% indica não desenvolver este tipo de ações e 14% desenvolvê-las raramente. Efetivamente, para apenas 18% dos empresários esta é uma prática comum e para 9% uma prática frequente.

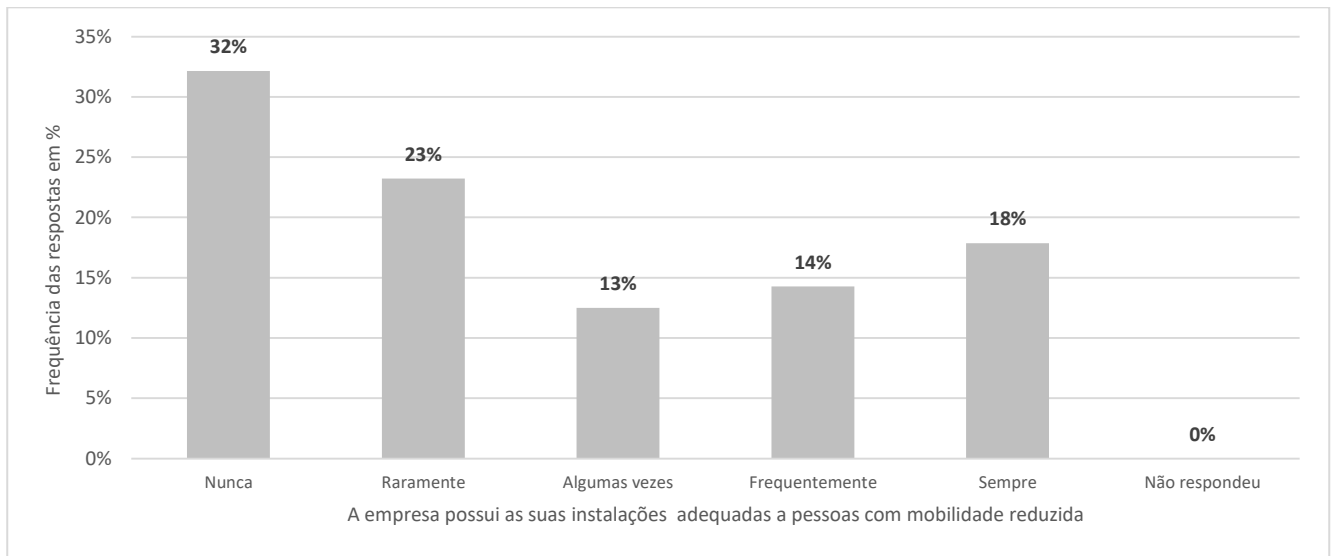
Figura 86 - Promoção da igualdade de oportunidades no acesso ao emprego



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Quanto à promoção da igualdade de oportunidades no acesso ao emprego (destacando-se, por exemplo, igual acesso ao emprego e salários iguais para mulheres e para homens, postos de trabalho para pessoas com deficiência ou pertencentes a minorias étnicas), 41% dos empresários indica que tem sempre em consideração estes ou outros princípios conducentes à igualdade e não discriminação e 29% indica que o faz com frequência. No entanto, 14% dos participantes afirma que ainda não considera estes princípios, nas suas práticas empresariais.

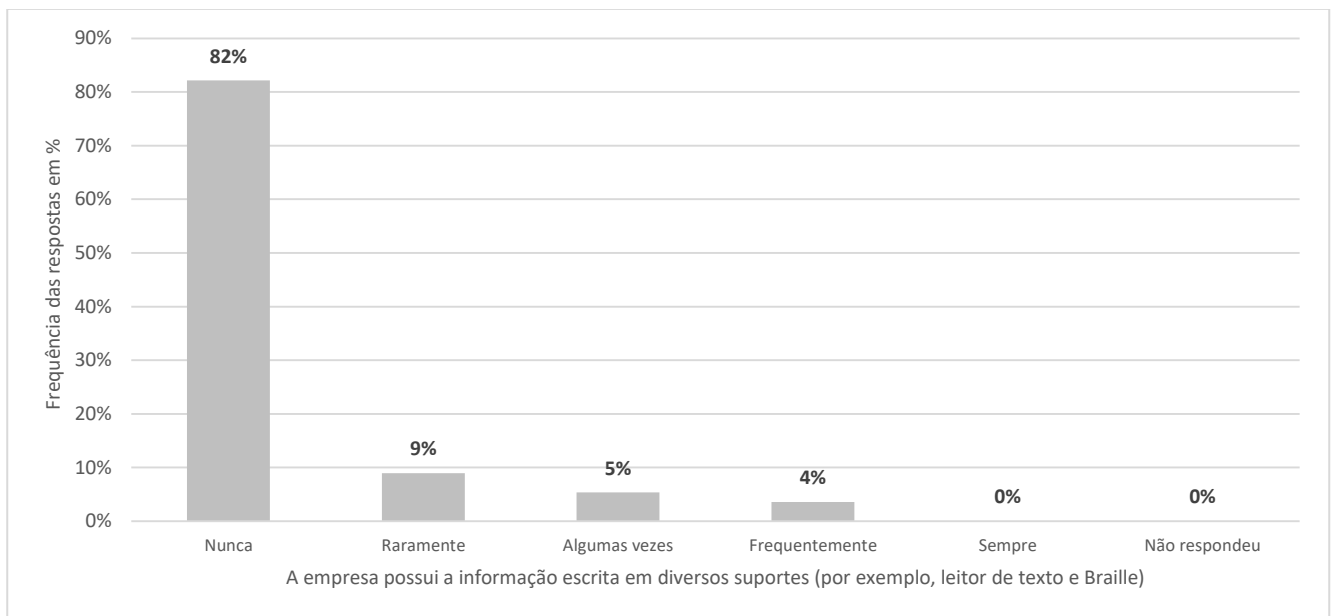
Figura 87 – Existência/disponibilização de instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários participantes, 32% refere que as instalações das suas empresas não são adequadas, ou adaptadas, a pessoas com mobilidade reduzida. Apenas 18% dos empresários menciona dispor de instalações adaptadas.

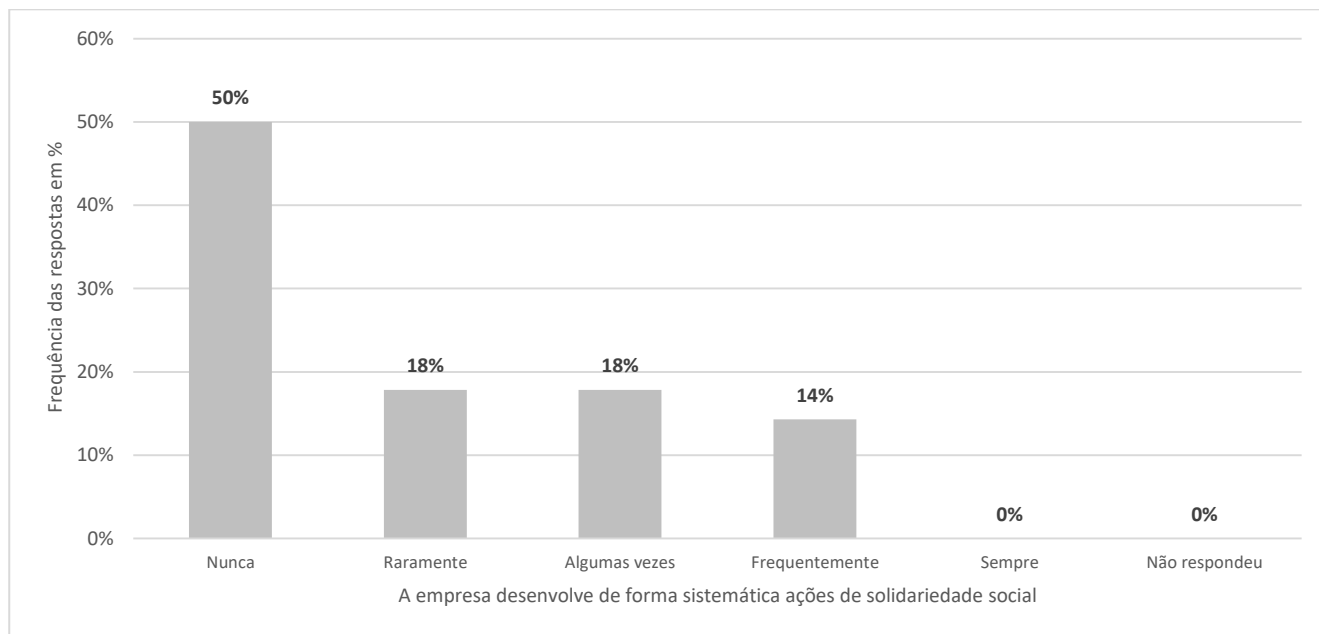
Figura 88 – Existência/disponibilização de informação escrita em diversos suportes



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

A maioria dos empresários que participaram neste diagnóstico (82%) menciona que ainda não disponibiliza informação escrita em diversos suportes para pessoas com deficiência (por exemplo, leitor de texto, ou informação escrita em Braille).

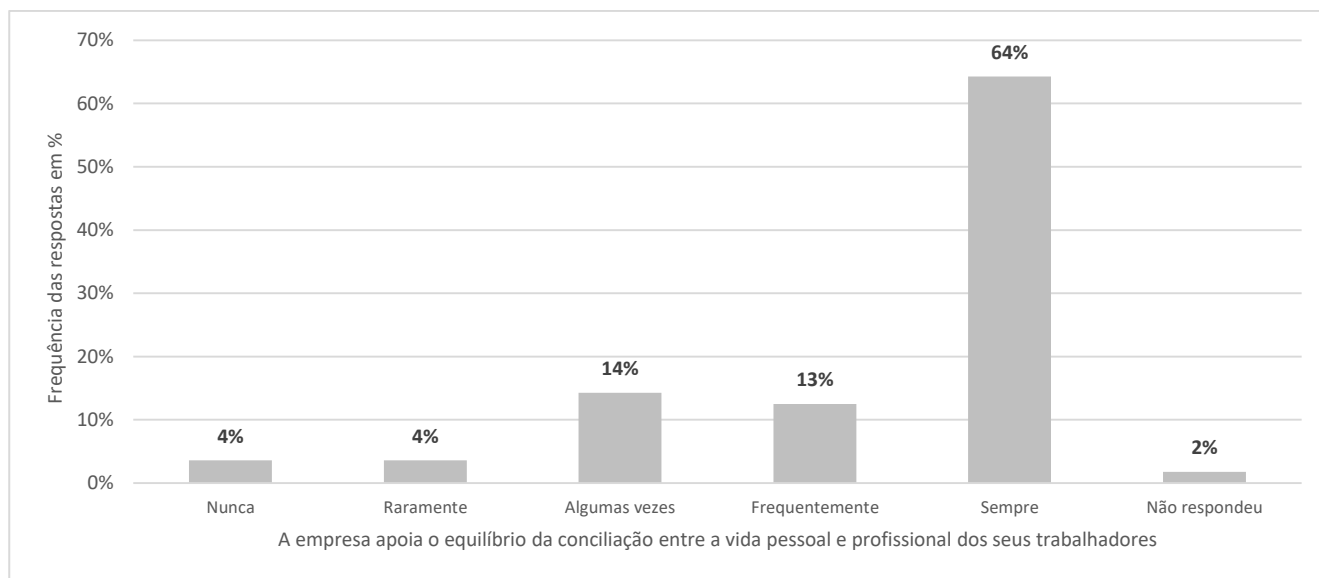
Figura 89 - Desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Quanto ao desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social, 50% dos inquiridos afirma nunca o ter realizado e 18% indica que raramente o faz. Apenas 18% dos empresários participantes indica que desenvolve este tipo de práticas algumas vezes e 14% muito frequentemente.

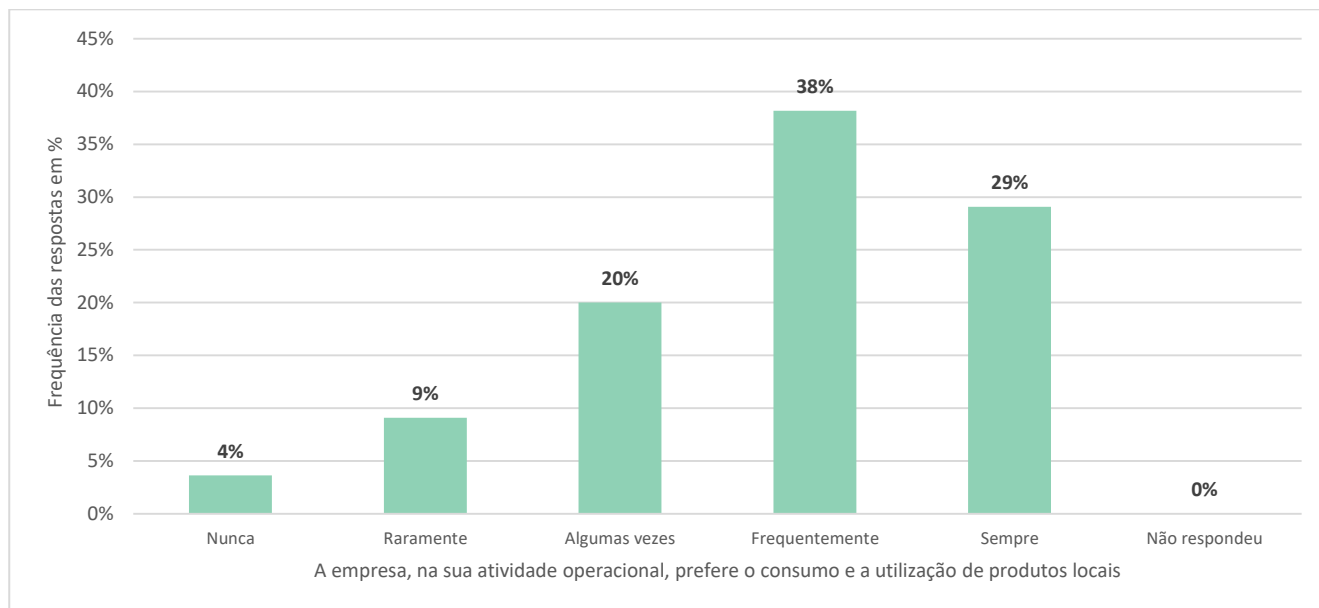
Figura 90 - Apoio ao equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos trabalhadores



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

A maioria dos empresários (64%) indica que tem sempre em consideração o equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos seus trabalhadores e 13% considera que o faz muito frequentemente. Apenas 4% dos inquiridos menciona que nunca tem essa consideração, assim como 4% menciona que o faz muito raramente.

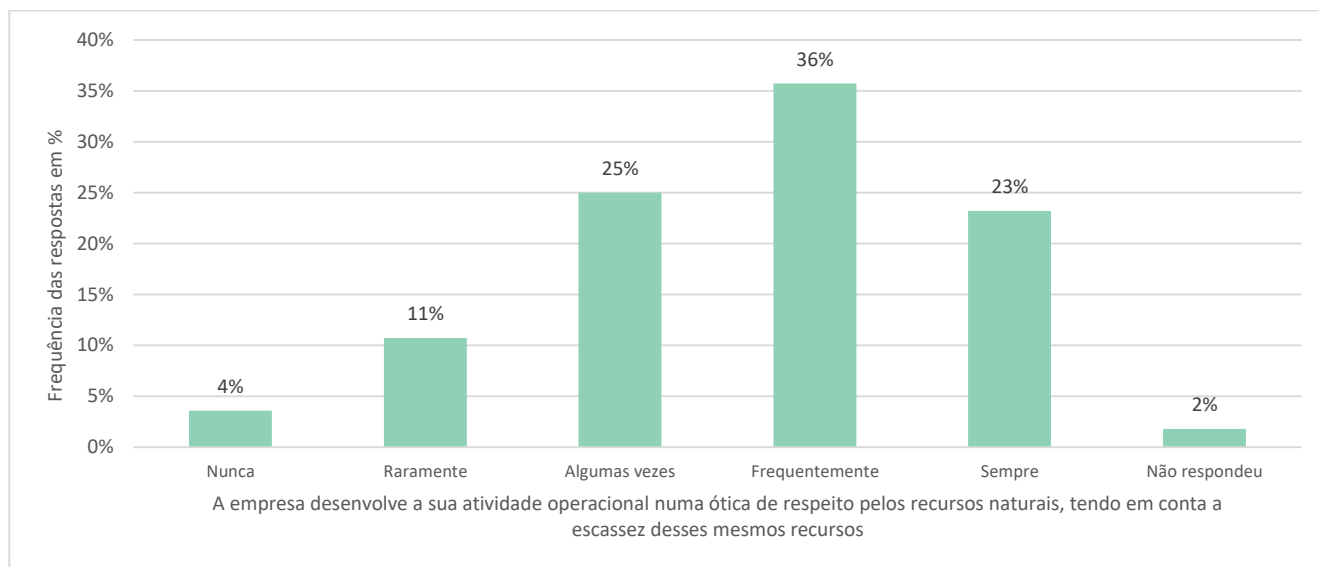
Figura 91 - Preferência pelo consumo e utilização de produtos locais na atividade operacional da empresa



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários participantes, 29% privilegia sempre o consumo e utilização de produtos locais, na atividade da sua empresa e 38% menciona que o faz frequentemente. Apenas 4% dos empresários indica que não leva em consideração o consumo de produtos locais e 9% menciona que raramente o faz.

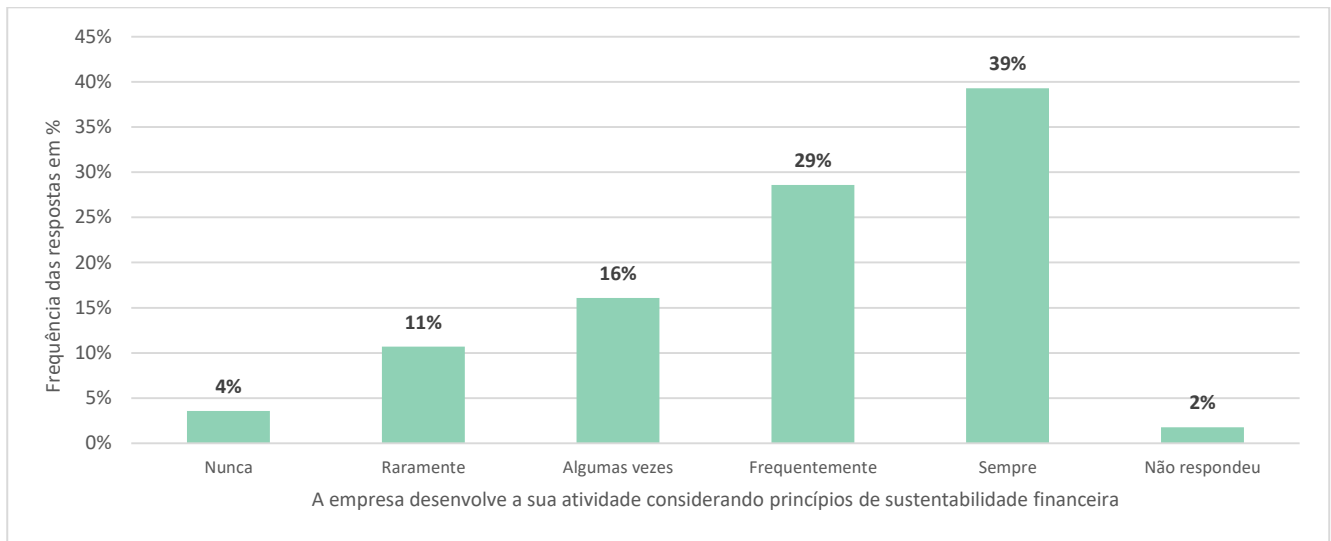
Figura 92 - Desenvolvimento da atividade operacional da empresa, considerando o respeito pelos recursos naturais e tendo em conta a escassez dos mesmos



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários participantes no presente diagnóstico, 23% afirma que, no âmbito da sua atividade empresarial, leva sempre em consideração o respeito pelos recursos naturais, decorrente da escassez dos mesmos, e 36% dos empresários indica que o fazem de forma frequente. No entanto, 4% dos empresários indica que não pauta a atividade da sua empresa atendendo ao princípio da escassez e respeito pelos recursos naturais e 11% afirma que raramente o faz.

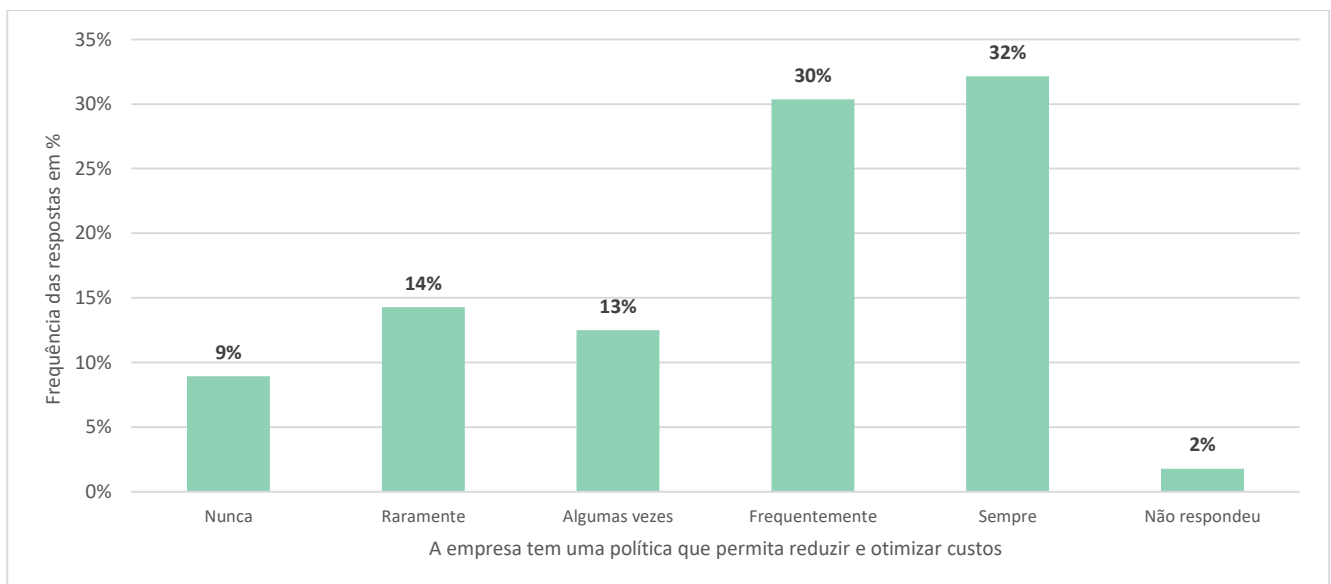
Figura 93 - Desenvolvimento da atividade da empresa considerando princípios de sustentabilidade financeira



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Já relativamente aos princípios associados à sustentabilidade financeira da empresa (por exemplo, o equilíbrio nos gastos, a prática corrente de orçamentação, a definição de metas e prazos e a realização de um planeamento estratégico consistente, entre outras potenciais ações), 39% dos empresários considera ter sempre em atenção estas boas práticas e 29% considera o seu desenvolvimento de forma frequente. No entanto, estes princípios não são considerados por 4% dos empresários e muito raramente por um grupo de 11% dos empresários participantes.

Figura 94 – Existência de uma política que permita reduzir e otimizar os custos



Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Dos empresários que participaram no atual diagnóstico, 32% considera sempre a existência de uma política que lhes permita otimizar e reduzir custos no âmbito da sua atividade operacional e 30% dos empresários afirma que o faz de forma frequente. No entanto, 9% dos inquiridos indica que na sua empresa ainda não se encontra integrada uma política de otimização e gestão de custos.

4. Análise SWOT

Tabela 17 – Análise SWOT – Análise Interna – Forças e Fraquezas

Análise Interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Condições climáticas únicas da região; • Condições geográficas da região; • Diversidade e tipicidade de alguns alojamentos; • Enorme oferta turística da região; • Existência de um aeroporto internacional, que facilita a entrada de turistas internacionais; • Extensão da costa, qualidade das praias e características do mar; • Paisagem diversificada (apesar de ser mais conhecida pelas praias, a região dispõe também de outro tipo de oferta); • Oferta turística muito diversificada e que abrange diversos grupos etários; • Cultura algarvia muito direcionada para a oferta internacional (simpatia, bom acolhimento e facilidade de comunicação em línguas estrangeiras). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pequena dimensão das empresas; • Exígua base produtiva regional; • Fraca capacitação das empresas da região; • Alguma rigidez face a processos de mudança; • Constrangimentos no domínio da transferência do conhecimento entre os diversos players da região, nomeadamente, universidade e centros de investigação e empresas (estas, maioritariamente, de reduzida dimensão); • Baixa qualificação geral da população; • Força de trabalho com qualificações desajustadas à oferta; • Redução do grupo da população ativa; • Pouca diferenciação do tecido produtivo; • Atividades produtivas assentes em atividades intensivas e com pouco valor acrescentado; • Oferta de serviços de saúde; • Práticas de marketing ainda pouco desenvolvidas, valorizadas e estruturadas por parte de alguns agentes económicos; • Baixa cooperação entre as empresas da região; • Inexistência de práticas concertadas que promovam uma política de qualidade mais homogénea; • Reduzidas práticas de certificação (qualidade, ambiental etc.); • Pouca articulação entre o setor público e o setor privado; • Baixa adesão e valorização ao associativismo empresarial.

Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

Tabela 18 - Análise SWOT – Análise Externa – Oportunidades e Ameaças

Análise Externa	
Oportunidades¹⁰	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Devido à pandemia muitos turistas portugueses que passavam férias no exterior passaram a considerar o Algarve como destino de eleição; • Promoção da competitividade através da introdução de novas práticas de inovação; • Desenvolvimento da digitalização, e de tudo que lhe está associado, nas empresas da região; • Desenvolvimento dos processos conducentes à economia circular; • Diversificação das atividades económicas da região; • Estímulo do consumo da produção e serviços locais, tanto na região, como a nível nacional; • Potenciação da internacionalização dos produtos e serviços da região; • Valorização do território e do emprego (mão-de-obra) da região; • Aumento da produtividade e competitividade das empresas; • Ocupação turística da região algarvia, no verão de 2022, já se encontra nos níveis de 2019 (pré-pandemia); • Retoma do tráfego aéreo marcada por greves, cancelamento de voos e situação de caos, em alguns aeroportos nacionais e internacionais, que pode conduzir os turistas portugueses para férias na região do Algarve. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redução do número de turistas (essencialmente, internacionais) devido à pandemia; • Forte sazonalidade; • Grande dependência do turismo (tanto nacional, como internacional); • Subida generalizada de preços das matérias-primas e dos combustíveis; • Essa subida generalizada dos preços pode conduzir a uma perda do poder de compra da população (tanto a nível nacional como internacional); • Alguma instabilidade económica resultante da guerra na Europa que pode conduzir à diminuição da confiança dos consumidores; • Retoma do tráfego aéreo marcada por greves, cancelamento de voos e situação de caos, em alguns aeroportos internacionais, que pode conduzir os turistas internacionais para a procura de férias noutras regiões; • Dificuldade em conseguir mão-de-obra especializada em determinados setores em particular.

Fonte: Elaboração própria, com base no inquérito por questionário

¹⁰ Elaborado com base na Estratégia de Desenvolvimento Regional do Algarve 2030.

5. Oportunidades de melhoria

As áreas de intervenção e a situação desejada identificadas são as que se encontram descritas na tabela seguinte. Para uma leitura mais facilitada, de áreas passíveis de intervenção, foi adotado o seguinte código de cores:

Áreas com maior necessidade de intervenção
(>50%)



Áreas com menor necessidade de intervenção
(<50%)



Tabela 19 – Identificação de áreas em que existem oportunidades de melhoria

Áreas de intervenção	Situação desejada	% resposta mais favorável	
Ferramentas Digitais			
Meios digitais e tecnológicos	Reconhecer a importância dos meios digitais e tecnológicos para a atividade da empresa	89%	
Internet	Utilizar frequentemente a Internet	89%	
Correio eletrónico	Utilizar com frequência o correio eletrónico como ferramenta de trabalho	88%	
Redes sociais	Utilizar com frequência redes sociais como ferramenta de trabalho	95%	
Website	Reconhecer a importância de ter um website atualizado e adequado ao seu segmento, como um canal adicional de comunicação e divulgação da atividade empresarial	66%	
Loja online	Reconhecer a importância de ter uma loja online como um canal adicional de venda (por exemplo, na época baixa)	38%	
Smartphone como ferramenta para dinamizar a atividade empresarial	Valorizar a utilização do smartphone e reconhecer a sua importância e possibilidades para a dinamização do seu negócio	80%	
Câmara do smartphone	Tirar fotografias no smartphone	55%	
Edição de fotografias	Realizar a edição de fotografias (por exemplo, recortar, aplicar filtros)	54%	
Criação e edição de imagens	Criar e editar imagens (por exemplo, elaborar conteúdos a partir de outra informação ou dados)	51%	
Gravação de vídeos	Gravar vídeos (no smartphone e com câmara)	39%	
Edição de vídeo	Editar vídeos (por exemplo, softwares de edição)	23%	
Criação e edição de texto	Criar e editar texto através do computador (por exemplo, escrever textos, fazer <i>flyers</i> ou outro material promocional)	36%	
Partilhas de conteúdos nas redes sociais	Fazer partilhas de conteúdos nas redes sociais	59%	
Publicação de conteúdos nas plataformas digitais utilizadas	Publicar conteúdos nas plataformas digitais utilizadas	52%	
Partilha e atualização de conteúdos no website	Partilhar e atualizar conteúdos no website	27%	
Atualização de produtos e gestão de conteúdos no website	Atualizar produtos e gerir conteúdos no website	27%	
Atualização de produtos e gestão de encomendas na loja online	Atualizar produtos e gerir encomendas na loja online	30%	
Editor de texto	Utilizar o editor de texto (Ex: Word, Google Docs, etc.)	52%	
Folha de cálculo	Utilizar a folha de cálculo no apoio à gestão do seu negócio (Ex: Excel, Google Sheets, etc.)	48%	
Apresentações gráficas	Realizar apresentações gráficas, como forma de potenciar os conteúdos a desenvolver, como forma de dinamizar o seu negócio	39%	

Áreas de intervenção	Situação desejada	% resposta mais favorável	
Ferramentas Digitais			
Correio eletrónico	Utilizar de forma eficaz o correio eletrónico (Outlook, Gmail, Yahoo, SapoMail, etc.)	71%	
Plataformas de reuniões virtuais	Recorrer à utilização de plataformas de reuniões virtuais (Teams, Zoom, Skype, etc.)	49%	
Serviços de armazenamento na cloud/nuvem	Reconhecer a importância dos novos serviços de armazenamento de dados	35%	
Sustentabilidade			
Política de sustentabilidade	Identificar a necessidade de definir uma política de sustentabilidade para a empresa	13%	
Práticas gerais de sustentabilidade	Reconhecer a importância de realizar práticas gerais de sustentabilidade no âmbito da atividade empresarial	20%	
Comunicação de práticas de sustentabilidade	Identificar a importância da comunicação de práticas de sustentabilidade	9%	
Práticas de inovação	Reconhecer a importância do desenvolvimento e adoção de práticas de inovação	9%	
Utilização de produtos e subprodutos ecológicos	Reconhecer a importância da utilização de produtos e subprodutos ecológicos no âmbito da atividade empresarial	13%	
Implementação de práticas para economizar energia e água	Reconhecer a importância da definição e desenvolvimento de práticas para economizar energia e água	18%	
Energias renováveis	Reconhecer a importância da introdução da utilização de energias renováveis	4%	
Separação seletiva de resíduos	Reconhecer a importância de realizar uma separação seletiva de resíduos	59%	
Colocação dos resíduos separados nos contentores apropriados	Reconhecer a importância da colocação dos resíduos separados nos contentores apropriados	57%	
Recurso a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade	Reconhecer a importância do recurso a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade	18%	
Contribuição para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas	Reconhecer a importância da contribuição para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas	2%	
Contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas	Reconhecer a importância da contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas	18%	
Promoção da igualdade de oportunidades no acesso ao emprego	Reconhecer a importância das práticas que promovam a igualdade de oportunidades no acesso ao emprego	41%	
Existência/disponibilização de instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida	Reconhecer a importância da existência/disponibilização de instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida	18%	
Existência/disponibilização de informação escrita em diversos suportes	Reconhecer a necessidade de disponibilização de informação escrita em diversos suportes	0%	
Desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social	Identificar a importância do desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social	0%	
Apoio ao equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos trabalhadores	Identificar a necessidade de apoio ao equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos trabalhadores	64%	
Preferência pelo consumo e utilização de produtos locais na atividade operacional da empresa	Reconhecer a importância da preferência pelo consumo e utilização de produtos locais na atividade operacional da empresa	29%	
Desenvolvimento da atividade operacional da empresa, considerando o respeito pelos recursos naturais e tendo em conta a escassez dos mesmos	Identificar a necessidade do desenvolvimento da atividade operacional da empresa, considerando o respeito pelos recursos naturais e tendo em conta a escassez dos mesmos	23%	
Desenvolvimento da atividade operacional da empresa considerando princípios de sustentabilidade financeira	Identificar a importância do desenvolvimento da atividade operacional da empresa considerando princípios de sustentabilidade financeira	39%	
Existência de uma política que permita reduzir e otimizar os custos	Identificar a importância da existência de uma política que permita reduzir e otimizar os custos	32%	

Mediante as áreas indicadas pelos empresários que participaram neste diagnóstico, apontam-se como áreas fundamentais, cujas competências pessoais/profissionais e organizacionais devem ser melhoradas as seguintes:

5.1. Relativamente à capacitação digital e inovação

- A possibilidade do desenvolvimento de lojas *online* e toda a gestão inerente às mesmas, como por exemplo, atualização de produtos e gestão de encomendas;
- Atualização, partilha de conteúdos e gestão de produtos em *websites*;
- Utilização de ferramentas de criação e edição de texto através de um computador (por exemplo, escrever textos, fazer *flyers* ou outro material promocional);
- Gravação e edição de vídeos;
- Utilização da folha de cálculo para apoio à gestão do negócio (por exemplo, *Excel*, *Google Sheets*, etc.);
- Utilização e desenvolvimento de apresentações gráficas, como forma de potenciar os conteúdos a desenvolver como forma de dinamizar o negócio;
- Utilização de plataformas de reuniões virtuais (como, por exemplo, *Teams*, *Zoom*, *Skype* ou outras);
- Reconhecimento da importância da salvaguarda de dados, através da utilização dos serviços de armazenamento na *cloud*/nuvem.

5.2. Relativamente à sustentabilidade

- Identificação da necessidade de definir uma política de sustentabilidade para a empresa;
- Reconhecimento da importância de realizar práticas gerais de sustentabilidade no âmbito da atividade empresarial;
- Identificação da importância da comunicação de práticas de sustentabilidade;
- Reconhecimento da importância do desenvolvimento e adoção de práticas de inovação;
- Reconhecimento da importância da utilização de produtos e subprodutos ecológicos no âmbito da atividade empresarial;
- Reconhecimento da importância da definição e desenvolvimento de práticas para economizar energia e água;
- Reconhecimento da mais-valia da introdução da utilização de energias renováveis;
- Reconhecimento da importância do recurso a fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade;

- Reconhecimento da importância da contribuição para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas;
- Reconhecimento da importância da contribuição para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas;
- Reconhecimento da importância das práticas que promovam a igualdade de oportunidades no acesso ao emprego;
- Reconhecimento da importância da existência/disponibilização de instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida;
- Reconhecimento da necessidade de disponibilização de informação escrita em diversos suportes;
- Identificação da importância do desenvolvimento sistematizado de ações de solidariedade social;
- Reconhecimento da importância da preferência pelo consumo e utilização de produtos locais na atividade operacional da empresa;
- Identificação da necessidade do desenvolvimento da atividade operacional da empresa, considerando o respeito pelos recursos naturais e tendo em conta a escassez dos mesmos;
- Identificação da importância do desenvolvimento da atividade operacional da empresa considerando princípios de sustentabilidade financeira;
- Identificação da importância da existência de uma política que permita reduzir e otimizar os custos.

6. Workshops realizados no âmbito do projeto E-Algarve

No âmbito do presente projeto e nas temáticas da capacitação digital, inovação e sustentabilidade foram já realizados os seguintes *workshops*:

Figura 95 – Workshops desenvolvidos no âmbito do projeto E-Algarve



Fonte: <https://www.facebook.com/e.algarve.acral>

De destacar que a participação em *workshops* e ações de formação possibilitam a partilha de conhecimentos teóricos e práticos, possibilitando também aos participantes a partilha de experiência e o esclarecimento de dúvidas, uma vez que são realizados através de uma metodologia mais descontraída, dinâmica e aliciante.

Para além disso, são uma excelente forma de promover o conhecimento, a partilha de ideias e o *networking*, não apenas com o orador, mas com todos os presentes, sendo essenciais também para a melhoria de competências específicas.

Promovem uma nova visão e abordagem sobre um determinado assunto ou tema, na forma de uma ação de curta duração, fornecida por alguém que é especialista numa determinada área e que pode complementar os conhecimentos já existentes, dar pistas de resolução para problemas já existentes ou fornecer uma nova perspetiva sobre a realidade.

7. Exemplos de boas práticas na região do Algarve

7.1. Ilha da Culatra e exploração sustentável de bivalves

A Ilha da Culatra, na Ria Formosa é um excelente exemplo de como um modelo de negócio tradicional (exploração de bivalves) pode ser desenvolvido, considerando princípios de sustentabilidade ambiental, social e financeira. A ilha dispõe também de um plano para o turismo sustentável e um manifesto para o visitante responsável.

Nesta ilha existe, há mais de 35 anos, a Associação de Moradores da Ilha da Culatra, cuja missão é fazer evoluir e expandir a atividade da ilha, defendendo os seus recursos naturais, os seus moradores e as suas tradições, privilegiando o cuidado pelo ecossistema e o amor pela Ria Formosa.

Existe assim uma grande preocupação na passagem da experiência e do conhecimento das gerações mais velhas para as mais novas. Estas, por sua vez, acrescentam inovação e conhecimento, assim como uma capacidade de profissionalização (que antes não existia, pelo menos desta forma) à arte da pesca dos bivalves. Assim, as gerações mais jovens continuam a encontrar na ilha da Culatra um grande ponto de atração para iniciar as suas carreiras profissionais, imprimindo dinamismo e inovação a uma atividade que se encontra renovada.

Alguns destes jovens ficaram com as concessões das explorações de bivalves que pertenciam às suas famílias. A apanha da amêijoia era vista pelos mais novos como uma atividade muito árdua, não sendo por isso, seguida pela maioria dos filhos dos pescadores. No entanto, aqui entra uma nova visão, para não se perder a identidade da comunidade piscatória da ilha e a sustentabilidade da produção de bivalves. Esta nova visão inovadora permite manter o equilíbrio do ecossistema natural e humano, assim como defender a identidade da ilha, considerando a sua essência piscatória.

Figura 96 – Ostras da Ilha da Culatra



Fonte: Google

Existiu uma grande preocupação, com o evoluir do tempo, em perceber como é que os jovens iriam lidar com estas profissões e adaptar-se a esta realidade, tendo sido necessário incentivá-los, motivá-los e sensibilizá-los para necessidade da continuidade deste trabalho. Constituiu-se assim uma nova geração de aquicultores, que são felizes a fazerem o que fazem, através do desenvolvimento de uma atividade rentável e da criação de condições de trabalho, uma vez que encontraram numa atividade tradicional, uma oportunidade para mudar, para melhor.

De destacar também o papel desenvolvido pela Universidade do Algarve, que proporciona a junção de conhecimento científico, a uma atividade tradicional, para que a mesma possa ser desenvolvida da forma correta, trazendo rentabilidade, mas sem esquecer a defesa da identidade da comunidade: preservar o passado, não deixar que se perca a tradição, mas sempre com olhos postos no futuro. Uma vez que o futuro está nos jovens e se os jovens querem desenvolver outra atividade, através da inovação, então é necessário dar-lhes essas ferramentas.

Figura 97 – Viveiros de ostras



Fonte: <https://www.cmjornal.pt/portugal/detalhe/onze-hectares-para-produzir-ostras-nas-rias-algarvias>

Desta forma, torna-se possível desenvolver projetos de produção e comercialização de ostras de qualidade, e de forma responsável, para exportação, de modo a atrair gente jovem que explora as concessões dos pais, que estavam subaproveitadas, de forma rentável, posicionando-se como produtores de ostras a nível europeu e desenvolvendo uma atividade que consegue ser amiga do ambiente.

Foi ainda criada a marca Ostras da Culatra, que permitiu conferir maior valor acrescentado a um produto que antes era explorado com mão-de-obra intensiva e que agora é explorado, de forma muito profissionalizada, respeitando os recursos naturais da ilha, privilegiando o cuidado pelo ecossistema, assim como os seus moradores e tradições, assegurando a continuidade das gerações mais novas.

7.2. Minas de Sal-Gema

Com uma área total de 1.381 km², e sendo o único geoparque situado a sul do rio Tejo, o Geoparque Algarvensis Loulé-Silves-Albufeira, ocupa uma área total de, aproximadamente, um terço do território algarvio.

Neste geoparque reside um vasto património geológico, anterior ao aparecimento dos dinossauros, ou seja, com mais de 350 milhões de anos, dinamizado pelos municípios de Loulé, Silves e Albufeira e ainda pela Universidade do Algarve, que se afirma como um parceiro, contando com oito unidades de investigação, que asseguram a produção e a transferência do conhecimento.

Figura 98 – Barragem do Arade, Silves



Fonte: <https://www.viajecomigo.com/2021/06/08/loule-silves-albufeira-ha-um-aspirante-a-geoparque-mundial-da-unesco-no-algarve-para-descobrir-os-segredos-da-regiao/>

Este geoparque integra os seguintes geossítios:

- Discordância Angular;
- Rocha da Pena;
- Jazida do *Metoposaurus algarvensis*;
- Falha de São Marcos – Quarteira (FSMQ);
- Complexo Vulcano-sedimentar;
- Formação Grés de Silves;
- Minas de sal-gema;
- Megalapiás da Varejota;
- Fonte Benémola;
- Planalto do Escarpão.

As minas de sal-gema situam-se em Loulé, a 230 metros de profundidade. O sal-gema é atualmente utilizado no norte e centro de Portugal e no sul de Espanha, para colocar nas estradas e derreter o gelo do inverno, não sendo utilizado para fins alimentares.

Figura 99 – Sal-gema



Fonte: <https://www.viajecomigo.com/2020/11/29/visitar-as-minas-de-sal-gema-de-loule-algarve/>

Esta exploração que já contou com mais de 180 mineiros, atualmente opera só com sete, encontrando-se a mina a ser explorada para fins turísticos, através de visitas guiadas, uma forma de exploração complementar à atividade inicial da minas, que pretende dar uma nova vida à atividade, explorando de forma mais sustentável este recurso natural milenar.

Figura 100 – Minas de sal-gema



Fonte: <https://www.viajecomigo.com/2020/11/29/visitar-as-minas-de-sal-gema-de-loule-algarve/>

Considerações Finais

Considerando que a exploração de recursos naturais tem de ser pensada tendo em atenção princípios de sustentabilidade ambiental, é necessário dotar as empresas da região para uma visão mais global da sua atividade, bem como da necessidade de se estabelecer redes de parceria e networking que lhes permitam desenvolver a sua atividade de uma forma mais equilibrada, assegurando os recursos para as gerações futuras e pensando também na sua contribuição para o desenvolvimento atual e global da região.

Por outro lado, é importante também uma tomada de consciência de um coletivo social e identitário que é importante manter, uma vez que este coletivo se afirma como a alma e a forma de estar e de ser de toda uma região com características particulares, diferenciadoras de outras regiões do país.

Com um forte pendor e uma grande dependência do turismo, atividade muito sazonal, é importante também começar a pensar no desenvolvimento de ações que potenciem um determinado nível de atividade mais constante ao longo de todo o ano, possibilitando às empresas da região um posicionamento económico e financeiramente mais sustentável.

Finalmente, é importante destacar que, na era da digitalização e da informação, as empresas precisam de se abrir continuamente a esta nova realidade, tirando partido das ferramentas digitais que lhes permitirão ir mais longe na sua atividade, tornando-se mais conhecidas tanto a nível nacional, como a nível internacional e, em muitos casos, mostrando novos caminhos e abrindo novas possibilidades.

A adaptação por parte destes agentes económicos tem de ser uma constante, pois o mercado está também em contínua mudança, sendo um facto que só as empresas que mais rapidamente se adaptam a este contexto de mudança contínua irão sobreviver e prosperar.

Após um período obscuro em que uma pandemia mudou a nossa forma de estar e de agir, a retoma faz-se sentir pelas elevadas taxas de ocupação das unidades hoteleiras no verão de 2022, mas também por uma mudança nos hábitos de muitos consumidores, que estão cada vez mais exigentes. Este deve ser o ponto de partida para as empresas fazerem o que sabem muito bem-fazer – a sua própria atividade – mas melhorando os seus padrões de qualidade e procurando ir ao encontro destes novos padrões de consumo.

Por outro lado, é importante mencionar que a força de uma região não se constrói sozinha, e que é necessário às empresas adquirir competências nas áreas de inovação, sustentabilidade, e na área digital, qualificarem-se nos mais diversos setores para os fatores críticos de competitividade, fomentar a partilha de conhecimentos incrementando o consumo interno de bens e serviços produzidos localmente e promover e facilitar o trabalho em rede, contribuindo desta forma para o desenvolvimento de parcerias estratégicas, para a troca de sinergias e, em última instância, para o fortalecimento da economia da região do Algarve.

Anexos – Formulários de caracterização das empresas



FORMULÁRIO DE ADESÃO

1. Nome da empresa
2. Área de atividade
 - Alimentação, mercado e gourmet
 - Restauração, cultura e lazer
 - Casa e decoração
 - Moda, sapataria e acessórios
 - Beleza, saúde e desporto
 - Construção, bricolage, jardim e animais
 - Informática, telecomunicações e eletrodomésticos
 - Escritório e papelaria
 - Prendas, souvenirs e produtos artesanais
 - Outros serviços
3. Principais produtos comercializados ou serviços prestados pela empresa

4. Breve texto de apresentação (máx. 150 palavras)

5. Morada

6. Horário de funcionamento

7. Telefone

8. Email

9. Website

10. Redes Sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.)

QUESTIONÁRIO DE COMPETÊNCIAS DIGITAIS E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Informações gerais

1. Qual o setor de atividade da sua empresa?
 - Comércio por grosso
 - Comércio a retalho
 - Principais categorias de produtos: _____
 - Alojamento, restauração e similares
 - Atividades de informação e comunicação
 - Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares
 - Atividades imobiliárias
 - Atividades administrativas e dos serviços de apoio
 - Reparação de veículos automóveis e motociclos
 - Transporte e armazenagem
 - Outros: _____
2. Qual é o n.º de colaboradores da sua empresa?
 - Menos de 5
 - Entre 5 e 10
 - Entre 11 e 25
 - Entre 26 e 50
 - Mais de 50

Parte I - Competências digitais

3. Os meios digitais e tecnológicos são importantes para a atividade da minha empresa?
 - Não utilizo quaisquer meios digitais e tecnológicos na minha empresa
 - Não sei utilizar meios digitais e tecnológicos, mas penso que seriam muito úteis à atividade da minha empresa
 - Sei utilizar meios digitais e tecnológicos e penso que são úteis à atividade diária da minha empresa
 - Sei utilizar meios digitais e tecnológicos e são indispensáveis à atividade diária da minha empresa
4. No âmbito da atividade da sua empresa, utiliza a Internet, quando necessita de saber alguma informação ou pesquisar algum assunto específico?
 - Não utilizo a Internet
 - Utilizo a Internet com pouca frequência (menos de uma vez por dia)
 - Utilizo a Internet diariamente, várias vezes por dia

5. No âmbito da atividade da sua empresa, dispõe e utiliza correio eletrónico (email)?

- Não utilizo o email
- Utilizo o email com pouca frequência (menos de uma vez por dia)
- Utilizo o email diariamente, várias vezes por dia

6. Na atividade da sua empresa utiliza redes sociais?

- Não
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter
- Outras. Quais? _____

7. Dispõe de website?

- Sim
- Não

8. Tem o website atualizado?

(Apenas a quem responder que dispõe de website)

- Sim
- Não

9. Com que periodicidade atualiza o seu website?

(Apenas a quem responder que dispõe de website)

- Desde que criei o website nunca mais foi atualizado
- Menos de uma vez por ano
- Uma vez por ano
- Duas vezes por ano
- Todos os meses, pelo menos uma vez por mês

10. Dispõe de loja online?

- Sim
- Não

11. Tem a loja online atualizada?

(Apenas a quem responder que dispõe de loja online)

- Sim
- Não

12. Com que periodicidade atualiza a sua loja online?

(Apenas a quem responder que dispõe de loja online)

- Menos de uma vez por mês
- Todos os meses, pelo menos uma vez por mês
- Todas as semanas, pelo menos uma vez por semana
- Todos os dias, pelo menos uma vez por dia

13. Utiliza plataformas que permitem realizar e consultar avaliações de estabelecimentos de alojamento e restauração?

- Não conheço ou não utilizo
- Booking
- Airbnb
- Trivago
- TripAdvisor
- The Fork
- Outro. Qual? _____

14. Dispõe de um smartphone?

- Não sei o que é um smartphone
- Não tenho um smartphone
- Não tenho um smartphone, mas gostaria de ter para me apoiar na atividade da minha empresa
- Tenho um smartphone, que utilizo apenas para fins pessoais
- Tenho um smartphone, que utilizo com frequência na atividade da minha empresa

15. Relativamente a cada um dos itens seguinte, classifique a sua capacidade para desenvolver e partilhar conteúdos digitais.

- 1- Não utilizo
- 2- Utilizo raramente
- 3- Utilizo frequentemente
- 4- Utilizador avançado

	1	2	3	4
Tirar fotografias (no smartphone)				
Editar fotografias (por exemplo, recortar, aplicar filtros)				
Criar e editar imagens (por exemplo, elaborar conteúdos a partir de outra informação ou dados)				
Gravação de vídeos (no smartphone e com câmara)				
Edição de vídeo (por exemplo, softwares de edição)				
Criar e editar texto através do computador (por exemplo, escrever textos, fazer flyers ou outro material promocional)				
Fazer partilhas de conteúdos nas redes sociais				
Publicar conteúdos nas plataformas digitais que utilizo				

Partilhar e atualizar conteúdos no website				
Atualizar produtos e gerir encomendas na loja online				

16. Já participou em alguma reunião virtual/online?

- Nunca, pois penso que não tem interesse para a atividade da minha empresa
- Nunca, mas penso que poderá ser útil para reunir com clientes ou fornecedores, por exemplo
- Sim, algumas vezes, mas tenho pouca experiência
- Sim, sempre que possível, pois considero que seja uma ferramenta muito útil e que me faz poupar muito tempo

17. Com que plataformas de reuniões virtuais está familiarizado (ou já fez reuniões virtuais)?

(Apenas a quem responder sim na pergunta 16)

- Zoom
- Teams
- Meet
- Skype
- WhatsApp
- Outra. Qual? _____

18. Já realizou algum tipo de formação online?

- Nunca, pois penso que não tem interesse para a atividade da minha empresa
- Nunca, mas penso que poderá ser útil para aprender novos conhecimentos para aplicar na minha empresa
- Sim, algumas vezes, pois considero que seja muito importante para adquirir novos conhecimentos para aplicar na atividade da minha empresa
- Sim, sempre que possível, pois considero que seja muito importante para adquirir novos conhecimentos para aplicar na atividade da minha empresa

19. Avalie as suas competências digitais relativamente às seguintes ferramentas

- 1- Não conheço ou não utilizo
- 2- Sei utilizar, mas com dificuldade
- 3- Utilizo com facilidade
- 4- Utilizo com muita facilidade e com bastante frequência

	1	2	3	4
Editor de texto (Ex: Word, Google Docs, etc.)				
Folha de cálculo (Ex: Excel, Google Sheets, etc.)				
Apresentações gráficas (Power Point, Google Slides, etc.)				
Correio eletrónico (Outlook, Gmail, Yahoo, SapoMail, etc.)				
Plataformas de reuniões virtuais (Teams, Zoom, Skype, etc.)				
Serviços de armazenamento na cloud/nuvem (Ex: OneDrive, DropBox, GoogleDrive, iCloud)				

Parte II – Sustentabilidade

- 1- Nunca
- 2- Raramente
- 3- Algumas vezes
- 4- Frequentemente
- 5- Sempre

20. Sustentabilidade

	1	2	3	4	5
A empresa tem uma política de sustentabilidade definida?					
A empresa desenvolve práticas gerais conducentes à sustentabilidade?					
A empresa comunica as suas práticas de sustentabilidade aos seus clientes e restantes stakeholders?					
A empresa aposta, com regularidade, em práticas de inovação?					

21. Práticas ambientais

	1	2	3	4	5
A empresa utiliza produtos e subprodutos ecológicos no âmbito da sua atividade?					
A empresa implementa práticas para economizar energia e água?					
A empresa utiliza energias renováveis?					
A empresa faz separação seletiva de resíduos?					
A empresa coloca os resíduos separados nos contentores respetivos?					
A empresa trabalha com fornecedores selecionados com base nas suas práticas ecológicas e de sustentabilidade?					

22. Práticas sociais

	1	2	3	4	5
A empresa contribui para o desenvolvimento da comunidade local através de práticas/ações sistemáticas (por exemplo, realização de ações de voluntariado, limpeza de praias, incentivo à prática de exercício, realização de ações de divulgação de boas práticas em grupos específicos, etc.)?					
A empresa contribui para a manutenção e conservação do património local através de práticas/ações sistemáticas?					
A empresa promove a igualdade de oportunidades no acesso ao emprego (género, pessoas com deficiência, minorias, etc.)?					
A empresa possui as suas instalações adequadas a pessoas com mobilidade reduzida?					
A empresa possui a informação escrita em diversos suportes (p.e., leitor de texto e Braille?)					
A empresa desenvolve de forma sistemática ações de solidariedade social?					
A empresa apoia o equilíbrio da conciliação entre a vida pessoal e profissional dos seus trabalhadores?					

23. Práticas económicas

	1	2	3	4	5
A empresa, na sua atividade operacional, prefere o consumo e a utilização de produtos locais?					
A empresa desenvolve a sua atividade operacional numa ótica de respeito pelos recursos naturais, tendo em conta a escassez desses mesmos recursos?					
A empresa desenvolve a sua atividade considerando princípios de sustentabilidade financeira (equilíbrio nos gastos, realização de orçamentação, definição de metas e prazos, realização de um planeamento estratégico consciente, etc.)?					
A empresa tem alguma política que permita reduzir e otimizar os custos?					

Referências

Agência Nacional de Inovação. (2020). *Relatório Nacional de Inovação*.

CCDR Algarve. (2020). *Estratégia de Desenvolvimento Regional Algarve 2030. Construir o Futuro*.

Dinheiro Vivo. (2021). Covid-19. Empresas algarvias "não aguentam" outro verão igual ao de 2020. <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/covid-19-empresas-algarvias-nao-aguentam-outro-verao-igual-ao-de-2020-13707926.html>

Instituto Nacional de Estatística. (2019). *Região Algarve em Números – 2019*. INE.

Informa Business Data. (2021). O 2º ano de pandemia e os impactos no tecido empresarial. Retratos e orientações para a crise.

Núcleo Empresarial da Região do Algarve. (2008). *Caraterização da Estrutura Económica do Algarve*.

Núcleo Empresarial da Região do Algarve. (2016). *Relatório de Avaliação Diagnóstico do Potencial de Internacionalização da Região numa Lógica Bottom-up nos Setores Identificados*.

Região de Turismo do Algarve. (2021). *Algarve Conjuntura Turística*. Boletim n.º 33 – 1º trimestre 2021.

Turismo de Portugal. (2014). *Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve*. 2015-2018.

United Nations Development Programme. (2020). *Human Development Report 2020. The next frontier. Human development and the Anthropocene*.

Visit Algarve Portugal. (2020). *Algarve Clean & Safe. Manual de Boas Práticas*.

e